

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL



CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

TEMA:

“ILUSTRACIÓN DE UNA NOVELA GRÁFICA DE UNA NUEVA HISTORIA DE QUITO”

Trabajo de Graduación previo a la obtención del título de Ingeniera en Diseño Gráfico

AUTOR:

Fernando Cano Galarza

TUTOR:

Lic. Mónica Guerra

Quito - Ecuador

2013

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Graduación certifico:

Que el Trabajo de Graduación **“ILUSTRACIÓN DE UNA NOVELA GRÁFICA DE UNA NUEVA HISTORIA DE QUITO”**, presentado por Fernando Cano Galarza, estudiante de la carrera de Diseño Gráfico, reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación del Tribunal de Grado, que se designe, para su correspondiente estudio y calificación.

Quito, abril del 2013

TUTOR

Lic. Mónica Guerra

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

AUTORÍA DE TESIS

El abajo firmante, en calidad de estudiante de la Carrera de Diseño Gráfico, declaro que los contenidos de este Trabajo de Graduación, requisito previo a la obtención del Grado de Ingeniera en Diseño Gráfico, son absolutamente originales, auténticos y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor.

Quito, abril del 2013

Fernando Cano Galarza

CC: 171398030-6

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los miembros del Tribunal de Grado, aprueban la tesis de graduación de acuerdo con las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Tecnológica “ISRAEL” para títulos de pregrado.

Quito, abril del 2013

Para constancia firman:

TRIBUNAL DE GRADO

PRESIDENTE

MIEMBRO 1

MIEMBRO 2

AGRADECIMIENTOS

A lo largo de la vida las experiencias se convierten en conocimiento, y cuando conocemos logramos comprender el mundo desde varios puntos de vista, ya que somos la suma de muchos, de aquellos quienes han sido parte de nuestras vidas, de quienes han marcado pautas en nuestras decisiones como individuos; es por ello que agradezco a todas aquellas personas que de una u otra forma han influido en mi. En especial quiero agradecer a Dios, a mis padres por su apoyo y por creer siempre en mi.

DEDICATORIA

A mis mentores, a mis mejores ejemplos, a quienes tanto admiro, a mi madre y a mi padre; por motivarme siempre a alcanzar grandes objetivos, pero sobre todo por su incondicional e infinito amor.

RESUMEN

El siguiente proyecto es el desarrollo de una novela gráfica de una historia inédita de Quito; basada en tradiciones y jergas propias de la capital ecuatoriana e inspirada en narraciones de leyendas quiteñas.

La investigación del proyecto recoge datos teóricos y técnicos que aportan directamente en el desarrollo de la novela **Cicatrópoli “La carita de Dios”**; desde la definición de personajes, pasando por la utilización de formatos, soportes, y demás, hasta la producción final.

Cicatrópoli “La carita de Dios” está inspirada principalmente en la leyenda de Cantuña; sin embargo fue adaptada a la actualidad con el fin de tener una relación más directa con los personajes y las circunstancias en las que se desarrolla la historia.

La novela trata sobre los pecados capitales; es el reflejo de una sociedad hostil y la ironía de la ciudad al ser conocida como “La carita de Dios” y vivir situaciones carentes de bondad; trata de la ambición del ser humano por conseguir poder a toda costa sin medir las consecuencias, representada mediante un juego de “cuarenta” entre José y el diablo.

Con la creación de esta novela gráfica se pretende aportar un estilo visual basado en ciertas características de la escuela quiteña como el encarnado, sin dejar de lado el estilo gráfico propio del ilustrador.

ABSTRACT

The following project is the development of a graphic novel of an untold story of Quito, based on traditions and jargon, typical of the Ecuadorian capital and inspired on stories of legends of Quito.

Project research includes theoretical and technical data that contribute directly to the development of the novel *Cicatrópolis "The face of God"* from the definition of characters, through the use of formats, media, and others, to final production.

Cicatrópolis "The face of God" is mainly inspired by the legend of Cantuña, but was adapted to the present in order to have a more direct relationship with the characters and the circumstances in which the story unfolds.

The novel is about the deadly sins, is a reflection of a hostile society and the irony of the city, known as "the face of God" and live situations devoid of goodness, is the ambition of man to get power at any cost without considering the consequences, represented by a card game between José and the devil.

With the creation of this graphic novel is intended to provide a visual style based on certain characteristics of the Quito school as incarnate, without neglecting the graphic style of the illustrator himself.

ÍNDICE GENERAL

Certificación.....	ii-iii-iv
Agradecimientos.....	v
Dedicatoria.....	vi
Resumen.....	vii
Abstract.....	viii
ÍNDICE GENERAL.....	ix
ÍNDICE DE FIGURAS.....	x
Introducción.....	1
Formulación del problema.....	2
Problemas secundarios.....	2
Diagnóstico.....	2-3
Objetivos.....	4
Justificación.....	4-6
Premisa.....	6
Presupuesto.....	7
CAPÍTULO I.....	8
1. Comunicación Visual y Diseño Gráfico.....	8
1.1. Comunicación visual.....	8
1.1.1. La importancia de la comunicación visual.....	9-10
1.2. Diseño Gráfico.....	10-11
1.2.1. Gestión del diseño gráfico.....	11-12
1.2.2. Responsabilidad social del diseño gráfico.....	13-14
1.2.4. Tecnologías de la información y comunicación (Tics) y diseño.....	14-15
1.2.5. Interfaces en el diseño.....	15-16
1.2.6.1. Materiales de diseño.....	16
1.3. El diseño gráfico en la actualidad.....	17
1.3.1. Elementos Básicos del diseño gráfico.....	17-24
CAPÍTULO II.....	25
2. Editorial, ilustración y novela gráfica.....	25
2.1. Editorial.....	25
2.1.1. Partes de un libro.....	25
2.1.2. Principales secciones de un libro.....	25-26
2.1.3. Diseño editorial.....	26-27
2.1.4. Manejo técnico.....	28-29
2.1.4.1. Tipografía y legibilidad tipográfica.....	27-28
2.2. Diseñar con color.....	29-30
2.2.1. El desarrollo del color en los cómics.....	30-31
2.2.2. Combinaciones de colores.....	31-32
2.2.3. Pintura digital.....	33-34
2.2.4. Imagen (funciones / disposición).....	34-35
2.2.4.1 Ilustración (aspectos técnicos).....	35-40
2.2.4.2. La ilustración en la actualidad.....	40
2.2.4.3. La ilustración nacional e internacional.....	42
2.2.4.4. Técnicas de ilustración: estilos y aplicaciones.....	43-46
2.3. Novela Gráfica.....	46
2.3.1. Referencias globales.....	47
2.3.2. Estilos de novelas gráficas.....	48-52
2.3.3. La novela gráfica digital: desarrollo y crecimiento.....	52-53
CAPÍTULO III.....	54
3. Quito.....	54
3.1. Quito y sus leyendas.....	54-56
3.2. Referentes artísticos de Quito.....	56
3.3. La cultura quiteña.....	56-58
3.4. Imaginarios urbanos de Quito.....	58-63
CAPÍTULO IV.....	64
Fundamentación del producto.....	64-115

CAPÍTULO V	116
Conclusiones y Recomendaciones.....	116-118

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 2.01. Tabla teoría del color.....	32
Figura 2.02. Personaje “Agua segura” Club Rotario.....	33
Figura 2.03. Variación del personaje “Diablo”.....	34
Figura 2.04. izq. Ilustración afiche “Knock out”.....	35
Figura 2.05. der. Ilustración afiche “El amor por la paz” exposición “San Violentín”.....	35
Figura 2.06. Ilustración banner tendencia retro 80’s “College”.....	41
Figura 2.07. Ilustración banner Ray Ban Halloween 1.....	41
Figura 2.08. Ilustración banner Ray Ban Halloween 2.....	42
Figura 2.09. Ilustración para mural “Juventud sana” Municipio de Quito.....	44
Figura 2.10. Ilustración FONDVIDA Cooperativa de ahorro y crédito (izq) / Propuesta mascota para la facultad de diseño UNIVERSIDAD ISRAEL (der).....	45
Figura 2.11. Ilustración etiqueta 220V.....	45
Figura 2.12. Ejemplos de novelas gráficas.....	48
Figura 2.13. Ejemplos de cómics / Marvel Comics.....	49
Figura 2.14. Ejemplos de cómics / DC Comics.....	50
Figura 2.15. Ejemplos de manga / Varios autores.....	51
Figura 2.16. Ejemplos de hentai / Jump.....	52
Figura 4.01. Archivos que se incluyen en la carpeta del producto.....	72
Figura 4.02. José.- Personaje principal de la novela gráfica Cicatrópolis “La carita de Dios”.....	77
Figura 4.03. Diablo.- Personaje principal de la novela gráfica Cicatrópolis “La carita de Dios”.....	77
Figura 4.04. Barman.- Personaje secundario de la novela gráfica Cicatrópolis “La carita de Dios”.....	78
Figura 4.05. Chica con cicatriz.- Personaje secundario de la novela gráfica Cicatrópolis “La carita de Dios”.....	79
Figura 4.06. Rasgos físicos y parte de la cultura quiteña.....	81
Figura 4.07. Vestimenta de los personajes.....	83
Figura 4.08. Fotografías de escenarios (bares y casino).....	85
Figura 4.09. Guión: Esbozos de la novela gráfica Cicatrópolis “La carita de Dios”.....	88
Figura 4.10. Sección áurea y la regla de los tercios.....	91
Figura 4.11. Izquierda.- Plano detalle de la expresión facial del diablo. Centro.- Primer Plano del rostro de José. Derecha.- Primer Plano del rostro de la chica con cicatriz.....	93
Figura 4.12. Primer Plano de los vasos chocando en el aire (Brindis).....	93
Figura 4.13. Izquierda.- ángulo contrapuesto de José hacia la barra. Derecha.- ángulo cenital de la mesa.....	94
Figura 4.14. Cuadrículas de la novela gráfica.....	97
Figura 4.15. Bocadillos.....	101
Figura 4.16. Cartelas.....	102
Figura 4.17. Efectos sonoros.....	103
Figura 4.18. Portada de la novela gráfica Cicatrópolis “La carita de Dios”.....	107
Figura 4.19. Tipografía.....	108
Figura 4.20. Logo.....	109
Figura 4.21. Producto final.....	110 - 115

Introducción

El presente proyecto de grado es una investigación para la creación de la novela gráfica Cicatrópolis “La carita de Dios”; el desarrollo de la novela gráfica exige topar temas relacionados con el diseño gráfico y la comunicación visual, su importancia, la gestión del diseño gráfico, la responsabilidad social del diseñador, las tics y un enfoque actual del diseño, entre otros temas que se encuentran en el capítulo I de la investigación.

Por supuesto uno de los temas fundamentales de esta investigación se detalla en el capítulo II; la ilustración, sus técnicas, estilos y aplicaciones; así como también, un enfoque actual de la ilustración a nivel nacional e internacional.

Además de la ilustración, otro tema que se detalla en el mismo capítulo es la novela gráfica, sus características, estilos, manejo técnico, algunos ejemplos y referentes globales de algunos de los mejores artistas de novelas gráficas; también se destaca la novela gráfica digital como una nueva opción para las editoriales.

La novela gráfica Cicatrópolis “La carita de Dios” esta inspirada en leyendas urbanas de Quito; por esa razón es de suma importancia topar temas relacionados con la ciudad; temas que se detallan en el capítulo III, como por ejemplo, los imaginarios sociales propios de Quito, los referentes artísticos y culturales de la ciudad y por supuesto no está de más mencionar algunas de sus más conocidas leyendas.

En el capítulo IV se detalla el desarrollo técnico de la novela gráfica Cicatrópolis “La carita de Dios”; el proceso manual y digital que ha requerido la novela para su posterior lanzamiento. Al final del capítulo se puede apreciar el producto terminado.

Finalmente en el capítulo V se encontrarán las conclusiones y recomendaciones que el autor hace en base a la investigación.

Formulación del problema

- Si la ilustración se encuentra entre el arte y el diseño, y debe ser una representación gráfica fidedigna del fondo y forma de la novela, ¿De qué manera se desarrollará una propuesta gráfica para una difusión adecuada de Cicatrópoli “La carita de Dios”, que involucre tanto al arte como al diseño y a la vez represente el contenido de la novela?

Problemas secundarios

- ¿Qué tipo de estilo gráfico es el adecuado para el desarrollo de la novela gráfica Cicatrópoli?
- ¿Por medio de cuáles mecanismos teóricos y técnicos logrará la novela gráfica Cicatrópoli aplicar de manera óptima los fundamentos de la comunicación visual?

Diagnóstico

La novela gráfica Cicatrópoli “La carita de Dios” se desarrolla en base a la inspiración de diversas leyendas quiteñas; pero principalmente de la leyenda de Cantuña.

Una novela gráfica de similares características de narración a Cicatrópoli “La carita de Dios” es *Sin City (ciudad del pecado)* de Frank Miller; pero comparar una novela con la otra es un tanto atrevido por la naturaleza cultural en la que cada una de las historias se desarrollan; sin embargo las características de los personajes en ambas novelas como sus personalidades no están muy lejanas unas de otras. Quizá sería posible incluir personajes de una novela a la otra y con ciertas modificaciones adaptarlos a la historia de cada una de las novelas mencionadas; algo que con superhéroes de cómics como X-Men, Spiderman, Superman o Batman no podría ser posible por sus tan marcadas diferencias en el desarrollo de sus personajes. Otra novela de similar característica a Cicatrópoli “La carita de Dios” por su narración y estilo gráfico es *Persépolis* de Marjane Satrapi.

El desarrollo técnico se inicia a partir de la influencia de ciertas características de la escuela quiteña; características como el encarnado en la piel (proceso que se realiza en esculturas para dar más realismo), ojos de cristal para enfatizar el brillo; estas técnicas fueron simuladas mediante dos procesos: el primero, manualmente con materiales como lápices de colores, rapidógrafos, marcadores o rotuladores, acuarelas y lápices. El segundo proceso es digital, con ayuda de software de diseño se manipularon los tonos, los contrastes, los colores y se colocaron efectos que realcen ciertas características en los personajes y escenarios; además se colocó un filtro violeta en 50% para todas las imágenes con intención de dar frialdad y de uniformizarlas.

El problema del estilo gráfico era evidente en un principio por la idea de utilizar un estilo en base a la escuela quiteña y la cultura quiteña que parecía ser la mejor opción; sin embargo luego de investigar a diversos artistas de cómics y novelas gráficas a nivel mundial que recomiendan mantener siempre un estilo gráfico propio, cualquiera que este sea; es decir, la propia habilidad del dibujante, de ahí nacería el estilo de Cicatrópolis “La carita de Dios”, que además de ciertas características de la escuela quiteña, el estilo personal del dibujante es parte fundamental.

El problema del estilo gráfico no era el único, La comunicación visual debía ser clara para el lector, por esa razón se cuidó cada detalle de la novela gráfica como la tipografía y el color de los bocadillos y cartelas (se optó por lo clásico, bocadillos blancos con letras negras y cartelas amarillas con letras negras) para que la narración visual sea clara y atractiva para el lector; pero parte de la comunicación visual es también la composición que se maneja en cada viñeta respetando siempre las reglas básicas de planos y ángulos de cámara y recurriendo a la utilización de los puntos áureos y a la espiral de Fibonacci en puntos donde se quiere dirigir la mirada del espectador dentro de cada composición de las viñetas.

Objetivos

Objetivo General

Diseñar un producto multimedia original y adecuado de la novela gráfica Cicatrópoli, relacionado con una historia inédita de Quito.

Objetivos Específicos

Teórico

- Compilar información sobre, ilustración, comunicación visual, diseño editorial, la novela gráfica y el cómic, para la aplicación de las diversas técnicas en el diseño de novelas gráficas (aplicación técnica y teórica)

Metodológico

- Aplicar la técnica de la encuesta personal y en redes sociales como Facebook y Twitter; y mediante correo electrónico con el fin de medir el grado de aceptación e interés de la novela gráfica.

Práctico

- Ilustrar una novela gráfica llamada Cicatrópoli, relacionada con una historia inédita de Quito, basada en leyendas de la ciudad, tradiciones y jergas.

Justificación (Cualitativa)

Teórica

Dentro de una sociedad como la quiteña deben solidificarse aspectos gráficos en base a las características socio – culturales y artísticas que sean capaces de identificarse con dicha sociedad; es por esta razón que la investigación aportará un estilo gráfico que sea identificable con aspectos históricos de la ciudad de Quito bajo el estilo característico propio que aporte el ilustrador.

En cuanto a la técnica de ilustración estará basada en ciertas características del cómic americano y la Escuela Quiteña para mantener una relación entre el

relato de las historias y las imágenes, creando así una propuesta gráfica identificable con la ciudad, sus imaginarios y su historia.

Metodológica

La investigación se manejará mediante un proceso de análisis de los diversos temas a tratar.

Se empezará por la recopilación de información para tener una óptica más amplia del manejo de la investigación; seguido por la utilización de diversos métodos (Histórico, conceptual) de los temas y sus fundamentos teóricos y prácticos dentro de cada campo de estudio, llevando constantemente un orden para el desarrollo de la investigación; facilitando de esta manera el proceso y los puntos que se vayan a tratar.

Estos procesos serán la base para la propuesta de las estructuras gráficas para la elaboración del producto, los materiales, soportes y herramientas.

Práctica

La investigación aportará la búsqueda de líneas gráficas basadas en la cultura quiteña.

Será un aporte de carácter cultural para los jóvenes lectores que prefieran la ilustración como medio para enfatizar los relatos.

Según datos del Municipio de Quito los habitantes de la capital se aproximan a los 2'000.000, donde el mayor porcentaje son jóvenes alrededor de los 20 años; es por ello que la presente investigación es viable técnicamente y será de fácil accesibilidad dentro de los parámetros escogidos para la realización del producto.

Esta investigación aportará al desarrollo de nuevas técnicas basadas en el arte y la cultura quiteña dentro del diseño gráfico.

Premisa

Con la creación de la novela gráfica de una historia inédita de Quito, se podrá fortalecer la identidad gráfica en los jóvenes quiteños; además la ilustración de la novela aportará a la búsqueda y desarrollo de nuevos estilos gráficos, que probablemente en conjunto con el diseño gráfico, servirá de motivación para estudiantes y profesionales creativos en este desarrollo de nuevas imágenes.

Presupuesto del plan de investigación

ACTIVIDAD	V/ Unitario	TOTAL
Copia del libro: Como hacer una tesis	\$ 3.60	\$ 3.60
Copia del libro: La práctica del diseño gráfico	\$ 2.90	\$ 2.90
Copia del libro: Fundamentos del diseño creativo	\$ 4.50	\$ 4.50
Impresión del borrador del plan de TTP	\$ 1.10 x 2	\$ 2.20
Entrega del documento FINAL (Incluye impresión a color y anillado)	\$ 2.60 x 2	\$ 5.20
		\$ 18.40

Presupuesto del proyecto de grado

ACTIVIDAD	V/ Unitario	TOTAL
Libros (varios)	\$ 125.00	\$ 125.00
Impresiones y anillados del proyecto	\$ 15.50	\$ 15.50
Materiales de dibujo (lápices, marcadores, rapidógrafos, etc.)	\$ 12.90	\$ 12.90
Internet y tecnología	\$ 150.00	\$ 150.00
Transporte	\$ 80.00	\$ 80.00
Derechos para la defensa del de grado	\$ 800.00	\$ 800.00
		\$ 1183.40

CAPÍTULO I

1. Comunicación Visual y Diseño Gráfico

1.1. Comunicación visual

Como generalidad y característica principal de la comunicación visual, se dirá que es aquella en la que interviene directamente el sentido de la visión y se divide en: casual e intencional. (Eco Humberto; 1986, p. 66)

Una comunicación casual puede ser interpretada libremente por el que la recibe. En cambio, una comunicación intencional debería ser recibida por el receptor con el mismo significado que el emisor la ideó. Pero esto no resulta tan sencillo ya que el receptor está inmerso en un ambiente lleno de interferencias que pueden alterar e incluso anular el mensaje. Cada receptor tiene filtros (sensoriales, operativos, culturales) a través de los cuales ha de pasar el mensaje antes de ser interpretado.

Según Rouviere y Delmas, “la pérdida de la visión produce un grado de invalidez mayor al de cualquier otro sentido. Fisiológicamente, la importancia del sistema de la visión queda de manifiesto por la complejidad de sus órganos receptores, los ojos, y la importancia relativa de las regiones cerebrales involucradas” (Rouviere H, & Delmas A; 2003: p. 54).

El sentido de la vista puede representar el sentido más importante que posee un ser humano y los animales en general, debido a que es el único sentido que proporciona directamente una representación precisa del medio que los rodea, detecta los movimientos, lo que representa en todos la capacidad y ventaja para desenvolverse en el medio de cada uno.

Con respecto a la capacidad de comunicación cabe recalcar que la percepción de imágenes que se da en los individuos hace posible una transmisión ágil de información, especialmente para la descripción física de los elementos del entorno, es decir, la representación, la comunicación y el conocimiento señalan

una taxonomía del para qué de la imagen que lleva a redefinir las formas de aprensión del mundo.

1.1.1. La importancia de la comunicación visual

La importancia del sistema visual en el aspecto comunicativo se basa fundamentalmente en la capacidad de cada individuo para interpretar el mundo exterior, y es exactamente en el ámbito comunicativo el sentido relativamente de mayor percepción en relación a los otros sentidos ya que por medio de la vista los seres humanos reciben una inmensa cantidad de información del medio.

El autor Bruno Munari en su obra “Diseño y comunicación visual” manifiesta que, actuando por separado, cada uno de los sentidos tiene sólo un porcentaje relativo de efectividad: el gusto, olfato, tacto y el oído tiene un 20% de información, mientras que a través de la vista se capta el 80% restante. De ahí la importancia que adquiere la Comunicación Visual. (Munari, 1996: p. 106)

Munari resalta la importancia del sentido de la visión por sobre los demás sentidos, quedando como evidencia que la percepción que se tiene del medio es en mayor cantidad captada por la vista, y se podría decir que los demás sentidos tienen una gran importancia pero serían un complemento para el desempeño óptimo de una persona, al contrario de la visión, que al no poseerla el rendimiento sería muy limitado.

Todo aquello que es captado por el sentido visual es considerado como información visual, es decir, aquellas percepciones a la vista de los individuos son emisiones potenciales de mensajes, no obstante, el fin de la información recibida clarifica el tipo de información enviada por todo el entorno.

Para los seres humanos es de fundamental importancia el dominio de la comunicación visual, ya que todas las imágenes y símbolos que se perciben a través del sentido de la visión, afectan la comprensión y condicionan a la hora de tomar decisiones.

Es necesario que los profesionales de la comunicación posean herramientas para analizar y reflexionar críticamente las imágenes que circulan, para ello deben comprender la complejidad que implican los procesos de percepción y de representación visual; tomando en cuenta que es una ventaja que la comunicación visual es una manera de llegar de forma directa a las personas; ya que estas tienden a prestar más atención a las imágenes que a las palabras.

1.2. Diseño Gráfico

El auge que ha tenido el Diseño Gráfico en los últimos tiempos ha sido tan trascendental, de manera que hoy en día es vista como una nueva visión en cuanto a la creación de objetos, dando como consecuencia un cambio en la mentalidad humana con respecto a la percepción que se tiene del mundo en general.

Como manifiesta Kaplún, el diseño gráfico representa una herramienta poderosa para transmitir ideas de forma clara, atractiva y directa, usando para ello diferentes elementos gráficos que den forma al mensaje y lo hagan fácilmente atendible por los receptores del mismo. (Kaplún M. 1998: p. 82)

El pensamiento del autor Kaplún pone al descubierto el hecho que la mayor parte de información recibida por una persona, la realiza por medio de señales gráficas, es decir que una persona tiende a captar mayor cantidad de información y retenerla, cuando recibe un mensaje que tenga una relación gráfica, o en su defecto capta mejor los mensajes cuando es por medio de representaciones gráficas.

Dado como herramienta de comunicación, el diseño gráfico puede ser aplicado globalmente ya que todas las cosas que son creadas por el hombre se basan en diseños.

Según Frascara el diseño: “es la acción de concebir, programar, proyectar y realizar comunicaciones visuales producidas en general por medios

industriales y destinados a transmitir mensajes específicos a grupos determinados” (Frascara J. 2001: p. 19)

En otras palabras el diseño encierra un sistema o proceso de acciones encaminadas a realizar la comunicación visual, encerrando en ella un mensaje determinado para cada segmento de la sociedad.

A pesar de esta mera concepción del diseño gráfico, es importante que el enfoque del diseñador se base en la difusión de un mensaje y no solamente en la presentación fría de un gráfico, es decir, su trabajo debe ser tan claro y con tal vivacidad que sea comprensible en el más alto grado para el receptor al cual se dirige la comunicación.

Es evidente que el diseño tiene en la actualidad una relación íntima y directa con el mundo empresarial e industrial, la producción en masa es posible debido a procesos rigurosos y ello da como resultado mercaderías en grandes cantidades, pero como es de suponer, ningún producto se vende solo, por lo cual es necesario una gran campaña comunicativa que traduzca las bondades de los productos en necesidades de adquisición para los individuos, es así el ligamento existente entre la publicidad y la industria, ya que dicha publicidad es la herramienta que incita al consumo.

1.2.1. Gestión del diseño gráfico

En la actualidad las empresas atraviesan por momentos de competitividad mucho más marcados debido al crecimiento de los mercados y las industrias, y una de las decisiones más importantes que acogen éstas como estrategia de supervivencia y crecimiento es el diseño y la publicidad en general, lo cual es considerado como una herramienta al servicio de las empresas sin importar sus actividades y también de sus usuarios, respondiendo cada uno en su área a los requerimientos de los clientes en el ámbito del diseño.

El diseño constituye un eje fundamental en las empresas para el cumplimiento de sus estrategias y consecución de objetivos, ya que estas pueden lograr una

diferenciación ante sus competidores directos y más que ello el ser reconocidos como marca o producto en un determinado segmento de mercado, inclusive no solo se puede tener una imagen externa a la empresa sino que por medio del diseño las empresas pueden obtener resultados por medio de la influencia en sus colaboradores, y crear armonía y eficiencia en un lugar de trabajo.

El que las empresas hagan parte de sus actividades u operacionalidad al diseño, significa que se introducen en la innovación, ya que trabajar con diseñadores enriquece la visión estratégica del negocio desde muchos puntos de vista, que van desde la propia identidad de la empresa, hasta poner en venta un producto.

El autor Torsten Dahlin manifiesta que “La gestión de diseño lucha por crear entendimiento y conciencia entre el personal de todos los niveles cuyas acciones, aunque sea en la más mínima decisión, son el núcleo de la gestión de diseño. La gestión de diseño funciona en todos los lugares y situaciones en las cuales la organización, a través de su estructura, productos y empleados, toma decisiones sobre experiencias de consumidor y calidad de sus productos”. (Dahlin T. 1998: p. 75)

La gestión del diseño se enfoca en proyectar una imagen interna de una organización, integrando en ella a todos los niveles de la misma, además de las características de un producto o servicio, sin olvidar el énfasis que debe hacerse por proyectar también la calidad y compromiso de dicho producto para con la sociedad.

La manifestación de Dahlin, se resume en que las empresas por medio del diseño tratan de crear un medio armónico en los lugares de trabajo, fomentando entre los colaboradores la identidad y fidelidad para con su empresa, el reconocimiento y entrega a ella para convertirse en equipos con mayor rendimiento o con eficiente productividad.

1.2.2. Responsabilidad social del diseño gráfico

La responsabilidad que recae sobre los profesionales del diseño se enmarca en la consciencia de los mensajes que transmiten en su medio, mismos que deben ser adaptados a la realidad social, cultural, política, económica, etc., tratando en lo posible de ser facilitadores entre la problemática social y las posibles soluciones, ya que pueden contribuir a que algunas situaciones cambien, para mejorar, prevenir e implementar políticas tendientes a disminuir los siniestros que puedan acontecerse en un conglomerado a través de mensajes claros y definidos.

El diseño al ser una herramienta susceptible al pensamiento humano, debe ser manejado con absoluta transparencia y responsabilidad, propugnando siempre por los bienes comunes en el caso de ser público y en no afectar intereses ajenos en el caso de ser privado.

El diseñador gráfico cuando propone una campaña espera que ésta sea efectiva, es decir, que dicha campaña sea acogida y comprendida por la mayor cantidad de individuos dentro de la sociedad a la cual se ha dirigido la misma, y que a través de sus mensajes disminuyan o que al menos no aumenten los índices de acontecimientos que en las diferentes áreas adolece la sociedad como por ejemplo prevención contra accidentes, cuidado del medio ambiente, aporte de la ciudadanía, identidad ciudadana, temas culturales, etc.

La responsabilidad social que adquiere un diseñador se basa en su compromiso al momento de la creación de un producto o servicio, ya que puede ser valorado positiva o negativamente al ser o no ser del agrado del público al cual está dirigido dicho producto o servicio, y debe crear un impacto dónde se tome una decisión de consumo o de conciencia según sea el caso.

Uno de los ejes fundamentales para el progreso de los pueblos es la comunicación, y dentro de ella el diseño, de tal forma que es de vital importancia el aporte que dicha comunicación pueda realizar para ser impulso de soluciones y plataforma para el desarrollo social.

El diseñador mediante su labor y gestión deberá aportar responsablemente a la producción de modelos aceptables socialmente y a la difusión de mensajes que tiendan a la equidad social.

El diseñador además de proponer diseños socialmente responsables, debe ser cuidadoso en el aspecto de preservación medioambiental, debe siempre mantener un enfoque ecológico en los trabajos que y al momento de ejecución se debe aprovechar al máximo el papel, evitando de alguna manera productos que perjudiquen al medio ambiente o la sociedad.

El diseño socialmente responsable no sólo trabaja intentando cuidar el impacto ambiental, sino también con una mirada globalizada pensando en el ser humano y todo su entorno, actuando como principal la ética, ya que si se tiene que comunicar algo que vaya en contra de la forma de pensar y la filosofía personal, o más aun el accionar social, lo hará de forma clara y verás.

1.2.3. Tecnologías de la información y comunicación (Tics) y diseño

Las tecnologías de la información y comunicación, han sido el eje de un gran impacto social, representando así el motor de la globalización y comunicación a gran escala y sin barreras de espacio o tiempo para acceder a cualquier tipo de información; las Tics tienen como características la inmaterialidad, la instantaneidad, la interactividad y la posibilidad de información multimedia, lo cual integra de manera tácita al diseño gráfico en todos los ámbitos de la comunicación global y electrónica.

La relación existente entre las tecnologías de la información y comunicación con el diseño gráfico, representan un proceso integrador en el campo de la comunicación, debido a que por medio de estas se puede llegar a cualquier parte del mundo con cualquier tipo de mensaje o producto, incentivando de esta manera el consumo sin ninguna barrera de espacio principalmente.

En la actualidad la Internet se ha convertido en uno de los principales medios de comunicación, información y entretenimiento; por lo cual editoriales a nivel

mundial han optado por promocionar sus productos editoriales a través de este medio. No es nada raro encontrarse con héroes, superhéroes y personajes de historietas en la web debido a su fácil acceso y opciones de compra, venta y descargas gratuitas de material de lectura como novelas gráficas.

Cuando una editorial no cuenta con los recursos necesarios para una expansión global que incluyen gastos de envío, traslado, producción en masa, etc.; es posible recurrir a la promoción y venta en la web y las ventajas que esta presenta.

Además de las posibles limitaciones de recursos, las nuevas tecnologías apuntan hacia lo digital, desde la creación de imágenes, pasando por la edición y posterior lanzamiento; ejemplo de aquello es el tablero digital de la empresa japonesa Wacom y las ventajas que esta presenta. (El tema se amplía en el capítulo II 2.3.4. La novela gráfica digital: desarrollo y crecimiento)

1.2.4. Interfaces en el diseño

Una interfaz debe cumplir un rol muy importante, el cual es ser facilitador de las labores de los usuarios y para su cumplimiento es imperativo conocer las habilidades de los mismos, además de ello puede ser una limitante, debido a que si no es factible su explicación y comprensión por medio de la interfaz, quedará fuera de la interacción existente.

Sin embargo, los límites pueden surgir a partir del estado actual de los conocimientos y habilidades del usuario y también de la interfaz ya que esta puede presentar diseños que no concuerden con los detalles de las tareas a realizar.

En la actualidad, es evidente el predominio de la tecnología, y el campo del diseño no es la excepción, de tal manera que la principal herramienta de diseño es el computador por medio de una diversidad de programas creados con ese objetivo; el diseñador realiza un trabajo con un mayor nivel de

facilidad, derivándose de ello productos comprensibles para los usuarios de uno u otro producto o servicio.

1.2.5.1. Materiales de diseño

Como lo menciona el autor Moreno, “El conocimiento de los medios materiales y técnicos del dibujo facilita la interpretación de los diferentes matices, tonos y valores del trabajo de un diseñador. Mejora el lenguaje y facilita la comunicación de un producto, resalta aquello que conviene, lo hace posible en la mente y finalmente en la realidad”. (Moreno C. 2002: p. 98)

Es importante que un diseñador tenga un profundo conocimiento acerca de los materiales que utiliza en sus trabajos, ya que de esta manera podrá realizar presentaciones acordes al mensaje y al público que se desea cautivar con ello; el impacto que se generará con el adecuado uso de materiales que resalten coherentemente tonos y matices en las imágenes, será muy elevado, ya que podrá ser captado el mensaje que se proyecta de la forma que se pretende presentar el mismo.

La variedad que hoy en día se puede encontrar en materiales de diseño, arte, arquitectura, etc., es muy amplio, existen gamas en cada uno de ellos lo cual tiende al perfeccionamiento de los trabajos desarrollados, y cada uno de ellos puede adquirir una personalidad diferente dependiendo de las necesidades del usuario.

Entre los principales materiales que se utilizan para el diseño de novelas gráficas se tiene los siguientes.

- ✓ Papel
- ✓ El Grafito
- ✓ Lápices de color
- ✓ Bolígrafos, Plumas estilográficas y rotuladores (Isograph)
- ✓ La tinta
- ✓ La acuarela

1.3. El diseño gráfico en la actualidad

El rol que desempeña hoy en día el diseño gráfico es muy importante, ya que es uno de los pilares o ejes de desarrollo tanto a nivel empresarial como social, el acelerado avance de la tecnología ha dotado a esta disciplina de herramientas prácticas que facilitan la interacción entre los actores sociales comunicativos, es así, que los computadores han tomado una titularidad de la cual las organizaciones no pueden prescindir.

Como lo menciona Frascara, “Dado el crecimiento veloz y masivo en el intercambio de información, la demanda de diseñadores gráficos es mayor que nunca, particularmente a causa del desarrollo de nuevas tecnologías y de la necesidad de prestar atención a los factores humanos que escapan a la competencia de los ingenieros que las desarrollan.” (Frascara J, 2004: p. 25)

Es evidente que el mercado de bienes y servicios tiene un crecimiento acelerado, ello debido a fenómeno de la globalización como consecuencia de las tecnologías de la información y comunicación, es así que al existir una demanda creciente en todos los ámbitos sociales, políticos, culturales, etc., debe existir en relatividad una creciente oferta de profesionales que cubran las necesidades de un mercado, los mismos tendrán como meta la renovación de los hábitos de consumo mediante sus propuestas creativas.

1.3.1. Elementos Básicos del diseño gráfico

1.3.1.1. Elementos Conceptuales

Como manifiesta el autor Álvaro Bautista en su libro “Diseño Gráfico para una Comunicación Global”, el principal componente de toda composición gráfica es pues el mensaje a interpretar, la información que se desea hacer llegar al destinatario a través del grafismo. Esta información se debe representar por medio de diferentes elementos gráficos, que pueden ser muchos y variados, aunque los más comunes son:

- ✓ Elementos gráficos simples

- ✓ Elementos geométricos
- ✓ Tipos
- ✓ Gráficos varios

Lo más importante dentro de la comunicación gráfica puede representar el hecho de que las personas o un público determinado, capte la idea exactamente como se la desea transmitir, para lo cual se debe hacer un uso adecuado de todas las herramientas del diseño conjuntamente con un sentido común del diseñador enfocado al mercado meta.

Ilustraciones

Son elementos básicos que al combinarse dan como resultado un producto final en el que tienen mucha importancia una serie de conceptos propios del diseño gráfico, entre los que destacan: (Eco Humberto; 2001, p. 103)

- ✓ Las agrupaciones.
- ✓ La forma.
- ✓ Los contornos.
- ✓ La ubicación.
- ✓ El tamaño.
- ✓ El color.
- ✓ El contraste.
- ✓ El equilibrio.
- ✓ La simetría.

El punto

Como lo menciona Amador, el punto representa la mínima expresión de la comunicación visual, es el elemento gráfico fundamental y por tanto el más importante y puede intensificar su valor por medio del color, el tamaño y la posición en el plano. (Amador J, 2010: p. 67)

La línea

El autor Gonzáles en su obra “Análisis Estructural lo expone de la siguiente forma: “La línea está formada por puntos alineados en forma longitudinal; recta, curva, ondulada o quebrada, en forma contigua e ininterrumpida. Es un punto que se expande. Pueden estar dispuestas las líneas, en sentido horizontal, vertical u oblicuo, y tener diferentes espesores (más finas o más gruesas). Si es demasiado gruesa dejará de ser línea para convertirse en un plano”. (Gonzáles O, 2003: p. 144)

El contorno

Se habla de contorno cuando el trazo de línea se une en un mismo punto. En la terminología de las artes visuales se dice que la línea articula la complejidad del contorno. Cuando la línea cierra un determinado espacio se crea una tensión entre el espacio y sus límites y es entonces cuando la línea tiene un gran poder de atracción. La característica principal del contorno es que son estáticos o dinámicos dependiendo del uso que se les dé o de las diferentes direcciones que éste adopte. (Principios básicos del diseño gráfico / ecured.cu)

Volumen

Físicamente el volumen es considerado como la cantidad de espacio que ocupa un cuerpo, y en ámbito de diseño es el primer análisis que realiza el ojo en la percepción. (Amador J, 2010: p. 70)

1.3.1.2. Elementos Visuales

Los elementos visuales son la parte más prominente del diseño gráfico, ya que representan todo lo que pueda ser visto y captado por la percepción de un público determinado, y que además aportan identidad al diseño.

A continuación se hace cita de los principales elementos visuales. (Amador J, 2010: p. 67-106)

Forma: Todo lo visible tiene una forma, la cual aporta para la percepción del ojo una identificación del objeto.

Medida: Todas las formas tienen un tamaño.

Color: El color se utiliza comprendiendo no solo los del espectro solar, sino asimismo los neutros (blanco, negros, grises) y las variaciones tonales y cromáticas.

Ampliación sobre el color: El color es un fenómeno físico de la luz, relacionado con las diferentes longitudes de onda en la zona visible del espectro electromagnético, que perciben las personas y algunos animales a través de los órganos de la visión, como una sensación que nos permite diferenciar los objetos del espacio con mayor precisión.

Textura: Tiene que ver con el tipo de superficie resultante de la utilización del material. Puede atraer tanto al sentido del tacto como al visual.

1.3.1.3 Elementos Prácticos

La clasificación de los elementos prácticos del diseño, imperan en la ubicación e interacción de las formas seleccionadas para un diseño, éstas pueden tener valores y sentidos que varían en la percepción del público por su posición y dirección.

Los elementos prácticos van más allá del diseño en sí, y como es de esperar son conceptos abstractos. (Amador J, 2010: p. 114)

Representación: Se refiere a la forma de realizar el diseño: puede ser una representación realista, estilizada o semi abstracta.

Significado: Todo diseño conlleva consciente o subconscientemente un significado o mensaje.

Función: Para lo que esta creado dicho diseño.

1.3.1.4. Forma y Estructura

Se podría definir como el producto final que se obtiene con la combinación de los antes mencionados elementos visuales, la forma es la apariencia externa de las cosas. Las propiedades que definen la forma son: contorno, tamaño, color, textura, posición, orientación, inercia visual. La estructura es la disposición, orden y relación de las partes dentro de un todo. La estructura como soporte de la forma, brinda equilibrio y resistencia.

La forma y estructura es parte fundamental en la comunicación visual de una composición. Mediante estos elementos se pueden crear sensaciones y emociones en el consumidor.

1.3.1.5. Semiótica del Color

La semiótica del color es un campo que trata de estudiar la relación establecida entre los colores y la expresividad del diseñador, ya que, todo el mundo reacciona delante de los colores y todos tienen preferencias distintas sobre unos u otros, sintiendo agrado o desagrado por uno o varios colores y sus combinaciones dentro de un diseño.

La semiótica del color está relacionada con la psicología del color; la utilización de un determinado color o gamas de colores pueden crear sensaciones en el individuo e incluso influenciar en su estado de ánimo.

Como lo menciona Joan Costa: “Diseñar, visualizar supone utilizar colores, por tanto aplicar a este uso funciones comunicativas. Lo cual no siempre tiene relación con los colores tal como los vemos en la realidad, sino con una Intencionalidad expresiva o comunicativa del diseñador. La percepción del mundo y a percepción gráfica son cosas en esencia diferentes. El color así considerado es un elemento más del sistema gráfico, en pie de igualdad con las formas, las imágenes y los signos, sean tipográficos o icónicos”. (Costa J. 2003; p 22)

El uso que se le pueda dar a los colores dentro de un diseño, tendrá una importancia vital en el mismo, ya que mediante el uso adecuado y combinaciones correctas, se logrará tener un impacto de alto nivel en el público al cual se dirija; los colores deben ser usados de tal manera que provoquen agrado y aceptación.

La semiótica del color hace referencia al estudio de la comunicación que brinda el lenguaje del color por medio de signos cromáticos, esta considera a los colores como elementos de comunicación o signos.

Es así que el color y sus significados varían de cultura en cultura; es decir, que si en la cultura occidental latinoamericana el color rojo representa amor, sangre, violencia, deseo, erotismo, etc.; en otra cultura como la oriental (china) el color rojo simboliza buena suerte, belleza, es un color positivo utilizado en fiestas y bodas.

1.3.1.6. Legibilidad

La legibilidad es un tratamiento que se da a los elementos gráficos para que su eficacia perceptiva sea óptima. El objetivo del diseñador es lograr que el lector se sienta estimulado a continuar cómodamente la lectura.

Alliende manifiesta que “En el marco de una concepción de lectura como comunicación entre un lector y un texto escrito, el éxito de esa comunicación depende de características de ambos factores. El concepto de legibilidad alude entonces, al conjunto de atributos de un texto que favorecen u obstaculizan la comunicación eficaz con un lector de acuerdo a la competencia de estos y las condiciones en las que se realiza la lectura”. (Alliende, 1994: p. 73)

Haciendo referencia al diseño, la legibilidad es entendida como una cualidad que posee una gráfica o diseño para ser fácilmente percibida o captada, es decir que el receptor capte claramente el mensaje que el diseñador desea transmitir.

Es evidente la relación directa existente entre legibilidad y comprensión, ya que esta sería vista como una característica, todo texto legible es, por eso mismo, comprensible.

1.3.1.7. Tipografía

Se entiende por fuente tipográfica al estilo o apariencia de un grupo completo de caracteres, números y signos, regidos por características comunes. Mientras que familia tipográfica, es un conjunto de tipos basado en una misma fuente con algunas variaciones, tales como por ejemplo, el grosor y la anchura, pero manteniendo características comunes. Los miembros que integran una familia se parecen entre sí pero tienen rasgos propios.

Cada fuente y familia tipográfica tiene características que la distinguen entre otras, que las hace únicas y le da personalidad al texto. Esa personalidad se magnifica cuando una fuente se usa a través de una presentación digital. (Geovanni Martínez Castillo, 2011: p.16)

Es evidente que la palabra en cualquiera de sus expresiones es una herramienta fundamental para llegar a una persona o persuadirla con algún fin, de ello se tiene que la palabra impresa es un medio que tiene una gran difusión por ende, un poder informativo de gran acogida en todo el mundo.

La tipografía actualmente enmarca un amplio campo de labores como son la realización de libros, periódicos, anuncios publicitarios, revistas, etc., y cualquier otro documento impreso que se comunique con otros mediante palabras.

- ✓ **Fuente tipográfica** es la que se define como estilo o apariencia de un grupo completo de caracteres, números y signos, regidos por unas características comunes.
- ✓ **Familia tipográfica**, en tipografía, significa un conjunto de tipos basado en una misma fuente, con algunas variaciones, tales, como por ejemplo, en el grosor y anchura, pero manteniendo características comunes. Los

miembros que integran una familia se parecen entre sí pero tienen rasgos propios.

CAPÍTULO II

2. Editorial, ilustración y novela gráfica

2.1. Editorial

Un editorial en un sentido es un artículo periodístico no firmado que presenta un análisis y un juicio sobre una noticia de gran relevancia, desde este punto de vista se puede afirmar que el editorial representa un género periodístico.

El diseño editorial es considerado como una rama del diseño gráfico, la cual tiene como especialidad la composición de publicaciones como libros, revistas o periódicos, e inclusive la realización de sus diseños internos y externos, los cuales mantengan el lineamiento estético y respetuoso de cada una de sus publicaciones, buscando la armonía entre el texto, la imagen y diagramación.

2.1.1. Partes de un libro

Un libro es mucho más que hojas impresas con ilustraciones y textos, ya que poseen una estructura coherente de partes, y cada parte tiene una denominación y función específica, a continuación se hace cita de las principales partes de un libro.

2.1.2. Principales secciones de un libro

Como lo menciona el autor Dalley, las partes principales de un libro son: (Dalley T, 1999: p. 111)

Exterior:

- Tapa (cubierta)
- Sobrecubierta.
- Solapas.
- Contratapa.
- Lomo.
- Faja.

- Título

Interior:

- Páginas de guarda.
- Portada.
- Contraportada.
- Créditos o página de derecho.
- Dedicatoria.
- Índice.
- Texto principal.
- Cabezal o encabezamiento.
- Pie de página.
- Folio o numeración de página.
- Colofón o pie de imprenta

Cabe recalcar que el esquema antes presentado no es una normativa a la cual se deben regir estrictamente todos los libros o autores, mas bien depende del presupuesto que se requiera para la edición, del mercado al cual esté enfocado y de la imagen que se pretenda dar al público.

2.1.3. Diseño editorial

Debido a la gran cantidad de ofertas y estímulos visuales, es necesario un diseño editorial representativo para transformar al cliente potencial en un comprador real y fiel a las marcas, principalmente se debe hacer énfasis en el diseño exterior de las publicaciones, debido a que son la primera impresión que recibirán los clientes, a pesar de ser el contenido el motivo de su adquisición, esta no se dará sin la existencia de un impacto visual que genere interés en el comprador.

El diseño que se da a la publicación exteriormente será la llave de acceso a sus contenidos, por ello es de gran importancia obtener una gráfica que responda al mensaje que se transmite en el texto. Si esto no es así se corre el

riesgo de malograr la ardua tarea que supone escribir un libro, o llevar a cabo una revista o periódico; además de ello, es imperativo que exista relación y concordancia entre la tapa, contratapa y el texto, con el fin de no generar divergencias entre los lectores.

El diseño interior de la publicación, representa un factor importante para mantener el interés durante la lectura, ya que dicho interés depende de la elección del formato, tipografía y organización de las imágenes.

El diseño editorial debe tener un alto grado de coherencia gráfica y comunicativa entre el interior, el exterior y el contenido de una publicación, es por ello que la participación del diseñador es fundamental.

Según el autor García, “Cada tipo de medio sea este revista, periódico o libro, y sus géneros específicos tienen sus características en cuanto a formato, composición, información y jerarquía de los elementos. Así, el diseño busca expresar el mensaje de la publicación estableciendo una unidad coherente entre texto y gráfica. Debe adecuarse a las variables de pertenencia social y cultural, nivel de educación, nivel económico, edad y género, ya que, por ejemplo, hay grandes diferencias entre una publicación orientada a adolescentes y otra dirigida a amas de casa. El análisis permitirá desarrollar un diseño original que distinguirá a la publicación en cuestión por sobre las demás. (García M, 2001: p. 17)

Existen tres factores fundamentales que debe considerarse en el diseño editorial:

- ✓ Publicación
- ✓ Lectores
- ✓ Competencia

2.1.4. Manejo técnico

2.1.4.1. Tipografía y legibilidad tipográfica

Según lo manifiesta Rodríguez L, “Una vez que se ha analizado el contenido de la publicación es necesario buscar las formas más efectivas para comunicarlo. La diagramación debe desarrollar tanto el valor estético como el valor comercial del diseño. Los elementos básicos que se deben considerar para obtener un diseño editorial exitoso, son los siguientes”: (Rodríguez L, 2007: p. 183)

- Legibilidad tipográfica
- Imagen
- Caja tipográfica
- Grilla o retícula editorial
- Material o soporte
- Formato

Es decir, que en una publicación no solo es importante el papel que juega su contenido, ya que lo que realmente será de impacto en el corto plazo es su forma, el cómo se presenta al público determinará la acogida del mismo.

Cuerpo:

Los factores influyentes al momento de seleccionar el cuerpo tipográfico son los siguientes: (Rodríguez L, 2007: p. 188)

- ✓ Interlineado.- Es la distancia que hay entre una línea y otra.

Interletrado.- Es el espacio que se añade entre letras.

Lo más importante para una ideal comprensión del contenido de una publicación es la legibilidad del mismo, de esta manera se podrá transmitir el mensaje de forma adecuada, es decir que el receptor comprenderá la idea que se desea transmitir. Para lograr una lectura comprensible no sólo es importante la organización general del texto y la imagen, sino que la elección

tipográfica también es decisiva. Una inadecuada decisión en la tipografía, pueden producir textos ilegibles.

Dentro de la tipografía se puede mencionar dos factores importantes como son la fuente y la familia tipográfica; dónde la fuente tipográfica representa la apariencia que tiene un conjunto de caracteres, números y signos, los cuales se rigen por cualidades comunes entre sí; mientras que familia tipográfica representa un conjunto de tipos basado en una misma fuente con algunas variaciones, entre las cuales se tiene: grosor y anchura, siempre y cuando mantengan cualidades comunes.

Tanto la fuente como la familia tipográfica, poseen cualidades propias que las diferencian de otras, es decir, las hace únicas y le dan identidad a un texto.

La tipografía se vuelve parte fundamental de una composición gráfica; es la presentación verbal de un producto gráfico, como en este caso de la novela gráfica *Cicatrópoli* “la carita de Dios”.

2.2. Diseñar con color

Un cómic representa una narración o relato de una historieta por medio de una serie de ilustraciones que sirven como complemento al texto que guía dicha narración, aunque también existen historietas mudas, o sin texto.

El cómic se organiza en una serie de espacios o recuadros llamados viñetas, El texto escrito suele ir encerrado en lo que se conoce como como globo, el cual sirve para integrar en la viñeta el pensamiento de cada uno de los personajes de la historieta.

El color puede tener gran repercusión en la página de cómic. Potencialmente, es una parte tan importante dentro del proceso de diseño del cómic como cualquier otra, ya que refuerza todos los aspectos narrativos, evoca ambiente y clima, y complementa el estilo de las ilustraciones.

El color de los cómics ha evolucionado y ha pasado de una gama limitada de tonos mecánicos a las enormes paletas digitales y efectos especiales que se emplean en los libros de superhéroes modernos. A medida que la tecnología avanzaba, se hizo posible la reproducción de cómics totalmente a color y, en la actualidad, casi cualquier cosa posible.

Como es obvio, incluso hoy en día, no todos los cómics emplean el color. Muchos cómics independientes se publican en blanco y negro por razones meramente económicas, y otros optan por el monocromo por razones artísticas. Existe también una tendencia entre los cómics alternativos que consiste en utilizar el negro con uno o dos colores directos.

2.2.1. El desarrollo del color en los cómics

Incluso durante los años embrionarios de la forma artística de los cómics, muchas tiras dominicales se producían en color, pese a su elevado coste. Innovadores como Winsor McKay se adaptaron rápidamente a las nuevas oportunidades que les ofrecía la impresión a color para crear páginas dominicales asombrosas.

En Europa, la ilustración en blanco y negro fue, en sus comienzos, la norma para los cómics semanales, mientras que los primeros *comic-books* estadounidenses sólo se coloreaban parcialmente. Cuando se lanzó *Superman* en 1939, los cómics en tinta de periódico a cuatro colores estridentes se convirtieron en el formato estándar.

Los coloristas especializados utilizaban una gama limitada para añadir color a los contornos negros de los dibujantes, rellenando el espacio existente entre las líneas, como si de un libro de pintar y colorear se tratara. Hasta la década de 1970, el colorista contaba con un máximo de sesenta y cuatro colores para trabajar. Las fotocopias se coloreaban con pigmentos Dr. Martin y, a continuación, se anotaban laboriosamente con códigos alfanuméricos para cada color concreto. Entonces, el equipo de la imprenta creaba separaciones a mano pintando varias disoluciones de una pintura marrón en hojas de acetato.

Estas separaciones se utilizaban para crear las planchas de imprenta. No había manera alguna de comprobar la precisión del trabajo del colorista o del separador (sin un proceso caro y lento) hasta que el libro salía de la imprenta.

Aparte de un costoso proceso de color llamado fotograbado, la mayoría de los cómics se coloreaban mediante este método rudimentario hasta mediados de la década de 1970, y veinte años después aún quedaban algunos editores que lo empleaban. Con el avance de la tecnología empezó a aparecer una gama de colores más amplia y algunos editores adoptaron la técnica europea del “lápiz azul”. Los cómics a color se separaban fotográficamente, método en el que destacó la revista *Heavy Metal*.

Con la llegada de las técnicas digitales de aplicación del color, el colorista dispone ahora de millones de colores a un clic. El programa Adobe Photoshop hizo que las separaciones a mano quedaran obsoletas, ya que el *software* las crea automáticamente. Hoy en día, la aplicación de color por ordenador ya no suele imitar el método “plano” tradicional, sino que añade florituras digitales, toques de luz con aerógrafo y efectos especiales. Las técnicas de pintura digital también pueden utilizarse para crear efectos pictóricos llamativos con el único punto de partida de la ilustración a lápiz del dibujante.

Con tantas opciones al alcance de la mano, resulta muy sencillo conseguir ilustraciones apabullantes o sombreadas y modeladas con una perfección excesiva. En la actualidad, el colorista de cómics debe ser capaz de contenerse y aplicar el contraste adecuado para realzar las ilustraciones.

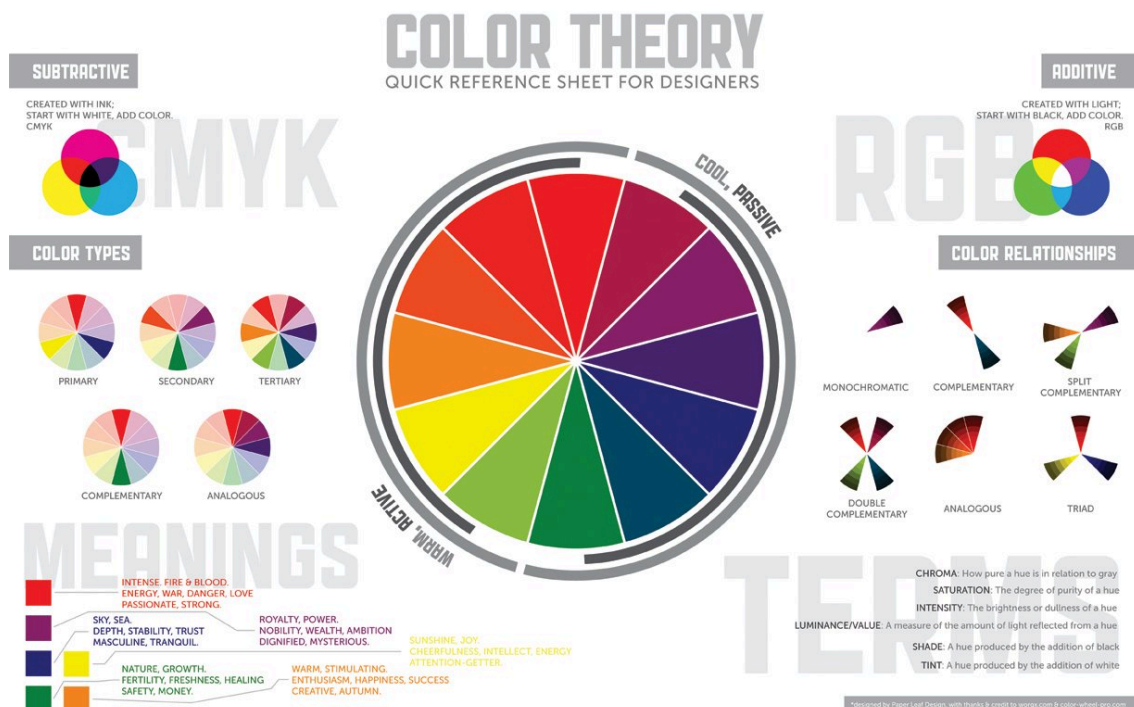
2.2.2. Combinaciones de colores

Impresión y pantalla

Aunque en muchos de los cómics actuales se aplica el color por ordenador, hay que destacar que los colores se comportan de forma distinta en una pantalla de ordenador que impresos en papel. Por ello, es importante preparar

archivos de color digitales en el formato correcto, según si su destino final es la web o bien un libro, revista o cómic.

Figura 2.01. Tabla teoría del color



Fuente: <http://visual.ly/color-theory>

El colorista debería tener presente también el foco principal de cada viñeta para conseguir dirigir la mirada del lector hacia la zona apropiada mediante contrastes de color. El mismo también puede decidir utilizar una gama de colores distinta, de manera que cada escena individual presente un aspecto característico y coherente.

Uso de una gama limitada

Las gamas monocromáticas sirven para indicar efectos de iluminación fuertes. Se tiende a utilizar el azul para la oscuridad y la noche, pero existen otras circunstancias en las que resulta adecuado emplear una combinación de color único.

2.2.3. Pintura digital

Actualmente, los profesionales habilidosos pueden crear, con programas informáticos como Adobe Photoshop y Corel Painter, imitaciones convincentes de técnicas pictóricas tradicionales.

Estos programas ofrecen muchos pinceles digitales distintos, con los que cabe conseguir aproximaciones bastante precisas a los estilos del mundo real. Si se emplean junto con tabletas digitalizadoras sensibles a la presión, pueden crearse pinturas de asombrosa autenticidad.

La oferta de programas y herramientas informáticas, facilitan el trabajo del arte de la pintura, aunque podría ser subvalorado por su grado de esfuerzo y tanto, su acabado y belleza es indiscutible, además que puede ser admirado globalmente y no solo en galerías específicas.

Figura 2.02. Personaje “Agua segura” Club Rotario



Elaborado por: Fernando Cano Galarza

Figura 2.03. Variación del personaje “Diablo”



Elaborado por: Fernando Cano Galarza

2.2.4. Imagen

Para la elección de la imagen deberán ser tomados en cuenta los siguientes aspectos:

Funciones:

Una forma muy certera de reforzar la comprensión del contenido de un texto sin duda es la integración de imágenes en el, ya que el lenguaje visual es una manera de ampliar y explicar los contenidos escritos en un libro, revista o periódico.

Las imágenes son un apoyo muy grande a la comprensión ya que sirven además de descanso en la lectura, también como facilitadores de legibilidad. (Millán José; 2008, p. 31)

Disposición:

Las imágenes pueden ser puntos de atracción de interés en los lectores siempre y cuando mantengan coordinación con el texto pueden ubicarse en distintas partes de éste. (Millán José; 2008, p. 32)

2.2.4.1. Ilustración:

Como lo menciona (San Miguel David; 2008, p. 11) “la ilustración constituye un compendio sobre todas las posibilidades que ofrece este medio expresivo que, por lo general, no suele recibir la atención que merece tanto por su interés intrínseco como por el gran número de profesionales que se dedican a él”

Según el National Museum of Illustration de Rhode Island, en Estados Unidos, “los ilustradores combinan la expresión personal con la representación pictórica a la hora de transmitir ideas”. La expresión personal puede estar comprendida desde el punto de vista artístico; pero la transmisión masiva de ideas por medio de la ilustración permite involucrar la publicidad a determinados temas.

Figura 2.04. izq
Figura 2.05. der

Ilustración afiche “Knock out”

Ilustración afiche “El amor por la paz” exposición “San Violentín”



Elaborado por: Fernando Cano Galarza

Los años sesenta experimentaron un incremento sin precedentes del consumismo, cuando los baby-boomers de la posguerra enfocaron la vida con un optimismo y un entusiasmo nunca vistos. Los adolescentes llegaban a la mayoría de edad, surgían los movimientos juveniles y con ellos la necesidad de un lenguaje gráfico visual que los identificara. Psicodelia, Op Art y Pop Art situaron las artes visuales sobre el mapa firmemente. Era el inicio de una nueva época con perspectivas de futuro y las imágenes ilustradas ayudaron a definir la apariencia de la década.

A medida que los años sesenta daban paso a los setenta, considerada como una década olvidada por el gusto, empezó a tomar forma una nueva sensibilidad gráfica. Bajo la influencia de las drogas, que habían invadido los años hippies de finales de los sesenta, el trabajo de las ilustraciones de Roger Dean y Peter Jones tomó la estética visual de la fantasía y la ciencia ficción, creando personajes con tintes científicos con el fin de justificar mutaciones, super poderes, super humanos que nacerían en laboratorios de editoriales como Marvel cómics o DC cómics.

Los ochentas fueron años prolíficos y, a pesar de la recesión que se viviría en los noventa, cuando parecía que se vivían los últimos momentos de esta disciplina tradicional, la llegada de la era digital supuso un renacimiento de la ilustración, así como una bocanada de aire fresco por las posibilidades que le ofrecía. De este modo, la ilustración continuaría retratando la actualidad. (Principios de Ilustración / ZEEGEN Lawrence / CRUSH / Editorial GILI)

Espacios en blanco:

Los espacios en blanco principalmente sirven como descansos y pausas en la lectura, como espacios de reflexión y como formas de equilibrar la composición. Los espacios en blanco dentro de una composición, permite al ojo descansar.

Caja tipográfica

La caja tipográfica se la puede definir como un tope imaginario que limita el sector de impresión en cada página. (Arrellano & Vásquez; 2008, p. 65)

Grilla o retícula editorial

La Retícula o grilla es considerada una herramienta que da sustento a la estructuración y organización tanto del espacio como de los componentes que conforman una pieza tipográfica.

La retícula debe ser previamente decidida con un criterio claro, es decir basada en la idea general, se plantea la grilla y luego se la usa para diseñar.

Permite obtener orden, legibilidad y funcionalidad. Una pieza tipográfica con una retícula o grilla de base es mucho más clara y armónica que una que no la tiene.

Material o soporte

Actualmente existe una gran variedad de materiales para publicaciones impresas, tal como papeles con varios gramajes, texturas y colores para específicos tipos de edición y presupuesto.

El diseñador deberá seleccionar el formato que se ajuste a las necesidades de la publicación e impresión con el fin de evitar el desperdicio de papel, de acuerdo con el tamaño de la página del libro, revista o periódico a diseñar. (Eliyahu Goldratt – 2008, p. 32)

Formato

El formato es el área total de la que se dispone para realizar un diseño. Incluye los márgenes y la caja tipográfica. A veces el diseñador puede elegir el formato, con lo cual tiene amplias posibilidades de composición. Pero en general está predeterminado y el diseñador debe adaptar su diseño a medidas estándar.

Los márgenes o espacios blancos que rodean la composición, tienen una función estética y una función práctica. Por un lado, permiten que la lectura sea más agradable. Por otro, facilitan la encuadernación de la publicación.

La variedad de los formatos casi siempre es por razones ergonómicas; el cartel debe ser grande, un sello pequeño, un libro suficientemente grande para poder leerse pero no mucho para poder manejarlo con una mano.

El utilizar los formatos estándares facilita la optimización del papel, lo que supone un beneficio económico, puesto que reduce la cantidad de papel utilizado. Siempre es aconsejable consultar con el impresor el tamaño del papel a utilizar, y dependiendo de este, el diseñador debe adecuar sus formatos para la optimización.

El público al que se dirige el producto, su función y su tipología condicionan en definitiva el formato de cualquier diseño. Dos aspectos importantes a considerar en relación por el formato son el tamaño y la proporción. (McLean R, 1980: 32)

Los segmentos del público a quienes se dirige una publicación influyen en el diseño de la misma; no es lo mismo diseñar por ejemplo para infantes que para público adulto, ya que cada segmento tiene preferencias especiales sobre lo que se desea en una publicación.

Tamaño

El tamaño en el diseño gráfico es un elemento de impacto visual que ha de determinarse en función de las necesidades comunicativas del producto gráfico.

Las formas básicas del tamaño son: (McLean R, 1980: 34)

- Cuadrado. Estabilidad, seguridad, equilibrio. Es apropiado para elementos gráficos tanto en vertical como en horizontal. Transmite dureza, frialdad, sequedad y masculinidad.

- Vertical. Aconsejado. Es la forma natural, fácil de manejar y la habitual en el uso. Los tamaños más adecuados para optimizar la utilización de los estándares de papel son 15 x 21 centímetros y 17 x 24 centímetros.
- Horizontal. Está recomendado para imágenes panorámicas de gran tamaño, pero hay que tener en cuenta que puede resultar incómoda debido a su gran horizontalidad.

Es importante que no se utilicen elementos gráficos que obliguen al lector cambiar el ángulo de lectura o la posición del texto, por lo tanto el texto y las imágenes deben tener simetría y el mismo sentido direccional.

Los tamaños de los elementos gráficos van acorde al tamaño de la resma de papel de la máquina donde se va a imprimir y de su utilidad.

Proporción

Es la relación existente entre un objeto y sus partes constitutivas y entre las partes de dicho objeto entre sí.

En edición, conocer las dimensiones de página antes de realizar cualquier proyecto es fundamental. Las proporciones más conocidas son la áurea, la normalizada, la ternaria y la 3:4. (Zanon D, 2002: 17)

- Áurea: 1:1,6
- Ternaria: 1:1,5
- Normalizada: 1:1,4
- 3:4: 1:1,3

El diseñador debe propender la búsqueda del equilibrio y simetría entre el alto y ancho de la publicación, manteniendo así una proporción adecuada entre los elementos de la misma.

Dependiendo de la publicación que se vaya a utilizar se aplicará las proporciones más o menos establecidas. La proporción áurea o la ternaria serían para un libro de lujo; si lo que se pretende es aprovechar los márgenes,

la proporción 3:4, y para una publicación distinguida, la proporción normalizada.

Partiendo de un tamaño determinado: 150 x 230 milímetros, si se pretende hallar las dimensiones de la caja, se divide cada dimensión por la proporción correspondiente:

- áurea: 94 x 144
- ternaria: 100 x 154
- normalizada: 107 x 164
- 3:4: 115 x 177

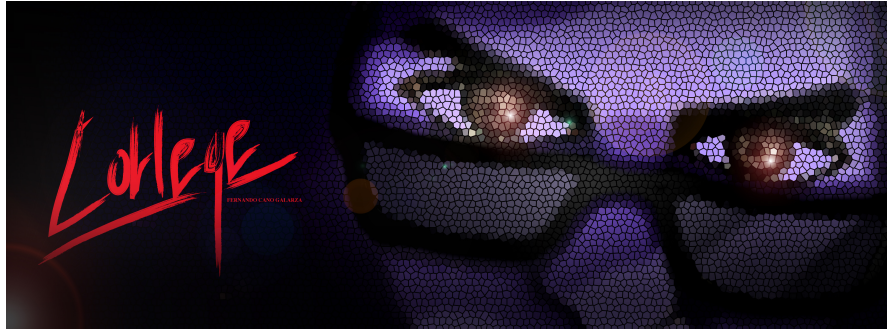
2.2.4.2. La Ilustración en la actualidad

En la actualidad, la actividad de la ilustración requiere una enorme versatilidad por parte de los profesionales que la ejercen. Los vínculos entre arte y diseño, discurso y práctica, percepción y reflexión, se hacen indispensables para elaborar proyectos comunicativos eficaces, actuales e innovadores. Cultivar esos puentes y reflexionar sobre las estrategias creativas, el uso de las tecnologías y su nexo con los procesos analógicos enmarcan el principal fin de la propuesta que se propone con el presente proyecto final de titulación.

Hoy en día uno de los principales problemas de la ilustración es la posición en la que se encuentra; al no ser parte del arte ni del diseño, la ilustración supone encontrarse en una línea intermedia entre ambas disciplinas, acogida por la una o por la otra dependiendo de la necesidad y el objetivo.

Nuevas tendencias han marcado en los últimos años, el regreso del estilo retro en las imágenes, el uso principalmente de vectores neografistas de carácter orgánico, la preferencia del minimalismo y su filosofía menos es más con su carácter funcional, han hecho que la ilustración busque nuevos caminos para formar parte de una nueva etapa y posterior evolución.

Figura 2.06. Ilustración banner tendencia retro 80's "College"



Elaborado por: Fernando Cano Galarza

El diseñador toma importantes decisiones sobre la naturaleza de la ilustración el color a usar cuando evalúa todos los elementos del diseño. El predominio que se le quiera dar a la ilustración y el cómo tenga que desplegarse la misma, afectarán a la elección del diseñador sobre el estilo de la ilustración. Un diseño puede ser preparado con destino a públicos distintos a base de explotar la ilustración en color. Por ejemplo, un banner de anteojos de sol (gafas) para redes sociales puede tener colores cálidos independientemente del tema a trabajar. La inclusión de un dibujo cuidadosamente encargado puede darle al producto un atractivo para un mercado diferente.

Figura 2.07. Ilustración banner Ray Ban Halloween 1



Elaborado por: Fernando Cano Galarza

Figura 2.08. Ilustración banner Ray Ban Halloween 2



Elaborado por: Fernando Cano Galarza

2.2.4.3. La ilustración nacional e internacional

En Ecuador, con el “boom” petrolero aparecen empresas locales y multinacionales, con ello aumenta la producción y la necesidad de tener marcas que identifiquen y diferencien cada producto. Se establecieron en las principales ciudades, editoriales, imprentas, agencias de publicidad que fueron las encargadas de desarrollar estrategias de marketing, comunicación y gráfica publicitaria. Creció el interés por la diferenciación de productos, aparecieron logotipos y marcas comerciales.

Es rescatable como cualidad de la ilustración gráfica, la relación e influencia que puede tener sobre la cotidianidad de las personas, además del impacto que tiene para poder influir en estos.

En la actualidad los medios ilustrados representan en uno de los mayores medios de comunicación, esto debido a su facilidad de difusión y accesibilidad a casi todos los segmentos del público en todo el mundo, de tal manera que constituye un ícono en la modernidad de la información.

Los países desarrollados marcan una fuerte influencia en el uso de las nuevas tendencias, ya que son aquellos países los que desarrollan y explotan los nuevos estilos gráficos y las formas de comunicación visual.

2.2.4.4. Técnicas de ilustración: estilos y aplicaciones

Existen desde la antigüedad una variedad de técnicas para ilustrar, entre tradicionales y modernas, a continuación se hace mención de las mismas. (Dalley T, 1999: p. 47)

Aguada: Es una técnica donde se diluye la pintura con agua y se pinta capa por capa de color hasta lograr el tono que se desea, se usa sobre cartulinas resistentes al agua como lo es el guarro con pinturas de acuarela, tinta china o gouache.

Crayón: Se usan crayones capa por capa muy opaca empezando por las tonalidades más suaves y cambiando de tonos cuando lo amerite. Lo mejor es usar crayones semi blandos y que no sean tan aceitosos ya que se saturaría el color muy rápido.

Acrílico: Se usa pintura plástica, el resultado es más brillante y de secado rápido, y se puede llegar a un resultado más realista. Se diluye con un poco de agua, y las superficies generalmente son cartulina y tela.

Óleo: Es una pintura de aceite conocida ya en la edad media. Debido a su secado lento es más flexible de manejar y de hacer modificaciones antes del secado.

Tiza pastel: Se usa generalmente en formatos grandes y es común en superficies de papel bond y cartulina. Se utiliza mucho la técnica del esfumado que consiste en difuminar los tonos desde los más claros hasta los más oscuros, aunque se debe tener cuidado porque puede llegar a ensuciar mucho.

Digital: Usando distintos programas de diseño profesional se puede lograr las técnicas ya nombradas anteriormente pero se debe saber muy bien su técnica para aplicarlas, hay que recordar que estos programas son una herramienta más. Tiene resultados muy parecidos a los reales. Una de sus ventajas es que se puede ahorrar en materiales y se puede cometer errores sin dañar el trabajo.

Hay muchas técnicas disponibles para crear bellas ilustraciones para imprenta a un solo color (grabado, linóleo, xilografía, rasqueta, siluetas, dibujos a la pluma y a trazos, etc.). En estas ilustraciones, con aspecto de grabado en madera o xilografía, hay una intrigante ambigüedad entre la técnica clásica del grabado en madera y el estilo ultramoderno de la ilustración.

La ilustración a todo color comprende una inmensa gama de estilos, desde el realismo a lo extraño y fantástico. Por lo tanto, le da al diseñador amplias posibilidades de presentar imágenes gráficas en formas frescas y originales.

Desde los días de la acuarela, la ilustración en color ha evolucionado hasta incluir el uso de muchos medios distintos. Aunque los mismos tienden a producir sus propios estilos, también pueden aplicarse a imágenes del pasado. Más aún: muchos ilustradores modernos combinan las técnicas actuales con imágenes del pasado en un intento de insuflar nueva vida a productos ya consolidados.

Figura 2.09. Ilustración para mural “Juventud sana” Municipio de Quito



Elaborado por: Fernando Cano Galarza

Figura 2.10. Ilustración FONDVIDA Cooperativa de ahorro y crédito (izq) / Propuesta de mascota para la facultad de diseño UNIVERSIDAD ISRAEL (der)



Elaborado por: Fernando Cano Galarza

En algunos diseños, el color se usa para crear un fondo de conjunto, Se trata de una aplicación útil, que le permite al diseñador invertir los elementos. Obviamente, si el diseño está impreso en papel blanco, entonces estos elementos serán blancos, pero se puede considerar la impresión en papel o cartón coloreado, lo cual puede ser muy efectivo.

Figura 2.11. Ilustración etiqueta 220V



Elaborado por: Fernando Cano Galarza

A la hora de realizar una ilustración destinada a trabajos digitales, como presentaciones, interfaces de aplicaciones o páginas web, se puede optar bien por dibujarlas a mano, escanearlas y retocarlas si es preciso, bien por empezar el dibujo directamente en un programa gráfico adecuado.

Sea como sea, los programas gráficos son de gran ayuda a la hora de trabajar con ilustraciones, ya que en ellos se realizan fácilmente operaciones que en dibujo o pintura son muy laboriosas (tareas repetitivas, copiar una imagen entera o parte de ella, dibujar trazados geométricos perfectos, aplicar filtros o efectos, etc.).

2.3. Novela Gráfica

La novela gráfica, fue considerada una parte del cómic, pero con el pasar del tiempo fue adquiriendo una identidad propia hasta convertirse en una rama de la ficción, con una singular característica que fueron las ilustraciones.

Una novela gráfica reúne generalmente las siguientes características: (Danner Alexander; 2009, p. 33)

- Formato e impresión de lujo, habitualmente con tapa dura (esta regla no se aplica a la novela gráfica digital).
- Un único autor o grupo de ellos.
- Pretensiones literarias y de gran calidad.
- Una única historia, larga y compleja.
- Destinada a un público maduro o adulto.

Algunos de los ejemplos más clásicos son los siguientes: (Danner Alexander; 2009, p. 33)

Píldoras azules, de Frederik Peeters

- Sin City, de Frank Miller
- Un contrato con Dios, de Will Eisner
- V de Vendetta, de Alan Moore y David Lloyd

- Watchmen, de Alan Moore y Dave Gibbon

2.3.1. Referencias globales

En algunos lugares, las conocidas historietas eran denominadas como cuentos, y se creía que simplemente eran ilustraciones dirigidas a un segmento infantil, lo cual fue cambiando con el pasar de los años, ya que en todo el mundo existen una diversidad de publicaciones de esta rama enfocadas a todo tipo de público entre adulto e infantil, cuyo objetivo simplemente es contar una historia, sin distinciones del público lector.

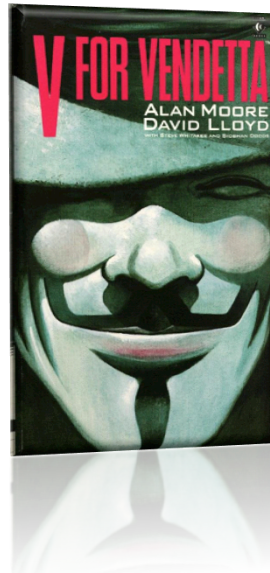
El autor Max Ernest fue el pionero en conseguir que un comic tenga algo más de peso y respetabilidad en algunos lugares, ya que éste era visto como una informalidad en el medio de las editoriales; dicho autor publicó su obra “Una semana de bondad”, el cual está para ser leído en orden específico: las imágenes, aunque desprovistas de texto y de ilación racional, muestran de manera recurrente a cierto número de figuras, personajes enfrascados en diversas actividades; a medida que se avanza, a lo largo de siete partes equivalentes a cada uno de los días, la acumulación va dando la idea del transcurrir de un sueño.

Will Eisner en su libro “Un contrato con Dios”, fue el primero en aparecer con el subtítulo “novela gráfica”, que se popularizó a partir de entonces como un resumen de las aspiraciones y los logros de su creador.

2.3.2. Estilos de novelas gráficas y cómics (Figura 2.12. Ejemplos de novelas gráficas)



Persépolis
Marjane Satrapi



V for Vendetta
Alan Moore
David Lloyd



Sin City
Frank Miller



Contrato con Dios
Will Eisner



1899
Ortega – Dániel



Maus
Art Spiegelman

Sin duda el cómic norteamericano sigue siendo el máximo referente de este tipo de lectura por las editoriales que además de calidad tienen historia y prestigio; editoriales como Marvel Comics, que es casa de grandes superhéroes como Spiderman, Hulk, X-men, Capitán América, Iron man, Thor, Los 4 Fantásticos, entre otros; o DC Comics, que es casa de otro grupo de grandes e históricos superhéroes como Superman, Batman, Aquaman, Wonder Woman, Linterna Verde y juntos forman la conocida “liga de la justicia”.

Figura 2.13. Ejemplos de cómics / Marvel Comics



Hulk

Marvel Comics

X-men

Marvel Comics

Spiderman

Marvel Comics

Figura 2.14. Ejemplos de cómics / DC Comics

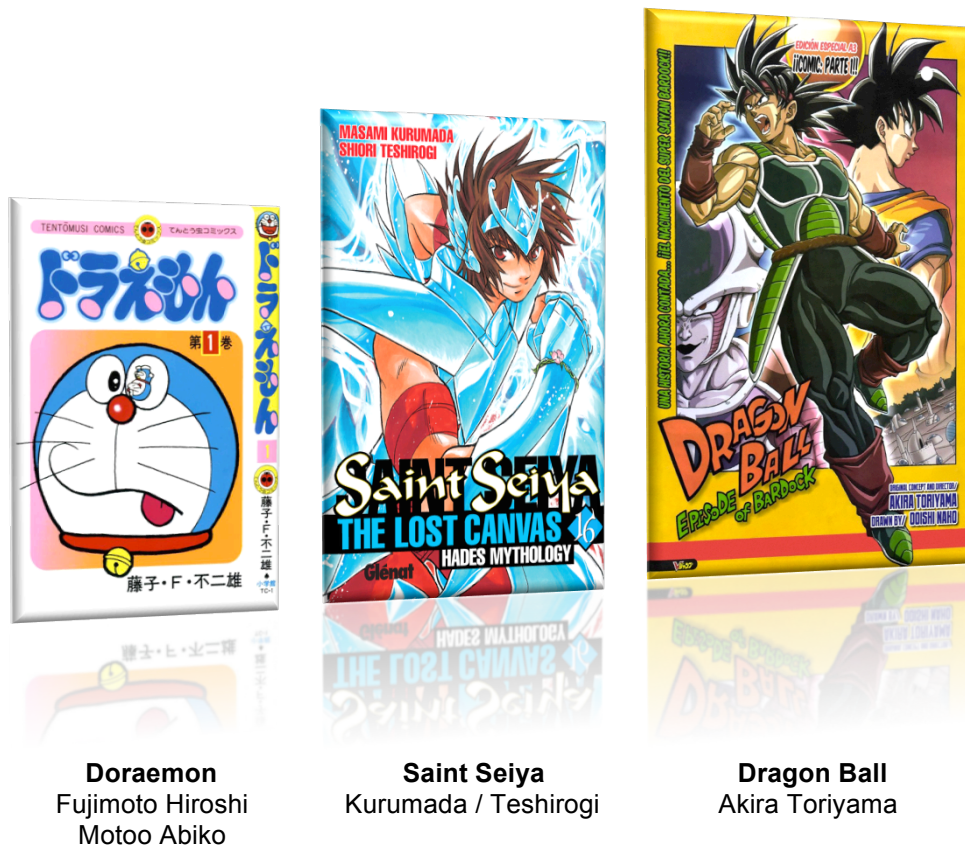


Además de los ya conocidos superhéroes de casas editoriales americanas, se encuentran los también populares personajes del manga de origen asiático.

Estos personajes se caracterizan por sus particulares rasgos físicos como sus grandes ojos, narices perfiladas, cabello con terminaciones en punta.

En algunos casos, estas obras han conseguido penetrar e influir en la cultura global, como sucedió con Akira Toriyama (1983-1993) de Katsuhiko Otomo, todavía ineludible como ejemplo de las estructuras y elementos de estilo del manga japonés pero, sobre todo, inolvidable por sus secuencias de acción y por su trama, que utiliza un futuro apocalíptico ya convencional en su momento como escenario de un conflicto político que se eleva hasta la altura del mito.

Figura 2.15. Ejemplos de manga / Varios autores



Doraemon
Fujimoto Hiroshi
Motoo Abiko

Saint Seiya
Kurumada / Teshirogi

Dragon Ball
Akira Toriyama

En el cómic japonés además del manga es posible encontrar un estilo erótico llamado Hentai. El Hentai mantiene ciertas características del manga; pero una de sus principales diferencias aparte del erotismo es el vestuario que utilizan las chicas de las historias.

Estos personajes evocan ingenuidad, ternura, pureza como parte del juego de erotismo y muchas veces son chicas colegialas que provocan pasión mediante su uniforme. Logicamente estas historias e ilustraciones están dirigidas a un público adulto.

Figura 2.16. Ejemplos de hentai / Jump



Jump

2.3.3. La novela gráfica digital: desarrollo y crecimiento

En la actualidad la creación de novelas gráficas e ilustraciones en general cuentan con facilidades tecnológicas para su creación; uno de aquellos recursos tecnológicos son los tableros digitales Wacom, que permiten al ilustrador un manejo directo desde su habilidad manual hacia el computador, creando, pintando y corrigiendo formas, texturas, colores y dando detalles a la ilustración. La ventaja del tablero es que simula la ilustración tradicional del lápiz y el papel. La comodidad, confianza y velocidad que esta crea en el dibujante la vuelve cotizada por la omisión de pasos tradicionales como el escaneo y el redibujo en caso de errores.

Haciendo un poco de historia, las tabletas comenzaron a desarrollarse a mediados de los años 60, y eran bastante primitivas en comparación a las actuales, ya que sólo era posible su uso para posicionamiento y navegación, no servían para el dibujo a mano alzada. A finales de los años 80 la empresa

japonesa Wacom lanza al mercado su tableta gráfica SD, basada en la tecnología de inducción electromagnética. Fue una gran revolución en cuanto a ergonomía y libertad de movimiento para el dibujo a mano alzada ya que esta tecnología permitía usar una estilográfica inalámbrica y sin baterías, similar a las tabletas que se usan actualmente. La serie de tabletas Wacom Intuos, la cual va por la cuarta generación, fue introducida en el año 1997, y es la que se considera el estándar en la industria, por sus altas prestaciones y calidad de registro del movimiento y de la presión. Actualmente, estas tabletas permiten dibujar reconociendo los movimientos de inclinación y giro; reconoce 1024 niveles de presión, prácticamente los mismos niveles que se usan para el dibujo a mano sobre un papel.

El proceso que requiere la novela gráfica además del dibujo es la edición de imágenes en softwares profesionales como Photoshop e Ilustrador (Adobe); sin embargo existen otros softwares como Coral Paint que funcionan de similar manera.

Una de las ventajas de las editoriales de novelas gráficas es el acceso masivo a la web; razón por la cual muchas de estas firmas creadoras de novelas gráficas y cómics han apostado por la promoción a través de sus sitios web oficiales y redes sociales, creando así una nueva forma de novela gráfica; la digital. Aquellas opciones de novelas gráficas digitales pueden ser descargadas gratuitamente o mediante una compra. La internet es el mercado del siglo XXI y los creadores de cómics y novelas gráficas lo saben.

CAPÍTULO III

3. Quito

San Francisco de Quito, es la ciudad capital del Ecuador, es la segunda ciudad más grande y poblada del país, además es cabecera cantonal o distrital del Distrito Metropolitano de Quito.

Su altitud promedio es de 2800 msnm, la ciudad está dividida en 32 parroquias, las cuales se subdividen en barrios.

La fecha de su primera fundación es incierta; los registros más antiguos se hallan en la hacienda del Inga, sin embargo, se utiliza la conquista española de la ciudad, el 6 de diciembre de 1534, como su nacimiento. (Edufuturo, 2006).

La ciudad es el centro político de la República, alberga los principales organismos gubernamentales, culturales, financieros al ser el hogar de la mayoría de bancos del país, la mayoría de empresas transnacionales que trabajan en Ecuador tienen su matriz en la urbe. Quito, a más de ser la capital administrativa del Ecuador, es la nueva capital económica del país, según censo económico de 2010. (Diario la Hora 2012). Fue la primera ciudad declarada, junto a Cracovia en Polonia, como Patrimonio Cultural de la Humanidad por la Unesco, el 18 de septiembre de 1978. (Unesco, 2009)

En 2008, Quito fue nombrada sede de la Unión de Naciones Suramericanas (Unasur), siendo así el centro de reuniones oficiales de los países de América del Sur. (Unasur, 2009)

3.1. Quito y sus leyendas

Las leyendas son historias inverosímiles creadas a través del tiempo por el ingenio popular, en las que se refleja un poco de folklore, mitos y costumbres de un pueblo. Las leyendas Ecuatorianas en su mayoría tienen su origen en época de la conquista española. Nace de anécdotas y experiencias de célebres personajes de ese tiempo que al ser transmitidos de una a

otra persona el ingenio popular va dejando sus huellas hasta convertirla en una historia un tanto real y un tanto ficticia.

Las leyendas por lo general son de dos tipos, las que aluden a los tiempos remotos o primigenios y las que se refieren simplemente a los tiempos históricos pasados. Los protagonistas de las leyendas son por lo general de cualidad heroica.

Las leyendas constituyen solo una de las posibilidades de comunicación a través de los mensajes lingüísticos tradicionales, ya que estos comprenden muchas formas, diferentes de expresión, romances, coplas, refranes, las propias leyendas y otros.

Quito es una larga historia de cuentos, de leyendas, de una cultura oral que se transmite de generación a generación. Desde el origen mismo de su nombre, Quito está hecho de incertidumbres, de misterios que se esconden detrás de sus calles. La historia de Quito cuenta con personajes que hicieron leyendas que se volvieron hechos reales, a fuerza de tanto contarlas.

A continuación se mencionan las principales leyendas que caracterizan a la ciudad de Quito. (Salvat, 2003)

- Cantuña
- El Gallito de la Catedral
- La capa del estudiante
- El Cristo de los Andes
- El padre Almeida
- La olla del Panecillo
- La Caja Ronca
- En la Casa 1028
- El Penacho de Atahualpa
- La Iglesia del Robo
- Último Ensueño de Manuelita
- El Duende

Como se observa en las obras anteriormente citadas, el aporte cultural literario de autores ecuatorianos ha sido muy enriquecedor para la cultura e identidad de todos los ecuatorianos, en cierta forma cada una de ellas han sido parte de nuestra formación académica y también como personas a través de las enseñanzas que cada una de dichas obras deja.

3.2. Referentes artísticos de Quito

Los máximos exponentes artísticos de la pintura Quiteña fueron: Miguel de Santiago, Nicolás Javier de Goribar en el siglo XVII y Bernardo Rodríguez con Manuel Samaniego en el siglo XVIII; en la escultura, destacan notablemente Bernardo de Legarda y Manuel Chili, llamado "Caspicara", en el siglo XVIII. (Valencia C, 2001: p. 16)

En el siglo XX, Oswaldo Guayasamín se convertiría en el más destacado representante de las artes plásticas de la ciudad, vivió siempre en ella y su obra refleja el característico mestizaje de la urbe.

3.3. La cultura quiteña

Por su condición de núcleo regional, Quito, a través de los siglos ha desarrollado una amplia variedad de manifestaciones culturales, que en algunos casos, aún perduran hasta estos días. Comparte muchas de las características de otras ciudades de la región andina ecuatoriana. Las migraciones tanto nacionales como extranjeras han sido una gran influencia en el devenir cultural de la urbe, así como también su rápido desarrollo demográfico y la importante inversión que en la actualidad realiza el municipio de la ciudad.

Las tradiciones de la ciudad de Quito tienen sus inicios en el período prehispánico, la más perdurable de ellas es el mito de la creación de la ciudad. Estas, son consideradas como patrimonio intangible de la urbe. Existen manifestaciones culturales variopintas que, a lo largo de los siglos, han sido modificadas, han mantenido su esencia o han desaparecido tal es el caso de

algunas anteriores incluso a la conquista por parte de los Incas. Otras, quizás las más comunes, datan del período colonial durante la Era de la conquista española. Así mismo, se han tomado algunas manifestaciones culturales, religiosas o sociales del siglo XX, como nuevas tradiciones. Algunas de las más antiguas siguen hasta la actualidad, siendo difundidas y celebradas, uno de los ejemplos más clásicos son los festivales de tauromaquia en la urbe, que se cree, han sido realizados desde 1584 o 1586, aunque los registros más antiguos datan de 1631.

En cuanto al arte, algunas de las primeras representaciones pictóricas que tiene la ciudad se encuentra en algunos diagramas dibujados sobre vasijas pertenecientes a la cultura Quitu, Caranqui, Puruháe y Yumbo. Estos dibujos, suelen representar principalmente al Sol y a los animales que se encontraban dentro de los límites de los asentamientos primarios de la ciudad.

Con la llegada de los españoles, el desarrollo de las artes plásticas sería dramáticamente incrementado. Así se funda la primera escuela de artes en los talleres de San Agustín, la cual a lo largo de décadas empezaría a mostrar grandes avances, es en este momento que la más famosa escuela artística del país nacería, la Escuela Quiteña.

Escuela Quiteña: Tiene su origen en la primera Escuela de Artes y Oficios "San Juan Evangelista", fundada en 1551 por los sacerdotes franciscanos Fray Jodoco Ricke y Fray Pedro Gocial, que luego se transformaría en el Colegio San Andrés el cual funciona hasta la actualidad en el Convento de San Francisco en Quito.

Durante la segunda mitad del siglo XVI, luego de la llegada de los franciscanos a tierras quiteñas y una vez instaurada la primera escuela de artes en Quito, se difundió la enseñanza artística bajo la influencia renacentista del "humanismo" que surgió con mucha fuerza en la Europa Occidental. Fue el influjo flamenco e italiano en particular el que impuso las primeras bases del conocimiento de las artes y en el que se desarrolló el origen de las primeras expresiones del sincretismo artístico en la ciudad de Quito.

El desarrollo artístico cultural de Quito fue de la mano con el decaimiento de la tendencia del "manierismo", resaltando formas "originales" como resultado del sincretismo europeo-indígena. Así se puede destacar como por ejemplo personajes de "raza latina o indígena" en ciertos cuadros; ángeles o querubines de "raza africana" en otros; implantación de conceptos politeístas ancestrales en la expresión artística como soles, culebras, animales; así como el apareamiento de elementos cotidianos en la cultura local como frutos, vegetales, flora y ciertos animales propios de la región, tales como el maíz, o el cuy.

La obra colonial quiteña encierra la idiosincrasia propia de la época así como el gran amor y devoción a la Madre de Dios, al Cristo y otros santos. Inserta además otros elementos que demuestran la originalidad de los artistas de la "Escuela Quiteña", tales como: "potencias" en Cristos; "auriolas" en vírgenes y santos; etc.

La pintura Quiteña se caracterizó por el uso de una paleta de colores ocres y colores fríos más cercana a la europea, utiliza grandes espacios abiertos y trabaja la figura humana en perspectiva lineal. La escultura por su parte adquirió un desarrollo bastante avanzado y reconocido, figuras con expresión casi perfectas cuyos movimientos en las formas contrastan "exquisitamente" con las técnicas del encarnado, estofado, esgrafiado. Policromías muy bien logradas y terminados de muy alta calidad permitieron que la producción artística colonial de Quito, conocida como "La Escuela Quiteña", sean valoradas a nivel mundial obteniendo hasta la actualidad el reconocimiento universal.

3.4. Imaginarios urbanos de Quito

Muchas veces, en el habla popular, lo imaginario es lo fantasioso, lo irreal, ilusorio, inexistente. En otros casos se dice "ver en la mente", se trata de una experiencia que ocurre en ausencia de los estímulos apropiados para la percepción. La palabra imagen (cuya etimología lleva al significado latino de retrato, efigie, visión, idea, pensamiento) y sus derivados, presenta hoy un

grado tal de latitud semántica que invita, si no a su completo abandono, a una cautela que reclama de mayores indagaciones.

“Un imaginario colectivo se constituye a partir de los discursos, las prácticas sociales y los valores que circulan en una sociedad. El imaginario actúa como regulador de conductas (por adhesión o rechazo). Se trata de un dispositivo móvil, cambiante, impreciso y contundente a la vez. Produce materialidad. Es decir, produce efectos concretos sobre los sujetos y su vida de relación, así con sobre las realizaciones humanas en general.” (Díaz, 2007: p.11)

El imaginario colectivo tiende a ser en una forma abstracta, una guía de formalidad o informalidad, o básicamente un modelo de actuación y control de acciones para con cada persona, es decir, un regulador intangible del proceder de una sociedad.

En un reciente estudio, Raymond Williams, para citar a un autor en boga, hace este resumen:

“El primer significado de imagen en inglés fue, a partir del S.XIII, el de una figura o una semejanza física. Éste fue también el significado original de la palabra latina imago, que sin embargo desarrolló igualmente el sentido de fantasma y concepción o idea. Hay una probable relación de raíz con el desarrollo de imitar, pero como en tantas palabras que describen este proceso (visión e idea), existe una profunda tensión entre las ideas de "copia" y las de imaginación e imaginario. En inglés, cada una de ellas se refirió exhaustivamente a las concepciones mentales, incluido un sentido bastante precoz de ver lo que no existe, así como lo que no es claramente visible. El sentido desfavorable, de todos modos, recién fue común en el S.XVI.

El sentido físico de imagen predominó hasta el S.XVII, pero desde el S. XVI se estableció el sentido más amplio con una referencia mental preponderante, y desde el S.XVII hubo un importante uso especializado en las discusiones literarias, para aludir a una "figura" de la escritura o el discurso. El sentido físico todavía está presente en el inglés contemporáneo, pero ha adquirido

ciertas connotaciones desfavorables al superponerse con ídolo. El sentido general de concepción mental todavía es normal, y el uso especializado en literatura es corriente.

Pero a veces parece que todos estos usos han sido superados por una utilización de imagen en términos de publicidad, que puede considerarse dependiente de los sentidos anteriores de concepción o tipo característico, pero que en la práctica significa "reputación percibida", como en la imagen de marca comercial o la preocupación de un político por su imagen. En sustancia, éste es un término de la jerga publicitaria comercial y las relaciones públicas.

Su relevancia se ha visto incrementada por la creciente importancia de medios visuales como la televisión. El sentido de imagen en literatura y pintura ya se había desarrollado con el fin de designar las unidades básicas de la composición en el cine. En la práctica, este sentido técnico respalda los procesos comerciales y manipuladores de la imagen como reputación o carácter "percibidos". Es interesante que las implicaciones de imaginación y especialmente imaginario se mantengan bien alejadas del uso de imagen en publicidad y política a mediados del S.XX." (Williams, 1999: p. 175)

Es evidente que los medios de comunicación globales han jugado un papel importante dentro de los imaginarios urbanos, esto debido a la difusión masiva que se da por medio de dichos elementos, y la captación además de la popularidad se ve incrementado, aunque se debe recalcar que tienen nociones distintas y lejanas con aspectos políticos y de mercado.

El concepto es utilizado por muchas disciplinas: la psicología cognitiva (imágenes, representaciones mentales); la sociología (representaciones, ideologías), la antropología y la historia (mentalidades, ideologías).

La idea inicial de un modelo mental se le atribuye a Johnson-Laird (1980); otros autores previos han supuesto implícitamente que el ser humano hace uso de modelos internos cuando interactúan con el entorno. Por ejemplo, Craik (1943) escribe que en la cabeza se "lleva un modelo a pequeña escala de la

realidad externa y de sus posibles acciones. Es posible intentar diferentes alternativas, concluir cual es la mejor entre ellas, reaccionar frente a situaciones antes de que se originen, utilizar el conocimiento de eventos del pasado para reaccionar de manera más completa, segura y competente en caso de emergencias o de situaciones técnicas.”

Es decir, el campo de los imaginarios no es un lugar plácido desde el que se pueda plantear cuestiones de estructura, coherencia, sistematicidad, transformaciones de las imágenes, sino que en él afloran preguntas como: ¿Qué son las imágenes? ¿Cómo definir las o identificarlas? ¿A qué leyes pueden obedecer? ¿De qué articulación son capaces?. Exigen una teoría, y esta teoría no puede formularse fácil y aisladamente desde ninguno de los de estudios parcelarios, como los son la psicología, la filosofía o la antropología, entre otros.

Características de lo imaginado

Para algunos investigadores las “imágenes” son formas “cuasi figurativas” de representación mental (Kosslyn), complementarias de las formas proposicionales o conceptuales.

Las ideas de Kosslyn fueron ampliamente discutidas por Pylyshyn quien argumentó que no existen imágenes figurativas, sino que sólo existe en la mente un sistema o programa a priori que permite decodificar símbolos, es decir, que las imágenes son proposicionales, simbólicas, como las palabras en la lengua.

La discusión entre gnoseólogos se polariza. Por un lado las imágenes son iconos (fotografías, la imagen como una representación morfológicamente análoga), como sostiene el pictorialismo; que también pueden ser eidos sin forma, inefables, estructuradas con analogías. Por el otro se dice que sólo son signos sin forma, como lo sostiene el simbolismo o descripticismo (signos sin forma, amorfos, proposiciones mentales).

El primer punto que se enuncia anteriormente, provoca problemas en tanto la imagen, si es inefable, no puede ser expresada por el lenguaje. O, mejor dicho, su expresión discursiva siempre resultará en una reducción del campo semántico propuesto por la imagen. De donde el kerygma como los griegos llamaban a la imagen, “sentido latente a la espera de ser interpretado”, un puede ser totalmente interpretado por el discurso lógico. Bachelard coloca a la imaginación en el polo opuesto de la razón, lo que marca claramente la diferencia entre un modo analógico y un modo lógico y argumenta que sólo la imagen puede explicar o describir la imagen. Una oposición entre el númeno (objeto del conocimiento racional según Kant) y el fenómeno (lo percibido por los sentidos). La imagen permite comprender el sentido de fenómeno, pero a su vez, no se reduce a ser solamente un númeno, aunque contribuye a su construcción. La imagen es una matriz semántica, no reducible a una gramática binaria basada en la distinción entre significado y significante. El refrán dice que una imagen vale más que mil palabras o, lo que es lo mismo, que mil palabras no pueden atrapar el sentido completo de una imagen.

Porque el kerygma de una imagen, al final, sólo puede ser una imagen.

No se puede menos que reconocer la interacción entre la imagen y la palabra en la construcción de representaciones mentales y configuraciones espaciales. Imagen y palabra son dos modos de representación con funciones muy diferentes, cuya cooperación, sin embargo, se requiere en muchas formas de funcionamiento cognitivo.

A pesar de ser expresiones muy distintas la palabra y las imágenes, son en sí un complemento de transmisión de ideas o mensajes, ya que combinados estos elementos pueden generar una acogida e impacto que beneficia a las dos gracias a su interacción.

La ciudad es mucho más que un espacio físico construido. La ciudad también es su gente y lo que ellos perciben, generan e imaginan. En definitiva, una de las formas de ser ciudad está en las percepciones que tiene la población de sí misma y de otras ciudades, a través del proceso de producción de imaginarios

urbanos. Por eso las ciudades tienen olores, colores y sonidos típicos que las particularizan del resto de urbes.

Quito es una ciudad con una diversidad muy grande en imaginarios, como olores, colores, sabores, tradiciones, etc.; ciertamente es una ciudad que encierra una gran riqueza cultural.

CAPÍTULO IV

Fundamentación del producto

Estructura del proyecto

El presente proyecto se inicia a partir de la visibilización de una línea gráfica que identifica a la colectividad quiteña, implicando una cultura visual en la ciudad de Quito. Para ello se creará una novela gráfica por medio de ilustraciones para una nueva historia de Quito basada en los imaginarios propios de la urbe así como sus antecedentes históricos en cuanto a leyendas, su narración y personajes para el desarrollo de la historia, que involucrará la aplicación técnica en el proceso y posterior culminación de la novela gráfica.

Fase Analítica

Recopilación de datos

En este punto se procede a recopilar toda la información con respecto a los temas planteados para la fundamentación del producto.

Antecedentes

“El país considerado “cuna” de la historieta o cómic, es los Estados Unidos. Allí fue donde se produjeron sus primeras publicaciones, que salían diariamente en los periódicos y eran consumidas por un público masivo. Gracias a esta repercusión, se comenzaron también a publicar los comics books, es decir, las revistas de comics.

Los dos empresarios periodísticos que introdujeron las historietas en los diarios de circulación masiva de los Estados Unidos, fueron Hearst y Pulitzer, dos magnates de la prensa norteamericana que, con el paso del tiempo, pasaron a convertirse en figuras emblemáticas de los medios de comunicación (El primero, Hearst, fue quién inspiró a Orson Welles para filmar “Citizen

Kane”, mientras que el segundo legó su apellido a los premios más prestigiosos de la prensa escrita).

Hearst, introdujo su propio equipo de dibujantes y además sumó a Richard F. Outcault (1863-1928), quien trabajaba en el periódico “World”, y hoy en día considerado el pionero del dibujo literario” ¹

La creación de relatos literarios apoyados en la ilustración no es nuevo. En Quito y Ecuador es posible encontrar comics o historietas que ya forman parte de la cotidianidad de nuestra sociedad; historietas como Kalimán (De origen mexicano, inició como un programa de radio el 16 de septiembre de 1963; pero en noviembre de 1965 salió la primera publicación a la venta), Condorito (De origen chileno - 1949), también ilustraciones de tipo político en los diferentes diarios del país de ilustradores conocidos como Bonil, Pancho Cajas del diario El Comercio, Asdrúbal del diario Hoy, entre otros.

Existe además un blog en la web llamado Ilustradores Ecuatorianos, espacio en el cual, se reconoce el trabajo de nuevos y conocidos ilustradores del país dedicados a esta técnica del diseño gráfico y la comunicación visual.

Marco teórico del tema planteado

El objetivo de todo arte visual, es la producción de imágenes. Cuando éstas se emplean para comunicar una información concreta, el arte suele llamarse ilustración”

Para Ricardo Novillo, artista ecuatoriano, “la ilustración es una ramificación del diseño gráfico, la cual está vinculada a las artes visuales. Se constituye en un recurso de comunicación, pues el diseñador debe transmitir, gráficamente, lo que el escritor desea decir”

Arte e ilustración nunca pueden separarse por completo, puesto que la última se basa principalmente en el uso de técnicas artísticas tradicionales. Se le

¹ Historia de la Ilustración / Taller Ilustración Montt · Olea / 1

considera arte en un contexto comercial. Por lo tanto, las demandas sociales, culturales, de difusión y económicas, determinan el contenido de esta obra.

Esta investigación afronta el problema de la interrelación entre arte y conocimiento desde la definición de un objeto de estudio como Quito y el diseño en el que ambos factores concurren ineludiblemente: la ilustración gráfica.

Para ello parte de un concepto de ilustración que, más allá de la común valoración utilitaria y subrogada al texto, está profundamente implicado con el psiquismo, la cultura, el arte y los imaginarios colectivos. Se perfila así lo que es no ya solo un género creativo, sino una categoría de naturaleza dúplice, esto es, estético y epistemológico.

La ilustración gráfica pertenece a un ámbito de creación de imágenes en el que se unen dos factores que han revolucionado la modernidad: la información y la comunicación visual.

“A partir del Renacimiento, la ilustración gráfica serviría para la definitiva implantación de nuevos paradigmas visuales a través de la cultura del libro, encontrando su momento de mayor diversidad a lo largo del siglo XVII”

Puesto en relación con algunos de los frentes de creación abiertos por el diseño, en tanto manifestaciones de una voluntad explícita por comunicar conocimiento a través de la imagen visual, proponiendo una visión unificada del papel de la imagen gráfica en la cultura quiteña.

Según Lawrence Zeegen, ilustrador, docente y escritor graduado por el Royal College of Arts de Londres en 1989; los creadores de imágenes de hoy en día no han tenido que adaptarse a los cambios que ha traído la tecnología digital, sino que han desarrollado intuitivamente sus habilidades, usando los enormes avances que se han producido. Las tecnologías digitales están mucho más conectadas con la vida cotidiana de lo que nunca antes hayan estado y, para muchos, esa conexión empieza desde una edad muy temprana. Los jóvenes creativos ya no consideran que el ordenador sea algo “nuevo”.

Hoy en día el equipo básico para empezar con los ordenadores incluye escáner, impresora y cámara digital además del propio ordenador; permitiendo al creativo diseñador desempeñarse con más flexibilidad dentro de los campos de su profesión; y más aún cuando el diseño debe incorporar la ilustración como técnica para la composición gráfica.

Es en ese momento cuando el creativo diseña realmente, porque recurre a las herramientas básicas para la creación de sus piezas según su necesidad, dejando de lado el rediseño que se obtiene al bajarse archivos de la web de imágenes prediseñadas a un costo relativamente bajo.

Para la propuesta de investigación se deberá necesariamente recurrir a las técnicas básicas del diseño desde el lápiz y el papel, la fotografía, y la pintura; para posteriormente recurrir al uso del ordenador y los software de diseño para su edición y armado final del producto.

La explosión en el uso y la disponibilidad de tanto la web como la fotografía digital también ha ayudado a alimentar el auge en la creación de imagen digital. Con las herramientas para la manipulación de imagen digital ya rápidamente disponibles, muchos ilustradores y diseñadores han buscado ampliar su abanico de habilidades y moverse a áreas más próximas a la ilustración digital comercial.

Al principio del siglo veintiuno, la creación profesional de imagen está en estado de flujo o “trance”. El diseño gráfico más avanzado, con su reivindicación constante, exige modos nuevos e innovadores de visualizar conceptos y dar vida a ideas, estados de ánimo y movimientos.

El secreto de las obras de más éxito reside en la combinación artística de lo digital y lo tradicional de un modo sutil y sin engreimiento. Usando técnicas de fotografía digital, solas o en compañía de técnicas de dibujo y pintura, y combinándolas con la práctica de la impresión, el arte callejero con plantillas y demás, este novedoso enfoque reclama nuestra atención.

Ordenamiento

El proceso de investigación se llevará a cabo desde los temas planteados y relacionados entre sí; las historias urbanas de Quito se manejarán en base a la Escuela quiteña, el estilo propio del ilustrador y los diversos elementos visuales de la ciudad de Quito que a lo largo de la investigación se presentasen.

Definición de condicionantes

El tiempo establecido para el lanzamiento de la novela gráfica es hasta el mes de diciembre de 2013, debido a otro año más de fundación de la capital del Ecuador; pretendiendo sumarse a las festividades con el aporte de la novela gráfica.

En Quito gran porcentaje de la población son jóvenes alrededor de los 20 años de edad; razón por la cual se deberá manejar un estilo gráfico acorde con la necesidad de una comunicación eficaz y eficiente.

Estructuración y jerarquización

Dentro de la estructura del proyecto de investigación se han tomado tres temas importantes que son, Quito y sus imaginarios, la novela gráfica, ilustración.

La estructura visual de las historias girarán entorno a una nueva propuesta visual que se relacione directamente con la ciudad y los imaginarios urbanos.

De la jerarquía de los tres temas planteados nacerá una propuesta para una posible cultura visual en Quito.

Grupo Objetivo

Hombres y mujeres que residan en Quito de 18 a 25 años, que participen de las diversas costumbres de la ciudad, que conocen las tradiciones que enmarca la cultura quiteña, así como su jerga que forma parte de la

cotidianidad; estudiantes universitarios con acceso a Internet; jóvenes que utilizan las diversas redes sociales para entretenerse, comunicarse e informarse. Quiteños nacidos y/o de corazón que gustan de la lectura textual y gráfica con temas relacionados a la ciudad y su gente.

Fase Creativa

Formulación de ideas rectoras

Se desarrollará un producto digital de una novela gráfica de una nueva historia de Quito; la cual representará personajes clásicos de las diversas leyendas de la ciudad, como también personajes, objetos y situaciones característicos que se desarrollan en la cotidianidad de la urbe quiteña.

Se enfatizará algunos de los aspectos alrededor de la ciudad, como los personajes tradicionales, se creará nuevos personajes, los objetos característicos de la ciudad como el tan popular juego de cuarenta y el lenguaje alrededor de este, entre otros temas; creando una nueva historia de Quito y para Quito, con un estilo que sea identificable con la ciudad, su historia y por supuesto su gente.

Dentro de una sociedad como la quiteña deben solidificarse aspectos gráficos en base a las características socio – culturales y artísticos que sean capaces de identificarse con dicha sociedad; es por esta razón que la investigación aportará un estilo gráfico que sea identificable con aspectos históricos de la ciudad de Quito bajo el estilo característico propio que aporte el ilustrador.

En cuanto a la técnica de ilustración estará basada en ciertas características de la Escuela Quiteña para mantener una relación entre el relato de las historias y las imágenes, creando así una propuesta gráfica identificable con la ciudad, sus imaginarios y su historia.

Toma de partido o idea básica

La idea básica se establece en función de los antecedentes artísticos e históricos de la novela gráfica y de la ciudad de Quito.

Formalización de la idea

La idea se centrará en los dos aspectos ya mencionados (Quito y novela gráfica); creando de esta manera escenarios y personajes con características y técnicas propias de aquellos dos puntos centrales.

La propuesta es diseñar una novela gráfica de una nueva historia de Quito.

Fase Ejecutiva

Ajuste de la idea.- La idea se desarrolla a partir de los elementos tradicionales de la cultura quiteña (Personajes, colores, arte), de la novela gráfica y de la ilustración.

En cuanto a la materialización.- se desarrolla la teoría del color en base a las tonalidades necesarias tanto en concepto, estética y funcionalidad.

Estilo de narración de la novela

Estilo Directo.- Cuando los personajes “hablan” en el relato lo hacen por medio del diálogo. El narrador lo introduce a través de un recurso retórico que consiste en señalar directamente lo que dijo tal personaje, viene a ser una cita literal de las palabras que ocupó.

Marca verbal.-

- Nombre de la novela gráfica: **Cicatrópoli “La carita de Dios”**
(Cicatrices / Metrópoli)

cicatriz.

(Del lat. *cicātrix*, -*īcis*).

1. f. Señal que queda en los tejidos orgánicos después de curada una herida o llaga.
2. f. Impresión que queda en el ánimo por algún sentimiento pasado.

Real Academia Española © Todos los derechos reservados

metrópoli.

(Del lat. *metropŏlis*, y este del gr. μητρόπολις).

1. f. Ciudad principal, cabeza de la provincia o Estado.
2. f. Iglesia arzobispal que tiene dependientes otras sufragáneas.
3. f. Nación, u originariamente ciudad, respecto de sus colonias.

Real Academia Española © Todos los derechos reservados

- Tipografía: Broken74 Regular



Medios de difusión

La novela gráfica será promocionada por las principales redes sociales como Facebook, Twitter, y Youtube, con la creación de un spot promocional. Se promocionará bajo el nombre del estudio creativo STORMBRAIN como editorial y responsable directo de la difusión.

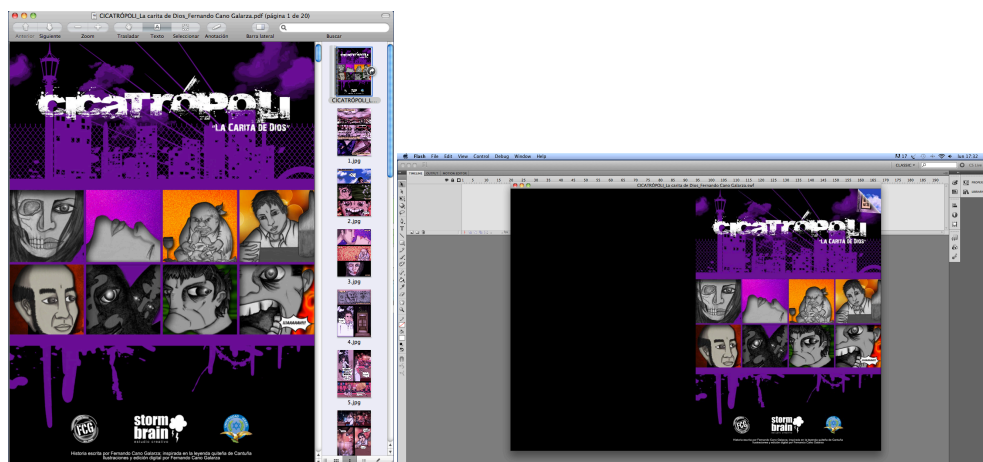
Las personas interesadas en la novela gráfica podrán solicitar su envío mediante un correo electrónico a: stormbrain.ec@gmail.com o solicitar a través de Facebook.com/stormbrain.

Producto y Promoción del envío

El producto es la novela gráfica digital en formato PDF y en formato .swf (para FLASH) que se enviará a todo aquel que lo requiera por medio de correo electrónico. En la carpeta de envío se adjuntará, además de la novela en PDF y FLASH, el spot promocional de la novela gráfica Cicatrópolis “La carita de Dios” que tiene una duración de 1min:11seg y 2 diseños de wallpapers.

Figura 4.01. Archivos que se incluyen en la carpeta del producto

Archivos PDF y .SWF



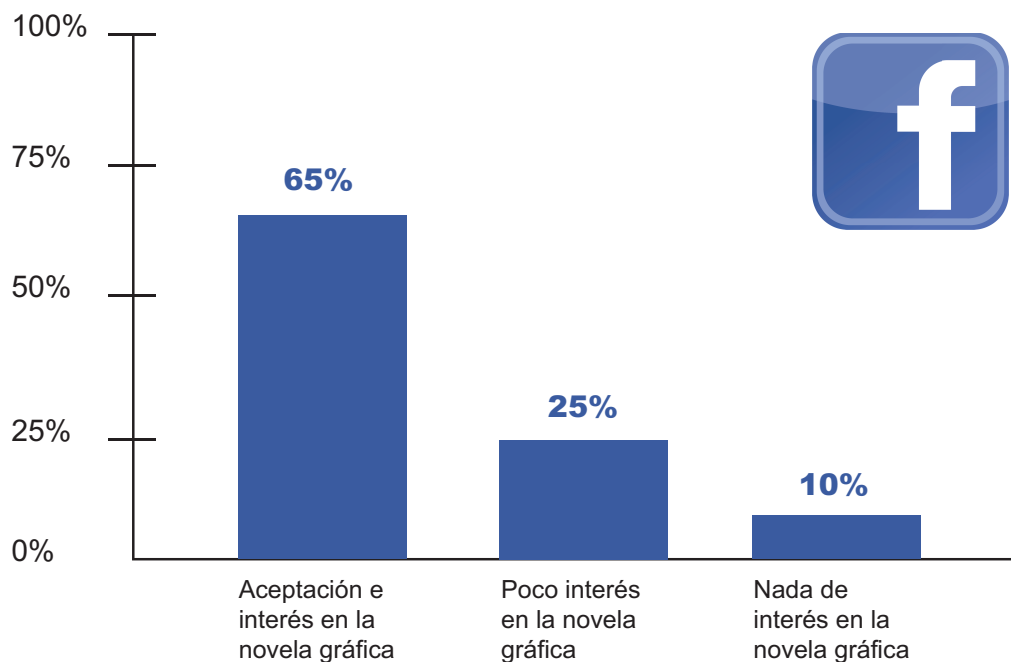
Spot promocional



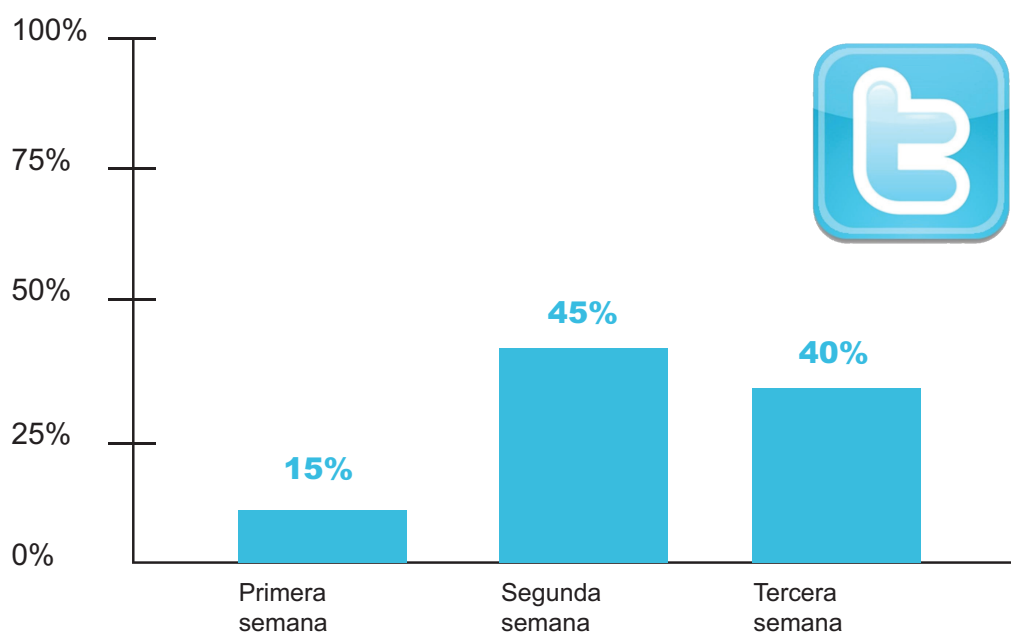
Wallpapers



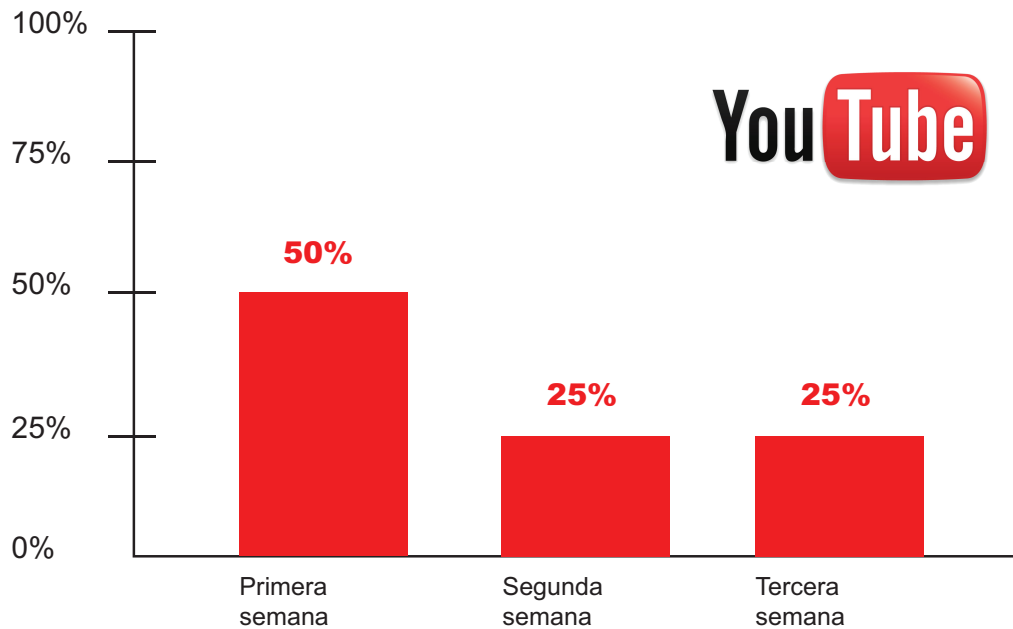
Medición de aceptación e interés de la novela grafica Cicatrópoli “La carita de Dios” en la red social Facebook mediante “Likes” (me gusta) en la colocación del spot.
TOTAL: 230 personas



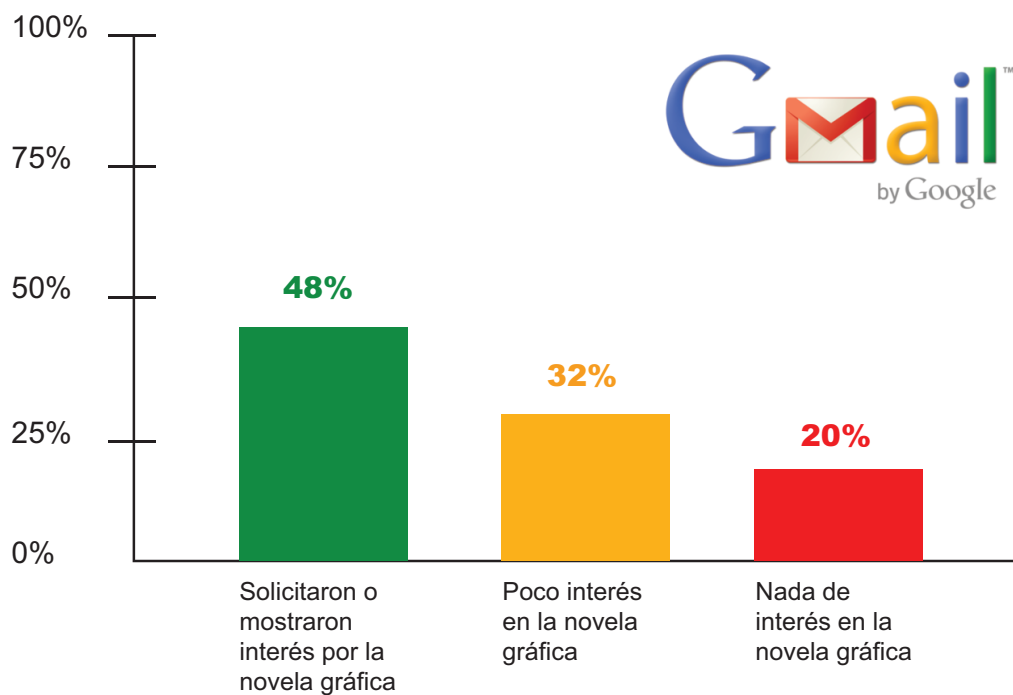
Medición de seguimiento de la novela grafica Cicatrópoli “La carita de Dios” en la red social Twitter mediante la creación del sitio.
TOTAL AL MOMENTO: 42 personas siguiendo



Medición de aceptación e interés de la novela grafica Cicatrópolis “La carita de Dios” en el sitio web YouTube mediante el número de visitas al canal y al spot.
TOTAL AL MOMENTO: 63 visitas



Medición de interés de la novela grafica Cicatrópolis “La carita de Dios” mediante correo electrónico de Gmail.
TOTAL: 100 personas



Diseño de los personajes y el escenario

Para muchos creadores, los personajes son el elemento más importante del argumento de un cómic. Una novela gráfica puede presentar un concepto atractivo y original, un argumento genial y unas ilustraciones sensacionales, pero sin personajes con los que los lectores se pueden sentir identificados, está prácticamente destinada a fracasar.

Por ello el diseño de los participantes en la historia es de importancia capital. Para muchos guionistas, sus historias se basan esencialmente en las transformaciones que experimentan sus personajes a lo largo del argumento.

La creación de personajes en el caso del cómic, a diferencia de lo que sucede en la mayoría de medios, exige incorporar el diseño visual, así como aspectos de personalidad e historia previa. Esto es especialmente cierto en el caso de la apariencia visual de los superhéroes, en los que la indumentaria desempeña un papel crucial en la identidad del personaje. No obstante, puesto que existe un abanico enorme de estilos de dibujos e ilustración para un cómic, a través del diseño es posible convertir incluso a los personajes más corrientes en inconfundibles y memorables.

El diseño de los personajes, como todo lo demás, debe estar al servicio del argumento.

La creación de personajes

En la creación de personajes para tramas de cómic participan múltiples profesionales: el guionista, el dibujante, y a menudo también el editor, sobre todo en el caso de la producción al estilo cadena de montaje. El guionista idea los personajes, su personalidad y sus historias previas. En principio, el diseño visual recae sobre el dibujante, pero puede que el guionista lo asesore.

Generalmente, los creadores de cómics en solitario no tienen la necesidad de “diseñar” los personajes, ya que el proceso de creación se desarrolla de forma intuitiva. Los creadores independientes, que escriben y dibujan su propio

material, desarrollan los personajes a partir de sus bocetos o improvisan según lo que dicte el argumento, como parte de un proceso orgánico en curso.

Los componentes de un personaje

Todo personaje de una historieta debería ser único y tener sus propias apariencia visual y personalidad distintivas. Los componentes esenciales de cada personaje pueden dividirse en tres categorías generales:

- Papel y función
- Personalidad e historia previa
- Diseño visual

Papel y función

Durante la fase de desarrollo, debe tenerse en cuenta la importancia relativa de cada personaje en la historia. Los protagonistas deben definirse mucho mejor que personajes menos importantes, y su historia, motivación y personalidad se desarrollarán en mayor medida. Vale la pena tener presente que los lectores deben ser capaces de identificarse con el personaje principal, es decir, el protagonista o héroe, y simpatizar con él.

En la novela gráfica Cicatrópoli “La carita de Dios”, el protagonista cumple con parámetros de comportamiento acorde a la cultura ecuatoriana; no solo en su aspecto físico, sino también en su accionar psicológico.

Figura 4.02. José.- Personaje principal de la novela gráfica Cicatrópolis “La carita de Dios”



Fuente: Fernando Cano Galarza

Del mismo modo, el antagonista o el villano de la historia deben concebirse de forma adecuada y, aunque sus motivaciones sean lógicas, no debería suscitar tanta simpatía como el héroe.

La creación del diablo como un sujeto común, pero con características de una gran experiencia y distinción, hacen de este personaje el referente de un maestro para José.

Figura 4.03. Diablo.- Personaje principal de la novela gráfica Cicatrópolis “La carita de Dios”



Fuente: Fernando Cano Galarza

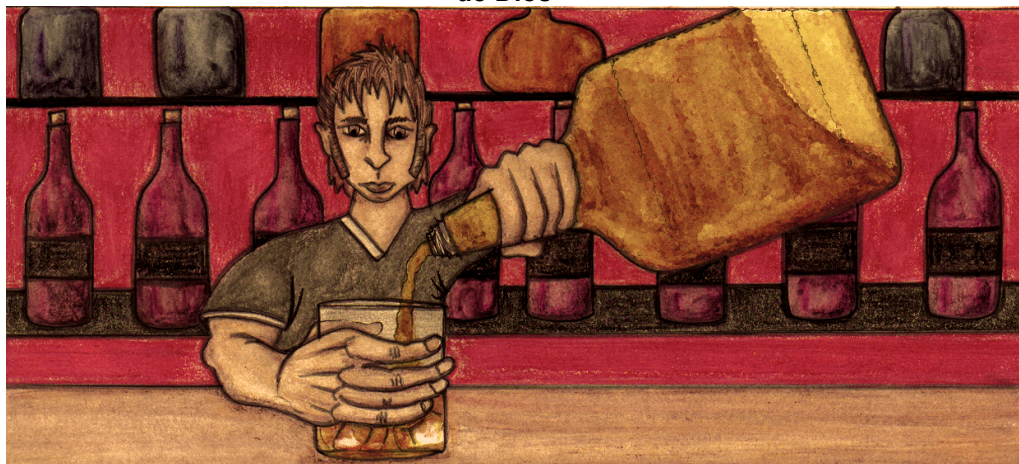
El hecho de contar con un protagonista y un antagonista claramente definidos, tanto si se trata de Batman y el Joker (Guasón), como de Tom y Jerry, facilita al guionista la tarea de idear la segunda parte de la estructura argumental clásica: introducción, nudo y desenlace.

Los personajes principales no siempre deben ser diametralmente opuestos entre sí para crear el nudo de la historia, pero sus diferencias pueden guiar la trama.

La participación de los personajes secundarios en la historia es también importante, pero suelen estar menos desarrollados que los personajes principales, ya que de otro modo desviarían la atención de la idea central de la trama. Es innecesario dedicar demasiado tiempo a la creación de personajes que tan solo desempeñarán un papel menor en el argumento. No tan solo es una pérdida de energía, sino que además puede confundir al lector e interferir en el proceso narrativo.

Uno de los personajes secundarios es el barman; quien a pesar de su corta aparición, ayuda al armado y anclaje de la historia, su participación no define la trama, pero se convierte en parte de la vida del protagonista al proveerlo de licor.

Figura 4.04. Barman.- Personaje secundario de la novela gráfica Cicatrópolis “La carita de Dios”



Fuente: Fernando Cano Galarza

**Figura 4.05. Chica con cicatriz.- Personaje secundario de la novela gráfica Cicatrópolis
“La carita de Dios”**



Fuente: Fernando Cano Galarza

Utilizar personajes arquetípicos no tiene nada de malo, pero arquetipos como el héroe y el villano, la señorita en apuros, el traidor, la rubia tonta o el científico loco pueden convertirse en estereotipos sino cuentan con una historia y una motivación concebidas detenidamente.

Los personajes naturalistas tienen más en común con la vida real y cambian con la historia durante un período de tiempo determinado. Este tipo de seres aparece normalmente en novelas gráficas con una historia cerrada, en las que el desarrollo del personaje es parte de la historia en sí misma.

Personalidad e historia previa

A fin de que un personaje sea más creíble, debe prestarse atención a una vida ficticia: dónde y cómo se crió, acontecimientos clave de su vida, sus miedos y esperanzas, motivaciones y ambiciones. Estas vidas no deben ser demasiado intrincadas ni complicadas, especialmente en el caso de los personajes

secundarios, pero sí debe darse una comprensión sólida de cada personaje para que la narración sea clara.

Los rasgos conductuales, como el habla, el lenguaje corporal, los gestos y las expresiones faciales, acaban de pulir el personaje. Muchos guionistas recurren, consciente o inconscientemente, a aspectos diversos de su propia personalidad para perfilar sus creaciones.

Estos rasgos conductuales están claramente definidos por la cultura quiteña, sus expresiones comunicacionales como la jerga de los personajes, así como su accionar ante las diversas situaciones en el desarrollo de la historia, como la antipatía del diablo, la ironía como una forma de burla entre los personajes, el brindis, el juego de cuarenta, etc.

Todos estos elementos ayudan a transmitir la singularidad de la personalidad del personaje.

Personalidad de José.- Desesperado, ansioso, deprimido, impulsivo

Personalidad del diablo.- Irónico, manipulador, seguro de si mismo, impulsivo y hablador.

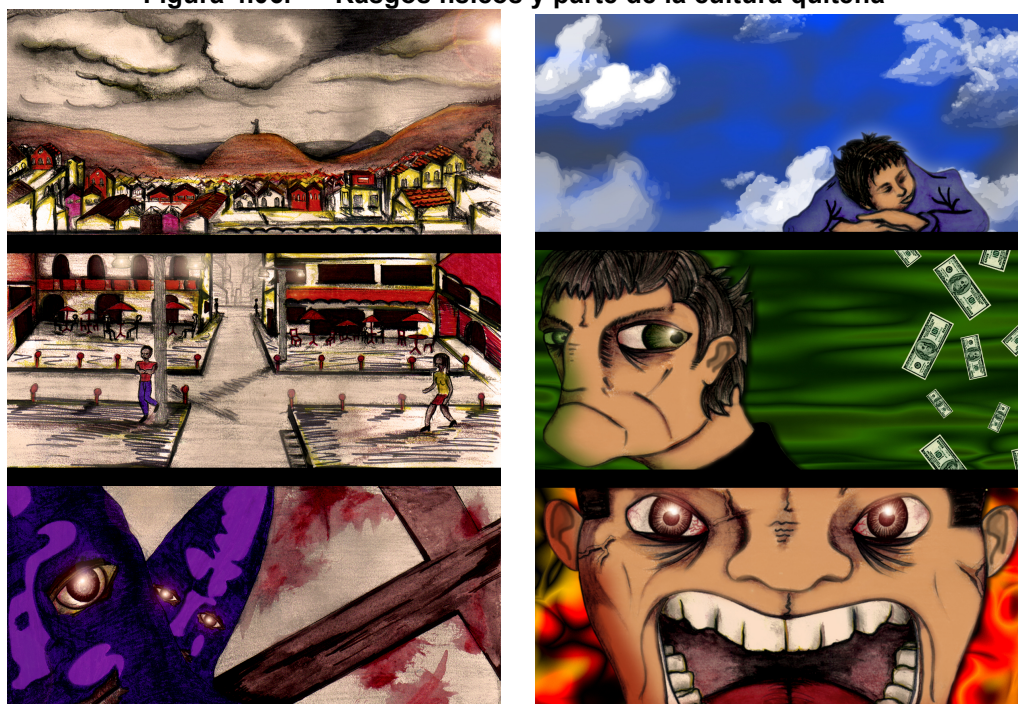
David Mamet, en su libro *Dirigir cine*, afirma que no existe el personaje como tal, se trata simplemente de acciones habituales. Vale la pena tener en cuenta este punto de vista, tanto si se comparte como si no.

Diseño visual de la novela gráfica

La representación visual de los personajes dependerá, obviamente, del estilo inherente del dibujante, lo que significa que el diseño puede consistir en cualquier cosa, desde una figura de palo hasta un personaje creado por ordenador o dibujado a mano de modo fotorrealista. Dentro del estilo del dibujante, no obstante, deben existir variaciones claras a fin de que los personajes se distingan entre sí. Hay que tener en cuenta, entre otros, el físico,

la altura, la edad, la etnia, los rasgos faciales y el pelo del personaje; que en este caso obedecen a los rasgos físicos propios del mestizaje ecuatoriano, pero también con ciertas características propias del indigenismo como la acentuación de los rasgos faciales con líneas gruesas y definidas; que además se suma el encarnado y la brillantez en sus ojos como características propias de la escuela quiteña.

Figura 4.06. Rasgos físicos y parte de la cultura quiteña



Fuente: Fernando Cano Galarza

El diseño visual debe reflejar el estatus social, la profesión y las características físicas y emocionales del personaje. La ropa puede ser muy variada, desde un taparrabos hasta una armadura, pasando por un traje de superhéroe, un traje de noche, un traje de ejecutivo o un uniforme policial, todos ellos con accesorios a juego. Incluso la ropa de calle puede denotar riqueza o indigencia, estilo o mediocridad.

El diseño visual de un personaje también puede inspirarse en personas reales, bocetos de la vida o incluso famosos y personajes públicos, aunque es recomendable asegurarse de que el parecido es suficientemente alejado como para evitar demandas potenciales.

Los diseños de personajes para cómics biográficos o autobiográficos no tienen por qué ser representaciones realistas. Cabe aplicar distintos niveles de abstracción, según el estilo del dibujante, sin por ello perder las características de la vida real de los sujetos en cuestión.

Desarrollo del personaje

Elementos de vestuario.-

El nombre de un superhéroe suele estar muy relacionado tanto con sus poderes como con su vestimenta.

El diseño del vestido de un personaje puede incluir los accesorios y complementos del mismo.

Los personajes sin traje ni poderes característicos son identificables por la parafernalia propia de su vestimenta.

En el caso de José, su vestimenta casual hace referencia a lo común que es su vida; una camisa blanca y unos jeans como estereotipo de “algo normal”; sin embargo detrás de su vestimenta esconde una compleja psicología.

En cuanto al diablo, un terno gris, camisa negra, corbata y pañuelo rojo, para dar una imagen de distinción, imponente y poder. Es claramente la voz de la experiencia, y un serio manipulador. Estereotipo relacionado con la mafia en el cine norteamericano (The Godfather)

Figura 4.07. Vestimenta de los personajes



Fuente: Fernando Cano Galarza

Creación de guías de estilo para personajes

Una guía de estilo, también conocida como hoja de personajes, es básicamente un proyecto del personaje. Normalmente, consta de una única página en la que aparece el personaje dibujado desde ángulos distintos, de cuerpo entero y de hombros para arriba, a veces con distintas expresiones faciales o lenguaje corporal.

Existen variaciones de las hojas de personaje, entre las que se incluyen las hojas de concepto, acción y expresión, pero normalmente el objetivo es el mismo: definir la apariencia visual y otros elementos de uno de los personajes.

Estas guías son especialmente útiles en el caso de personajes que son propiedad de una empresa, en los cuales probablemente trabajen varios dibujantes durante un período de tiempo determinado. La hoja modelo garantizará que los elementos visuales esenciales mantienen la coherencia, pese a la colaboración de dibujantes distintos.

A veces, incluso los creadores que trabajan en solitario (Como es el caso de la novela gráfica Cicatrópolis “La carita de Dios”) elaboran guías de estilo para sus personajes. En series épicas de crecimiento incontenible, con muchos personajes y frecuentes secuencias retrospectivas, el dibujante elabora una serie de hojas modelo de los personajes, a veces en edades distintas. Las hojas de personaje también pueden ayudar a la hora de comparar tamaños y alturas, así como en el dibujo de detalles complicados en vestimentas muy elaboradas, vestidos de época y accesorios.

Diseño del escenario

Tanto si la historia exige un telón de fondo realista como un marco de fantasía inventado, los escenarios diseñados pueden desempeñar un papel para crear mundos verosímiles.

Por lo general, el dibujante es el encargado de recopilar materiales de referencia del mundo real o bien como base de un decorado inventado, aunque a veces el guionista le facilitará imágenes concretas si estas son esenciales para el argumento.

Los fondos pueden ser elaborados y fotorrealistas o bien caricaturizados y minimalistas, según el estilo del dibujante.

Pueden estar basados en una exhaustiva documentación y ser representaciones históricas precisas de lugares reales, como sucede en From Hell (Desde el infierno), de Moore y Campbell, o bien reinos mágicos y surrealistas rebosantes de imaginación, como en Dr. Strange (Doctor Extraño) de Steve Ditko, o dotados del minimalismo impresionista de Peanuts, de Charles Schulz.

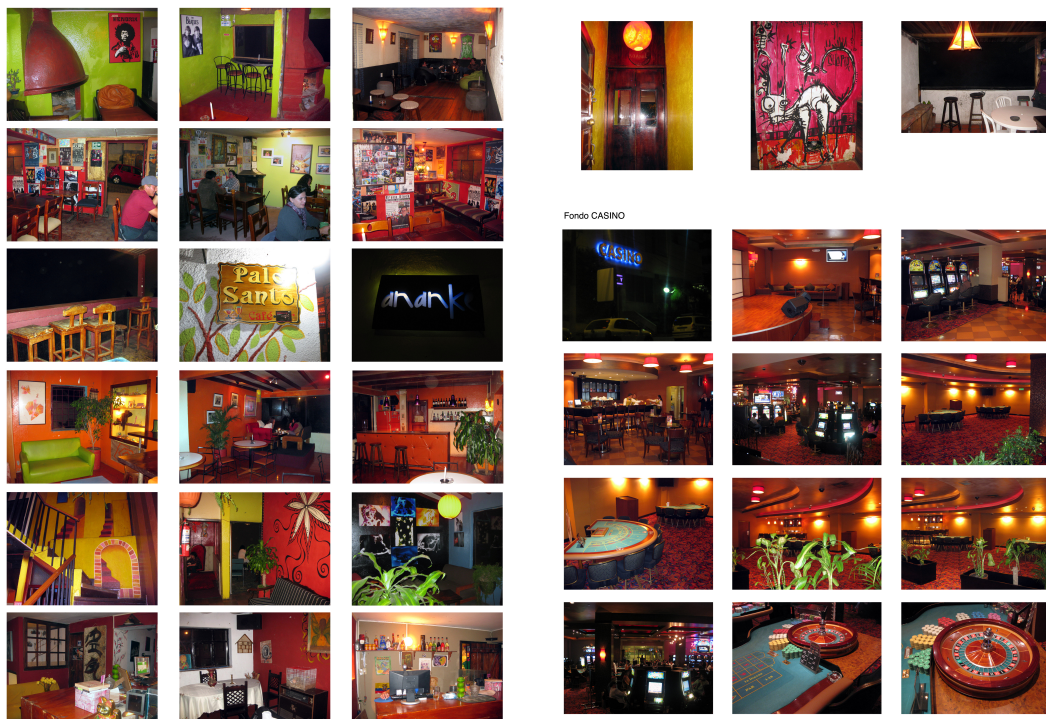
Sea como fuere, los escenarios siempre deberían ser parte integrante del entorno ficticio, diseñado con esmero, en el que habitan los personajes.

Muchos creadores diseñan mapas de mundos, ciudades y pueblos imaginarios o simplemente planos de planta de edificios y estancias, para asegurarse de

que sus escenarios son convincentes. Con ello también cabe garantizar que la disposición relativa de muebles, objetos y figuras es coherente desde distintos puntos de vista.

En el caso particular de Cicatrópolis, una novela gráfica con diseño de escenarios realistas; se tomó como referencia la decoración y el espacio de bares del sector de Guápulo en la ciudad de Quito. Para ello la utilización de la fotografía es fundamental para el registro de detalles como la decoración: los objetos, la luz, sombras, y colores que forman parte del ambiente recreado en la ilustración de la novela gráfica.

Figura 4.08. Fotografías de escenarios (bares y casino)



Fuente: Fernando Cano Galarza

Narración visual y diseño de viñetas

Se tiende a pasar por alto el papel de la narración en los cómics, ya que es el resultado final de una serie de habilidades y técnicas distintas, muchas de las cuales son aplicadas de forma intuitiva por el dibujante.

El dibujante no sólo debe concebir una distribución de página que contenga todos los elementos individuales necesarios para narrar la historia de un modo claro y conciso, sino que también debe diseñar el conjunto de la página para que sea una composición atractiva por sí misma.

Existen numerosas técnicas para que el dibujante logre este objetivo. El tempo y el ritmo pueden controlarse mediante la modulación del tamaño y la frecuencia de las viñetas, la distribución de los elementos dentro de cada viñeta, la ubicación de los bocadillos y las cartelas y la colocación de grandes zonas negras, que guían la mirada a través de la página en el orden deseado.

Redacción y narración visual

En los mejores ejemplos de la narración secuencial, el dibujo y la historia están tan entrelazados que se convierten en elementos inseparables del artículo terminado. Aunque, en apariencia, los cómics son un medio visual, es mundialmente reconocido que las ilustraciones deben, ante todo, estar al servicio de la historia. Tanto si el guionista facilita un guión completo como si el dibujante trabaja a partir de un argumento básico, o si un creador en solitario diseña sus propias páginas, la narración es primordial.

Para las colaboraciones entre guionistas y dibujantes, los dos métodos de trabajo más comunes son “el argumento primero” o bien “el guión completo”.

El método de “el argumento primero” traslada la responsabilidad de gran parte del proceso narrativo al dibujante, que toma las decisiones narrativas al ritmo y tempo de la historia, la distribución de la página y la composición de cada viñeta.

Con el método de “el guión completo”, el guionista divide la historia página a página y viñeta a viñeta, y suele describir la composición, el punto de vista, la iluminación, etc. En gran detalle, a veces dejando poco margen de interpretación al dibujante.

La redacción de guiones para cómics exige un sentido visual de la narración mayor al de cualquier otra forma de escritura. Quizá no sorprenda pensar que muchos de los mejores ejemplos del arte del cómic han sido creación de una sola persona, encargada de escribir, dibujar, rotular e incluso colorear sus propios cómics para crear obras que combinan las palabras y las imágenes de un modo imposible de lograr con un equipo, por unido que esté.

Guión: Esbozos previos (*thumbnails*)

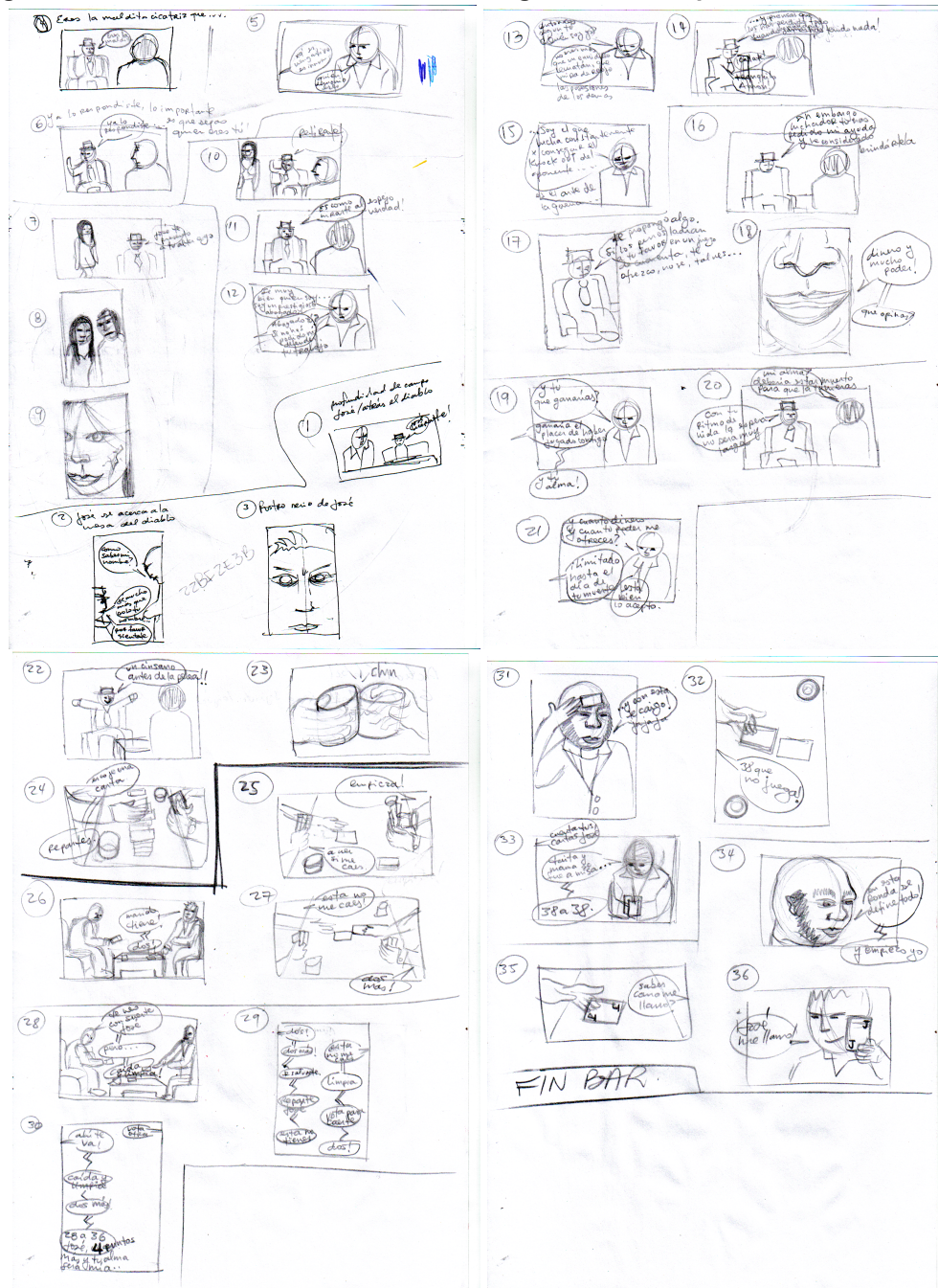
Casi todos los dibujantes empiezan el proceso de dibujar un guion elaborando esbozos pequeños y aproximados de la distribución de la página. Se llaman *Thumbnails* y ayudan al dibujante a visualizar el guion, abordar cuestiones de ritmo y composición y tomar numerosas decisiones relativas a la narración y el diseño.

El tamaño y la forma de las viñetas, el recorte (de bordes/de imágenes), el encuadre y el punto de vista, las zonas negras y la fluidez de la página pueden planificarse rápidamente mediante *thumbnails*, mientras que detalles como la anatomía y la perspectiva se suelen resolver más adelante, normalmente en la hoja final.

A menudo, los bocadillos y las cartelas para el texto se integran también en esta fase inicial de la distribución, ya que formarán parte del diseño de página final. El orden de lectura de los bocadillos y de las imágenes es de suma importancia.

El desarrollo de la novela gráfica Cicatrópoli, nace a partir de la elaboración de esbozos que narran la historia y ayuda a delimitar el espacio entre viñetas y los diversos planos y ángulos de los personajes. Cada tres viñetas trabajadas en Cicatrópoli, representa una página de la novela.

Figura 4.09. Guión: Esbozos de la novela gráfica Cicatrópoli “La carita de Dios”



Fuente: Fernando Cano Galarza

Tempo y Ritmo

Parte de la labor del dibujante a la hora de planificar un cómic consiste en controlar la velocidad de la mirada del lector al observar la página, prestando atención a las partes más importantes y dramáticas de la historia e intentando frenar y acelerar la acción según convenga.

Por lo general, los mejores cómics presentan distribuciones simples y fáciles de seguir. Las páginas demasiado complicadas o de complejidad innecesaria pueden llegar a confundir y distanciar al lector, alejándolo de la idea central de la historia. No obstante, los dibujantes de cómic hábiles pueden incorporar múltiples técnicas para mejorar la percepción sin sacrificar la estructura narrativa general.

Marcos de viñetas y calles

Control de los marcos.-

La elección de los marcos de una viñeta es una decisión de diseño relacionada en gran medida con el estilo de las ilustraciones, y el dibujante puede elegir entre múltiples opciones. Tradicionalmente, los marcos siempre han encerrado la imagen dentro de la viñeta mediante una línea negra trazada con regla y calles (*gutters*) blancas a modo de separación entre viñetas.

La creciente variedad de estilos en cuanto a ilustración y diseño de cómic se refiere y los enormes avances en las herramientas de diseño informático hacen que, hoy en día, el creador de cómics tenga muchas más opciones a su alcance. Trazos a mano alzada, esquinas curvas, marcos blancos, ausencia de calles e incluso la ausencia total de marcos son algunas de las opciones de las que disponen los dibujantes imaginativos.

Sangre (*bleed*)

El término “sangre” (*bleed*), o la expresión “a sangre”, se emplea cuando la ilustración se extiende más allá del borde del perfilado de la página, en vez de quedar recluida en el marco de las viñetas.

Composición y diseño dentro de la viñeta

Composición de las imágenes.-

La función principal de la viñeta es la comunicación. Los distintos elementos de la historia deben combinarse dentro de la viñeta de un modo claramente comunicativo. El dibujante es el encargado de decidir cuál debe ser el elemento central de la viñeta.

El dibujante también debe decidir cómo reducir la composición al modo más simple y efectivo de transmitir la información necesaria para que la historia avance.

La sección áurea y la regla de los tercios.-

La sección áurea, conocida por los artistas del Renacimiento como la divina proporción, consiste en un rectángulo cuyos lados se ajustan a la razón áurea, aproximadamente 1:1,618.

Si se dibuja un cuadrado dentro de un rectángulo de la divina proporción, se crea un rectángulo más pequeño con las proporciones exactas del original, y cabe seguir dividiendo rectángulos indefinidamente.

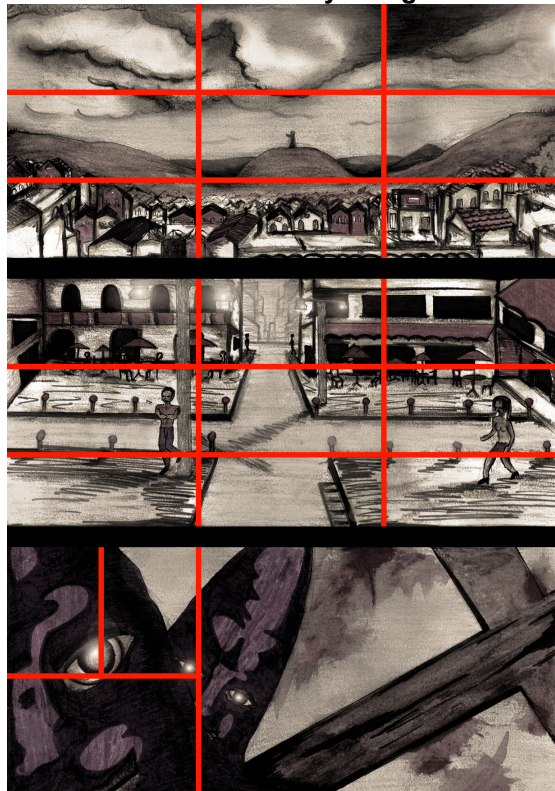
Esto permitirá crear una composición armoniosa y equilibrada.

Como referencia se ha tomado la primera página de la novela gráfica *Cicatrópoli*, en la cual se elaboró en la primera viñeta un plano panorámico de la ciudad de Quito con el panecillo de fondo, se observa que el eje central y

punto de enfoque es la virgen y la loma; algo muy parecido sucede con el manejo de los puntos áureos en la segunda viñeta, solo que el escenario cambia situando al espectador en otro lugar muy conocido en Quito, la plaza Quinde, popularmente conocida como plaza Foch.

En la tercera viñeta el peso visual está claramente definida de lado izquierdo de la composición (creada a partir de la espiral de Fibonacci); es decir, en los cucuruchos, específicamente en el ojo de uno de ellos; la cruz y la sangre de lado derecho se convierten en el fondo y complemento de la composición.

Figura 4.10. Sección áurea y la regla de los tercios.



Fuente: Fernando Cano Galarza

Punto de vista: Encuadre, planos y ángulos de cámara

El marco de la viñeta dicta el punto de vista del lector y le obliga a contemplar la escena del modo en que lo establece el dibujante.

El dibujante controla el recorte, la proximidad y el ángulo de visión, e intenta dirigir la mirada del lector hacia el foco de la viñeta mediante diversos recursos de composición y encuadre.

Una simple toma de apertura al inicio de un cómic, capítulo o página puede “fijar la escena” y transmitirle al lector una sensación de lugar, tiempo, estado de ánimo y entorno.

A menudo se trata de una escena exterior, que a continuación pasa a una toma de apertura secundaria interior que, además de identificar el escenario, define la posición relativa de los personajes respecto al entorno entre ellos.

Una vez el lector ya ha asimilado esta información, el dibujante puede pasar sin problema a planos medios y primeros planos, pues las relaciones espaciales entre los personajes ya han quedado establecidas.

Entre los diversos planos tenemos el punto de vista panorámico que puede dar cierto aire de distancia u observación remota a la escena, sirve como descripción del lugar.

Un plano americano suele enmarcar a uno o más personajes de cuerpo entero y muestra el lenguaje corporal, acercando así al lector a la acción y permitiendo que se identifique con el protagonista.

Los primeros planos pueden llenar la viñeta con un personaje de hombros hacia arriba, centrarse en una cara o incluso fijarse simplemente en un ojo. Este tipo de plano es ideal para describir expresiones faciales e involucrar así al lector en el contenido emocional de la historia.

Figura 4.11. Izquierda.- Plano detalle de la expresión facial del diablo. Centro.- Primer Plano del rostro de José. Derecha.- Primer Plano del rostro de la chica con cicatriz.



Fuente: Fernando Cano Galarza

Figura 4.12. Primer Plano de los vasos chocando en el aire (Brindis)



Fuente: Fernando Cano Galarza

Ángulos de cámara

Normalmente, lo que mejor funciona es limitar la variedad de ángulos de cámara al mínimo justo y necesario, y de este modo cualquier cambio drástico en el punto de vista, si se utiliza con moderación, causa mayor impacto.

Algunos ángulos de cámara pueden destacar puntos concretos de la historia. La utilización de picados, contrapicados, inclinación de cámara, entre otros puntos de vista pueden enfatizar diversos aspectos que se encuentran en la viñeta y crear sensaciones en el lector.

Figura 4.13. Izquierda.- ángulo contrapuesto de José hacia la barra. Derecha.- ángulo cenital de la mesa



Fuente: Fernando Cano Galarza

Manchas negras

Este curioso término hace referencia a la práctica de colocar zonas en negro en la página. Este recurso se emplea para ayudar a la narración simplificando composiciones complejas.

Las zonas negras sólidas pueden marcar la dirección de la luz indicando las zonas de sombra y dar una sensación de profundidad. Las sombras fuertes de una única fuente de luz ayudan a dar forma y dimensión a las figuras y objetos.

Una buena colocación de dichas zonas ayuda a definir elementos del fondo y del primer plano, a separar visualmente figuras diferentes y a dirigir la mirada hacia el foco.

La introducción de manchas negras puede crear estados de ánimo y ambiente, añadir equilibrio y estabilidad, y servir como recurso de encuadre dirigiendo el ojo hacia el foco de la imagen.

Distribución y diseño de página

La página, y no tanto la viñeta, es la unidad básica del *comic book* o novela gráfica. En el contexto de una tira de periódico de una sola página o una novela gráfica épica, el lector contempla una página después de otra (o quizás una extensión de dos páginas).

Algo único de la forma artística del cómic, que ningún otro medio puede ofrecer, es que todos los elementos narrativos distintos (las imágenes, los bocadillos, el texto, los efectos sonoros) pueden configurarse como una secuencia de viñetas separadas y contemplarse de una vez como un único diseño unificado.

Con un buen diseño de página se evita la posible colocación confusa de imágenes y texto, y se permite que el lector siga el orden de lectura consecutivamente de lado a lado y de arriba abajo, contemplando cada viñeta a su propio ritmo.

Las distribuciones de página más atrevidas pueden contener las viñetas entrelazadas de tamaños distintos que se quiera, e incluso emplear formas irregulares, viñetas que se solapan o viñetas torcidas con calles en diagonal. Cabe incluso la posibilidad de hacer que las figuras se salgan de la cuadrícula para conseguir un impacto mayor.

Existe una amplia gama de alternativas al alcance del creador, pero las distribuciones de página en ningún caso deben ser arbitrarias. A la hora de distribuir una página, la fluidez narrativa debe ser la preocupación principal. Las distribuciones de páginas claras y lógicas son cruciales si el lector debe ser capaz de seguir la historia.

Sistemas de distribución en cuadrícula

Es crucial que las viñetas que conforman la narrativa en cada página estén colocadas para ser leídas en un orden determinado. Con ello se permite que el lector se centre en el contenido de la viñeta en vez de intentar descifrar el orden de lectura.

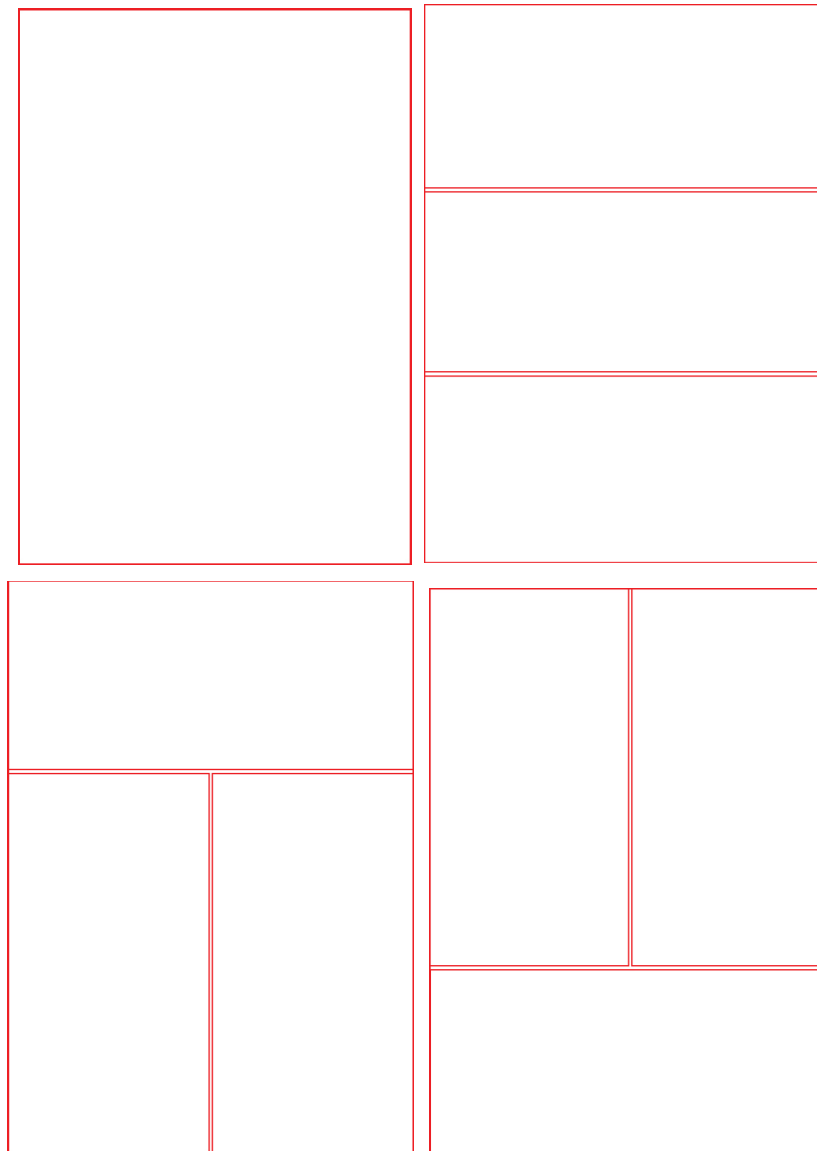
Una de las formas más efectivas y habituales de conseguir cierta facilidad de lectura consiste en utilizar un sistema de cuadrícula. Se divide la página en unidades más pequeñas, tanto horizontal como verticalmente, y se consigue así una serie de viñetas del mismo tamaño ordenadas en filas y columnas. Por lo general, las cuadrículas contienen nueve o seis viñetas, aunque los sistemas de cuatro, ocho y doce viñetas son también frecuentes.

El lector tiende a leer de izquierda a derecha desde el nivel superior de la página: lee cada viñeta por orden y a continuación pasa al nivel siguiente, y así sucesivamente hasta llegar al inferior.

Al utilizar una estructura de cuadrícula se garantiza que la página es legible, comprensible y fácil de seguir, y si se aplica la misma cuadrícula a todo el cómic, este adquiere cierta coherencia visual y el lector puede sumirse en el contenido en vez de la forma.

Las formas y distribuciones de cuadrillas utilizadas en la novela gráfica Cicatrópolis son las siguientes:

Figura 4.14. Cuadrículas de la novela gráfica



Fuente: Fernando Cano Galarza

Romper la cuadrícula

Existen otras formas de crear una página más allá del uso de una cuadrícula estricta.

Romper de forma intencionada con una estructura de cuadrícula restrictiva en la parte pertinente de la narrativa puede subrayar un momento de acción o drama intenso. Si se rompe el ritmo esperado de los rectángulos con una viñeta inclinada, sin marcos, de mayor tamaño o forma distinta, se destacará el contenido de la misma.

También es habitual incorporar distribuciones de página que contengan viñetas irregulares, estructuras de página torcidas, viñetas superpuestas o flotantes, o incluso una ausencia total de viñetas como parte del diseño “metaviñeta” de una sola página.

No obstante, no hay que olvidar que es esencial colocar viñetas con claridad para que el lector sea capaz de seguir la secuencia de imágenes, especialmente cuando la narrativa es compleja.

Rotulación y bocadillos

Las cartelas, bocadillos o globos y rotulaciones que se incluyen en un cómic son una parte esencial del proceso narrativo, tan vitales a su manera como cualquier otro aspecto del diseño de cómic. De hecho, a menudo se describe el cómic como una combinación de palabras e imágenes, pero suele pasarse por alto la importancia de la rotulación.

El formato impreso de los *comic-books* y novelas gráficas no ofrece al creador el lujo de la dimensionalidad, el movimiento o el sonido, pero cabe transmitir todos estos elementos al lector mediante múltiples técnicas ingeniosas. En el caso del sonido, se representa a través de cartelas, bocadillos, fuentes expresivas y rotulaciones de efectos sonoros.

No todos los cómics emplean bocadillos y cartelas, y de hecho existen muchos buenos ejemplos de historias de cómic “mudas”, aunque la mayoría cuentan con estos recursos como parte integral del proceso narrativo.

Al utilizar las técnicas tradicionales o un programa informático, el rotulista del cómic debe tomar decisiones vitales sobre la elección de la fuente, el tamaño de los caracteres y la colocación y estilo de los bocadillos y cartelas.

Rotulación a mano

Antes de la llegada de la tecnología informática, todas las rotulaciones se hacían a mano, con excepción de algunas con composiciones pegadas, en particular en la celebrada línea de la editorial EC Comics. En la actualidad, la rotulación a mano todavía persiste, y la utilizan creadores de cómics artísticos y alternativos que prefieren un enfoque más personal. La producción intensiva, preferida por las empresas de cómic, favorece las soluciones informáticas.

Rotulación por ordenador

Como en la vida en general, la informática ya es un medio esencial en la rotulación de cómic. La rotulación a mano es ahora una opción para los creadores independientes, que pueden optar por este modo de expresar su estilo personal, pero la rotulación por ordenador ha pasado a ser la primera opción de las editoriales.

El estilo de rotulación siempre debería intentar adecuarse al máximo al estilo de dibujo, para que se “lean” ambos como un ente único y ayuden al lector a sumergirse en la historia. Actualmente, existen fuentes informáticas modernas y bien diseñadas para crear rotulaciones muy parecidas a la manual. Hay fuentes que incluso incorporan distintas versiones de la misma letra para evitar que el texto sea demasiado uniforme.

En comparación con la manual, la rotulación por ordenador ofrece algunas ventajas: mayor coherencia, realización de correcciones y cambios de idioma, corrección ortográfica automática y muchas más. Ante un plazo de entrega

ajustado, cabe la posibilidad de que varios rotulistas utilicen las mismas fuentes y trabajen en la misma tira al mismo tiempo. Además, resulta relativamente sencillo añadir fuentes de diseño más complejo, rotulaciones a color y otras.

La rotulación por ordenador se superpone a las ilustraciones escaneadas con un programa de ilustración vectorial como Adobe Illustrator. También puede utilizarse un software de mapa de bits como PhotoShop, aunque el resultado impreso no es tan nítido.

La rotulación y los bocadillos se mantienen en una capa distinta a la de las ilustraciones para poder ajustar la posición con facilidad.

Hoy en día existe gran variedad de fuentes especialmente diseñadas para la rotulación de cómic, disponibles en línea en las páginas web de empresas como Comicraft y BlamBot. Entre ellas se encuentran fuentes basadas en estilos concretos de rotulación, rotulación de efectos sonoros y fuentes para títulos.

Bocadillos y cartelas

Los bocadillos se han convertido prácticamente en un símbolo representativo del cómic. Con la única excepción de la historieta de una sola viñeta, son característicos, y casi exclusivos, del medio. La forma del bocadillo estándar da a entender, que contiene el diálogo que pronuncia el personaje al que apunta el rabillo.

A menudo, las formas elípticas estándar consumen un gran espacio y cubren demasiado la ilustración, además de complicar la colocación del texto. Por ello, resulta habitual ver elipses ligeramente aplanadas, formas irregulares dibujadas a mano, rectángulos y otras variaciones de bocadillos que dan un buen resultado. Sea cual sea el estilo de los bocadillos, siempre debería combinar con las ilustraciones y, claro está, mantener la coherencia dentro de una misma obra.

Formas de bocadillo.-

Se puede utilizar una gran variedad de formas de bocadillo, a veces junto con el estilo de fuente, para indicar “voces” de personajes distintos o para transmitir emociones, exclamaciones, susurros y pensamientos.

Los bocadillos irregulares, que suelen emplearse con textos más largos, pueden indicar exclamación, grito y alarido.

Figura 4.15. Bocadillos



Creación de bocadillos por ordenador.-

Los bocadillos se suelen crear por ordenador, en programas de ilustración vectorial como Adobe Illustrator, ya que por lo general se requiere una nitidez perfecta a la hora de superponer bocadillos sobre ilustraciones de líneas angulosas.

Cartelas.-

Las cartelas que contienen texto narrativo o voz en off de algún personaje suelen ser rectangulares. Puesto que no están asociadas de manera directa a ningún objeto concreto de la viñeta, pueden colocarse con mayor libertad, siempre que favorezcan la composición general y el orden de lectura.

A veces, una cartela sin marco puede simplemente “flotar” sobre una zona vacía de ilustración adecuada, en vez de estar confinada en un rectángulo.

Figura 4.16. Cartelas



Fuente: Fernando Cano Galarza

Efectos sonoros y de rotulación

Los efectos sonoros son otro elemento representativo de los cómics. Pero, por desgracia, los efectos superpuestos del tipo “¡Tronch! ¡Zas!” fueron tan habituales en la famosa serie televisiva Batman de la década de 1960 que perjudicaron su uso en obras más serias. Incluso en la actualidad, la prensa sigue recurriendo al estereotipado titular “¡Paf! ¡Splash! Los cómics han crecido”, incluso para hablar de las novelas gráficas de contenido más serio para adultos.

Muchas historias de cómic con un tono adulto no precisan rotulación alguna de efectos sonoros, pero cabe sostener que la imagen de una pistola que se dispara resulta inevitablemente más dramática cuando se combina con un “¡pum!” o un “¡Bang!”.

Figura 4.17. Efectos sonoros



Fuente: Tipografía "Sound FX"

Utilización del color en la novela gráfica Cicatrópolis "La carita de Dios"

Para la pintura digital de la novela gráfica Cicatrópolis "La carita de Dios", se utilizó el programa Adobe Photoshop; en ella se retocaron los colores empleados manualmente con lápices de colores, acuarelas, rapidógrafos y rotuladores, con la intención de hacer de estos colores más uniformes. También mediante un filtro de color violeta a 50% se logró uniformizar aún más las imágenes antes editadas. Otro elemento empleado en la edición fue el resalte de luz y sombras por medio de herramientas como los pinceles y el aerógrafo; además se manipularon los niveles, el brillo, los contrastes, la saturación y se aplicaron ciertos efectos de luz y textura.

Diseño de cubiertas y publicación

La creciente sofisticación de los programas informáticos de maquetación ha puesto el diseño puntero al alcance tanto de editoriales de cualquier tamaño como de creadores independientes. Un precio más asequible en las tecnologías de impresión y la facilidad de comunicación con imprentas extranjeras ofrecen al diseñador una gran variedad de formatos.

Todos los componentes de una novela gráfica o *comic-book*, incluidas las ilustraciones de la cubierta, la cabecera, el logotipo de la editorial, las guardas y el contenido de texto, deben estar sujetos al proceso de diseño, mientras que

las consideraciones de formato como el tamaño, el número de páginas y el tipo de papel pueden incidir en la experiencia que la obra ofrecerá al lector.

Hoy más que nunca, el diseño de publicación de los cómics presenta una gran variedad y está influido por las tendencias de diseño gráfico actuales. En la actualidad, la cubierta, el diseño interior y la maquetación de una novela gráfica contemporánea presentan un aspecto más cercano al de una revista o novela establecida que al de un *comic-book*.

Las posibilidades actuales del diseño de cómic no tienen precedentes.

Cubiertas de cómic

Una frase un tanto trillada dice: *“No se debe juzgar un libro por su cubierta”*. Por desgracia, eso es lo que la mayoría de la gente hace, y dada la ingente cantidad de novelas gráficas y cómics nuevos que se publican, no se la puede culpar por hacerlo.

Por tanto, un diseño de cubierta debe reflejar el contenido del libro y ha de ser diseñado con el objetivo de atraer la atención del público. Obviamente, un tema para adultos debería lucir una ilustración de cubierta más sofisticada, y ello debe quedar reflejado en la elección del tipo y el diseño general.

Si se crea un diseño de cubierta original, en especial en colecciones de cómic el lector será capaz de encontrar sus títulos favoritos con más facilidad. Pero el diseño también debe integrar y atraer a los curiosos casuales. Debe tenerse siempre en cuenta que el objetivo primordial de la cubierta es vender el libro, por burdo que suene decirlo.

Por lo tanto, es importante que una cubierta tenga un diseño potente y claro que pueda “leerse” en la distancia. La imagen debe ser llamativa e inconfundible, y destacar en medio de un mar de docenas de libros que compiten por el dinero del comprador.

Es esencial que el diseñador esté al corriente de las tendencias de moda. Ciertos gráficos energéticos e icónicos tienen más posibilidades de destacar si están rodeados por cubiertas más ilustrativas. Pero si algo está claro es que no existe una única fórmula que garantice el éxito de una cubierta.

Es también importante que la ilustración de la cubierta, el logotipo, el título y otros elementos necesarios funcionen conjuntamente como una unidad de diseño.

Ilustraciones de cubierta.-

Las ilustraciones que se creen para la cubierta de un libro pueden basarse en conceptos de lo más diverso: un momento clave, un montaje de elementos de la historia, un retrato del protagonista principal o una imagen que resuma el tema y la ambientación del libro.

El dibujante debe esforzarse por reducir la historia a su esencia más pura, condensando el contenido del cómic en una única ilustración.

El ilustrador de la cubierta siempre debe tener en cuenta que hay que reservar espacio para el logotipo del título, el logotipo de la editorial, el código de barras, texto decorativo o cartelas y cualquier otro elemento necesario. Si se descuida este aspecto, puede que ciertas partes importantes de la imagen queden ocultas o conlleven una composición mal equilibrada.

Las cubiertas basadas en gran medida en el diseño pueden incluir imágenes ampliadas del contenido del libro, utilizar material fotográfico e incorporar la tipografía como elemento central.

Diseño de cabecera

Las cabeceras, el logotipo de marca característico que identifica el libro o publicación, pueden incorporar un logotipo gráfico, seguir reglas de diseño específicas o consistir simplemente en un tipo decorativo modificado.

Los logotipos siempre deberían ser gráficamente sorprendentes y característicos, para que el lector habitual pueda encontrar sin titubeos sus títulos favoritos en la estantería, o bien estar en armonía con el diseño de la cubierta para atraer así a nuevos lectores.

Las cabeceras suelen colocarse en la parte superior de la cubierta, ya que, tradicionalmente, las revistas y los cómics se colocaban de tal manera en la estantería que tan sólo se dejaba a la vista del comprador potencial la parte superior de la cubierta.

Las cabeceras y logotipos de las cubiertas deben ser suficientemente versátiles como para que se les puedan cambiar los colores o rotularlos en blanco sobre fondo negro, a fin de que no se mezclen con la imagen de la cubierta. El estilo de la cabecera siempre debe adecuarse al tema del libro o historia, y su diseño debe perseguir el objetivo de atraer al público a que está destinado.

Figura 4.18. Portada de la novela gráfica Cicatrópolis “La carita de Dios”



Fuente: Fernando Cano Galarza

Diseñar una cabecera.-

Hoy en día, la mayoría de cabeceras de cómic se crean con programas informáticos como Adobe Illustrator, lo que ha repercutido en gran medida en el diseño de logotipos.

Tipografía de la cabecera.-

Los elementos tipográficos de las cubiertas de cómics, salvo los elementos esenciales, se han ido perdiendo en los últimos años. La cabecera, la imagen de cubierta y los nombres de los creadores es todo lo que suele considerarse necesario para asegurarse de que el libro llama la atención del lector.

A veces se utilizan fuentes decorativas de palo seco (*sans-serif*) simples en las cubiertas como elemento gráfico, ya que le dan al diseño un aspecto más sofisticado y moderno de forma intencionada.

Figura 4.19. Tipografía



Fuente: Fernando Cano Galarza

Diseño del logo de la empresa

La creación del logotipo de una editorial de cómics no es simplemente un diseño independiente, sino que es una parte integrante de su identidad corporativa.

Un logotipo es una combinación única de símbolos gráficos y texto, que representa a una empresa (u otra organización) como parte de su marca comercial. Por lo general, también suele ser una marca registrada. Persigue el objetivo de identificar la empresa y crear un reconocimiento inmediato de la misma.

Figura 4.20. Logo



Fuente: Fernando Cano Galarza

Diseño de la publicación

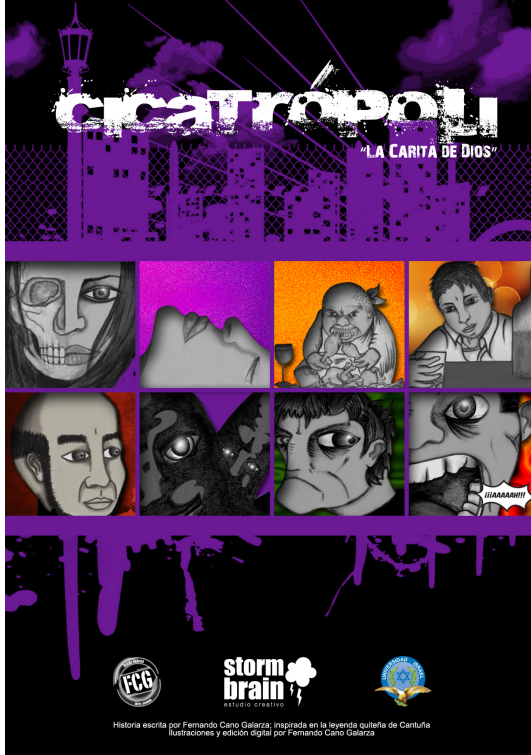
Hasta hace pocos años, siempre se había descuidado el diseño gráfico de gran calidad para los *comic books* y novelas gráficas.

Una página con letras montada a toda prisa para panfletos periódicos, o un diseño de cubierta poco inspirado envolviendo una recopilación de entregas sacadas de todo tipo de material para una versión de *trade Paperback*, eran la norma. Incluso hoy en día, muchas publicaciones de página de texto antiguísimas y de diseño francamente mediocre.

No obstante, actualmente algunas editoriales prestan mayor atención al diseño de sus novelas gráficas e incluso al de sus *comic books* habituales, inspirándose en mayor medida en el diseño editorial tradicional. Las páginas iniciales (*front matter*) y finales (*end matter*) son hoy en día mucho más corrientes, y dan una sensación de calidad y valor a una forma artística tradicionalmente despreciada y subestimada.

PRODUCTO FINAL

Figura 4.21. Producto final



Portada de la novela gráfica Cicatrópoli
Uso de colores fríos y oscuros (misterio)



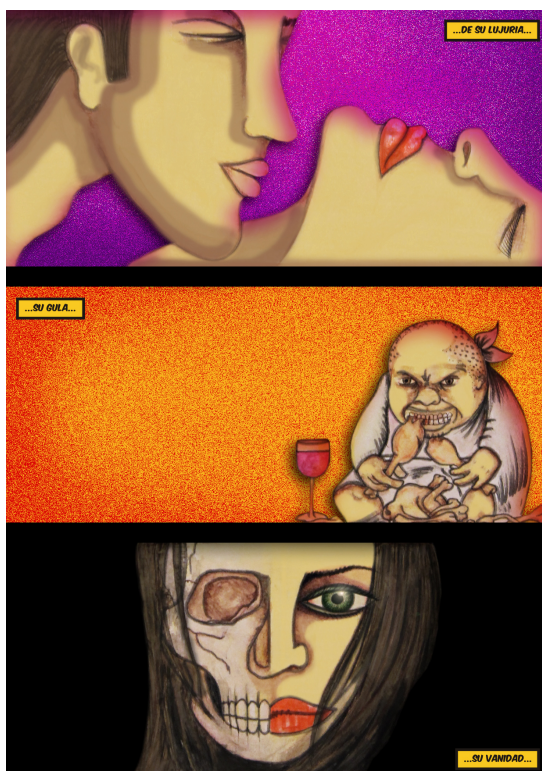
Contraportada de la novela gráfica Cicatrópoli
Marca de agua de la ciudad / destaque logos



Introducción a la historia mediante cartelas



Descripción de los 3 primeros pecados capitales



Descripción de los siguientes 3 pecados



Descripción de 1 pecado / introducción de José



José entrando bar / interacción barman

Situación entorno, cambio fondo / juego de planos

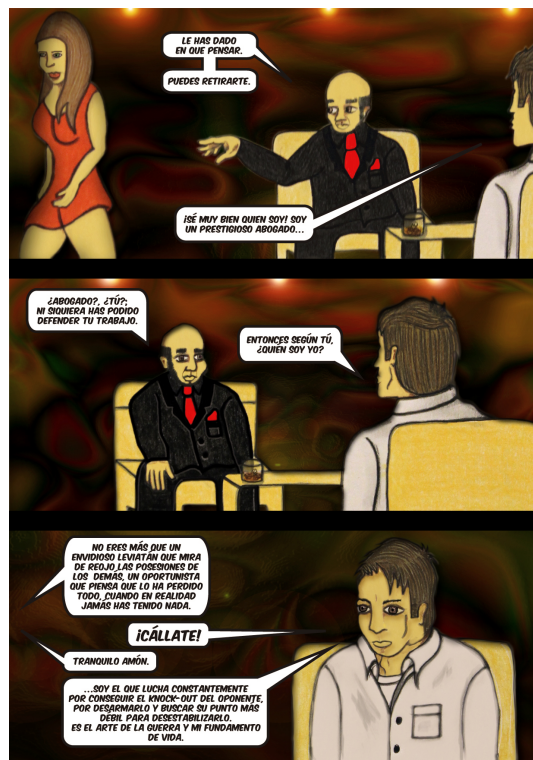


Primera interacción de José con el diablo

Conversación entre José y el diablo



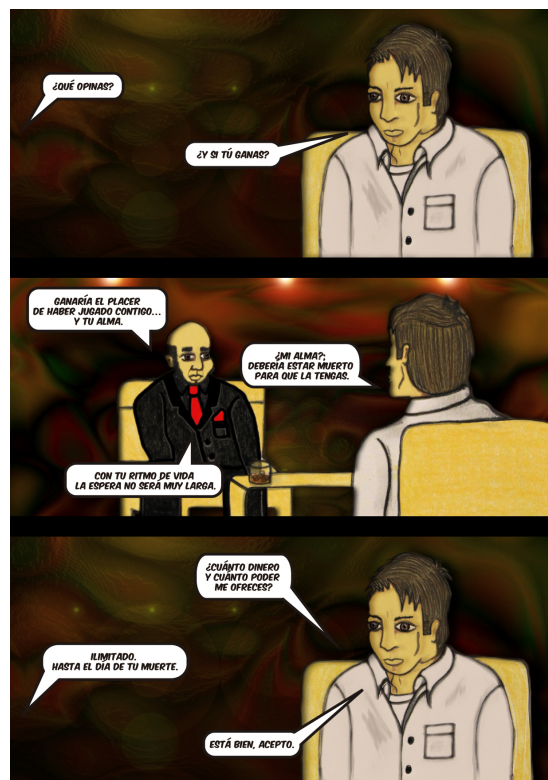
Interacción entre José, el diablo y la chica



Salida de la chica / Conversaciones José y diablo



Conversaciones y juego de planos



Conversación entre José y el diablo





Cambio de planos, ángulos y fondo



Conclusión de la historia

CAPÍTULO V

Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones

El desarrollo de la novela gráfica Cicatrópolis “La carita de Dios”, basado en tradiciones y jergas propias de Quito, utilizando una ilustración, técnicas, estilos y aplicaciones adecuados e identificados con la Escuela Quiteña, contribuye a cimentar la cultura, identidad y sentimiento de nacionalismo, así como a destacar valores propios de nuestros ancestros y de la realidad ecuatoriana.

Las leyendas urbanas de Quito son parte de la cultura capitalina; de las tradiciones y herencias de nuestra ciudad, convirtiéndose en un aporte más en nuestra identidad. Las leyendas han prevalecido en nuestra sociedad por la transmisión de generación en generación, hasta llegar a este nuevo siglo.

Vivimos en una era globalizada y tecnológica, somos testigos (directos o indirectos) de acontecimientos globales debido a las facilidades de comunicación e información; es por ello que estos grandes cambios demandan nuevas necesidades.

La novela gráfica Cicatrópolis “La carita de Dios” ha sido desarrollada pensando en las necesidades de una era tecnológica y en las facilidades para los lectores; por supuesto sin dejar de lado ciertas características que nos identifican como sociedad; como las tradiciones, costumbres, y lenguaje que resalta “la chispa y la sal quiteña”.

El estilo gráfico ha sido desarrollado para que su estética transmita de manera adecuada la historia y por ende sea de interés de los lectores. Logrando de esta manera la aceptación del grupo al cual está dirigida la historia y su gráfica.

Recomendaciones

Desarrollar y difundir la novela gráfica Cicatrópolis “La carita de Dios” y en general la cultura relacionada con el valor de la novela gráfica, como un aporte y contribución valiosa en el fortalecimiento de nuestra identidad nacional.

A nivel mundial existen ciertos países donde su estilo visual es una de sus mejores cartas de presentación. Países como México cuentan con una cultura visual más desarrollada que otros países latinoamericanos. México no es solo conocido a nivel mundial por su tequila, sus mariachis, o su gastronomía; sino también por personajes que han desarrollado un sentido de pertenencia e identidad dentro de aquella sociedad; personajes que han marcado una época y que lo siguen haciendo, como “El Santo”, o las caracterizaciones del famoso “Chespirito”, sus personajes como, “El Chapulín Colorado”, “El Chavo del 8”, entre otros.

En Estados Unidos uno de sus personajes más populares es “El tío Sam”; sin embargo aquella cultura desarrolló todo tipo de héroes y superhéroes principalmente de la mano de Marvel cómics y DC cómics; personajes como, Superman, Batman, Spiderman, X-Men, Hulk y todo un universo de personajes reconocidos mundialmente.

China y Japón son dos de los principales países que exportan personajes animados, e incluso han desarrollado un estilo gráfico particular llamado “Manga”.

Estos países, como muchos otros han manejado la estética global dentro del diseño. En Ecuador deben crearse escuelas de diseño encaminadas a desarrollar líneas gráficas a partir de nuestra historia, o simplemente motivar a los diseñadores gráficos a buscar su estilo personal, su marca, aquello que lo distinga, para un posterior aporte. Es en este momento donde la experimentación creativa debe ser parte esencial en la enseñanza del diseñador. Si bien es cierto, el concepto es muy importante; pero muchas

veces el comunicador visual deja de lado la estética. En diseño, Concepto y estética van de la mano.

Bibliografía y Anexos

Bibliografía:

- AMADOR José, "Tendencias, estilos y tipos de escaparates", Editorial Vértice, Málaga 2010, pág. 67
- AMBROSE Gavin – HARRIS Paul, Fundamentos del Diseño Creativo
- Arte Ecuatoriano, siglos XVI - XVII. España: Editorial SALVAT
- BLUME Hermann, "Guía completa de la publicidad", Tursen, Madrid 1993, pág. 189
- COSTA Joan, Semiótica del color. 2003; pág. 22
- DALLEY Terence, Guía completa de Ilustración y Diseño, Hermann Blume, EEUU, 1999
- DAWSON John, "Guía completa de grabado e impresión, técnicas y materiales", Blume Ediciones, Madrid, 1996, pág. 3
- Diario la Hora (2012). «Quito, nueva capital económica del país». Consultado el 10 de julio de 2012.
- DÍAZ Sonia – MARTÍNEZ Gabriel, Pictopia / UN MUNDO FELIZ
- Diseño Gráfico Fundamentos y Prácticas / DABNER David
- ECO Humberto; 1986, p. 66
- Edufuturo (2006). «Fundación de Santiago de Quito y San Francisco de Quito». Consultado el 16 de julio de 2009.
- FRASCARA, Jorge, "Diseño gráfico para la gente" , Ediciones Infinito, Buenos Aires, 2004, pág. 25
- GANZ, Nicholas, Graffiti: Arte urbano de los cinco continentes
- GARCÍA Mariola, "Las claves de la publicidad", Esic Editorial, Madrid, 2001, pág. 17
- KAPLÚN M. 1998: pág. 82
- LAWRENCE ZEEGEN / CRUSH, Principios de Ilustración
- MARTÍNEZ CASTILLO Geovanni, Tipografía 2011: pág.16
- MUNARI Bruno, Diseño Gráfico y Comunicación Visual 1996: pág. 106
- ROUVIERE H, & DELMAS A; 2003: pág. 54
- SEDDON Tony / HERRIOTT Luke, Dirección de Arte

- SATUÉ Enric, “Arte en la Tipografía y Tipografía en el Arte” Gutemberg, España, 2007, pág. 197
- SPENCER MILLIDGE GARY, Diseño de cómic y novela gráfica
- Taller Ilustración Montt • Olea / 1
- Unasur. «Quito será la sede del UNASUR». Consultado el 23 de junio de 2009.
- Unesco (2009). «Ciudad de Quito Patrimonio de la Humanidad». Consultado el 23 de septiembre de 2009.
- VALENCIA CRESPO, César, “Ecuador histórico: Escuela Quiteña de arte” 2011
- ZANÓN David, “Introducción al diseño editorial”, Visión Net, Madrid, 2002, pág. 17

2.9.1 Webgrafía

- http://www.cali.gov.co/publico2/documentos/cultura/Arte_Colonial_Octubre.pdf
- <http://www.ibarraestodo.com/noticias/noticias-antiores/750-ilustraciones-de-libros-se-exhiben-en-sal.html>
- <http://ilustradoresecuatorianos.blogspot.com/>
- <http://mq2.microquito.com/>
- <http://www.cebem.org/cmsfiles/publicaciones/viewcontent.pdf>
- <http://www.flacso.org.ec/docs/edfcolor.pdf>
- <http://definicion.de/editorial/>
- <http://visual.ly/color-theory>
- www.eltelegrafo.com.ec

ANEXOS

El webcómic y la novela gráfica digital llega a muchísima más gente y más rápido”

[9 marzo, 2013](#) · by [oscarng30](#) · in [Entrevistas](#), [Webcómic](#).



Héctor y Natalia, creadores de ‘Amazing Teapot’

¿Qué puntos fuertes creéis que tiene el webcómic en frente a las viñetas impresas?

Héctor: Que el webcómic llega a muchísima más gente y más rápido, tu sacas una tira nueva y lo dices en twitter y de repente ya le ha llegado a trescientas personas. Esto si tu lo sacas en papel, a no ser que lo saques en un diario o una publicación más regular, ¿cómo lo consigues? Es la única oportunidad que nos dan a quienes no nos dedicamos a esto para que la gente nos siga.

Natalia: Queremos hacer una recopilación y sabemos que es una inversión súper arriesgada, si sale mal serán 200 o 300 euros que se van. El webcómic es una forma de saber si lo estás haciendo bien sin tener que dejarte dinero.

¿Qué diferencias podemos encontrar entonces entre un cómic tradicional y un webcómic?

Prácticamente ninguna, el webcómic no es otra categoría de cómic, porque te puedes encontrar los mismos géneros en uno y en otro. La única diferencia que vería así notable sería la gente que pone animación, nosotros lo hicimos en una tira pero fue una tontería. Otra diferencia sería que, en el webcómic, puedes ir sacando mucho más regular y que a la gente le llega mucho antes.

¿Qué opináis sobre los cómics?

Héctor: Me gustan mucho, prefiero los manga. También navegamos mucho por los webcómic de compañeros y conocidos, antes no lo hacíamos tanto pero te arrancan sonrisas.

Natalia: A mí me gustan todos. Tenía contactos que antes me dejaban cómics de Marvel y demás; ahora ya con el mundo online pues se consumen a través de ahí. De hecho en la web hay un gran número de artistas que se juntan.

Webcómic en español

Webcómic en español (1)

Pequeña guía para adentrarse en el cómic online

Publicado el 26.03.13

por Alberto García

@el_tio_berni

Hoy día, entrar en una librería de cómic es enfrentarse a una amplísima diversidad de títulos que se renuevan a ritmo frenético. Si ya es complicado mantenerse al tanto de todo aquello que se publica en papel, ¿cómo abarcar la oferta de cómics publicados en la vastedad de internet? Los cómics online, o webcómic –ya que este es su nombre más extendido– son un fenómeno reciente si lo comparamos con la larga historia del cómic como medio, pero las posibilidades de difusión que ofrecen y el coste prácticamente nulo para su publicación han favorecido su proliferación. Teniendo en cuenta que aún se discute cuál es la definición de cómic, intentar elaborar una definición para los webcómic es prácticamente imposible. Esta hipotética definición habría de tener en cuenta sus cualidades formales como medio artístico y de expresión, pero también su soporte, que de momento parece lo único claro, aunque la variedad de dispositivos también crezca día a día.

Así, la acepción de webcómic más empleada es la de “cómic publicado en internet”, una descripción que incluiría el escaneado de un cómic publicado previamente en papel y posteriormente habilitado para su lectura online. Una descripción que no tiene en cuenta si el webcómic fue creado expresamente para ser publicado en internet o no, ni considera el aprovechamiento que se haga de las posibilidades añadidas que ofrece el medio digital, como el uso del desplazamiento vertical y horizontal, los hipervínculos, la extensión ilimitada, etc. Evidentemente, hay que seguir trabajando en la caracterización de lo que es un webcómic, ya que a estas cuestiones se suman otras más complejas.

Por ejemplo, el cómic tradicional ni tiene la capacidad de presentar animaciones ni reproducir sonidos, ¿cualquier webcómic con estos atributos dejaría de pertenecer a la familia del cómic? ¿Es posible que los webcómic

evolucione, aprovechando los recursos audiovisuales intrínsecos de internet, hacia un nuevo medio de expresión diferenciado del cómic? Es una cuestión interesante pero que todavía no requiere acuciantemente de una respuesta. La mayor parte de los webcómic que podemos leer hoy en día en internet no son más que la traslación a la pantalla de un ordenador o un dispositivo digital del modelo de cómic tradicional, repitiendo casi siempre las pautas de los formatos más estandarizados: tiras, retículas de viñetas, orientación vertical... Incluso en algunos casos se intenta reproducir el efecto de pasar hojas que asociamos al papel.

Sirvan todas estas (necesarias) consideraciones como preámbulo para el verdadero objetivo de este artículo: presentar al lector un pequeño muestrario del panorama de los webcómic en español que ahora mismo se puede disfrutar alegremente en la red. Porque, sí, esa es otra de las características más comunes en los webcómic: casi siempre son gratis. Inevitablemente, la selección de títulos que se irán desgranando a continuación vendrá marcada por el sesgo de los (limitados) conocimientos y (cuestionables) gustos de quien firma estas líneas, que además se ha impuesto como limitación el prestar atención tan solo a aquellos cómics en la red que se crearon expresamente para ser publicados online, sin una edición previa en formato físico. Por supuesto, el lector interesado en el tema puede investigar por su cuenta y descubrir por sí mismo cuáles son las aproximaciones y los autores que más le interesan. Para ello le resultarán especialmente útiles dos portales centrados en el webcómic, WEE y Subcultura. El primero de ellos funciona como un agregador en el que se van listando los muchos webcómic que pueblan la blogosfera patria, alcanzándose en este momento una cifra por encima de los 950. Por supuesto, la comunidad de WEE también cuenta un foro donde los usuarios discuten y comentan todo lo relacionado con webcómic concretos o sobre el fenómeno en su globalidad, y a lo largo de su historia han editado ya cinco "weezines", publicaciones en papel que recopilan material de miembros de la comunidad y que suelen vender en convenciones de cómic pero que, cómo no, también se pueden leer online. Por su parte, Subcultura ofrece hospedaje gratuito a todos los usuarios que quieran publicar allí su cómic, además de clasificarlos por géneros y facilitar la tarea de los creadores, que pueden centrarse en realizar sus historias sin preocuparse demasiado por los aspectos técnicos de publicación, implementados por la propia web. Y, ahora sí, vamos al turrón.

Capitaneado por Javi Royo, El estafador ofrece semanalmente una retahíla de historias de distintos autores agrupadas bajo un eje temático concreto que a menudo tiene que ver con la actualidad social y política. En el momento de escribir estas líneas, El estafador ha publicado ya 159 entregas, y por la página han desfilado y desfilan nombres consagrados como Juanjo Sáez, Javier Mariscal, Pepo Pérez, Moderna de Pueblo, Tute, Joaquín Reyes, Miguel Gallardo, Mireia Pérez, Miguel Noguera, Darío Adanti o Liniers, y muchos otros con menor trayectoria comercial pero grandes dotes artísticas, como Pau Anglada, Marc Torices, Clara Soriano, Javi Cejas, Mamen Moreu, Peter Jojaio

o Pablo Ríos. Salvando las distancias, El estafador vendría a ser el equivalente al semanario satírico El Jueves, y ofrece la posibilidad de suscribirse y recibir cada nuevo número a través del correo electrónico. Continuando con los blogs corales tenemos que detenernos en Caniculadas, un proyecto, como su propio nombre indica, (casi) exclusivamente veraniego. Sus integrantes, Manoli López, Mireia Pérez, Bea Tormo, Natacha Bustos, Carla Berrocal, Clara Soriano y Mamen Moreu, se reparten los días de la semana para ofrecer, de junio a septiembre, una entrega diaria en la que abordan desde experiencias personales a sus propias opiniones sobre lo que las rodea, siempre en clave de humor. Un sistema de publicación relativamente parecido es el que emplea El heptágono de las Bermúdas, donde los siete días de la semana se reparten entre siete autores: Diego B., Mikelodigas, Paco Sordo, Adrián Vélez, Fran Collado, Álvaro Ortiz, Alberto Monteys y Julio Serrano. Cada uno de ellos cuenta con una “isla particular” donde desarrollar sus historias, y cada semana alguien lanza un reto que el resto de autores tendrá que afrontar. A pesar de que este webcómic apenas si cuenta con tres meses de vida, ya se ha convertido en uno de los favoritos de la blogosfera. Otro blog de reciente creación es Tik Tok, una iniciativa para dar a conocer el trabajo de dibujantes españoles. Lo cierto es que en este caso es difícil decir si nos encontramos ante un webcómic o ante un catálogo y muestrario de autores, ya que se entremezclan historias previamente publicadas en otros medios e historias inéditas, y entre sus colaboradores hay autores muy reconocidos y con abundante obra gráfica publicada (en papel) y otros más bisoños. Afortunadamente, todos ellos son interesantes: Ana Galvañ, Lola Lorente, Néstor F., Carla Berrocal, Alberto Vázquez, Joan Cornellà, Paco Alcázar, Puño, Berto Fojo, Marc Torices, Jim Pluk, Miguel B. Núñez, Alexis Nolla, Pablo Ríos y Carlota Juncosa, de momento. La variedad de autores trae también consigo una variedad temática importante, estando representados el humor, la introspección, la ciencia ficción y otros géneros.

Aunque hemos dado cuenta de algunos webcómic colectivos, lo más habitual es encontrar apuestas personales o, a lo sumo, realizadas por una pareja de dibujante y guionista. Dentro de esta categoría se encuadra Let's Pacheco!, realizado por las hermanas Carmen y Laura Pacheco, un webcómic de éxito inmediato que ha llegado a tener una derivación publicada en papel (Let's Pacheco! Una semana en familia, inédito en internet), e incluso una temporada en la versión digital del blog de moda de El País. Siempre con el humor como objetivo último, las Pacheco desarrollan diversas subseries (Carmen y las cosas, La restauradora de arte, Problemas del primer mundo, Divas de diván), pero sin duda uno de los puntos fuertes de la serie ha sido el elemento autobiográfico, y más concretamente la creación (o adaptación al cómic) del señor Pacheco, padre de la pareja de autoras. Otra pareja de autores reciente es la formada por Hematocrítico (guion) y Pablo Ríos, que han dado vida a Toby Continued, una serie que, supuestamente, es la tira de prensa olvidada de un oscuro autor de los años 40, Cliff Hanger. Evidentemente, “Toby Continued” y “Cliff Hanger” son juegos de palabras en torno al tema central de la serie, el famoso “continuará” y la situación de

tensión creada en la última viñeta que mantiene expectante al lector hasta la siguiente entrega. En este caso, Toby Continued funciona como metacomentario irónico sobre este mecanismo, prometiendo un estallido de acción, una resolución dramática que no llega nunca. Si en los dos webcómic previamente mencionados nos encontrábamos con series relativamente jóvenes, es el momento de dar paso a El joven Lovecraft, del guionista Josep Oliver y el dibujante Bart Torres, que puede declarar orgulloso haberse mantenido en internet desde 2004. Lo cual, y teniendo en cuenta la velocidad a la que pasa el tiempo en internet, es como decir que llevan ahí toda la vida. Esta serie aborda las andanzas de un hipotético jovencito Lovecraft, con un interesante elenco de secundarios monstruosos, referencias literarias y un humor basado en la parodia de lo tétrico y macabro. Si ya hay que felicitar a la serie por su longevidad, no es menos loable el hecho de que cuente ya con trestomoseditados en papel (el primero de los cuales va por su cuarta edición) y que se haya publicado en varios países. Y hablando de ediciones en papel, mucho menos tiempo ha necesitado ¿Dónde está el guionista? –subtitulado “Una tira cómic bien escrita”– para asegurarse su libro recopilatorio. La serie, humorística, gira en torno al mundo de la televisión, un mundo que sus autores conocen muy bien: Andrés Palomino, que es quien pergeña la serie, trabaja en televisión desde hace una década como guionista, y Àlex Roca, su dibujante, también es animador y creador audiovisual para diversos medios, incluida la televisión. Seguramente el lector ya se haya percatado de algo que parece característica común a todos o casi todos los webcómic presentados hasta el momento: el afán cómico. ¿Por qué es el humor el género más abundante en los webcómic? Si hiciésemos una estadística es posible que encontrásemos que también lo es el los cómic de papel, y es incluso posible argumentar que el humor no es un género en sí, sino un tono, una transversal que puede atravesar distintos géneros. En cualquier caso, la mayoría de webcómic funcionan por y para el humor. Tal vez sea por la relativa sencillez de desarrollar la estructura de un gag, por la inmediatez que supone que una pieza corta empiece y termine en sí misma o porque se consigue conectar con el público de una forma mucho más rápida y directa. El humor permite tanto la tira o el chiste gráfico individual como la serie de lenta evolución que en cada entrega ofrece una pequeña historia autocontenida. Así, podemos decir que El Vosque es una especie de excepción a la norma. Aunque no es ajena al humor, la serie que guioniza Morán (autor también de ¡Eh, tío!) y dibuja Laurielle es una especie de saga fantástica con elementos de intriga en un entorno medieval. Por supuesto, no podía faltar la versión en papel, en este caso autoeditada y que alcanza ya el segundo tomo. También es interesante el hecho de que un autor de larga y reconocida publicación en formato analógico como es Víctor Santos, se lance al terreno digital publicando gratuitamente la serie Polar, un relato de corte policiaco/negro en la línea de gran parte de su obra. ¿Es una estrategia publicitaria para atraer lectores hacia su obra comercializada? ¿Es la respuesta a una necesidad personal? ¿Es un proyecto cuya estructura y desarrollo solo admitían la publicación en forma de webcómic? Preguntas, por cierto, que podemos aplicar con ligeras modificaciones a la mayor parte de los webcómic, encontrando posiblemente diversas respuestas en cada ocasión. En este caso concreto parece ser una

mezcla de todas las cuestiones planteadas: por una parte es un experimento narrativo que tal vez sería arriesgado publicar en papel. Por otra parte, la autopublicación ofrece al autor un control absoluto sobre la trabajo y libertad a la hora de diseñar todos los aspectos de la obra. Y, por último, y dado que es un cómic mudo, se convierte en una buena promoción a nivel internacional.

Psicología del color

Los colores nos afectan psicológicamente y nos producen ciertas sensaciones. Debemos dejar constancia que estas emociones, sensaciones asociadas corresponden a la cultura occidental, ya que en otras culturas, los mismos colores, pueden expresar sentimientos totalmente opuestos por ejemplo, en Japón y en la mayor parte de los países islámicos, el color blanco simboliza la muerte. <http://www.xtec.cat/~aromero8/acuarelas/psicologia.htm>

Psicología del color (sensaciones que producen los colores sobre las personas)

	El rojo tiene una poderosa acción estimulante sobre el estado de ánimo del ser humano, debiendo ser usado con cautela. En áreas muy extensas puede ser opresivo e irritante, usando en forma adecuada tiende a dar vida y alegría a las superficies causando la sensación de aumento de volumen y de temperatura de los ambientes.
	El verde tiene un efecto calmante y relajante, usando en exceso torna a los ambientes monotonos, físicamente causa la impresión de liviano y distante.
	El azul también tiene un efecto calmante y es usado en ambientes para reposar; si las áreas son muy extensas tornan los ambientes fríos y vacíos. Físicamente causa la ilusión que los ambientes son frescos y da sensación de distante.
	El amarillo estimula el sistema nervioso central e induce a la jovialidad, por ser un color de alta luminosidad es usado con ventaja en ambientes con poca luz natural y también para señalizaciones. Físicamente causa la sensación de aumento de temperatura y de volumen de los ambientes.
	El naranja usado en pequeñas áreas es estimulante y provoca bienestar alegrando los ambientes. Usado en exceso se torna irritante. La sensación física que causa es aumento de la temperatura y volumen de los ambientes.
	El blanco es estimulante y alegre, aclara los ambientes; usado en exceso provoca la sensación de cansancio a la vista, físicamente de la ilusión de aumento de volumen de los ambientes.
	El negro es un color que normalmente se usa en combinaciones con otros colores. Físicamente usado solo, da la sensación de aumento de temperatura y opresión y disminución del volumen de los ambientes.

La ilustración gráfica

03 Jun 2012

Cultura

La ilustración gráfica ¿Es arte o solo una profesión?

En la actualidad hay mayor conocimiento sobre esta actividad, sin embargo el mercado es el filtro entre buenos y malos practicantes.



Ilustración realizada por “Pato” Mosquera (izq). Ilustración elaborada por Alberto Ruiz (arriba). Personaje de la marca Kotex, rediseñado por Paco Pincay (c). Oh my Duck! es la ilustración con la que Ericka Coello ingresó al libro Curvy (derecha).

Redacción Cultura

“El dibujo es la capacidad intrínseca que tiene cualquier persona, cualquier persona puede dibujar, pero ilustrar es iluminar, mostrar, dar a conocer una imagen que represente el conocimiento de algo”, estas son las primeras reflexiones de Paco Pincay, ilustrador gráfico por más de 20 años.

Para Paco, un ilustrador necesita mucho “backup cultural”, los referentes tanto audiovisuales como lecturas son indispensables para que el trabajo de un ilustrador logre sobresalir y no se quede en la copia o el calco.

Pero, ¿la ilustración es arte o solo una profesión? Norman Rockwell, considerado uno de los padres de la ilustración publicitaria y de prensa, vivió frustrado porque su anhelo era ser artista, sin embargo en su época no fue reconocido como tal, sino como un ilustrador, a pesar de que quienes estaban a su alrededor consideraban su trabajo como arte.

Entre las seis definiciones que la Real Academia Española le da a este término consta: “persona que hace algo con suma perfección”, partiendo de este concepto, Paco Pincay propone que la ilustración cuando es trabajada con calidad, minuciosidad y originalidad, puede ser considerada como arte.

“La diferencia entre un cuadro y una ilustración radica en que si el cuadro no es entendido por el público o es leído de diferentes formas no importa, pero la ilustración tiene una función, una idea que debe ser transmitida como tal, y si la idea no llega al receptor, la ilustración no sirve, paso a ser un simple dibujo”, explica Pincay, quien actualmente trabaja en la agencia Veritas DDB y ha publicado y expuesto sus trabajos en Miami, México y Colombia.

Lo que diferencia a un ilustrador de otro es el estilo, algo que la mayoría de ellos busca y que se logra con la práctica. Para “Pato” Mosquera, ilustrador desde hace más de 10 años, la ilustración tiene algo de arte y algo de mera profesión. Concuerta con la explicación de su colega Pincay y agrega que para sobresalir en el medio, a parte del talento, hay ciertas cualidades que hay que desarrollar. “La rapidez, responsabilidad y creatividad”.

El mercado de la ilustración en Guayaquil no ha sido explotado a cabalidad, sin embargo, Mosquera, quien ha sido profesor del IGAD, asegura que “poco a poco se saturará, porque en la actualidad hay mayor conocimiento de esta profesión. Hay más jóvenes interesados que estudian cosas relacionadas a la ilustración, pero así como crece el mercado, aparecen los “buenos y malos ilustradores, los que crean y los que repiten o hacen trabajos mediocres”.

Para Ericka Coello, la imaginación es el valor agregado, ilustrar es su forma de desahogarse. Inició en este mundo porque le gusta dibujar y poco a poco obtuvo una identidad propia. Definir si lo que hace es arte o una profesión, según ella, es complicado. “Creo que cuando empiezas no te planteas esas interrogantes. Yo cuando

inicié lo hice por una cuestión personal y poco a poco a las personas que estaban a mi alrededor les gustaba, luego trabajé en agencias y así fui creciendo”.

Ericka apareció en el listado de las 120 mejores diseñadoras e ilustradoras en el mundo, publicado en el libro Curvy, que anualmente lanza la revista australiana Yen Magazine. Su trabajo se caracteriza por la tendencia pop art.

Para ella, quien actualmente estudia dirección de arte en cine en Argentina, haber obtenido este tipo de reconocimiento “la compromete”.

La pasión por el oficio más la seguridad de la calidad del trabajo que realizan hace que estos tres ilustradores se planteen la idea de que la ilustración converge entre el arte y la profesión.

Fuente: www.eltelegrafo.com.ec

Glosario de términos

Cognitiva.- es aquello que pertenece o que está relacionado al conocimiento. Éste, a su vez, es el cúmulo de información que se dispone gracias a un proceso de aprendizaje o a la experiencia.

Apelativa.- Se aplica a la palabra que sirve para llamar la atención del oyente o para dirigirse a él.

Exhortativa.- En gramática, se dice de las oraciones que expresan consejo, ruego, mandato o prohibición.

Función fática.- Se trata de aquella que tiene como objetivo llamar la atención. Es muy frecuente en el uso de contrastes, en los tamaños y al igual que la conativa es muy utilizada en los mensajes publicitarios.

Función metalingüística.- Es aquella función que se refiere al código, se ha de conocer el código para otorgarle un significado.

Compacidad.- En topología, un espacio compacto es un espacio que tiene propiedades similares a un conjunto finito, en cuanto a que las sucesiones contenidas en un conjunto finito siempre contienen una subsucesión convergente. La propiedad de compacidad es una versión más fuerte de esta propiedad.

Descentralización.- Traspaso de competencias y servicios de la Administración central a corporaciones locales o regionales

Pigmento.- Es una sustancia colorante que se usa para dar color a otros materiales. Los pigmentos son, por tanto, sustancias con color propio que cambian el color de la luz que reflejan como resultado de la absorción selectiva del color

Aglutinado.- Unir, pegar una cosa con otra.

Estilográficas.- de una punta metálica que escribe con la tinta contenida en su mango hueco

Galerín.- Tabla de madera, o plancha de metal, larga y estrecha, con un listón en su parte inferior y costado derecho, que forma ángulo recto, donde los cajistas, colocándolo en la caja diagonalmente, depositaban las líneas de composición según las iban haciendo, hasta que se llenaban y formaban una galerada

Offset.- Es un método de impresión litográfica por medio de tres cilindros

Semiótica.- es la disciplina que aborda la interpretación y producción del sentido. Esto significa que estudia fenómenos significantes, objetos de sentidos, sistemas de significación, lenguajes, discursos y los procesos a ellos asociados: la producción e interpretación.

Sintáctica.- Se trata de la rama de la gramática que ofrece pautas creadas para saber cómo unir y relacionar palabras a fin de elaborar oraciones y expresar conceptos de modo coherente.

Semántica.- se refiere a los aspectos del significado, sentido o interpretación de signos lingüísticos como símbolos, palabras, expresiones o representaciones formales.

Pragmática.- es un subcampo de la lingüística, también estudiado por la filosofía del lenguaje y la psicolingüística o psicología del lenguaje, que se interesa por el modo en que el contexto influye en la interpretación del significado.

Legibilidad.- Capacidad o posibilidad de ser leído, por su claridad.

Tipografía.- Arte de disponer correctamente el material de imprimir, de acuerdo con un propósito específico: el de colocar las letras, repartir el espacio y organizar los tipos con vistas a prestar al lector la máxima ayuda para la comprensión del texto escrito verbalmente.