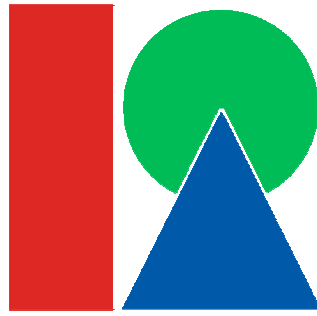


<http://mjcayuela.bitacorras.com>



ANÁLISIS DE LAS PROPUESTAS Y ESTILOS VANGUARDISTAS EN LA COMUNICACIÓN VISUAL Y EL DISEÑO GRÁFICO

(Análisis diagnóstico)

por

G. Monserrat Jiménez Cayuela

Tesis propuesta para la licenciatura en
Ciencias de la Comunicación

LICEO ESTUDIOS SUPERIORES

<http://mjcayuela.bitacorras.com>

8°B Comunicación
LICEO

AGRADECIMIENTOS

COPIA

AGRADECIMIENTOS	II
INTRODUCCIÓN	2
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	4
1.1 INTRODUCCIÓN	4
1.1.1 Problema De Investigación	5
1.2 JUSTIFICACIÓN	5
1.3 OBJETIVOS	5
1.3.1 Objetivo General	5
1.3.2 Objetivos Específicos	6
1.4 HIPÓTESIS	6
EL MUNDO DEL DISEÑO	7
2.1 ANTECEDENTES DEL DISEÑO	7
2.1.1 Introducción	7
2.1.2 Aspectos importantes acontecidos en el siglo XVI	7
2.1.3 El siglo XVII	8
2.1.4 Siglo XVIII	9
2.1.5 Londres y París, capitales del diseño gráfico comercial del siglo XIX	9
2.1.6 La industrialización	10
2.1.7 La Bauhaus	11
2.1.8 diseño gráfico en Latinoamérica	11
2.1.9 Movimientos vanguardistas del siglo XX	12
2.9.1.1 El “Pop Art”	12
2.9.1.2 Op Art	13
2.9.1.3 Minimalismo	13
2.9.1.4 Cubismo	14
2.9.1.5 Dadaísmo	15
2.9.1.6 Surrealismo	16
2.9.1.6 Modernismo	17
2.2 CONCEPTOS BÁSICOS	19
2.2.1 Teorías Generales	19
2.2.1.1 Diseño gráfico	19
2.2.1.2 Gestalt	20
2.2.1.3 Signo	21
2.2.1.4 Color	22
2.2.1.5 Imagen	23
2.2.1.6 Publicidad	24
2.2.2 Aportes tecnológicos	25
2.2.2.1 Lo tecnológico	25
2.2.2.2 Recursos Técnicos	26
2.3 LA EVOLUCIÓN DE LA COMUNICACIÓN VISUAL	28
2.3.1 Los inicios	28
2.3.2 Cartelismo	29
2.3.3 La comercialización	31
2.3.4 La cultura de masas	33
FOROS DE DISEÑO QUE GENERAN NUEVAS PROPUESTAS	36
3.1 INTRODUCCIÓN	36
3.2 MUESTRAS DE DISEÑO EN MÉXICO	37
3.2.1 Instituciones y eventos de divulgación públicos	37
3.2.2 Instituciones y eventos de divulgación privados	37
3.2.3 Medios Masivos	40

3.2.4 Despachos y consultorías	41
3.2.5 Diseñadores y figuras del medio	43
3.3 MUESTRAS DE DISEÑO EN EL MUNDO	50
ANÁLISIS DE COMPOSICIÓN DE LOS MENSAJES VISUALES ACTUALES	54
4.1 INTRODUCCIÓN	54
4.2 CAMPAÑAS Y AFICHES MÁS REPRESENTATIVOS	55
4.2.1 Diseño Editorial	55
4.2.2 Diseño Multimedia	57
4.2.3 Diseño de Producto	58
4.2.4 Diseño de imagen corporativa	59
4.2.5 Ilustración	63
4.2.6 Otras campañas	65
4.2.6.1 Nacionales	65
4.2.6.2 Internacionales	70
ANÁLISIS DE LA INCIDENCIA DE LAS CARACTERÍSTICAS DE LOS MENSAJES VISUALES VANGUARDISTAS Y DE SU IMPACTO, ACEPTACIÓN Y PENETRACIÓN DE LA COMUNICACIÓN VISUAL	73
5.1 INTRODUCCIÓN	73
CONCLUSIONES	74
6.1 INTRODUCCIÓN	74
6.2 APORTES DE UN LENGUAJE VISUAL	75
6.2.1 La cultura vectorial	75
ANEXO I	77
BIBLIOGRAFÍA	78

INTRODUCCIÓN

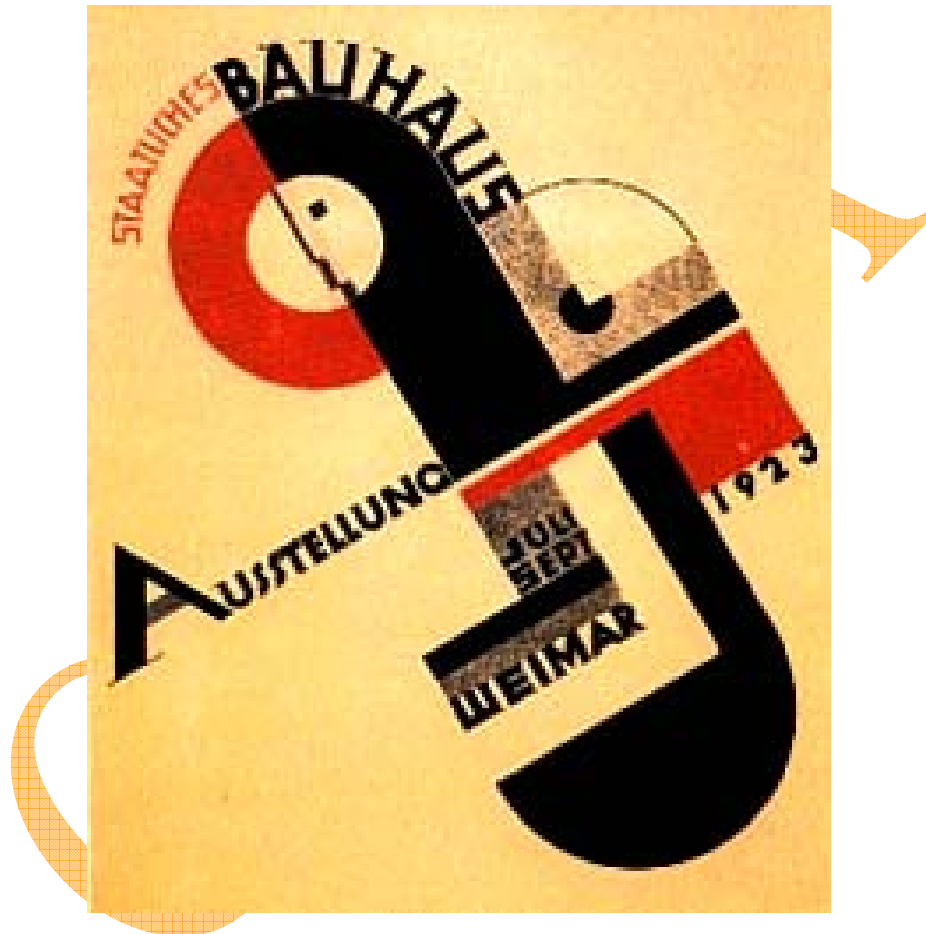
Por Monserrat Jiménez Cayuela

Hoy en día, podemos reutilizar toda la información visual para crear nuevos diseños. Además las técnicas actuales de diseño y las fórmulas científicas que se usan para producir diseños posibilitan la transmisión de un mensaje visual específico. El estilo del diseño es de la mayor importancia para el mensaje que transmite, ya que los consumidores son conscientes de las imágenes con las que se relacionan y con las que quieren relacionarse. Las imágenes y el estilo del mercado juvenil, por ejemplo, deben estar en sintonía con las características particulares de este grupo. Además, la estructura de clases de la sociedad moderna es compleja y la gente que procede de culturas distintas responde de forma diferente a los estilos visuales. El diseñador actual debe, por lo tanto, no sólo estar familiarizado tanto con referencias históricas como contemporáneas, sino también ser consciente de la naturaleza compleja de la sociedad moderna.

El **Diseño** hoy en día, es un término que en multitud de ocasiones se emplea erróneamente. Por un lado se debe a que es un término relativamente nuevo y por otro, y más importante, es la frivolidad con la que se trabajó en los años 80 en nombre del diseño, es decir la superficialidad y la falta de seriedad. Es por ello que muchas veces la falta de información lleva al empleo del término “diseño” incorrectamente. Ejemplos como: “mucho diseño y poco contenido” son comunes incluso en prensa, televisión, discursos políticos, etc. Sin embargo, el buen diseño, se caracteriza por su buena usabilidad y no siempre por su originalidad.

Por otro lado, se suele confundir con frecuencia a los diseñadores y a los artistas, aunque únicamente tienen en común la creatividad. El diseñador proyecta el diseño en función de un encargo, y ha de pensar tanto en el cliente como en el usuario final, justificando sus propuestas. A diferencia del artista que es más espontáneo y sus acciones pueden no estar justificadas.

A continuación se analizará el proceso evolutivo del diseño y en base a esa teoría serán identificados los puntos más sobresalientes derivados de un análisis de proceso, composición, impacto y frecuencia de los mensajes ya antes mencionados como retro.



CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Introducción

México es una sociedad que desde sus raíces se ha dedicado en plasmar su cultura, su historia, su forma de ver la vida. Con el paso de la historia y la pérdida de tradiciones y adopción de otras ha generado en una gran diversidad de tendencias y propuestas hasta nuestros días.

ANTES DEL SIGLO XX las influencias principales sobre el diseño provenían de la creación artística. A menudo se les encargaba a los artistas que crearan material publicitario basándose en su propio estilo distintivo. En el siglo pasado, cuando la publicidad se convirtió en un negocio importante, los artistas se adaptaron a las nuevas técnicas de impresión.

Los temas y sentimientos del arte popular quedaban reflejados a menudo en los estilos de diseño de la época. Pero las imágenes eran modificadas para hacerlas compatibles con el proceso de impresión. Tal modificación llevó a estilos que en muchos casos fueron exclusivos del período. Algunos de los maestros de esta nueva actividad vieron en ella una oportunidad para crear imágenes que atrajeran a un público más amplio que el alcanzado por la creación artística y para promocionar un mayor aprecio del lenguaje visual. Estos artistas-diseñadores estuvieron influidos, a su vez, tanto por los estilos del pasado como por las modas de su tiempo.

Sin embargo, los grandes monstruos de la industria de la comunicación visual, enfatizan, exprimen y acaparan las opciones creativas en cuanto a lo “bueno y lo malo” en las propuestas que se desarrollen fuera de su círculo; por consecuencia abundan los diseños pseudo-vanguardistas que sólo copian y adaptan estilos, tal es el caso de de nuestro país, donde se trata de emular las escenas europeas y norteamericanas en los casos más extremos, las corriente japonesa (no solo las

actuales si no rescatando también los éxitos de otro tiempo). Pudiendo hablar así; de una nueva era retro.

1.1.1 Problema De Investigación

¿Qué factores determinan que entre más "retro" es una propuesta es considerada mas vanguardista, si son elementos opuesto?

1.2 Justificación

Los diseños con alto colorido característicos de los 80's están comenzando a regresar a la vista del publico, formas simples generando efectos tridimensionales, dejando a un lado el uso de formas degradadas (mapas de bits) y se opta por el manejo de diseño vectorial con esto se crean formas poco realistas pero con alto peso visual y llamativo.

El resultado es que cada vez son más recurrentes las retrospectivas a un icono de otra tendencia anterior, (letras curvadas sin sombra tipo bold, colores pastel y poco contraste) dejando a un lado un estilo que intentó surgir a principios del 2000 con el pensamiento de "nuevo siglo" con las letras y formas pixeleadas objetos obscuras en contraste con tonos metálicos, al parecer este estilo se mantiene solo para algunos diseños web pero fuera de ahí, no progreso.

También los estilos "celtics" fueron muy fugaces y solo prosperaron para plasmar composiciones agresivas y no el estilo de étnico con el que se crearon (estas formas pueden apreciarse en ciertas clases de tatuajes).

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo General

Analizar los nuevos procesos creativos de la comunicación visual de la sociedad mexicana, específicamente en materia del diseño gráfico y determinar los factores que influyen en las nuevas propuestas en plástica y abstracción de imagen que crean la vanguardia.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Exponer las nuevas técnicas de diseño y manipulación de conceptos que generan el mensaje visual.
- Definir a los actores que determinan los cambios y generan los movimientos vanguardistas y las nuevas propuestas
- Evaluar el impacto, aceptación y penetración de los cambios en la comunicación visual a través del tiempo y en nuestros días.

1.4 Hipótesis

La tendencia actual en comunicación visual es rescatar las características de cada época para fundirse en la vanguardia actual, una nueva época retro donde se fusionan estilos ya existentes con la visión y apoyo tecnológico de inicio de milenio.

CAPÍTULO II EL MUNDO DEL DISEÑO

2.1 Antecedentes Del Diseño

2.1.1 Introducción

Como punto de partida se tomarán los últimos 60 años del siglo XV que enmarcaron el nacimiento y desarrollo de la tipografía, las secuelas de las iniciativas y experimentaciones gráficas que surgen en el siglo XVI con la energía creadora y con las que se dio origen a innovadores diseños de tipos, normas de composición, ilustraciones y encuadernaciones, conjuntamente con representantes de gran prestigio.

Se analizarán los principales acontecimientos que enmarcaron a los siglos de transición y normalización (siglos XVI al XIX). En lo que refiere a la historia del diseño gráfico, cabe destacar la influencia que tuvieron hechos como la Revolución Francesa y la Revolución Industrial, para el desarrollo del comercio y de la actividad publicitaria.

Además, muchos aspectos políticos, sociales y religiosos de cada época, han influido en la evolución o retroceso en lo que concierne a los trabajos impresos, desde la creación de los tipos de letras, el trabajo tipográfico, hasta la aparición de los libros, periódicos, enciclopedias y carteles a través del tiempo.

2.1.2 Aspectos importantes acontecidos en el siglo XVI

Uno de los factores históricos determinantes fue el proceso de lucha política que culminó en 1543, con la instauración de la censura de imprenta, la cual acabó con la dinámica creativa y liberal que caracterizó la producción de impresos durante el medio siglo anterior

Cabe destacar la trilogía de maestros italianos conformada por Ludovico Degli Arrighi, Giovanni Antonio Tagliente y el calígrafo de calígrafos Giovanni Baptista

Palatino, quien en 1540 aporta una novedad didáctica en la práctica caligráfica al tratar de instruir alternativamente por medio de textos y grabados.

Debido a las condiciones políticas y económicas de la época, en el campo tipográfico, el diseño de tipos se considera sólo por su función como elemento del proceso de impresión y su mayor exponente fue el francés Claude Garamond, quien tuvo que vivir entre la subversión y el favoritismo, siendo cauteloso al realizar sus estudios, ya que en la época los que practicaban esta labor eran perseguidos por motivos políticos o religiosos

2.1.3 El siglo XVII

En este siglo se dio un estilo homogéneo o académico a toda manifestación artística o artesanal, y a su vez se permitió que la arquitectura fuese desplazada por la tipografía. En este sentido, se comenzó a hacer referencia a que el tipo (la letra) era uno de los más elocuentes medios de expresión de la época o estilo, y que próximo a la arquitectura, éste proporciona el más severo testimonio del nivel intelectual de una nación.

La caligrafía comenzó a decaer y terminó convirtiéndose en un estilo ornamental, sin embargo, es importante resaltar que esta desviación de la caligrafía logró aportar un conjunto visual que constituyó un recurso gráfico que la futura imagen publicitaria incorporó a su repertorio lingüístico.

En la evolución de las etiquetas de productos comerciales el texto, el ornamento y la ilustración son componentes que van apareciendo sucesivamente por orden, en un momento histórico en el que la imagen empieza a valorarse como complemento del texto y no, como hasta entonces, como único elemento susceptible de ser leído por el público.

A pesar de que todavía el mensaje publicitario era reducido a sectores sociales privilegiados, éste propone algo más que el reconocimiento del producto añadiendo un nuevo valor: la imagen de identidad.

2.1.4 Siglo XVIII

La lectura se hace una necesidad para las clases superiores y por esta razón crece la demanda en el negocio de la venta de libros. Sin embargo, la gran invención de esta época fueron los Periódicos, los cuales se difundieron desde principios del siglo.

Debido al auge económico, en 1730 aparece en Londres el primer diario comercial dedicado a la publicación de anuncios de ofertas y demandas. Además, los comerciantes londinenses se encargaron de introducir un tipo de tarjeta comercial, que por su gran formato, al parecer fueron utilizadas como cartas comerciales y facturas

El hecho histórico de mayor importancia del siglo XVIII fue la Revolución Francesa de 1789, la cual establece una sociedad igualitaria que proclama libertad de prensa, la cual convierte a los diarios y periódicos en productos de consumo masivo de la sociedad.

La practica de la propaganda política introdujo a su vez a la caricatura y la sátira como nuevo elemento gráfico desde 1789, esta se utilizó como una forma de lucha contra las ideas y formas despóticas de poder, disminuyendo su fuerza a través de la ridiculización, de esta manera la caricatura suaviza o acusa el perfil crítico sin perder su contenido original, sea este de orden político, social o religioso

2.1.5 Londres y París, capitales del diseño gráfico comercial del siglo XIX

En 1814 se inaugura oficialmente la era de la mecanización de la industria de la impresión incorporando la máquina semiautomática proyectada por el alemán Friedrich Koenig, posteriormente surge la linotipia.

El uso de este nuevo proceso condujo a un cambio conceptual notable, ya que la sustitución de las arcaicas prensas permitió la ampliación de los formatos de papel a imprimir, con lo cual los papeles y las letras pudieron superar los límites de los anteriores pequeños y estrechos formatos.