

.925

ARTES Y DISEÑO

año 1 número 3 · septiembre 2014

ISSN: 2395-9894 #3

<http://revista925taxco.fad.unam.mx>



► La animación en plastilina [3]

Por Cristabel Esquivel García

► Esmaltado a fuego [5]

Por Alan Gómez Monjaraz

► ¿Ciudadano Quién? [7]

Por Ricardo Alejandro González Cruz

► Actualidad del mundo de las revistas [10]

Por Eduardo A. Álvarez del Castillo



FAD UNAM
FACULTAD DE
ARTES Y DISEÑO



PUBLICACIONES
PERIÓDICAS
F A D



unam
donde se construye el
futuro

.925

ARTES Y DISEÑO

Consejo Editorial

Dr. José Daniel Manzano Aguila
Mtro. Oscar Ulises Verde Tapia
Mtro. Mauricio de Jesús Juárez Servín
Mtro. Francisco Alarcón González
Mtra. Mayra N. Uribe Eguiluz
Prof. Carlos Alberto Salgado Romero
Mtro. Jorge Fanuvy Núñez Aguilera
Mtro. Eduardo A. Álvarez del Castillo S.

Desarrollador web

I.S.C. Carlos Ortega Brito

Corrección y estilo:

Prof. Carlos Alberto Salgado Romero

Colaboran en esta edición:

Cristabel Esquivel García
Alan Gómez Monjaraz.
Ricardo Alejandro González Cruz
Eduardo A. Álvarez del Castillo S.

.925 Artes y Diseño, Año 1, No. 3, septiembre de 2014, es una publicación trimestral editada por la Universidad Nacional Autónoma de México, Ciudad Universitaria, Delegación Coyoacán, C. P. 04510, México, Distrito Federal, a través de la Facultad de Artes y Diseño Plantel Taxco, Ex Hacienda del Chorrillo s/n Taxco de Alarcón, C. P. 40220. Guerrero, México. Teléfono (762) 6223690 y 6227869, <http://revista925taxco.fad.unam.mx/>, correo electrónico: revista925.fadtaxco@comunidad.unam.mx. Editor responsable: Maestro Eduardo Alberto Álvarez del Castillo Sánchez. Reserva de Derechos al Uso Exclusivo de difusión vía red de cómputo para esta publicación bajo el número 04-2013-102313522600-203, ISSN: 2395-9894.

Ambos otorgados por el Instituto Nacional de Derechos de Autor. Responsable de la última actualización, Maestro Eduardo Alberto Álvarez del Castillo Sánchez, Editor en Jefe, Ex Hacienda del Chorrillo s/n Taxco de Alarcón, Guerrero, México.

La responsabilidad de los textos publicados en la revista electrónica **.925 Artes y Diseño** recae exclusivamente en los autores y su contenido no refleja necesariamente el criterio de la Institución.

Queda prohibida la reproducción total o parcial de los contenidos e imágenes de la publicación sin previa autorización escrita del titular de los derechos patrimoniales.

La animación en plastilina

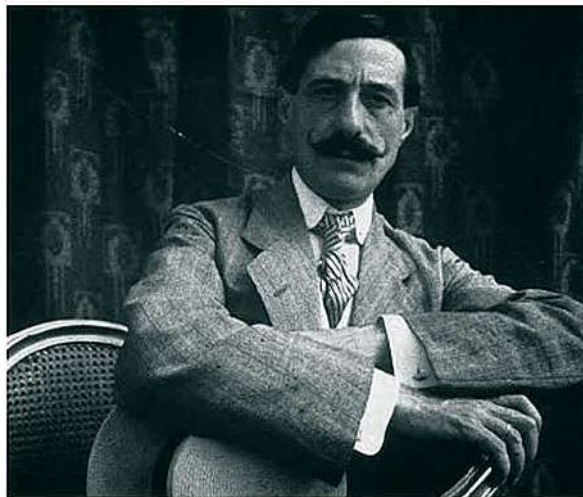
Por **Cristabel Esquivel García**

En términos generales a la animación en plastilina se le conoce como stop motion a pesar de que el término involucra a otras técnicas, aunque, para ser más precisos, la animación en plastilina puede ser llamada Claymation, nombre que patentó Will Vinton quien realizó animación con plastilina para publicidad en los Estados Unidos, pero como sucede con tantos inventos y descubrimientos, no fue él quien la inventó.

Según datos encontrados en la revista española *L'atalante* de la Universidad de Valencia, la plastilina que fue inventada alrededor del año 1890 se utilizó para animación por vez primera por el español Segundo Víctor Aurelio Chomón y Ruíz, quien fue contemporáneo de Georges Mèliés, en su trabajo titulado *El escultor moderno* en 1909.

La stop motion se puede clasificar en tres técnicas fundamentales: la animación con marionetas, la animación con plastilina y la pixilación. Se trata de técnicas realizadas a través de fotografías cuadro por cuadro de objetos tridimensionales.

La animación en plastilina puede efectuarse a través de personajes con estructura, como marionetas, o sin estructura, aprovechando la maleabilidad del material, basándose en los fundamentos bá-



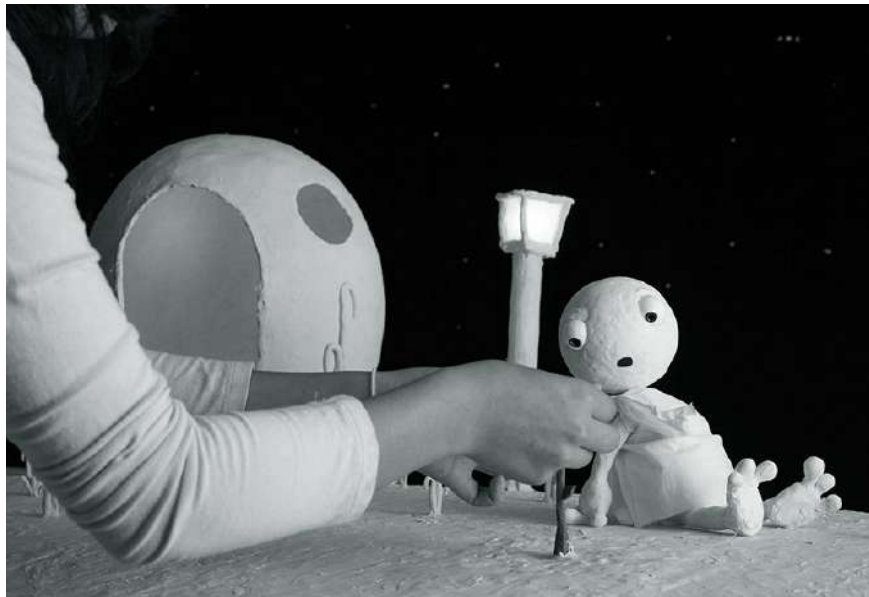
Segundo Víctor Aurelio Chomón y Ruíz, conocido como Segundo de Chomón (1871–1929). Cineasta español.

sicos del movimiento ya antes descritos por Eadweard Muybridge en sus estudios realizados a finales del siglo XIX, cuando se estaban construyendo los primeros inventos que darían lugar al cine que conocemos hoy en día.

La plastilina es un material suave y maleable con el que se puede trabajar fácilmente la metamorfosis del personaje, pero también presenta dificultades como la tendencia a derretirse con el calor, por lo que es necesario retocar al personaje cuadro por cuadro delante de la cámara antes de la fotografía. Sin embargo, con el uso de la luz artificial proporcionada por el Flash

La imagen utilizada en la página anterior sólo es de carácter ilustrativo.

La imagen que ilustra esta página es propiedad de la autora.



electrónico, comúnmente usado para la fotografía fija de estudio, esta tendencia a derretirse disminuye un 90%, además de que al manejar una temperatura de color similar a la del Sol no afecta los colores de la toma, consume menos energía y se pueden utilizar plastilinas escolares reduciendo costos de producción.

Hoy en día la stop motion parece haber resurgido de los años cincuenta cuando estuvo en su gran esplendor gracias a la practicidad de las herramientas digitales y existen numerosos estudios y animadores que se dedican exclusivamente a la realización de animaciones con esta técnica como los Studios Aardman en Inglaterra, Potens Plastination, Conflictivos Productions en España con producciones como Pollitos en Fuga (2000) , Caracol-col-col (Premio Goya 1995), Vicenta (2010) y en México, René Castillo con Hasta los huesos (2001). ¶

Fuentes de consulta:

- Esquivel García, Cristabel. La animación como recurso didáctico infantil sobre la reducción, la reutilización y el reciclaje en México. Tesis Maestría. Directora: Ma. Tania de León Yong. Universidad Nacional Autónoma de México, 2012.
- Cuéllar Alejandro, Carlos A. El principio fue Chomón. El origen de una técnica, la semilla de una estética. L'atalante revista de estudios cinematográficos. Valencia, España. Universitat de valencia, No. 10 Julio-Diciembre 2010, pp. 5-8.
- Stop motion don't stop. Catálogo exposición de animación. Museu Valencià de la Il·lustració i la Modernitat (MUVIM). España, 2013.

Esmaltado a fuego

Por Alan Gómez Monjaraz.

El esmalte es un material vitrificable que, para que pueda adherirse a la superficie que lo soportará (dependiendo de su tipo) requiere de temperaturas que van desde los 750°C hasta los 1000°C. Para ello es necesario hacer uso de un horno, aunque en algunos casos se utiliza, también, el soplete. Tal razón determinará la calidad del brillo del esmalte.

El esmalte a fuego es un arte que tiene sus orígenes, alrededor de 1400 A.C.; principalmente en Persia, Egipto, y sobre todo en China. Posteriormente se dio en Japón y en la India. Alcanza su auge en el imperio Bizantino, durante los siglos X y XI. Luego se esparce por Europa, donde sobresalen los trabajos realizados en Alemania y, a partir de siglo XII, en Francia, de donde adquieren su nombre la mayoría de las técnicas que se utilizan hoy en día, por ejemplo la de *plique a jour* o la de *champlevé*.

De la Fabricación del esmalte

Para la elaboración del esmalte se requiere combinar, en un crisol precalentado, ciertos materiales (tales como sílice, carbonato de sodio y nitrato de potasio) que se mezclan de acuerdo con cada fórmula que se tiene contemplada para los diferentes tipos de esmalte. Cambiando las proporciones de los minerales en la fórmula



El esmalte a fuego es un arte que tiene sus orígenes, alrededor de 1400 a.C.; principalmente en Persia, Egipto, y sobre todo en China.

Se cambiarán las propiedades del esmalte (su punto de reblandecimiento, el punto de fusión y el coeficiente de expansión) se pueden añadir pigmentos cerámicos al vidrio para controlar el color, por ejemplo, cobalto, verde cromo, cadmio. (Aunque muchos artistas a menudo dicen que son “óxidos” los que se combinan con el vidrio para crear color, algunos de los pigmentos orgánicos contienen oxígeno, en el óxido de cobalto por ejemplo, no tiene nada que ver con la producción del color.) Todos estos procesos requieren de limpieza, para no contaminar los esmaltes, así como el uso adecuado de equipo de protección.

año 1 número 3 – septiembre 2014

.925
ARTES Y DISEÑO

De los tipos de esmalte existen:

Esmaltes para Joyería

Dependiendo de la composición del vidrio, el esmalte puede ser claro, transparente, opaco, u opalescente. Los colores opacos bloquean completamente lo que hay debajo de ellos. Estos se aplican tanto a una superficie del metal como a otras capas de esmalte. El esmalte opalescente no es completamente claro. Su apariencia lechosa es similar a la de una piedra preciosa como el ópalo. El esmalte transparente puede ser completamente transparente o tener algún color.

Esmaltes industriales

Son esmaltes que comúnmente se utilizan para recubrir muebles o equipos metálicos para evitar su oxidación, pero que recientemente han sido utilizados en el arte como un medio de expresión y son comúnmente soportados sobre fierro y acero.

De los metales a esmaltar

Puede aplicarse esmalte sobre metales diferentes, pero el más utilizado es el cobre, son usados, también, la plata, el oro y aleaciones de oro, hierro y acero. Cuando se calienta y se enfría, metal y esmalte se expanden y contraen. Si el coeficiente de expansión del esmalte no es inferior al del metal, el esmalte puede agrietarse o separarse del metal en forma de escamas. El punto de fusión del metal debe ser siempre mayor que la temperatura de cocción del esmalte, o el metal se derretirá cuando se funde el vidrio. Algunas aleaciones de metales contienen zinc, lo cual puede provocar errores o manchas en las piezas. El



cobre es el metal más popular para usar el esmalte porque es barato, maleable, puede fácilmente ser cortado y formado y responde bien a un amplio rango de esmaltes. El cobre es excelente cuando se utilizan colores opacos. La plata fina es una buena opción para el esmaltado porque el color blanco del metal es brillante y reflectante, cuando es visto a través de esmaltes transparentes (el metal es 99.5% puro por tal razón su superficie no se recubrirá de óxido y su limpieza y pulido serán aún más fáciles). ¶

El autor es Profesor adscrito a la Facultad de Artes y Diseño Plantel Taxco de la UNAM.

Fuentes de Consulta:

- Juaristi Sagarzazu V. (1933) Esmaltes: con especial mención de los españoles. Editorial Labor, Barcelona.
- Darty L. (2006) The Art of Enameling: Techniques, Projects, Inspiration. Lark Books, New York.

Las imágenes que ilustran este artículo son propiedad del autor.

¿Ciudadano Quién?

Por Ricardo Alejandro González Cruz

Es imposible determinar cuál es la mejor película que se ha hecho en toda la historia del cine, pero eso no ha evitado que muchos lo intenten. A finales del siglo pasado había una verdadera urgencia por clasificar "Lo mejor de...", de tal manera que uno podía encontrarse con listas de "Los mejores discos de rock del siglo", "Los mejores libros del milenio" y, obviamente, "Las mejores películas de la historia". En estas últimas siempre se veían reflejadas las preferencias de los editores y colaboradores, teniendo, como resultado, algunas en donde se incluían películas que principalmente correspondían al cine estadounidense, otras que enlistaban las mejores películas de todo el mundo, y unas más que consideraban a las mejores películas a partir de un género específico buscando abarcar la mayor variedad posible. A partir de ello, hubo películas que lograron conseguir buenos puestos en un gran número de esas listas. El ejemplo más claro es sin duda Ciudadano Kane, de Orson Welles. Esto parecía reflejar los resultados que había tenido la revista británica Sight and Sound, que cada década invita a profesionales del cine de todo el mundo a votar para elegir cuál debería ser considerada como la mejor película de todos los tiempos.



En dicha lista, Ciudadano Kane obtuvo el primer lugar entre los años de 1962 y 2002 (hasta que fue destronada por Vértigo, de Alfred Hitchcock en el año de 2012). El hecho de aparecer por tanto tiempo en esa lista le dio origen, incluso, a un cliché que es usado para hacer referencia a obras que son consideradas como las máximas exponentes en diferentes campos. En este sentido, las máximas obras, en los diversos ámbitos de las artes, son reconocidas con expresiones tales como "Watchmen es el Ciudadano Kane de los comics" o "The Dark Side of the Moon es el Ciudadano Kane de los discos". Sin embargo, y es algo que vale la pena destacar aquí, las listas que la incluyen como la mejor de todos los tiempos han sido hechas por profesiona-

año 1 número 3 - septiembre 2014

.925
ARTES Y DISEÑO

- 7 -



les del cine, mientras que existen algunas otras que son creadas bajo otros criterios, en tanto se valen de la recopilación de votos del público, y cuyas tendencias están dirigidas a considerar como mejores a otras películas, por una muy sencilla razón: mucha gente no conoce la obra maestra de Orson Welles. Hace tiempo pensaba que su estatus como "la mejor película de la historia" solo había contribuido para que los espectadores potenciales se sintieran intimidados, y aunque es probable que ese sea uno de los factores, no obstante, la realidad es que esta película nunca ha sido verdaderamente popular. Y eso es una lástima, porque su fama como obra maestra es totalmente merecida.

Cuando Orson Welles consiguió un inusual contrato con el estudio RKO para producir, dirigir y actuar en dos películas,

manteniendo un control creativo prácticamente sin precedentes, supo aprovechar la oportunidad para crear una obra innovadora en muchos aspectos. Por desgracia, varios factores impidieron que tuviera el éxito comercial que merecía. Uno de los más determinantes fue la interferencia de William Randolph Hearst, dueño de la mayor cadena de periódicos en Estados Unidos, quien, al enterarse de que el protagonista estaba basado en su figura, trató de impedir el lanzamiento de la película, y, al no lograrlo, prohibió que fuese mencionada en cualquiera de sus publicaciones, dándole así un duro golpe a la promoción de la película.

Pero no fue ese el único problema. Irónicamente, lo que hace de Ciudadano Kane una película excepcional es precisamente lo que alejó al público de las salas

de cine en que se proyectaba. Es un ejemplo perfecto de una película adelantada a su tiempo. Welles provenía de un entorno teatral, habiendo fundado la compañía Mercury Theatre, a la que posteriormente llevó hacia la radio, creando la famosa transmisión de La guerra de los Mundos, de H.G. Wells, que hizo que algunos radioescuchas entraran en pánico creyendo que el hecho transmitido correspondía a un suceso real. Al llevar su atención hacia el cine, estas experiencias anteriores dotaron a Welles de un enfoque novedoso que se reflejaría en la manera de armar las escenas en sus obras. Las escenas largas, y cuidadosamente construidas, reflejan una estética más teatral que cinematográfica, con la ventaja adicional de que el espectador se mueva con la cámara. La profundidad de campo se utiliza de una manera inusual para la época, manteniendo toda la escena en foco con varias acciones realizándose simultáneamente, creando un juego de planos bastante complejo que obliga la atención completa del espectador. Si a esto le sumamos una iluminación que frecuentemente parece querer esconder a los personajes en vez de resaltarlos, el resultado que se obtiene es totalmente distinto a lo que se acostumbraba en esa época.

Las innovaciones no son solamente visuales. Por el lado del audio también se tomaron decisiones poco comunes, sin duda debidas a la experiencia radiofónica de Welles. Voces que se enciman una con otra mientras discuten, una banda tocando música estruendosa cuando los personajes tratan de mantener una conversación, el uso del audio para mantener la unidad en una escena mientras la imagen cambia totalmente, son recursos utilizados de forma muy efectiva por Welles, que en vez de limitarse a hacer uso de los sonidos como

un acompañamiento para las imágenes los vuelve una herramienta valiosa a la que le atribuye otras funciones.

Narrativamente también hay retos. En vez de contar la historia de forma lineal, se empieza por el final, mostrando la muerte del protagonista, el magnate Charles Foster Kane. Un reel periodístico nos cuenta rápidamente toda su vida y después un periodista se da a la tarea de investigar qué significa Rosebud, la última palabra que Kane dijo antes de morir. Esta búsqueda ocupa la mayor parte de la película, mostrando poco a poco distintos aspectos de su vida, con saltos temporales muy bien trabajados pero desconcertantes para quien está acostumbrado a historias cronológicamente más tradicionales.

Todas estas innovaciones hicieron que Ciudadano Kane fuera alabada por la crítica especializada, aunque comercialmente fuese un fracaso, en buena parte debido a los esfuerzos que Hearst empleo para impedir su proyección, pero también por alejarse de las convenciones establecidas para el cine de su tiempo. Afortunadamente, su influencia en otros realizadores ayudó a darle su lugar justo dentro de la Historia del Cine. Tal vez lo único que hace falta ahora es que un mayor público decida darle una oportunidad para reconocer que, si uno logra bajarla del altar en el que ha sido colocada por la crítica especializada, no solo es innovadora sino que también es muy entretenida. Definitivamente vale la pena darse un tiempo para conocer al Ciudadano Kane. ¶

**El autor es Profesor adscrito a la Facultad de Artes
y Diseño Plantel Taxco de la UNAM.**

Las imágenes utilizadas en este artículo sólo es de carácter ilustrativo.

Actualidad del mundo de las revistas

Por Eduardo A. Álvarez del Castillo

Las revistas hoy en día han cambiado significativamente con respecto a las maneras tradicionales usadas en otros momentos para configurarlas. Bajo ciertos criterios mercadológicos las revistas –y por ende los sellos editoriales– están actualmente siendo considerados y aplicados como "marcas". En otras palabras, los conceptos relacionados con el oficio de editar revistas han ido cambiando desde sus cimientos y las funciones de las revistas se están ahora reenfocando hacia la proyección de una imagen, de una filosofía, de un conjunto de valores de tal forma que el modelo de negocio se ha vuelto mucho más complejo (Leslie, 2003). Sobre nuevos parámetros se definen ahora los contenidos a publicar, de la misma manera en que se determinan los que sirven para decidir a qué anunciantes contratar –¿está alineado el producto o el servicio con los contenidos de mi revista?–, y por supuesto, esta nueva vocación también genera un cambio al otro lado de la mesa de negociaciones: en el anunciante –¿Los valores que transmite mi producto van acorde con cierta publicación?, ¿Encaja mi propio branding con el de la revista?–, el personaje famoso –o producto– que aparecerá en la portada debe reflejar pertinentemente tanto la marca, como los valores que la revista posee. Por tales razones, los

editores y diseñadores editoriales tendrán que convertirse en expertos en "marca", un nuevo reto que afrontar.

La segunda perspectiva que deseo mencionar está relacionada con la evolución y, sin duda, con el firme posicionamiento de las revistas customizadas (revistas a la medida) que evolucionaron partiendo de la compra de espacios publicitarios hasta conseguir llegar hasta donde se encuentran ahora por medio del cuestionamiento siguiente: "¿por qué no contar con mi propia revista?". De esta forma, el anunciante puede transmitir –sin limitación alguna– todo tipo de mensajes a su público consumidor. Habría que apuntar aquí algunas consideraciones: el anunciante puede convertirse en el propio emisor de sus mensajes –su misión y su visión serán las líneas editoriales de la revista, algo de lo que ya se hizo mención líneas arriba. De acuerdo con lo anterior, la revista empezará a ser considerada –ahora sin cortapisas– como una marca, y cada vez menos como un medio de comunicación masivo. El anunciante-editor, en este sentido, podrá establecer con el consumidor-lector un vínculo de pertenencia e identidad como nunca antes se había logrado.

Otro escenario que también se ha dispuesto tiene que ver con la aparición de la que se ha denominado como "microrrevista" (Jacovides, en Leslie, 2003). De acuerdo



con esto, un segmento del mundo editorial está publicando revistas que no están interesadas en alcanzar la difusión masiva y cuyas características estéticas en términos de diseño radican en la pulcritud, en la estética, son iconoclastas, innovadoras y desafiantes. Elaboradas tanto bajo una vocación autogestiva, que parten del cuestionamiento "¿qué es realmente una revista?". Esta categoría de revistas no está sujeta a las condicionantes del mercado ni de ningún tipo de convencionalismo, cuentan con poca publicidad y quizá su visión y el cuestionamiento del oficio son los aspectos que las colocan prácticamente como arte objeto, debido a las intrépidas propuestas hechas. Una tendencia auto-

reflexiva y en oposición –considero en lo personal- a la macro-tendencia mercadológica de las revistas customizadas. ¶

El autor es Profesor adscrito a la Facultad de Artes y Diseño Plantel Taxco de la UNAM.

Fuentes de consulta

- Leslie, J. (2000). Nuevo diseño de revistas. Barcelona, España. Gustavo Gili.
- Leslie, J. (2003). Nuevo diseño de revistas 2. Barcelona, España. Gustavo Gili.

925

ARTES Y DISEÑO