

Babel

ENERO 2017

REVISTA DE LA UNIVERSIDAD DE MORELIA

UDEM
Universidad de Morelia

No.10



MEDIOS INTERACTIVOS
udemorelia.edu.mx

ISSN: 2395-8677

Licenciatura en
MEDIOS INTERACTIVOS

Maestría en
ARTE DIGITAL Y EFECTOS VISUALES

Construye 
la mejor versión de ti

   
#soyudemorelia

• Humanismo • Competitividad • Integridad

01 800 5099422

En Morelia llámanos al 317 77 71

udemorelia.edu.mx

Av. Tata Vasco esquina Fray Antonio de Lisboa junto al Templo de San Diego
C.P. 58230, Morelia, Michoacán, México

EDITORIAL

La Facultad de Medios Interactivos de la Universidad de Morelia se complace en presentar el décimo número de la revista Babel. Los textos que aquí se presentan exhiben una parte de las posibilidades que ofrece la carrera al tiempo que exploran temas de animación, ilustración y tecnología. En este número los lectores encontrarán un artículo acerca de los conceptos comunes referidos a la animación en México, las dificultades que se encuentran al momento de su producción y hacia dónde apunta el futuro de la misma. Otro texto invita a reflexionar acerca de los estereotipos que giran en torno al mundo de la animación, la forma en que cada uno afronta y percibe esta interesante disciplina de acuerdo con cada etapa de la vida. Hay también en estas páginas un análisis de un estilo de ilustración que por sus características visuales ha tenido mucho éxito, lo cual ha ocasionado que se produzca fuera de su lugar de origen. Por otro lado, se echa un vistazo a la importante interacción humano-máquina y se revisa cómo surge la necesidad de un puente entre los requisitos del usuario y las capacidades de las máquinas, siempre con el ser humano como principio de desarrollo. Por último se muestra la forma creativa en la que se puede utilizar la tecnología para eventos de distinta naturaleza. A nombre de la Universidad de Morelia, la Facultad de Medios Interactivos y de nuestros colaboradores, agradecemos a ustedes lectores, para quienes se ha creado esta Babel en su décima entrega, con la esperanza que disfruten tanto su lectura como nosotros su creación.

DIRECTORIO

No. 10 BABEL
ENERO-ABRIL 2017

LIC. PEDRO CHÁVEZ VILLA
Rector

LIC. MA LAURA PÉREZ PINEDA
Directora General de Formación Institucional

LIC. REYNA GONZÁLEZ DELGADO
Vicerrectoría

MTRO. LEONARDO GABRIEL CHAUCA SABROSO
Secretaría Administrativa

ALBERTO MORALES FLORES
Coordinador Editorial

DANIEL BENCOMO
Corrección de estilo

CONSEJO EDITORIAL

Manoella Atziry Hernández Montiel
Julieta Lasso de la Vega Reyeros
Andrea Gussi Borunda
Jatziri Lizeth Tapia García

COLABORADORES NO. 10

Jatziri Lizeth Tapia García
jatziri.tapia@gmail.com
Daniela Patricia Cruz Pérez
danielacruzperez18@gmail.com
Nitzia Navil Zetina Martínez
nitzia.zetina@gmail.com
Juan Eduardo Jacobo Pérez
lalojacoboo@outlook.com
Aldo Robles Aguirre
robles.aguirre@gmail.com
Sandra Alina Jiménez Cabrera
alliecabrera22@gmail.com
Gerry Cardoso

Babel, Año 4, No. 10, Enero-Abril 2017, es una publicación cuatrimestral editada por la Universidad de Morelia, Fray Antonio de Lisboa No. 22, C.P. 58230, Morelia, Michoacán, Tel: (443) 317 7771, www.udemorelia.edu.mx, amorales@udemorelia.edu.mx, Editor responsable: Alberto Morales Flores. Reserva de derecho al Uso Exclusivo No. 04-2013-092513385000-102, ISSN: 2395-8677, otorgados por el Instituto Nacional del Derecho de Autor. Impreso por Escala Grafica Gdl S de RL de CV, Enrique Gonzalez Martinez No. 428 Col. Guadalajara Centro, CP. 44100, Guadalajara, Jalisco, este número se terminó de imprimir el mes de diciembre de 2016 con un tiraje de 1000 ejemplares.

Babel no comparte necesariamente los contenidos expresados en ella; el contenido de los artículos es responsabilidad de su autor.

CONTENIDO

BABEL



La animación, un mundo onírico para adultos.

Jatziri Lizeth Tapia García y Daniela Patricia Cruz Pérez

El americano. La película.

Gerry Cardoso

La ilustración Kawaii, más allá de Japón.

Nitzia Navil Zetina Martínez

Una mirada al diseño de la interfaz de usuario.

Juan Eduardo Jacobo Pérez

De memes y otros demonios: del paroxismo a la universalidad.

Aldo Robles Aguirre

Las nuevas tecnologías al servicio de las pasarelas de moda.

Sandra Alina Jiménez Cabrera

4

10

13

20

26

32



LA ANIMACIÓN, UN MUNDO ONÍRICO PARA ADULTOS

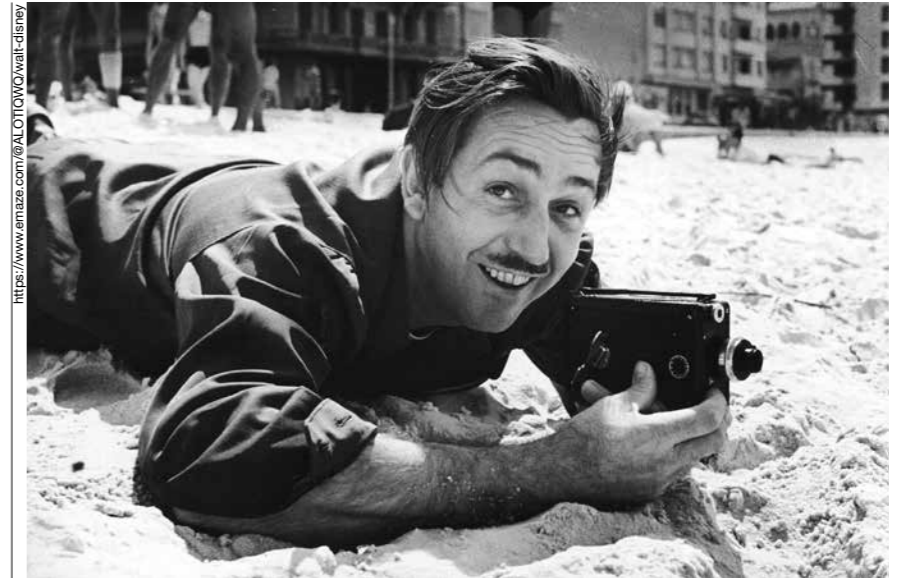
Jatziri Lizeth Tapia García^I y Daniela Patricia Cruz Pérez^{II}

Volantes de publicidad para sistemas televisivos recorren constantemente a la misma invitación, dividida en secciones de supuestas preferencias en cuestión de entretenimiento como películas para adultos, series para adolescentes y caricaturas para el público infantil. A tal estructura de clasificación y otras tantas similares se remontan cargas de estereotipos en torno a la animación, las cuales constituyen un gran obstáculo para el desarrollo del artista en secuencias visuales. La humanidad recurre de forma inevitable al uso de etiquetas, y de ello no se libran sus disciplinas artísticas; cada persona, de acuerdo con su personalidad, representa una gama de estilos, preferencias o ideologías. Es

decir, así como un individuo puede corresponder de manera predecible a un grupo, también las categorías de cine y televisión corresponden a un predecible tipo de audiencia. La libertad de elección es la única que intercede y rompe con dichos patrones, creando al mismo tiempo, el origen de nuestro conflicto.

I. Jatziri Lizeth Tapia García, graduada de la Licenciatura en Lengua y Literatura Hispánicas de la Facultad de Letras de la Universidad Michoacana con mención honorífica por su trabajo de titulación, ha participado en congresos de investigación, entre los que destaca el de Novela Negra realizado en Salamanca, España, en el año 2014.

II. Bajo la tutela de la profesora Tapia García, Daniela Patricia Cruz Pérez es una alumna destacada de la Facultad de Medios Interactivos de la Universidad de Morelia; posee un estilo ameno y claro para explicar su perspectiva sobre diversos temas relacionados con su carrera.



Los estereotipos en la sociedad no son un fenómeno novedoso, pero sí un problema para el desarrollo de la animación. Con el paso del tiempo se han adherido etiquetas a este género del cine, uno de los que más ha explotado las ambigüedades de las artes; tanto ha alterado el orden de la realidad en sus fotogramas que ahora se excluye de la apreciación adulta y, con excepción los especialistas en el género, se le suele privar de seriedad en su análisis. En “La animación, un mundo onírico para adultos”, la autora Daniela Cruz describe cómo este problema ha evolucionado en el contexto histórico en el que se desenvuelve y cómo la mayoría de la animación se decanta hacia lo más conveniente para la opinión del espectador, obviando con ello la verdadera complejidad de captar una existencia alterna y sus peculiaridades. El concepto de animación se encuentra en cambio constante, lo que es propiciado en gran medida por la institución de compañías jugueteras, que la utilizan como método de publicidad. La animación puede tener muchos objetivos; la dificultad radica cuando se generaliza el propósito de su realización. Éste y otros aspectos serán tomados en cuenta para comprender los prejuicios que atan la expresión del animador, incluidos los campos en que puede actuar.

Resulta complejo definir el arte; aún más complejo es comprender la relación que existe entre éste y la animación. Habida cuenta de las interpretaciones personales y de que éstas varían constantemente, se suele vincular cada género con un público o comunidad en específico; si bien con ello se facilita la intención del animador, también se obstruye de tal modo las preferencias de cada individuo. Al intentar catalogar géneros cinematográficos suele ubicarse a la animación como una categoría dedicada únicamente a los espectadores infantiles, pues no se le considera una rama directa del arte, a pesar de conjuntar aspectos de todas sus disciplinas; lo anterior la convertiría en algo distinto a la belleza del alma; en todo caso, la animación es la contemplación diversa del alma en movimiento.

Todo prejuicio contiene un origen, una razón de ser, incluso el estereotipo aquí analizado, mismo que se replica en la animación transmitida en el medio televisivo —a pesar de que la mayoría de adultos de entre 18 y 34 años de edad muestran más interés por canales como Cartoon Network que por la programación de Fox News, según explica el escritor y periodista Christopher Noxon en *Rejuvenil* (Noxon 2006)¹. No obstante, el que exista una audiencia adulta de dibujos animados no cambia el que, salvo contadas ocasiones, un animador sea considerado artista visual —quizá debido al humor ácido del género, que podría obstaculizar una percepción más profunda.

Esta problemática se produce con mayor intensidad en el Occidente, donde personas mayores consideran tabú expresar su gusto por las caricaturas o películas de esta índole. La anima-

1. Noxon, Christopher. «Rejuvenile.» En *Rejuvenille*, de Christopher Noxon, Pág. 3. Estados Unidos: Crown Publishing, 2006.

In society, stereotypes are not an unusual phenomenon, but they are an obstacle in the development of animation. Over time this film genre, which has exploited the ambiguities of art the most, has been given different labels. It has altered the order of reality within its frames, so much so, that it has been excluded from adult appreciation and it has been deprived of severity on analysis but by the specialists on the topic. In “Animation, a Dream World for Adults”, the author Daniela Cruz describes how this dilemma has evolved in accordance with the historical context under which it develops; Cruz describes too since how most animation is always inclined towards the most convenient for the spectator’s opinion, instead of the actual complexity that englobes the perception of an alternate existence and its particularities. A constant change in the concept of animation is seen, partly due to the institution of toy-making companies, by making use of it as a publicity system. Animation can have many objectives of course, the trouble lies in the generalization of its purpose. This and other aspects will be taken into consideration in order to understand the prejudices which bind the animator’s freedom of expression, including the fields in which they can act.

tulos de caricaturas y escenas de películas infantiles.

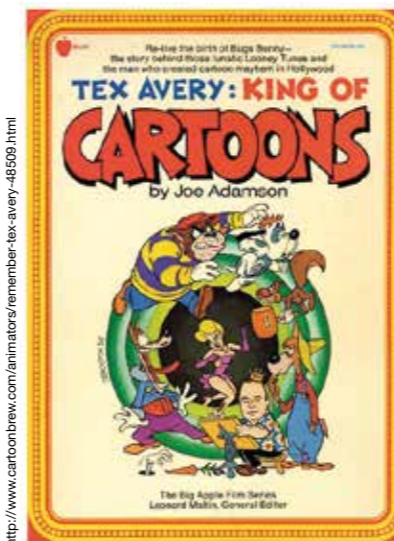
Esto no significa que no se produzca animación para adultos, pero ésta cuenta con muy poca audiencia que exprese libremente su opinión. Entre las excepciones populares se cuentan títulos como *Los Simpson*, serie dirigida por Matt Groening, cuya primera aparición en televisión en los Estados Unidos data del año 1987. Para que una animación sea atractiva para los adultos requiere de una temática que revele situaciones sexuales, sátira política o violencia. Estas características constituyen un factor importante, pero no son las únicas formas de conseguir la atención de espectadores mayores. El humor universal, la reflexión desplegada en situaciones conmovedoras o el complejo conjunto de características culturales que manifiestan los escenarios, son aspectos que también justifican la apreciación de la animación por parte de la audiencia en general. Por desgracia, resulta sencillo contemplar un producto animado sin meditar en el grado de dificultad que requiere su elaboración.

El *anime* no es solo para niños. Cuenta con su propio sistema de clasificación en géneros demográficos: el *kodomo*, dedicado a la comprensión y aprendizaje de los niños; el *shôjo*, destinado a la audiencia femenina adolescente; el *shônen*, cuyos espectadores son los adolescentes; el *josei*, realizado para el gusto de las mujeres adultas; el *seinen*, en el cual las escenas de sexo y violencia son animadas tomando en cuenta el gusto promedio del hombre adulto. En resumen, la animación japonesa cuenta con términos para cada objetivo de distribución, lo que le permite extender su mercado y figurar como potencia original, a diferencia de la animación en América, en donde casi todas las obras

ción más representativa del Oriente es el *anime*; por otro lado es evidente que existe una mayor variedad de espectadores en aquellos países, lo que posibilita al director una mayor libertad creativa. Es indiscutible que el trabajo del animador, guionista, productor de audio o efectos visuales —por citar algunos de los que participan en la creación de proyectos de animación— se encuentra comprometido con el impacto social que puede causarse en un espectador de cualquier edad; sin embargo, los confines de la imaginación en cada fotograma suelen plegarse a los intereses de su público más recurrente: los niños —no obstante, como singulares recordatorios de que, detrás de la animación, está presente una mente adulta, emergen bromas de doble sentido o humor negro en capí-



https://ocanimesdemagrat.files.wordpress.com/2012/03/paradise_kiss.jpg



http://www.cartoonbrew.com/animators/member-tek-avery-48508.html

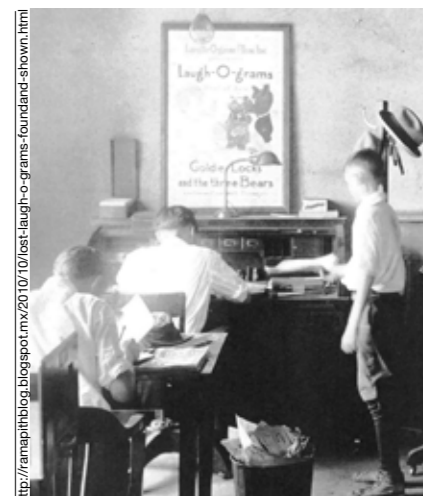
son dirigidas a un público infantil, y en donde se atribuye inmadurez al individuo que las prefiere.

¿Cómo fue que surgió dicho estereotipo, específicamente en América? Los primeros dibujos animados se basaban en críticas sociales, por ejemplo el primer largometraje de cine animado, “El Apóstol”, cinta muda del italiano nacionalizado argentino Quirino Cristiani, estrenada el 9 de noviembre de 1917, incluye una sátira política dirigida al gobernador de ese momento en Argentina, Hipólito Yrigoyen (The History 2016) ².

Ya que la animación contenía historias propias, las temáticas no tenían como objetivo un público determinado; pero al ser elaboradas por adultos, el humor representado en tales historias no resultaba del todo inocente; incluso, al asistir al cine, los niños debían estar acompañados de sus padres para ver a personajes como Betty Boop, símbolo

de sexualidad, cuya primera aparición data del año de 1930, en el corto estadounidense *Dizzy Dishes* (Oscar 2014) ³ o Popeye el marino.

Mientras que *Blanca Nieves y los Siete Enanitos*, primer largometraje animado de Walt Disney pintaba la pantalla con el idealismo puro de la niñez, comenzó a surgir una de las mayores revoluciones de la animación bajo el nombre de Tex Avery. Dicho animador comenzó a trabajar para los estudios Metro Goldwyn Mayer y la Warner Brothers en los años treinta. Avery no solo rompió con los esquemas de realismo que se establecían en las animaciones de su época, sino que también añadió a los escenarios y a sus personajes una comedia original aparentemente dirigida a un público de mayor edad. Sus animaciones no resultaron atractivas por presentar una estricta y detallada fisionomía o por tratar temas de interés



http://ramapiblog.blogspot.mx/2010/10/lost-laugh-o-grams-foundand-shown.html

político; por otra parte, aun en situaciones vacías de sentido, la exageración se hacía presente. La ironía persistente sobre situaciones como el suicidio, el alcoholismo o la lujuria no representaban obstáculo para su recepción entre los espectadores, sino por el contrario, esto les facilitaba percibir los peores defectos del ser humano bajo un filtro cómico y comprender que un dibujo podía exhibir la naturaleza humana de forma atrayente en situaciones ficticias.

Durante la Segunda Guerra Mundial, muchos de los cortometrajes animados se realizaron con propósito propagandístico en favor de los Estados Unidos, con miras a conseguir más aliados que les brindaran apoyo económico. *La cara del Führer* (1943) fue uno de los cortos protagonizados por el personaje conocido como Pato Donald; en él se exhibían las carencias provocadas por los líderes alemanes. El canciller imperial Adolfo Hitler, con ayuda de traductores, formó parte del numeroso grupo que visualizó dichas animaciones, para declarar posteriormente, que el Pato

2. The History Channel. *History*. 7 de noviembre de 2016. <http://mx.tuhistory.com/hoy-en-la-historia/se-estrena-en-argentina-la-primera-pelicula-animada> (último acceso: 21 de diciembre de 2016).

3. Oscar Szymanczyk. «Historia de las Historietas en Argentina.» En *Historia de las Historietas en Argentina*, de Szymanczyk Oscar, Pág. 80. Buenos Aires: Editorial Dunken, 2014.

Donald era uno de los mayores enemigos del nacionalsocialismo, de acuerdo a explicaciones del profesor Adid Jiménez Ontiveros, mi profesor en la materia de Introducción a los Medios Interactivos. En este caso, resulta lógico que el público objetivo no estaba integrado por niños, sino por adultos, con la intención que reconocieran los aspectos más fatales de la guerra.

Al transcurrir los años, la animación se consolidó como un medio con amplia popularidad entre el público infantil, por lo que surgieron programas como *Las Tortugas Ninja*, creada por Kevin Eastman Peter Laird en 1984, o proyectos como el de la compañía Hasbro: *Transformers, la película* (1986). Los medios de entretenimiento visual comenzaron a tomar un nuevo valor económico en el campo de la juguetería. Ciertamente y aun en la actualidad, los personajes de las caricaturas o películas más reconocidas a nivel mundial forman parte de un sistema económico basado en productos infantiles. Mochilas, loncheras, lapiceras, juegos de té, cocinas dinámicas, shampoo, cepillos de dientes, conforman un sinfín de objetos, adornados con íconos de la animación, complementando la idea de que la prioridad es la preferencia del público infantil. Ello ha provocado incluso que instituciones de animación bastante reconocidas ubiquen sus fechas de estreno, de acuerdo a las fechas de comercialización de los juguetes basados en sus personajes. Las compañías jugueteras comprenden un factor que ha llegado a ser vital para algunas producciones animadas, pero al hacerlo, fortalecen el estereotipo que tratan de combatir animadores independientes.

Hasta este punto, se han mostrado aquí ejemplos provenientes de la animación 2D; el procedimiento *stop motion* no se ha tratado con tanta intensidad, debido



a que son pocos los ejemplos que se relacionan con temáticas cándidas. Películas como *El extraño mundo de Jack* (1993), *El cadáver de la Novia* (2005) o *Frankenweenie* (2012), realizadas en colaboración o dirigidas por el cineasta Tim Burton, no cubrieron expectativas para un público infantil; de hecho, la belleza de sus guiones y su representación escénica envuelta en características de la cultura literaria de terror, desprenden enigmas capaces de atrapar la atención del adulto.

En el caso concreto de *El Extraño Mundo de Jack*, al que se le otorgó una clasificación PG (permitida para niños con recomendación de compañía de sus padres) en Estados Unidos, Disney consideró que el largometraje no era apropiado para la imagen infantil que conservaba; de ahí que fuera la productora Touchstone Pictures, enfocada a una audiencia adulta, la que se encargó de su distribución, determinando que la popularidad del largometraje se basaba en la originalidad de sus personajes. En España se le otorgó una clasificación para mayores de siete años y en el caso de México, la clasificación se determinó como "A", es decir, para todo público —detalle curioso si pasa como advertida la cultura del mexicano frente a aspectos mortuorios, caracterizada por resaltar

valentía frente a la muerte, al punto de tomarla como una broma. Prueba de ello se denota cada año durante la festividad del día de muertos.

Es posible intuir el potencial del cine en México si se toma como medida la "Época de Oro", fase que lo impulsó en el mercado cinematográfico entre los años 1936 y 1950. No obstante, dentro de la animación son pocos los ejemplos que se atribuyen claramente a la audiencia infantil. Es necesario reconocer que los proyectos más artísticos y creativos en México son aquellos que contienen un alto índice de mensajes dedicados a la capacidad reflexiva de los adultos; su belleza y manejo de la técnica es pocas veces reconocido por el público, por ejemplo *El Jardín de las Delicias* del director Alejandro García Caballero o *Hasta los Huesos* dirigida por René Castillos; consecuencia de ignorar la existencia de dichas obras suelen producirse juicios negativos sobre la animación mexicana.

Una de las producciones animadas para el cine, que alcanzó fama comercial, es *La Leyenda de la Llorona* (2011), parte de una tetralogía dirigida por el cineasta Alberto Rodríguez y producida por Anima Estudios. Enfocada al público infantil, lo peculiar de esta animación es su carácter cómico y de entretenimiento; de ahí también



su popularidad. Pero para un adulto resultaría más llamativo una animación dedicada a retar la valentía del espectador mexicano frente a la muerte y los seres del más allá con un guion que en su simplicidad demuestre la complejidad de los conceptos fúnebres. Como ya se mencionó anteriormente, *El Extraño Mundo De Jack* fue aprobada en México para todo público, pues forma parte de nuestra cultura el apreciar la vida después de la muerte; no se trata de modificar la animación mexicana para que obtenga la aprobación de los adultos, sino de añadir métodos que la hagan aceptable para todo público, combinando talentos de todas las regiones, con el fin de exterminar estereotipos y difundir la apertura a nuevos géneros.

Es claro que el campo de la animación no tiene límites fijos ni fáciles de definir, y que los ejemplos citados no son suficientes para percibir en su totalidad el fenómeno que estropea la libertad creativa del animador. No obstante, la problemática impera cuando el comercio, de una manera u otra, aumenta los estereotipos que se intentan desmontar al desarrollar propaganda infantil de los dibujos animados.

Se advierte que la causa de tales prejuicios surge de la diferencia que hace el ser humano entre la imaginación y la realidad, atribuyendo la primera a la niñez y la segunda a la adultez. Es decir, los pensamientos diarios se fundamentan en que el mundo onírico es propio de la pureza infantil, los colores, las texturas, las ironías de lo imposible; sueños de mentes inmaduras que aún no son perturbadas por el paso de los años. En cambio, aspectos de cruda brutalidad o excesos deben ser acep-

tados como realidad por los adultos, asimilándolos en todo lo que les rodea, incluso las películas o series animadas. No deben ser ignorados los sucesos que, negativos o positivos, vivimos diariamente, pero sí deben renovarse ideologías sociales sobre la animación. Los adultos también pueden imaginar, reír y llorar a partir de una secuencia visual animada.

Durante la exposición de la serie animada *TrollHunters*, producida por DreamWorks, el director mexicano Guillermo del Toro declaró en el festival francés Annecy: "La animación es un medio, no un género"; además afirmó que "es la forma más bella y acabada de manejar la creación"⁴, calificándola además como un arte adulto. La evolución de opiniones sobre la animación es necesaria para impedir que la libertad creativa se retenga, pues si bien es deplorable limitar el alcance de los efectos que el arte provoca en el ser humano, de igual manera lo es ignorar los proyectos más valiosos de la animación. **B**



<http://www.cartoonbrew.com/internet-television/trollhunter-trailer-first-look-guillermo-del-toros-new-series-143746.html>

4. Benoit Pavan, «Guillermo del Toro: "La animación es un arte adulto"», *La nación*, 16 de junio de 2016, acceso el 4 de diciembre de 2016, <http://www.lanacion.com.py/2016/06/16/215038/>



El Americano: La Película (simplemente conocida como *El Americano*) es una película mexicano-estadounidense en 3D de animación por computadora, aventuras y comedia de acción producida por Animex, Olmos Productions y Phil Roman Entertainment. Está dirigida por Ricardo Arnaiz y el ex-animador de Disney, Mike Kunkel. La película cuenta con un reparto coral compuesto, en su mayoría, de actores hispanoamericanos y mexicanos, que incluyen a Aleks Syntek, Edward James Olmos, Cheech Marin, Kate del Castillo, Paul Rodríguez, Gabriel Iglesias, Erik Estrada y Lisa Kudrow. Es la primera gran coproducción animada entre estudios de México y Estados Unidos, también es la primera producción internacional hecha en un estudio de animación de CGI mexicano, Animex. FilmSharks International anunció que ha adquirido los derechos internacionales de la película.

1. Gerry Cardoso, es un productor cinematográfico y director de producción comercial nacido en México. Con más de 20 años como director de producción de emisiones para las principales redes de radio hispanas, realizó anuncios ganadores de premios para agencias de mercado general. Ha construido una gran reputación dentro de la radio, la música y la industria cinematográfica.

Cuco es un perico niño mexicano que prefiere imitar las maromas de su héroe, el súper perico El Americano, que hacer sus deberes en el negocio de la familia: un circo de aves.

Sin embargo, cuando una pandilla de pájaros agresivos amenaza a su papá y se apodera del circo, Cuco se aventura en un peligroso pero divertido viaje a Hollywood, para convencer a su héroe de ayudarlo a rescatar a su familia. Lo que no sabe, es que acabará descubriendo el héroe que vive en él.

LA PRODUCCIÓN

La producción comenzó en enero de 2011, cuando el director y fundador de Animex, Ricardo Arnaiz, se interesó en hacer una coproducción estadounidense luego de la decepcionante ta-



quilla de Nikté, sabiendo que a las películas producidas en Estados Unidos les va mejor en el mercado del cine. La idea de la trama de la película se creó cuando él visitó Estados Unidos y conoció al productor Gerry Cardoso, quien trajo la idea de las aves, viajando de España a México. Arnaiz insistió que una mejor historia sería la de un viaje de México a Estados Unidos. “Dije que sería genial hacer que vayan de México a los Estados Unidos, así que comencé a partir de eso,” dijo Arnaiz. “Fuimos muy cuidadosos para ser respetuosos de los dos países. Queríamos contar una historia acerca de cómo las fronteras son sólo una línea en un mapa y cuando usted es honesto y hace las cosas de la manera correcta hay un montón de posibilidades que son para todo el mundo.” Más tarde conoció al actor Edward James Olmos, cuando se enteró de que Olmos fue “un éxito”. Después de leer el guión, Olmos accedió a unirse al equipo de producción y al reparto de voces de la película. Olmos fue un fan de *La Leyenda de la Nahuala*. “Estamos encantados de trabajar con Edward James Olmos y su compañía de producción aquí en los EE.UU. Es una historia que hemos estado trabajando durante los últimos tres años y sentimos que tenemos un equipo muy fuerte en su lugar para ejecutar esta película programada en 2013.”

Durante la producción, Edward James Olmos había grabado su voz antes que el proceso de animación. Como resultado, se requirieron muchos miembros del reparto para representar sus papeles antes de grabar sus voces. Según el director Ricardo Arnaiz, es la película más cara de Animex Producciones y el primero en superar los más de \$29 millones de pesos.

El Americano: The Movie is a 2016 3D Mexican and American computer animated adventure family action comedy film produced by Animex, Olmos Productions, and Phil Roman Entertainment. It is directed by Ricardo Arnaiz and ex-Disney animator, Mike Kunkel. The film features an ensemble voice cast of mostly Hispanic American and Mexican actors led by Rico Rodriguez, Edward James Olmos, Cheech Marin, Kate del Castillo, Paul Rodriguez, Gabriel Iglesias, Erik Estrada, and Lisa Kudrow. The first major animated co-production between studios in Mexico and the United States, it is also the first international and CG production for Animex. FilmSharks International announced that they have acquired the film’s international rights. The film was released in Mexico on 22 January 2016 in Digital 3D and 2D theaters, distributed by Never Landing Digital Distribution.





El Americano ha sido nominada a los premios Ariel en México y al Premio Platino de España en 2016.

Director: Ricardo Arnaiz and Mike Kunkel
 Escritor: Dulce Belchez, Fernando Lewels, and Ricardo Arnaiz
 Guionista: Richard Pursel, and Phil Roman
 Productor: Gerry Cardoso, Ricardo Arnaiz, Michael Olmos, Alex Flores, Vero Arceo
 Protagonistas: Rico Rodríguez, Cheech Marin, Kate del Castillo, Lisa Kudrow, Gabriel Iglesias, Paul Rodriguez, Erik Estrada, Ricardo Sanchez "El Mandril", Don Cheto, Argelia Atilano, and Edward James Olmos.

ANIMACIÓN

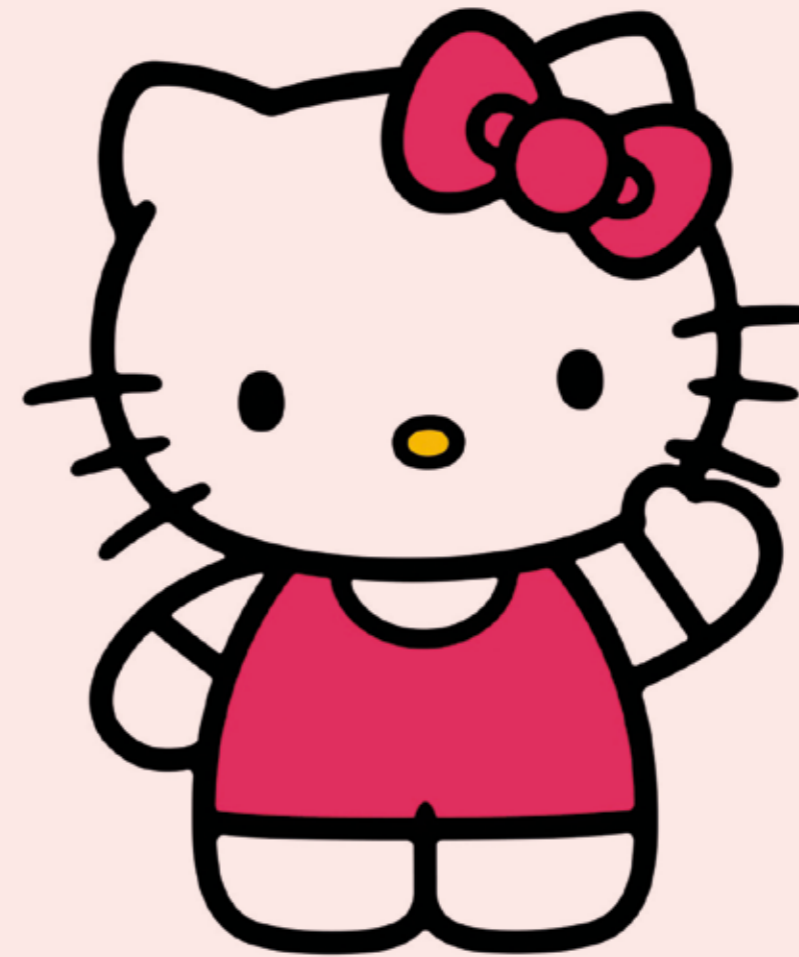
La producción de efectos visuales y animación fue realizada por Boxel Studio en Tijuana. La animación adicional fue manejada por Cutting Edge Productions en Filipinas. En una entrevista con Andrés Reyes Botello, fundador de Boxel Studios, Ricardo Arnaiz inicialmente declaró que originalmente pretendía producir la película en animación tradicional, pero Edward James Olmos insistió a Arnaiz utilizar CGI como la mejor oportunidad de éxito de la película. "En ese entonces, él me explicaba su situación con su estudio de animación

2D y su curiosidad acerca de hacer El Americano en una producción CGI 3D completa", dijo Andrés Reyes Botello. "A partir de ahí, que al instante llegamos a una buena relación y comenzó a trabajar en el desarrollo de los personajes y entornos, haciendo un poco de animación, iluminación y pruebas de renderizado para esta película." Arnaiz no tiene mucha experiencia en la animación por ordenador y ha decidido asociarse con Boxel Studio, que se centra principalmente en la animación para videojuegos y promociones. "Ellos fueron muy creativos, tenían mucho conocimiento y le dije: '¿Usted estaría interesado en hacer una película conmigo? No sé nada acerca de CGI, y usted no sabe nada acerca de hacer películas — vamos a combinar y crear esto juntos,'" dijo Arnaiz. Para obtener ayuda, Arnaiz busco al veterano de la animación Raúl García, y Mike Kunkel, quien es amigo personal de Arnaiz y esperaba con ansias trabajar con él, y los trajo a Boxel Studios. "Ellos enseñaron a todos cómo hacer animación, al estilo de Hollywood, y en México, les enseñaron a los estadounidenses cómo hacerlo con bajos presupuestos," dijo Arnaiz. Un total de 25 animadores han trabajado en esta película. Arnaiz ha declarado que el desarrollo de la película fue un reto. Sin embargo, la película se terminó a tiempo y dentro del presupuesto. "El mayor reto era conseguir el nivel que todo el mundo estaba esperando de nosotros", dijo Arnaiz. "Ellos pensaron en un principio que íbamos a ir a recibir una calidad de conexión directamente para video a lo sumo, y una vez que les mostramos algunos clips estaban muy entusiasmados con el resultado." El desarrollo de la película concluyó en agosto 2013. **B**



LA ILUSTRACIÓN KAWAII, MÁS ALLÁ DE JAPÓN.

Nitzia Navil Zetina Martínez



La cultura japonesa actual ha influido alrededor del mundo y no solo en el país del sol naciente. Con base en la tecnología, la cultura, la moda y la multimedia, crearon impacto por medio del cómic conocido como *manga*, los videojuegos y las animaciones llamadas *anime*. Al término del siglo XX, Japón exportó gran cantidad de diseños y lenguaje visual, lo que permitió que el mundo admirara todas sus creaciones a través de la televisión y la producción de juguetes.

Llegó la generación de iconos adorables o tiernos, como Pokémon y Hello Kitty, admirados por los nipones y aceptados por todo Occidente de manera abierta. Esto creó una tendencia basada en personajes estéticamente tiernos, con grandes ojos y pequeños cuerpos. Así es como comenzó a propagarse el dibujo estilo *chibi* o también llamado *Super Deformed*, que se guía en la estética *Kawaii*.

1. Diseñadora gráfica por la Universidad La Salle campus Morelia, ha participado en distintos talleres de ilustración tradicional y digital. Actualmente trabaja en Knotion en el área de producción y estudia la Maestría en Arte Digital y VFX de la Universidad de Morelia.

Este artículo trata el tema de la ilustración Kawaii, basada en el movimiento cultural del mismo nombre, que ha proliferado en los últimos años debido a la influencia de Japón en el resto de mundo y con la ayuda de los medios masivos de comunicación se ha popularizado a nivel internacional desde los años ochenta, cuando se dio la primera ola de media proveniente de Japón. Desde sus orígenes hasta la actualidad, este género de ilustración cuenta con el trabajo de grandes artistas que se destacan por su estética kawaii, estilo adorable, limpio. La mayoría de estos artistas posee una paleta de colores muy alegre y características infantiles o dulces, con lo que logra captar la mirada del público y es fácilmente identificable por elementos simples que la componen.



Contemporary artist Takashi Murakami poses with his 'Miss ko2' sculpture at a gallery in Tokyo in July 2007.

1. Ashley Clark, «How Kawaii culture is changing the world», Daze, 23 de diciembre de 2015, acceso el 18 de diciembre de 2016, <http://www.dazeddigital.com/artsandculture/article/28882/1/how-kawaii-culture-is-changing-the-world>.

2. Takashi Murami, es un artista contemporáneo japonés, que maneja la escultura, la pintura, así como también, moda, animación y marketing. También es el fundador de la corriente del Superflat, influenciado fuertemente por la cultura del manga y el anime.

Pero, ¿cómo se define exactamente lo *Kawaii*? La palabra *Kawaii* proviene del idioma japonés y se traduce como tierno o bonito, pero tiene mucho más profundidad. Misha Jannete, fundadora de Tokyo Fashion Diaries y panelista en NHK's Kawaii International Show, describía en la página de Daze Digital, el 18 de Agosto del 2016, la raíz de la palabra a detalle: "Kawaii actually means a delicate cuteness, like a weak, small type of thing. It's also an embodiment of all that's happy and positive"¹.

Este significado fue adoptado totalmente en el género pop japonés y en los países occidentales y se utiliza para identificar una cultura, puesto que es parte de un estilo de vida para muchas personas. El término ha sido apropiado por Reiko Koga, autor del libro *Kawaii no Teikoku [The Empire of "Kawaii": Fashion, Media and Girls (2006)]*. El concepto ha sido occidentalizado y es por eso que identifica a este movimiento cultural. Esta cultura, que adopta y vincula muchos elementos tiernos, tiene una amplia presencia en el mundo de la moda, sobre todo la de origen japonés, generando accesorios, marcas y varias colaboraciones con artistas reconocidos para la creación de diseños de este tipo. Tal es el caso de Takashi Murakami², artista contemporáneo japonés que ha hecho colaboraciones con Louis Vuitton.

La ilustración *Kawaii* está presente en la moda y también ha invadido el internet, lo que ha servido para que se disperse y llegue mucho más lejos que lo que permitió antes la televisión. Po-

This article talks about the topic of Kawaii illustration, based on the cultural movement of the same name, which has developed in recent years due of the influence of Japan in the rest of the world and has being popular with mass media in an international level since the eighties, when the first wave of media came from Japan. From its beginnings to the present day, it counts with the work of great artists. This genre of illustration stands out for a kawaii aesthetics, an adorable style, clean, and a palette of colors very joyfu; most of it and childish or sweet characteristics, manages to capture the look's public and is easily recognizable by simple elements that compose it.



demos encontrar actualmente mucho material de este tipo en Facebook, Tumblr, en productos de moda, estampados y hasta los ya afamados memes de internet, que fácilmente se vuelven virales. Un ejemplo de estos, son los personajes que encontramos en los stickers de la aplicación Messenger de Facebook. Otro más viral es un gato de 8-bits, llamado *NyanCat*, que se propagó en internet en el 2011, y que actualmente tiene varios productos y una página web, así como millones de seguidores alrededor del mundo.

Antes se mencionaron tres términos: *Kawaii*, *Super-Deformed* y *Chibi*, estos dos últimos sinónimos. *Chibi* es una palabra japonesa que significa pequeño. Este estilo es típico del manga, donde los personajes son de cuerpos pequeños, por lo regular miden de dos a cuatro cabezas, por ello se llaman *Super-deformed* y las facciones que tienen son tiernas, lo cual los hace adorables en la percepción de sus adeptos, por ello se consideran dentro del estilo *Kawaii*.

Las características de los personajes *Super-deformed* son su cabello y tamaño de cráneo exagerado, así como los rasgos del rostro. A pesar de llevar siempre una proporción, los ojos tienden a destacar más que cualquier otro rasgo de la cara. En cuanto al pecho, no suele hacer distinción entre personaje femenino o masculino, por lo general, para ambos suele ser plano y mucho menos ancho que la cabeza; en algunos casos marcan una ligera curva en el pecho. Las manos, así como los pies, mantienen un balance visual y siguen la línea de las piernas y brazos pero no tienen tanto detalle como otras partes del cuerpo. Estas características son libres de interpretación y para cada artista puede haber un sinfín de variaciones que se pueden aplicar



http://www.san-x.jp/

dentro del estilo. El cambio de proporciones del cuerpo y los ojos es imprescindible en una ilustración de este tipo.

Otro término que se puede vincular a los antes mencionados es el *Q-style*, pues proviene de “mini”, por la forma semejante de una figura tierna de grande cabeza y cuerpo pequeño. Todos los términos comparten estas mismas características y un mismo origen, Japón, cerca de los años setenta y ochenta del siglo pasado, donde comenzó el gran auge de los personajes del cómic japonés.

Vicent Zhao y Haitao Su mencionan en su libro *Alive Character Design for Gaame, Animation anf Film* (Su y Zhao 2012, 78) que:

When we working on Q-Style characters, designer are supposed to spend a lot of efforts in body proportions in order to highlight the lovely nature of the character. Actually, this most evident difference between comic characters and real people. In order to transform real people into cute characters, the designer will go through a process of subtraction.³

Esto destaca que la principal forma de producir un personaje de este tipo, es a través de una síntesis de sus características; y es que para crear un personaje que pueda proyectar ternura, algunos rasgos, como los de vestimenta, tienen que destacar y otros ser completamente eliminados para lograr transmitir la correcta sensación al espectador, siendo lo más adorable posible. Se considera a los ojos la parte vital de los personajes de este tipo, pues sirven para demostrar qué tan expresivos pueden ser; el punto central de

estos personajes siempre será el rostro y su expresividad siempre dependerá de la sustracción que el ilustrador haya hecho. A continuación, se mencionan algunos de los artistas y empresas que entran dentro de este estilo de ilustración, de acuerdo a las características descritas y cómo aplican este tipo de ilustraciones en el medio.

El primero es un personaje famoso alrededor del mundo: Hello Kitty, diseñado por Yuko Shimizu para empresa Sanrio, es considerado como un gran personaje que representa en gran parte la cultura Kawaii alrededor del mundo. Sanrio es una compañía japonesa que actualmente tiene muchas ramificaciones como la producción de juguetes, comida o animación. Genera constantemente personajes adorables, por lo que tiene un amplio catálogo de personajes tiernos.

Hello Kitty también también compite con otras marcas con características similares; San X, la empresa que también ha creado personajes tiernos que se utilizan en un sinfín de artículos. Entre estos personajes destaca Rilakkuma, que significa “oso en estado relajado”. A pesar de no tener tantos años como otros personajes, con su ternura ha ganado terreno entre los iconos de este estilo.

Algunos personajes, además de tener en común su ternura, coinciden en que no solo son simples ilustraciones, sino además una marca de la cual se derivan muchos artículos, lo que se puede notar en todas las aplicaciones que se da a estos personajes. No todas

las figuras de estilo *Kawaii* han surgido por grandes marcas, sino también por ilustradoras que han comenzado a destacarse en este movimiento. El gato Pusheen es un claro ejemplo de esto. Este simpático personaje tiene su origen en un blog de Tumblr. Claire Belton y Andrew Duff se encargaban de ilustrar su vida cotidiana en un *webcomic*, mismo que comenzó en 2010. Pusheen se volvió el personaje más popular y comenzaron a crear varios artículos para la venta —desde llaveros hasta una línea de artículos variados para chicas— hasta conseguir su propio espacio como parte de las *stickers* de Facebook. Otra destacada artista es Charo Vargas, originaria de España, mejor conocida como Charuca. Autora del libro *I love Kawaii*, no hay duda alguna que tiene un concepto en abierto vínculo con el estilo, mismo que se muestra dentro de sus personajes y de todo lo que produce, desde ilustraciones hasta *art toy*. En tanto marca ya establecida, Charuca lleva el concepto de *Kawaii* hacia otro rumbo, pues sustrae la esencia de lo tierno para trasladarlo a artículos de papelería, dejando de lado los personajes, creando patrones y diseños con variedad de colores brillantes.

Los personajes *Kawaii* no siempre se caracterizan por colores pasteles o brillantes; también está la presencia de tiernos personajes con aura sombría o extraña. Un ejemplo son algunos trabajos de Benjamin Lacombe, ilustrador parisino y escritor de cuentos infantiles. Combinando lo tierno con lo gótico el estilo toma otra perspectiva sin dejar sus características principales. Lacombe pinta en su gran mayoría figuras de niñas con grandes ojos, miradas ex-



Ilustración interior de “Blancanieves” de Benjamin Lacombe.

presivas, cuerpos finos y con una proporción pequeña respecto a la cabeza. Es famoso por ilustrar los cuentos de Edgar Allan Poe y tiene ciertas influencias de Tim Burton, que son fáciles de encontrar en sus trabajos; y aunque no todos sus trabajos mantengan el mismo estilo, muchos enfatizan la característica de los grandes ojos.

Como antes se mencionó, Takashi Murakami es uno de los artistas japoneses que ha logrado conseguir gran éxito con sus trabajos y es fundador de su propio movimiento de arte e ilustración, el *Superflat*. Él transformó su arte en algo atractivo que logró seducir a las masas, basándose en la cultura *pop* de Japón. Nacido en la capital del país en 1962, es un artista con Doctorado en artes tradicionales japonesas, lo que se llega a plasmar muy bien en sus trabajos, manejando una amplia cantidad de temas y materiales. Suele hacer una mezcla de lo tradicional

con cosas poco habituales, como el *hentai* y personajes amorfos con colores contrastantes, lo que da origen a su peculiar estilo. Murakami maneja bastante bien los elementos del *anime* y el *manga* y los combina con el arte *pop* americano. Su obra abarca pintura, escultura, accesorios y animación. Unido a la subcultura *Otaku*⁴, Murakami, está en un círculo en el que ejerce una gran influencia al tiempo que se deja influenciar por la cultura popular en Japón. Con repetición de patrones, estilo manga, colores fuertes, sobresale fácilmente entre otros artistas, lo que le ayudó a entrar en el campo de la animación, dando vida y movimiento a sus personajes. No todo su arte maneja el estilo *kawaii*, pero sí en su mayoría, como es inevitable en ocasiones, por influencia de la cultura *Otaku*.

Candy Bird, del sur de Francia, es una ilustradora de cuentos infantiles, que también se dedica a hacer exhibiciones

3. Haitao Zu y Vincent Shao, *Alive Character Design for Game, Animation and Film*, (China: Cypi Press, 2012), 78. Trad.: “Cuando estamos trabajando en personajes en Q-Style, el diseñador se supone que debe tomar gran parte de su esfuerzo en la proporción del cuerpo con el fin de destacar la naturaleza adorable del personaje. En realidad, esto es la más grande diferencia entre los personajes del cómic y la gente real. Con el fin de transforma a la gente real en personajes tiernos, el diseñador pasará por un proceso de sustracción”.

4. El término *otaku* (おたく, オタク, ヲタク) se utiliza en Japón para denominar a las personas apasionadas por la cultura de manga y el anime.



Ilustración de Candy Bird, Oscar de la Renta.

de su trabajo. Ha colaborado con una marca de ropa en Francia. Su arte, que es meramente digital, está inspirado en películas, canciones y fotografías. Como se nota en la mayoría de quienes manejan el arte tierno, que es más cercano a lo Kawaii, siempre muestran cierta influencia japonesa en el estilo, ya sea en acabado, rasgos o facciones de personajes hasta expresiones sencillas en objetos inanimados.

Misa Tsutsui, artista autodidacta de Japón, es una ilustradora *freelance* que se apoyó en el uso de software como *painter* para pasar de la ilustración tradicional a la digital, donde se destacó bastante y obtuvo impulso para exponer su trabajo, siendo parte incluso de algunas publicaciones. Se menciona en el libro *Cute Illustration* (Minguet, 107) que Tsutsui siempre se inspira en su origen japonés, por lo que los personajes *chibis* aparecen dentro de su trabajo con facilidad.



Ilustración de Anita Mejía.

http://www.ateneupopular.com/diseño/inspiración-vol-2/



LouLou & Tummie son ilustradores de Países Bajos, quienes unieron sus estilos para crear ilustraciones, peluches, murales y productos. Ellos comienzan realizar los bosquejos de sus ideas y de ahí continúan con sus ilustraciones en vectores, conteniendo muchas formas y colores, que forman una composición atractiva a base de figuras geométricas.

En América Latina también hay varias artistas que se han destacado por su ilustración y que por sus característi-

cas también son parte de este movimiento de imagen tierna. Anita Mejía, una ilustradora mexicana, de Baja California, es quien maneja un estilo colorido y detallista, que se incluye dentro de lo adorable. Con el manejo de muchas texturas y diferentes técnicas de ilustración, Mejía ha comenzado a ganar reconocimiento, lo cual le ha permitido lanzar su propia línea de artículos en conjunto con la tienda departamental Liverpool. Anita actualmente trabaja en la revista Tú, además de dar conferencias en todo el país y

exponer sus trabajos en todo el territorio nacional, así como en España. También ha participado en publicaciones como *Folklore Monsters Book*, de Tiki Machine.

Amparín, nombre con el que firma Amparo Serrano, es una diseñadora mexicana, creadora de la marca Distroller, que ha sobresalido con las ilustraciones comerciales con colores brillantes, con estilo propio con base en este movimiento de lo tierno. Inició plasmando sus ideas en platos de cerámica para sus conocidos en Nueva York, hasta que logró formar su propio negocio, que ha ido creciendo a partir de sus creaciones. Con una trayectoria de 15 años, su personaje principal es una versión de la Virgen de Guadalupe, con estilo caricaturesco y frases sencillas, principal detonador para que actualmente tenga alrededor de 30 tiendas en México y que los productos con su imagen se vendan en España, Estados Unidos e incluso la India.

Como pudo comprobarse en este texto, las ilustraciones tipo Kawaii tienen ciertas características, como son lo tierno y los ojos expresivos en los rostros, que lo hacen diferenciarse de otro tipo de ilustración. El proceso de creación puede ser variado, pero un método sencillo, es plantear el objetivo de comunicación, generar ideas, elaborar bocetos y depurarlos, hasta pasar a la parte digital, donde con un equilibrio adecuado de color y contrastes, se obtienen como resultado, creaciones que muchas veces llegan a tener gran impacto visual, sobre todo en la internet, lo que permite que este movimiento artístico se expanda mucho más. **B**

UNA MIRADA AL DISEÑO DE LA INTERFAZ DE USUARIO

Juan Eduardo Jacobo Pérez ¹



Se escucha con frecuencia la expresión coloquial que reza que los niños, las nuevas generaciones “ya traen el chip integrado”, es decir, que nacen sabiendo utilizar un aparato electrónico por el simple hecho de nacer en una época en la que el uso de un teléfono celular con distintas funciones está muy extendido. Pocas veces se reflexiona en el diseño de estos sistemas y cómo han sido planeados para que su uso sea lo más intuitivo posible. Para lograrlo se deben considerar elementos de usabilidad y ergonomía, siempre pensando en el humano como un ser complejo con distintas necesidades y habilidades. El intermediario entre la máquina y el usuario es la interfaz y para saber qué es una interfaz bien diseñada, ésta debe ser transparente para nosotros, los usuarios.

La tecnología es fundamento del desarrollo y supervivencia de la humanidad; los artistas siempre han encontrado en las nuevas tecnologías nuevas formas de creación. Por definición, la tecnología es todo aquello que no viene dado por la naturaleza, derivado de la palabra griega “tekhné”, que se refiere al arte del hacer humano¹, sino que requiere un mínimo grado de diseño para crear bienes y servicios para el hombre de acuerdo a una necesidad. Sin embargo, se ha hecho común mencionar como tecnología a todo aparato o sistema que tiene que ver con ceros y unos (código binario) o que tiene un gran nivel de sofisticación en su creación.

Una de estas formas de tecnología son los dispositivos electrónicos. La definición más básica de dispositivo es: mecanismo o artificio dispuesto para producir una acción prevista (Dematei 2012). Dematei afirma que “el concepto abarca más entendiéndolo como un organismo o artilugio comunicacional formado y determinado por su tecno-



logía, soporte, distribución y acceso además de su estatus social”, y que en todo dispositivo existe un componente que se vuelve fundamental o de mayor importancia; por poner un ejemplo, la pantalla de un smartphone. Todo artefacto de diseño es testimonio y consecuencia del contexto en el que es creado, generando un lenguaje propio con reglas y particularidades que le permiten relacionarse con el usuario.

Para no ser rechazados, los dispositivos tienden a apoyarse en aquellos que les preceden en características similares; por ejemplo la relación entre los reproductores Walkman de Sony mantienen semejanzas fundamentales como los conceptos (iconos) de control que se utilizan para operar desde el repro-

ductor de cassette hasta el reproductor MP3; de tal forma los usuarios se sienten cómodos e identificados con los nuevos dispositivos y la compañía conserva a sus clientes. Sin embargo, esto también puede funcionar en contra del usuario, donde la evolución de un dispositivo sigue unas pautas que no siempre corresponden a lo ideal en cuanto a interfaz, por ejemplo, en la distribución del teclado de la computadora. La más aceptada se le conoce como QWERTY, pero este ordenamiento se dio para solucionar un problema mecánico de las primeras máquinas de escribir presentado por Christopher Sholes en 1868². El problema era que al escribir demasiado rápido se podían trabar las teclas, por lo que se modificó la distribución de las teclas más

usadas para evitar ese inconveniente. Pero en el caso de dispositivos electrónicos este problema es inexistente, por lo que el arreglo QWERTY deja de ser necesario; sin embargo, está tan extendido su uso que no es fácil pasar a distribuciones más eficaces como la conocida como Dvorak, patentada por August Dvorak en 1936.³

Para que el ser humano pueda utilizar estos dispositivos necesita de un intermediario que los relacione y este intermediario es la interfaz; una definición de interfaz puede encontrarse en el artículo «Diseño Gráfico y Entornos Virtuales» publicado por la Revista Digital Universitaria de la UNAM:

Una interfaz es la superficie de contacto de un objeto. El mundo está lleno de ellas: el picaporte es la interfaz entre la mano y la puerta... Una interfaz es una superficie de contacto. Refleja las propiedades físicas de las partes que interactúan, las funciones que deben desempeñarse y el equilibrio de poder y control entre ellas» (citados por Manuel Gándara, Usos Educativos de la Computadora, CISE-UNAM 1993: 181). El propósito de una interfaz es facilitarnos el uso de una herramienta o la manipulación de un objeto⁴.

Es posible encontrarse interfaces en todos lados, por ejemplo, una libreta de dibujo tiene un tamaño y peso específico y dependiendo del modelo puede también tener una superficie rígida para apoyo; además, el papel puede

1. Ha dedicado su vida artística a la enseñanza en diferentes niveles e instituciones tales como, Instituto Valladolid Secundaria; Instituto Monter en la escuela de Arquitectura y Diseño; Universidad de Morelia en la Facultad de Medios Interactivos; La Salle en Diseño Gráfico y, en Facultad de Arquitectura de la UMSNH.

Realizó el logotipo del DES de Humanidades y participó en la realización del logo para el centenario de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo. Las técnicas más utilizadas en su producción artística son grabado, pintura digital y acuarela.

1. Dematei, Marcelo. «Luz, cámara, render... El software de imagen sintética 3D: tecnología, ideología y realismo». *Con A de animación*, 5

2. Wisconsin Historical Society. Wisconsin Historical Society. s.f. <http://www.wisconsinhistory.org/>

3. Dumas, D. Wired. 12 de Mayo de 2010. <https://www.wired.com>

4. Laurel y Mountjoy (1990:xiii) pag 4 Estrada Rodríguez, «Diseño Gráfico y entornos virtuales», Revista Digital Universitaria vol. 9, núm. 9, (2008): 3-14. <http://www.revista.unam.mx/vol.9/num10/art85/art85.pdf>. Acceso el 19 de diciembre de 2016.

Many times we have heard that the children already bring the “chip” integrated, born knowing use an electronic device because they simply were born in a time where it is very common to have a cell phone with different functions. The design of these systems and how they have been planned, to make its features as intuitive as possible, is rarely thought. To achieve this, elements of usability and ergonomics must be considered, always thinking of human as a complex with different needs and abilities. The intermediary between the machine and the user is the interface and to know what it a well-designed interface is, it must be transparent for us.



tener textura. Al conocer la información fundamental de la libreta es posible saber cuáles son sus capacidad y limitaciones, además de saber qué tipo de técnicas podemos utilizar en ella. La implementación de programas de manejo de imágenes por computadora modificó todo este proceso, al sustituir la libreta con una emulación en el mejor de los casos —como en el caso del programa Corel Painter—, donde lo físi-

co es representado por metáforas que imitan cada vez de mejor manera su contraparte “real”. Así, la interfaz física que existía en la relación persona-libreta ya no aplica y debe ser reinventada o adecuada para que la computadora produzca los resultados deseados.

Estrada Rodríguez también menciona que las computadoras, como todo dispositivo de uso frecuente, se vuel-

ve una extensión del ser humano. El propósito principal de la interfaz en la computadora es facilitar el uso, volver más amigable esta extensión; el diseño de la interfaz es tan importante que puede definir el éxito o fracaso de un producto; por ejemplo, no son pocos los que eligen Adobe Photoshop por su facilidad de uso.

De acuerdo con lo anterior, una buena interfaz debe permitirle al artista digital concentrarse en el qué hacer y no en el cómo hacerlo; siempre en consideración de que es una herramienta más que ofrece el encuentro con nuevos paradigmas de creación y con ello abre un mundo de posibilidades para generar propuestas. Con estas herramientas el creativo ha aprendido a trabajar con la máquina, conocer sus secretos y posibilidades, y esto a través de la interfaz que, como todo sistema, evoluciona a la par del usuario y la tecnología, cuestión que requiere tiempo y que encuentra facilidad de adaptación gracias a metáforas.

En la década de los ochenta del siglo pasado, con la aparición de las computadoras con pantalla, fue posible la comercialización de las mismas generando una nueva forma de interactuar con la máquina y por consecuencia ganar más usuarios⁵. La interfaz utilizada por estas máquinas fue creada en los laboratorios de Xerox PARC y perfeccionada por Steve Jobs en su Apple II y masificada por Microsoft con Windows. Su interfaz conocida como GUI (Graphic User Interface por sus siglas en inglés) mostraba diferentes imágenes que se inscribían en una metáfora general de un escritorio, que a su vez se subdividía en pequeñas metáforas

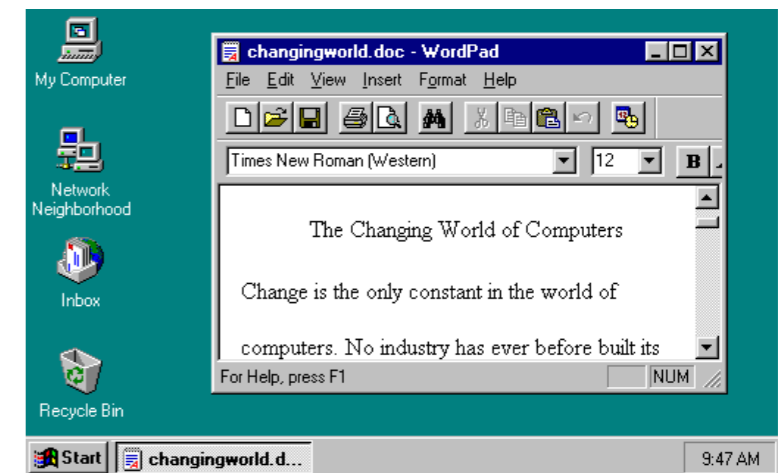


de elementos comunes a una oficina, carpetas, bote de basura, documentos, etc. Estos iconos facilitan la comprensión de su significado y función dentro del sistema⁶.

La utilización de estos elementos comunes facilita el conocimiento y utilización de la interfaz generando un uso “lógico”, casi natural, de algo que reemplaza a lo físico; mientras menos tiempo tome al usuario adaptarse a la interfaz el diseño de ésta será más exitoso el nuevo diseño. Una vez que se inicia el trabajo con una interfaz ésta se vuelve invisible, apenas se percibe su existencia cuando los errores o impedimentos aparecen⁷. Así pues, recordando la interfaz física de la libreta reemplazada por un símil en digital, el *mouse* es el encargado de representar al lápiz que permite crear imágenes en un espacio artificialmente delimitado pero a la vez infinito, que permite desplazarse a partir del movimiento aparente de la “hoja” dentro del monitor y percibir tal movimiento cual si fuera real no lo sea. Esto sucede porque la interfaz está tan asimilada que el acceso a

la información —la imagen creada, por ejemplo— es directo y ya no requiere se asimilado de nuevo.

A partir del trabajo de Masso⁸ puede establecerse que en particular este tipo de GUI es conocida como WIMP (*Windows, Icons y Pointers*, por sus siglas en inglés); es la usada en la interfaz actual de las computadoras, es tan común que ya ni siquiera es necesario ex-



plicar cuál es su funcionamiento; parte de esto es consecuencia de que no ha sucedido un cambio de paradigma, basta con revisar en un buscador en línea para conocer cuál era el aspecto del escritorio de Windows 3.1 y su evolución a lo mostrado en Windows 8. Por supuesto hay cambios, pero son cambios estéticos con nuevas funcionalidades, el núcleo base del diseño de la interfaz sigue siendo el mismo: la metáfora de un escritorio con carpetas, documentos, etc.

El mismo autor indica que esta interfaz es eficiente en el sistema de escritorio donde se utiliza, sin embargo, aún tiene limitaciones como:

- La información aún está muy codificada
- La presentación no es tridimensional (vista y oído)
- El campo de vista de las pantallas

5. Deborah. Significado.net. 12 de Mayo de 2015. <http://significado.net/computadora/> (último acceso: 23 de Dic de 2016)

6. González, Lizbeth Luna. «El Diseño de Interfaz Gráfica de Usuario para Publicaciones Digitales.» Revista UNAM. 10 de Agosto de 2004. http://www.revista.unam.mx/vol.5/num7/art44/ago_art44.pdf

7. González, Lizbeth Luna. «El Diseño de Interfaz Gráfica de Usuario para Publicaciones Digitales.» Revista UNAM. 10 de Agosto de 2004.

8. Molina Masso, Jose Pascual. «Un Enfoque Estructurado para el Desarrollo de Interfaces de Usuario 3D.» Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. 29 de Febrero de 2008.

es muy reducido (no sumergen al usuario, ni siquiera sacan partido de la visión periférica)

- El usuario observa la información desde afuera (no se aprovecha la forma en la que el ser humano organiza lo que percibe a su alrededor)
- Modalidades de entrada poco flexibles (no se utiliza el habla o la mirada)
- La presentación no es transparente (no puede superponerse al mundo real)
- Las interfaces exigen que el usuario se adapte al ordenador
- Las interfaces no son intuitivas (requieren tiempo de aprendizaje)
- Resulta complicado involucrar a múltiples participantes⁹

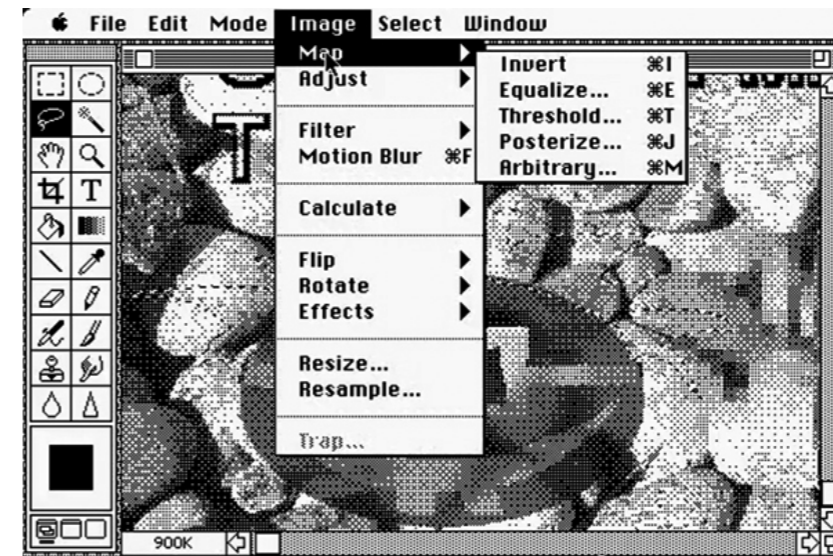
De acuerdo con Mauricio, Rivera y Zamudio, la eficiencia de una GUI puede entenderse como la productividad del usuario por encima de la productividad de la máquina¹⁰, por lo que todos los elementos de la interfaz deben estar correctamente distribuidos y todos los elementos gráficos deben contener símbolos que representen claramente su función. Como parte de la propuesta de estos tres autores se entiende que la interfaz debe compensar las limitaciones tanto físicas como cognitivas del usuario siempre que sea posible, los elementos físicos deben tener un diseño ergonómico, y deberá estar estructurada de manera coherente y consistente para que el usuario experimentado pueda moverse con facilidad por toda la interfaz sin perderse.



Estos obstáculos encontrados dentro de la interfaz de usuario han traído como consecuencia el interés de mejorarlas, adaptándolas a las distintas necesidades de los usuarios alrededor del mundo, de complementarlas con nuevos dispositivos y tecnologías que cada vez son más complejos u ofrecen nuevas formas de interactuar con el usuario, como las pantallas táctiles con varios puntos de toque simultáneos de los *smartphone* o *tablets*. De esta forma la interfaz ocupa un lugar protagonista dentro del desarrollo de software y hardware ya no solo dentro de las computadoras, sino de cualquier dispositivo; como prueba puede recordarse la ocasión en que Steve Jobs presentó el iPhone en 2007 y mencionó que la interfaz de los teléfonos inteligentes no era inteligente ni funcional, lo que causaba frustración en los

usuarios al encontrar obstáculos para realizar las tareas más básicas, lo que ellos resolvieron adaptando la interfaz de Mac OS X a su nuevo dispositivo y generar una interfaz contextual.¹¹ Esta propuesta supuso un cambio de paradigma en la telefonía móvil y por consiguiente en las interfaces de cada equipo, creando la metáfora de hogar o inicio además de generar varias más a partir de las posibilidades de los nuevos dispositivos.

Retomando el caso de Adobe Photoshop, la interfaz en su diseño base no ha cambiado, mantiene su estructura inicial, pero en su evolución y de acuerdo al avance en la tecnología, ha añadido paulatinamente soporte para diferentes tipos de archivos; también puede reorganizarse para que el usuario distribuya los elementos a su gusto y necesidad;



incluso como consideración al artista digital ha implementado un color de ventana oscuro para que no interfiera con la interpretación del usuario de los colores. Estos cambios son un ejemplo de mantener lo que ya se conoce para los usuarios, pero ofreciendo nuevas funcionalidades que fácilmente se pueden aprender ya que siguen la línea general de uso del programa.

Entonces, si el usuario como artista digital ya tiene asimilada una forma de proceder que conserva su esencia en distintos programas, ¿en qué se puede mejorar en el campo de la interfaz? Como se ha visto, el progreso e implementación de la interfaz está íntimamente ligado al desarrollo de la tecnología y al usuario. En informática, el diseño de interfaz avanzó lentamente, pero ha tomado fuerza gracias al desarrollo de nuevos dispositivos de entrada que permiten nuevas funcionalidades o complementan lo ya establecido.

Podríamos mencionar todas las propuestas que en la actualidad se encuentran en desarrollo o ya en el mercado; pero lo fundamental es que se

puedan aprovechar de manera creativa los recursos que se tengan a la mano, siempre considerando al usuario como un ente con necesidades específicas, que además tiene la capacidad de apropiarse y considerar una extensión de sí mismo el dispositivo que utiliza. Al momento de integrar correctamente el usuario al dispositivo entonces la interfaz estará bien diseñada.



Desde una perspectiva personal, como artista disfruto mucho del trabajo con técnicas tradicionales, de lo metódico de sus procesos y resultados, así como de lo que se puede lograr en el mundo digital y de la mezcla de ambos. A pesar de que actualmente se realizan esfuerzos para difuminar la línea que separa ambos mundos, todavía queda mucho trabajo y desarrollo tecnológico por delante para poder lograr la simbiosis completa. Lo importante es que existen estos desarrollos, no solo para emular de la manera más fiel posible una realidad física, sino también para incluir a personas con capacidades diferentes, para cuyas necesidades existen ya propuestas, pero no al nivel de desarrollo y testeo que sí cuentan las demás. Con la esperanza de que todas las iniciativas nuevas sean para bien, no queda más que invitar a los usuarios a que indiquen cuales son las cosas que les gustaría ver en nuevas herramientas, que contribuyan a realizar de una forma más efectiva todos sus proyectos. Al fin de cuentas los artistas siempre ven en la tecnología una oportunidad para poder expresarse. **B**

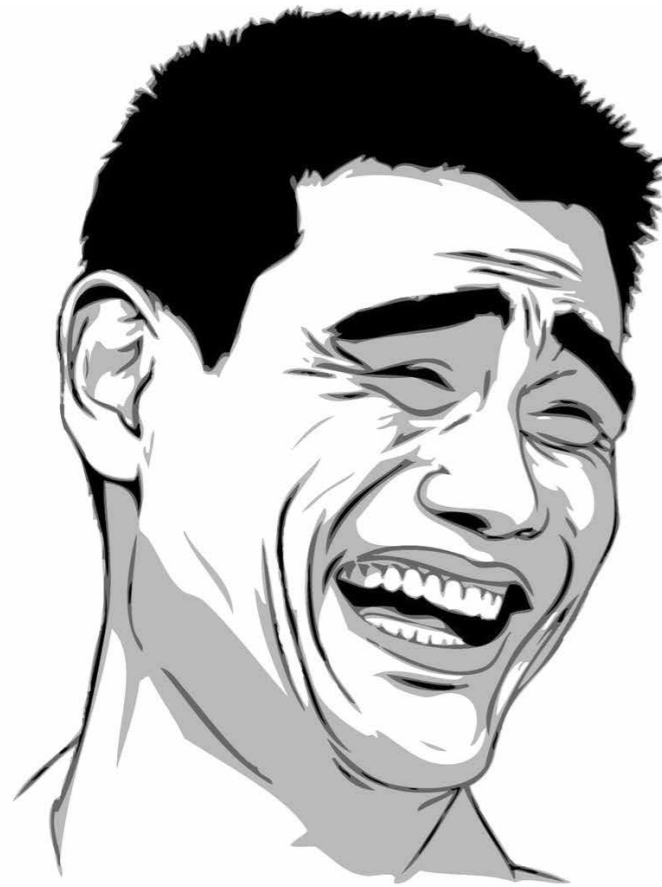
9. Molina Masso, Jose Pascual. «Un Enfoque Estructurado para el Desarrollo de Interfaces de Usuario 3D.» *Ministerio de Educación, Cultura y Deporte*. 29 de Febrero de 2008, pag. 32

10. Mauricio, David, , Luis Rivera y Juan Zamudio, «Algoritmo Grasp para la distribución eficiente de objetos en una interfaz gráfica de usuarios», *Revista de Investigación de Sistemas e Informática*, 4, 1: (2007). 5-13 .

11. Tomado de la presentación del primer iPhone en 2007 por Steve Jobs.

DE MEMES Y OTROS DEMONIOS: DEL PAROXISMO A LA UNIVERSALIDAD.

Aldo Robles Aguirre¹



El sentido de este artículo es demostrar la función comunicadora del meme en tanto medio de expresión global de marcada evolución en las redes sociales y que se ha vuelto parte importante del universo de producción del creativo digital debido a su rápida implementación en los medios interactivos, el multimedia y las nuevas tecnologías. ¿Qué se necesita para hacer amigos? Es una pregunta que quizás algunos niños hagan a sus padres –o a los buscadores de Internet– en un intento desesperado por mejorar las relaciones interpersonales. Las posibles respuestas son variadas y en ocasiones contradictorias. La mejor respuesta al problema del individuo frente a la masa es el mimetismo social. Desde pequeños aprendemos que debemos actuar como los demás para formar parte del grupo. Este método adaptativo es perfeccionado con el paso de los años, configurando el carácter y las modas hasta el punto en el que

1. Aldo Robles Aguirre es un comunicólogo oriundo del Distrito Federal. Además de su labor como docente en diversas universidades privadas ha trabajado para empresas trasnacionales como Toshiba Corporation, en instituciones gubernamentales como el Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH); además de trabajar activamente en el desarrollo de proyectos multimedia para Grupo Consejo y CIIMAE (Consultora Integral en Imagen Empresarial). Actualmente prepara su proyecto de titulación de la Maestría en Arte Digital y Efectos Visuales VFX de la Universidad de Morelia, institución en la que además es profesor regular desde hace seis años.

el individuo desarrolla personalidades múltiples que usa dependiendo de las necesidades del propio individuo o del grupo al que pertenece¹ –o desea pertenecer– y es esta respuesta adquirida la que usamos todo el tiempo para formar acuerdos, solucionar problemas y adquirir amistades, ¿pero cuántos?

Internet y las muchas redes sociales han cambiado el paradigma de la amistad, en una realidad virtual en la que se pueden hacer cientos de nuevas amistades sin importar las barreras culturales; aunque estas tecnologías están virtualmente al alcance de todos, son las nuevas generaciones las que mejor se han adaptado a ellas, ¿cómo han logrado las nuevas generaciones, romper el paradigma de la amistad multicultural en la era de la información y de la cultura digital globalizada? Por ejemplo en una red social, en un chat o en alguna página informativa con esquema de comentarios el individuo está tan indefenso como el niño sin amigos en un entorno hostil. El mimetismo social que ayuda a cambiar el tono de voz, los modismos o hasta la forma de reír traspasa las barreras del entorno físico y social en el que se inscribe y delimita condiciones de vida, trabajo, nivel de estudios y de ingresos de los individuos, inclusive extremas como la barrera de idioma o la que genera la comunidad a la que pertenece: Internet es el escape donde todos los gatos son pardos y el individuo puede escapar y reinventarse o dado el caso, esconderse tras la máscara del anonimato.

Pero si la capacidad adaptativa del individuo en un entorno global se limita a la necesidad de pertenecer a un grupo

Repaso de la historia de los memes en Internet, su desarrollo histórico hasta las últimas tendencias y el estudio de las viñetas del artista Joan Cornellà como estudio de caso. El texto se divide en las necesidades sociales del individuo, el concepto meme, su definición y su desarrollo a partir del trabajo del teórico Richard Williams, la historia de los emoticones, y los diversos tipos y estilos de meme en Internet, así como es estudio de las viñetas de Joan Cornellà como ejemplo del meme contemporáneo y las posibilidades evolutivas a partir de las nuevas tecnologías.



Richard Dawkins, escritor del libro *El gen Egoísta*, acuñó el término meme exponiendo su significado en la sociedad globalizada.

multicultural, es válido preguntar ¿cuál es el medio ideal para lograr este fin? Resulta importante mencionar la segregación generacional que implica este nuevo paradigma cultural: pues hablamos de las nuevas generaciones que, participantes desde edades tempranas de las redes sociales, en-

1. Soler, Manuel. *Adaptación del comportamiento: Comprendiendo al animal humano*. España, Editorial Síntesis, 2009 (2014).

cuentran nuevas formas de comunicarse y mostrarse como miembros de un grupo en el que pueden existir barreras culturales, ideológicas y de identidad entre otras. La pista de este intrincado mecanismo de adaptación conduce al fundamento mismo de las redes sociales, donde los contenidos, idiomatismos y unidades informáticas deambulan libremente. Por ello el vehículo que garantiza la integración del individuo en el ambiente digital por excelencia es el meme.

¿QUÉ ES UN MEME?

El meme, o “mem” es el neologismo acuñado por el etólogo, geólogo y teórico evolutivo británico Richard Dawkins en su libro *El gen egoísta*, en este expone su teoría de la evolución de las especies desde el punto de vista del gen, invalidando la teoría de la selección de grupos. Con base a la teoría sobre difusión cultural del mismo autor, el concepto “Meme” se define como una unidad teórica de información cultural, transmisible de un individuo a otro, de una generación a otra, de una cultura a otra, etc. Pero ¿qué es el meme, fuera de las teorías evolucionistas?. La mejor forma de exponerlo es retroceder al año 1996 cuando el programa de chat ICQ (<https://icq.com>), que fue el primer cliente de mensajería instantánea que surgió en Internet. Creado por Arik Vardi, Yair Goldfinger, Sefi Vigiser y Amnon

Amir, ingenieros y hackers israelíes creadores de la empresa Mirabilis, significó una revolución en las formas de comunicarse en la recién estrenada red mundial de la información. En aquella época resultaba difícil para los usuarios exponer en palabras algunos de los más básicos conceptos para la comunidad internacional que se daba cita cada día en los chats de ICQ: fue entonces que el primer emoticono

apareció, hablamos del “smile face” o carita sonriente.² Esto en su formato escrito. Su origen lo ubica desde el año 1953 y su desarrollo comercial se remonta al año 1963, como parte del arte creado para la campaña de marketing interna de la empresa State Mutual Life Insurance en Los Ángeles California.³ Para la década de 1980 la carita feliz había caído en desuso y fue recuperada por el sector *underground*



Memes Rage comic. Ejemplos de los primeros memes rage comic creados desde 2007, actualmente siguen apareciendo nuevas imágenes y variantes.

de la música electrónica y las drogas psicotrópicas.⁴ En esta época surgen sus primeras variantes, la “sad face” o carita triste en la que se invierte la posición de la boca y muchas otras. Para 1999, con la implantación del Messenger de Hotmail (<https://home.live.com>)⁵ la carita feliz y otra docena de símbolos adaptables a lenguaje escrito se convirtieron en “emoticonos” (el emoticono de smile face se representa con los signos de puntuación “:” y “)” formando “:)” que en horizontal se interpreta como unos ojos y una boca sonriente). En la actualidad los emoticonos están disponibles para la mayoría de sistemas de mensajería y se conocen por un amplio sector de la sociedad contemporánea ya sea en su modo gráfico y escrito.

FUNCIÓN Y EVOLUCIÓN DEL EMOTICONO.

Si bien la función principal del emoticono es demostrar una emoción básica y singular (felicidad, tristeza, enojo, euforia, etc) y un sinnúmero de conceptos y acciones en su evolución a lo largo de las últimas cinco décadas (mareo, sospecha, beber cerveza, abrazar, etcétera), al paso del tiempo los emoticonos evolucionaron. Hoy día estas herramientas o unidades de comunicación están animadas (gifs) y tienen sonido (vids). Pero su naturaleza simple no ha cambiado a lo largo de los años.

RAGE COMIC Y LA ERA DEL FENÓMENO VIRAL.

Para el año 2005, miles de usuarios encontraron en las redes sociales un nuevo nicho con nuevos servicios que superaban a los conocidos blogs, permitiendo, en el proceso, jugar con y entre amigos, pertenecer a otros grupos y sobre todo adquirir y administrar a los seguidores, como si de un concurso de popularidad se tratara.⁶ En este punto los memes adquieren su valor trascendental. Uno de los más claros ejemplos son los *rage comic*, también denominados como “fenómenos de Internet”. Estos personajes expresan una amplia gama de emociones simples, pero a su vez conceptos complejos, que forman en sí mismo una forma aceptada y estandarizada de comunicación en línea. Esto quiere decir que es posible exponer conceptos complejos sin utilizar otra cosa que los propios dibujos que conforman los Rage comic. Originados en el año 2007 en el foro de comentarios anónimos 4chan (www.4chan.org) del que se expandió a otros sitios y foros especializados para jóvenes como reddit (www.reddit.com).⁷ Los *rage comic* a diferencia de los emoticonos tradicionales cuentan historias simples, por lo que se presentan en formato de viñeta. Esta evolución es importante pues las historias contadas en viñetas no requieren el uso de palabras o estas pueden ser relegadas a segundo plano sin que por ello pierda claridad el

concepto que intenta exponer, que es siempre de naturaleza graciosa. Los *rage comic* se centran en situaciones y actividades cotidianas que sobrepasan y universalizan la vida como bañarse, comer y hablar por teléfono: esto es lo que le da el sentido de meme y el usuario tiene la facilidad de crear sus propios memes satirizando su vida o la de sus amigos.

En este punto resulta imposible saber cuantos memes de cada categoría existen. Todos los días cientos de nuevos memes son creados, satirizando, justificando y trivializando acontecimientos globales de conocimiento público en noticieros y redes sociales. Ejemplo de ello es el personaje *Forever alone*, por medio del cual en mayo del 2011 fue realizada una serie de bromas a usuarios del sitio Okcupid (www.okcupid.com), a través de perfiles falsos que invitaban a los usuarios varones a aventurarse en encuentros amorosos.⁸ La noticia se viralizó con la creación de memes de *Forever alone*, formados por viñetas de cuatro o más ventanas en la que se contaba una y otra vez los hechos de las falsas citas.

La rápida evolución de los *rage comic* en su formato de viñeta ha provocado un salto a otros medios como el vídeo, si bien es una importante evolución de estas unidades de información, su naturaleza no cambia y su uso no sólo determina la pertenencia del usuario a una meta sociedad o sociedad global, sino que le permite interactuar

2. Sáez Vaca, Fernando. Más allá de Internet: La red universal digital. España, Editorial Centro de estudios Ramón Areces, 2004

3. Piercy, Joseph. Symbols: A universal language. Reino Unido, Michael O'Mara Books limited, 2013.

4. Heller, Stephen. I Heart Design: Remarkable graphic design selected by designers. EUA, Rockport Publisher a member of Quayside Publishing Group, 2011.

5. Szymanczyk, Oscar. Historia de las telecomunicaciones mundiales. Argentina, Editorial Dunken, 2013.

6. Kadushin, Charles. Comprender las redes sociales: Teorías, conceptos y hallazgos. España, Centro de Investigaciones Sociológicas, 2012 (2013).

7. Moskopp, Nils y Heller, Christian. Internet Meme: Kurz & Geek. Alemania, O'Reilly Verlag GmbH&Co, 2013.

8. Carbone, Nick “Unlucky Date: Online Dating Prank Fails to From ‘Involuntary Flashmob’”. Time Magazine. Mayo Año 11. Pág: s/n EUA. Time Inc. 2011.



ante miles de otros usuarios. Claros ejemplos de estos son *Troll Face*, un sonriente personaje que mediante diálogos y acciones hace rabiar a los demás. De *Troll Face* derivan muchos memes como *Troll Science*, en las que se cuentan soluciones imposibles a problemas como la pobreza y el hambre. *Troll Dad*, en el que se satirizan las bromas que los padres suelen hacer a los hijos, convirtiéndose en una forma de protesta de los jóvenes contra sus padres: *Problem?* en el que se cuestiona la lógica de las cosas y las acciones humanas, entre muchas otras versiones del mismo. Por último *Troll Face* logró mayor trascendencia tras la aparición en internet de la canción *Trololo* en 2010. Esta melodía, interpretada por el ruso Eduard Anatolyevich Jil, proviene de una originalmente llamada "Estoy muy contento, por fin regreso a casa", de 1976. Es una alegre tonada en la que la única letra es la repetición de la frase "trolololo, lololó, trolololó".⁹

DEL PAROXISMO A LA UNIVERSALIDAD.

El meme *rage comic* saltó con rapidez a la fama, de ser conocido solo entre los usuarios más jóvenes de fo-

ros especializados se popularizó en las redes sociales y los grupos; pero no pasó mucho tiempo para que estos fueran reemplazados por nuevas figuras; pues cualquier elemento culturalmente conocido es un meme en potencia, basta con que sea reconocido por un grupo social para que logre representar cualquier situación de la vida. Los memes presuponen la existencia de individuos que conocen los elementos iconográficos que utilizan y esto genera sensación de pertenencia en el usuario. De ahí se comprende por qué nada escapa a la sátira universal que ejerce el meme.

EVOLUCIÓN Y AMPLITUD.

Lo que en un inicio eran iconos, se convirtieron en emoticones por el uso que se les daba como herramientas simples para dar a conocer emociones complejas de forma rápida: tiempo después, esos emoticones saltaron al concepto meme, en el que van más allá del exponer una idea abstracta. El meme sin embargo continúa evolucionando, ahora a través del *streaming*, como los vines (<https://vines.co>), videos de youtube (www.youtube.com) e imágenes con movimiento (<https://>



Deal with it. Los muchos videos titulados "Deal with it" muestran personajes conocidos de diversas entidades culturales realizando acciones claramente entendidas sin importar el idioma o cultura que representen; en el ejemplo, el chavo del ocho.

giphy.com). Nuevos conceptos van surgiendo, provocan cambios en la forma como entendemos los memes. Un claro ejemplo son los videos *deal with it* en los que, al compás de una canción electrónica vemos una escena en la que un personaje (cualquiera) expone, se burla o se impone ante otro, la escena sigue con recortes del video original (el que originó el meme) con los rostros de los personajes recortados. El día de mañana podríamos esperar memes holográficos, audibles o de naturaleza interactiva, en general estarán más y más apegados a la vida digital y los nuevos dispositivos, inclusive, podrían llegar a salir de la red

Internet y sus redes sociales como lo hicieron desde sus inicios a través de la mercadotecnia imperante en cientos de productos desde ropa, sellos botones y muchos artículos mas.

EL MEME Y SUS CONTENIDOS.

Conocemos memes de todo tipo puesto que se expandieron más allá de las redes sociales como facebook (www.facebook.com). Uno de los productos más extraños, bizarros y divertidos que se balancean entre el web cómic, el meme y el absurdo, es el mantenido por el ilustrador español Joan Cornellà (www.joancornella.net y cornellajoan.tumblr.com) que a partir de 2010 en su obra *Abulio*, primera publicación en las que recopila su trabajo como ilustrador. En este primer libro encontramos un estilo burdo y carente de color, con detalles que recrudescen las características mas terribles de sus personajes.¹⁰ En su segundo libro *Fracasa mejor*, de 2011, sus personajes pierden detalles pero ganan características del absurdo: esto es parteaguas para su tercera publicación, la más conocida *Mox Nox* del 2013, Cornellà muestra una impresionante evolución al crear personajes llenos de color y sencillez, todos amables, sonrientes, pero representantes de una realidad que se acerca demasiado a lo vergonzoso: el mundo es un lugar demasiado violento y terrible como para tomarlo muy en serio, o no buscar el lado agradable de las cosas. Entonces el mensaje se funde en ironía que destruye todo a su paso. Su trabajo puede

encontrarse en Internet y la recopilación de éste llamada *Zonzo*, de 2015, se encarga de recordarnos en cada nueva viñeta que el humor negro, la violencia, la sexualidad convertida en chiste y sinsentido, pueden mezclarse en una obra que deja al espectador siempre con algo. ¿Dónde queda la línea divisoria entre lo pertinente y lo prohibido en la red de redes? ¿Es acaso la transgresión sinónimo de libertad? finalmente: ¿cómo proteger a una mente infantil de trabajos que creemos pueden perturbarlos? Por supuesto que Joan Cornellà no tiene in-

tención de resolver cuestionamientos morales, más allá de lo que su trabajo puede decir del artista y sus pasiones. Y es precisamente a partir de la pasión y la necesidad de expresar una opinión mordaz que los memes, hoy por hoy, son tema fundamental del artista digital además de que construyen una de las principales herramientas de la comunicación en medios interactivos, justificando no sólo la importancia que tiene para nuestra disciplina, sino también para el fenómeno de la comunicación de masas, el arte digital y la cultura pop. **B**



Joan Cornellà. Las ilustraciones de Joan Cornellà se han convertido en favoritas de miles internautas al rededor del mundo sin necesidad de usar lenguaje escrito, actualmente sus viñetas son llevadas a video.

9. Epting, Peter. Music in web 2.0: Aesthetic and social aspects. Alemania, Logos Berlín, 2013.

10. Cornellà, Joan. *Abulio*. España, Editorial Glenat España, 2010.



<http://money.com/gallery/luxury/2015/11/13/2015-victorias-secret-fashion-show/4.html>

LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS AL SERVICIO DE LAS PASARELAS DE MODA

Sandra Alina Jiménez Cabrera¹

La moda ha estado presente a lo largo de la historia y en cada época se ha destacado por alguna peculiaridad. Es a principios del siglo XX cuando se empiezan a usar a las pasarelas como un medio de contacto entre diseñadores y sus posibles compradores; a lo largo del tiempo estos eventos han sufrido cambios y en tiempos actuales se han ayudado de las nuevas tecnologías para crear una experiencia única y original.

La moda ha estado presente a lo largo de la historia desde tiempos inmemorables. Podemos recordar la excentricidad de los egipcios y el romanticismo del siglo XVIII, o tiempos más modernos como la era del jazz de los años veinte, las faldas de crinolina acompañadas de las chamarras negras de cuero de los cincuenta y cómo olvidar los raros experimentos en cuanto a vestimenta de los ochenta del siglo pasado.

Cada época ha estado marcada por sus características en cuanto al diseño de ropa, pues ésta ha sido elemento

1. Diseñadora gráfica por la Universidad La Salle, campus Morelia. Alumna destacada, tiene un diplomado en Repostería Internacional y es además fundadora y directora creativa en The Banana Project. Trabaja en la Universidad Quetzalcóatl de Morelia en la licenciatura de Diseño Gráfico. En la actualidad estudia la Maestría en Arte Digital y VFX de la Universidad de Morelia.

crucial en ciertas épocas y su importancia en la imagen del ser humano permanece. La moda es un arte que involucra aspectos como movimiento, arquitectura o diseño; le muestra al mundo la personalidad de los individuos y refleja sus aspiraciones — o por lo menos eso es lo que piensa una de las protagonistas de la serie *Gossip Girl*, Blair Waldorf, interpretada por la cantante y actriz Leighton Meester.¹

París ha sido considerada por largo tiempo la capital mundial de la moda, aunque en tiempos recientes Nueva York ha tomado relevancia en este rubro, con su famosa semana de la moda, *New York Fashion Week*, oficialmente conocida como *Mercedes-Benz Fashion Week*, siendo considerado como el evento más importante en el mundo de la moda.

Las pasarelas de moda dan inicio en la glamorosa capital francesa, en donde se inicia la tradición de exponer las colecciones a finales del siglo XIX a un reducido público.² Uno de los primeros eventos de este tipo que tuvo relevancia se da en la *Gran Exposición Universal de París*, en 1900, cuya principal finalidad era la de mostrar mercancías de todo el mundo a los posibles compradores.³

La Casa Worth, cuyo fundador fue el inglés Charles Frederick Worth, fue una de las primeras en mostrar su colec-

Fashion has been present throughout history and every era has been highlighted by some peculiarity. It is at the beginning of the 20th century when footbridges began to be used as a mean of contact between designers and their possible buyers. Over the course of time these events have undergone changes and in current times have been helped by new technologies to create a unique and original experience.



<http://www.closehispano.com/como-nacieron-las-pasarelas/>

ción de ropa con modelos, toda una novedad para ese entonces.⁴ Otra personalidad que estuvo presente en esa exposición fue Madame Paquin, quien mostró uno de los vestidos de su marca sentada frente a un tocador.⁵ Paquin fue una gran promotora de esta nueva

forma de publicidad, ya que para que su negocio generara ventas enviaba alrededor de diez modelos vestidas con el mismo diseño a los eventos más importantes de la sociedad parisina, como casinos o carreras. Su marca fue exportada fugazmente a otros países.

1. *Gossip Girl*, Temporada 4. Viacán, Samantha. «20 razones por las que *Gossip Girl* siempre vivirá en nuestros corazones». *Elle*, 10 de marzo de 2016. Acceso el 6 de diciembre del 2016. <http://www.elle.mx/estilo-de-vida/2016/03/10/20-razones-por-las-que-gossip-girl-siempre-vivira-en-nuestros-corazones/>

2. Pérezminguez, Almudena. «Evolución de los desfiles de moda a lo largo de la historia desde su origen». *Tendencias*, 14 de diciembre de 2015. Acceso el 20 de diciembre de 2016. <http://www.tendencias.com/tendencias-de-pasarela/evolucion-de-los-desfiles-de-moda-a-lo-largo-de-la-historia-desde-su-origen>.

3. (The Brown Eyed Girl. «Historia de la Pasarela». 31 de enero 2013. Acceso el 5 de diciembre del 2015. <http://lookandfashion.hola.com/thebrowneyedgirl/20130131/historia-de-la-pasarela/>).

4. The Brown Eyed Girl. «Historia de la Pasarela». 31 de enero 2013. Acceso el 5 de diciembre del 2015. <http://lookandfashion.hola.com/thebrowneyedgirl/20130131/historia-de-la-pasarela/>.

5. Pérezminguez, Almudena. «Evolución de los desfiles de moda a lo largo de la historia desde su origen». *Tendencias*, 14 de diciembre de 2015. Acceso el 20 de diciembre de 2016. <http://www.tendencias.com/tendencias-de-pasarela/evolucion-de-los-desfiles-de-moda-a-lo-largo-de-la-historia-desde-su-origen>.

Desde los inicios de la pasarela se hacen presente una serie de particularidades, como el entarimado o plataforma elevada del piso, en la que los modelos hacen el recorrido para presentar la ropa ante los espectadores y posibles compradores. Con el paso de los años, las pasarelas de moda han experimentado grandes cambios, tanto acertados como fallidos y se han convertido en un evento esperado con miles de celebridades, fotógrafos, periodistas y público a la expectativa. En tiempos más actuales se han acompañado de las nuevas tecnologías para hacer lucir las colecciones en todo su esplendor. Se pueden mencionar pasarelas interactivas en las que el espectador se convierte en parte del mismo desfile; existen también películas de moda, también conocidas como *fashion film*, en las que los modelos continúan con la historia anticipadamente planteada en el filme y se vuelven uno solo; artistas musicales protagonizan escenas con las modelos destacadas.⁶ Son momentos para el mundo de la moda.

Uno de los casos más populares y en los cuales surgieron grandes innovaciones en cuanto al diseño de pasarelas de moda, es el desfile anual denominado *Victoria's Secret Fashion Show* de la

marca de lencería que lleva el mismo nombre. En él se presentan algunas de las modelos más cotizadas y mejor pagadas de todo el planeta, sobre una pasarela en la cual la escenografía cambia de acuerdo con la temática que se presenta en el momento, armonizada con música de diversos artistas.⁷

Este evento posee uno de los mejores espectáculos en cuanto a tecnología se refiere. En el fondo se pueden observar enormes pantallas en las que se proyectan imágenes que van cambiando a ritmo de la música. Los diseños multimedia van coordinados con los colores y el estilo de la ropa interior que portan las modelos al estar en pasarela, misma que está iluminada a todo lo largo y ancho. En algunas ocasiones se requiere el uso de utilería y mobiliario, en otras la iluminación y los efectos visuales que se presentan en pantalla son suficientes.⁸

Uno de los momentos más memorables es en el que se expone el *Fantasy Bra*, un brasier saturado de pedrería fina que cuesta varios millones de pesos y en el que una modelo de la marca camina por medio de la pasarela con dicho accesorio. Es difícil seleccionar cuál de las emisiones de este desfile ha sido la mejor de todas, aunque es

digno de mención el número de invierno de 2013. Amenizado por la cantante Taylor Swift, en él se pudo observar la caída de nieve virtual y a las modelos vestidas de blanco; el frío, aunque no era real, se podía sentir.⁹

Otro caso enteramente comercial es el *reality show* denominado *American's Next Top Model*, creado por la modelo retirada Tyra Banks, en el que un grupo de jóvenes se disputa el título de "la próxima gran modelo del país" y busca conseguir un lugar en el ámbito de la moda. Es en el ciclo 18 denominado "*La invasión Británica*", donde este programa presentó una pasarela de lo más novedosa, en conjunto con la marca juvenil *Forever 21*, donde las modelos caminaron en compañía de imágenes interactivas con las que se tuvieron que coordinar para lograr efectos que impactaron la percepción del público. Si la modelo se retrasa en su recorrido todo el espectáculo se viene abajo.¹⁰

En el ciclo 19 se realizó un espectáculo fantasmal en el que las modelos iban caminando por la pasarela y en un instante, con ayuda de nuevos efectos especiales, desaparecían y aparecían en otro punto del escenario.¹¹ Es en el ciclo 20 donde se integran por primera vez modelos masculinos al programa

y se realiza una pasarela que es intervenida por un *fashion film*. En éste la película se pausa y la historia continúa con el recorrido de los modelos para, nuevamente, darle paso a la proyección del corto y continuar con otra pasarela.¹²

El fallecido diseñador de moda Alexander McQueen fue precursor en la innovación de las pasarelas al presentar en el año de 1999 un espectáculo con robots, teniendo como escenario The Metropolitan Museum of Art en Nueva York. Las modelos desfilaban con prendas lisas claras, proponiendo una metáfora de un lienzo en blanco; cuando se situaban a la par de los robots estos empezaban a lanzar pintura, creando obras de arte ante los espectadores.¹³

En el año 2006, en la ciudad de París, McQueen volvió a sorprender con la creación de un holograma en el que se mostraba a la modelo Kate Moss flotando como si fuera un fantasma.¹⁴ Este diseñador se destacó por su derroche de creatividad en todos sus espectáculos de moda; cada uno tuvo una novedad que ofrecer y el vacío que dejó su muerte en el año 2010 no ha podido cubrirse en el ámbito de la moda.

Agatha Ruiz de la Prada, diseñadora

española, siempre se ha caracterizado por el manejo de color contrastante y las formas excéntricas que utiliza en todas sus creaciones. Sus desfiles aún se encuentran un poco alejados de todas las posibilidades que las nuevas tecnologías ofrecen y continúa apostando por lo tradicional, pasarelas con mucho color y la utilización de mobiliario llamativo a lo largo de la misma. El *intro* que presentó en el *Mercedes-Benz Fashion Week Madrid* en el año 2014 consistió en un video que representa todo lo que su marca simboliza, con formas saturadas de color que cambian conforme avanza la música alegre que sirve de acompañamiento.¹⁵

La marca francesa Chanel ha sido un referente en el ámbito de la moda; sus pasarelas mantienen un estilo clásico e impecable, con escenografías bien planeadas y diseñadas. Desde que la marca se encuentra a cargo de Karl Lagerfeld su publicidad se ha vuelto más dinámica, atrayendo a un público más joven. Este diseñador de modas es conocido por su excentricidad y buen gusto y con su experiencia ha sabido innovar a la marca.

Con sus *fashion films* o cortometrajes de moda, uno protagonizado por la modelo inglesa Cara Delevingne junto

al cantante Pharrell Williams¹⁶ y otro presentado en "*Métiers d'Art Paris-Rome*" en Roma, Italia —en el que la actriz estadounidense Kristen Stewart representa a Coco Chanel—¹⁷ Lagerfeld ha logrado convertir a la marca en una referencia dentro del ámbito de la moda.

Moschino, marca italiana fundada en los ochentas, es otra que apuesta por la creatividad en sus puestas en escena. Para presentar su colección Primavera-Verano 2016 en la ciudad de Milán, Italia, utilizó una escenografía que representaba un espacio urbano lleno de señalética vial, semáforos y con líneas amarillas en el suelo, sobre el que las modelos lucían coloridos atuendos con cascos como bolsas. Si bien no se utilizan mucho las nuevas tecnologías de imágenes en pantalla, la escenografía es digna de admirar.¹⁸

Cada vez son más las marcas de moda que empiezan a involucrar, aunque sea en segundo plano, imágenes digitales proyectadas en sus pasarelas; pero no se ha llegado al momento en estas interactúen con las prendas. En los desfiles más tradicionales es nula la utilización de la tecnología, ya que se enfocan en que los diseños que visten a las modelos sean lo principal que el público perciba, muchos utilizan una

6. Wikipedia. «Victoria's Secret Fashion Show». Acceso el 6 de diciembre del 2016. https://en.wikipedia.org/wiki/Victoria's_Secret_Fashion_Show.

7. Maestro, Laura. «Victoria's Secret: un desfile muy lucrativo». *Glamour*, 2 de diciembre de 2014. Acceso el 21 de diciembre de 2016. <http://www.glamour.es/moda/tendencias/articulos/victoria-s-secret-un-desfile-muy-lucrativo/20783>.

8. Wikipedia. «Victoria's Secret Fashion Show». Acceso el 6 de diciembre del 2016. https://en.wikipedia.org/wiki/Victoria's_Secret_Fashion_Show.

9. Bucoy, Ronned. «I knew You Were Trouble (Victoria's Secret Fashion Show) –Taylor Swift», Video de YouTube, 04:30, 11 de diciembre de 2013. Acceso el 20 de diciembre del 2016. <https://www.youtube.com/watch?v=KqYphiFbPj0>.

10. Tijayski. «ANTM 18 British Invasion – Final Runway (Forever 21)», Video de YouTube, 02:32, 4 de junio de 2012. Acceso el 20 de diciembre de 2016. https://www.youtube.com/watch?v=qm8_Ki9m43M.

11. Mendoza, Ruel. «The Final Runway Challenge...». Video de YouTube 08:47, 21 de noviembre de 2012. Acceso el 21 de diciembre del 2016. https://www.youtube.com/watch?v=EtbVtyW_rz8.

12. Mendoza, Ruel. «ANTM 20 The Final Runway Challenge», Video de YouTube, 06:36, 21 de noviembre de 2013. Acceso el 5 de diciembre del 2015. Disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=hkitV-2Tf64>.

13. (Moore, Bart. «Video Alexander McQueen Savage Beauty The Metropolitan Museum of Art, New York». Video de YouTube, 2:02, 01 de noviembre de 2011. Acceso el 6 de diciembre del 2016. <https://www.youtube.com/watch?v=P13oZsD-t4s>).

14. Williams, Eliza. «How we made Alexander McQueen's Kate Moss hologram». *Creative Review*, 13 de marzo de 2015. Acceso el 6 de diciembre del 2016. <https://www.creativereview.co.uk/how-we-made-alexander-mcqueens-kate-moss-hologram/>.

15. IFEMA, «Desfile Agatha Ruiz de la Prada SS MBFWM», Video de YouTube, 21:08, 28 de octubre de 2014. Acceso el 6 de diciembre del 2016. <https://www.youtube.com/watch?v=A83QsEcAsY>.

16. (Maestro, Laura. «Desvelado "Reincarnation", el fashion film de Chanel». *Glamour*, 2 de diciembre de 2014. Acceso el 21 de diciembre de 2016. <http://www.glamour.es/celebrities/noticias/articulos/desvelado-reincarnation-el-fashion-film-de-chanel-cara-delevingne-pharrell-williams-geraldine-chaplin/20787>).

17. Saillant, Olivier. «"Once and Forever". El próximo cortometraje de Karl Lagerfeld», *Chanel News*, 19 de diciembre de 2015. Acceso el 6 de diciembre de 2016. <http://chanel-news.chanel>.

18. Eguizabal, Maitane. «Moschino paraliza el tráfico de Milán con su colección Primavera-Verano 2016», *Tendencias*, 25 de septiembre de 2015. Acceso el 20 de diciembre del 2015. <http://www.tendencias.com/milan/moschino-paraliza-el-trafico-de-milan-con-su-coleccion-primavera-verano-2016>.

http://www.udemorelia.edu.mx/festival-internacional-de-mapping-de-morelia-esta-es-la-vuelta-de-la-esquina-142003



decoración bastante elegante, minimalista y sencilla.

En nuestro país son limitados los eventos de moda. Dos de los más destacados son el *Liverpool Fashion Fest* de la tienda departamental que lleva ese nombre; y el evento que se realiza semestralmente en la ciudad de Guadalajara, Jalisco, de nombre *Intermoda*. El primero tiene como principal característica que en cada una de sus ediciones tiene un invitado de honor, que la mayoría de las veces es una *top model* internacional. La pasarela de esta edición fue muy innovadora y estuvo a la altura de los grandes eventos de moda, con una pantalla enorme de fondo en la que se proyectaron imágenes que realzaron al desfile.¹⁹ *Intermoda* propone una pasarela que consiste en un entarimado no muy elevado, en el que los modelos realizan un recorrido y al fondo se puede observar el logotipo de la

marca o diseñador que está exhibiendo su colección.

En el pasado Festival Internacional de *Mapping* en la ciudad de Morelia²⁰, en la cual se presentó un desfile de modas celebrando el vigésimo aniversario de la creación de la marca Pineda Covallín. El Instituto del Artesano Mexicano, ubicado en la Plaza Valladolid, fue iluminado por mariposas monarcas que revoloteaban gracias a la técnica de video conocida como *mapping*²¹, la cual proyecta una animación o imagen fija sobre una superficie real, para conseguir un efecto basado en la animación sobre dicha superficie. El resultado final fue muy efectivo, pues daba realce a los diseños que portaban los modelos y propiciaron un ambiente onírico.

Las nuevas tecnologías deben de servir, aparte de hacer lucir a las nuevas colecciones de moda, para crear inte-

rés en un público más amplio. Hasta ahora las pasarelas han estado reservadas para un grupo de personas bastante cerrado y elitista. La moda debería ampliar horizontes, como lo ha hecho con la estética de sus modelos.

En la actualidad muchas marcas han erradicado la idea de tener en sus desfiles a modelos de un solo perfil, cuya principal característica era la extrema delgadez, promoviendo en las mujeres la idea de un físico irreal y enfermizo. Ahora se apuesta por la diversidad y no por falsos cánones de belleza.

De esa misma manera se debe trabajar por ampliar el mercado de la moda en México, de acercar esta disciplina a todo tipo de público, aprovechando los espacios naturales y los creados, que se extienden a lo largo del territorio mexicano. Con ayuda de técnicas como *fashion films* o *mapping* se pueden lograr grandes resultados, dar a conocer a nuevos creadores y propuestas, generar nuevos empleos e impulsar a la economía.

Estas nuevas tecnologías están en vías de desarrollo en todo el mundo, en fase de experimentación, ensayo y error. En un mundo donde todo parece haber sido ya visto con ayuda de internet, aún faltan muchos avances para lograr eventos que realmente sorprendan al espectador, que sean únicos y auténticos, en los que se involucre una experiencia sensorial completa, como es el caso del cine 4DX, en el que el espectador prácticamente ya forma parte de la película y no solo la visualiza. **B**

19. Rojas, Augusto. «Liverpool Fashion Fest Otoño 2016». Fiancee Bodas & Eventos, 12 de septiembre de 2016. Acceso el 6 de diciembre del 2016. <http://fianceebodas.com/2016/09/liverpool-fashion-fest-otono-2016/>.

20. Fomperosa, Mariana R. «Pineda Covallín convirtió a Morelia en su capital de la moda». Milenio, 21 de octubre 2016. Acceso el 6 de diciembre de 2016.





http://www.milenio.com/tendencias/pineda_covallin-aniversario-moda_mexicana-disenadores-milenio_noticias_0_833316824.html

21. Wikipedia. «Video mapping». Acceso el 6 de diciembre del 2016. https://es.wikipedia.org/wiki/V%C3%ADdeo_mapping

UDEM^{MR}
Universidad de Morelia

Construye 
la mejor versión de ti

• Humanismo • Competitividad • Integridad

#soyudemorelia    

LICENCIATURAS

SALUD

- Cultura Física y Deporte
- Ciencias de la Nutrición
- Psicología

HUMANIDADES

- Historia del Arte
- Periodismo
- Turismo Cultural

NEGOCIOS

- Administración
- Negocios Internacionales

TECNOLOGÍA Y DISEÑO

- Medios Interactivos
- Ingeniería en Videojuegos

01 800 5099422

En Morelia llámanos al 317 77 71

udemorelia.edu.mx

Av. Tata Vasco esquina Fray Antonio de Lisboa junto al Templo de San Diego, C.P. 58230, Morelia, Michoacán, México

 **UDEM**^{MR}
Universidad de Morelia

Construye 
la mejor versión de ti

udemorelia.edu.mx

Humanismo • Competitividad • Integridad



#soyudemorelia