

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES
ESCUELA DE ARTES



LA ILUSTRACIÓN CONTEMPORÁNEA SALVADOREÑA EN LA
INDUSTRIA PUBLICITARIA 2000-2016

PRESENTADO POR

Hernández Henríquez Alejandro Miguel

HH10027

Jiménez Portillo Ana Ruth

JP10009

Ramírez Peraza Jessica Arely

RP09034

INFORME FINAL DE INVESTIGACIÓN ELABORADO POR ESTUDIANTES
EGRESADOS COMO REQUISITO DEL PROCESO DE GRADO PARA OPTAR
AL TÍTULO DE LICENCIADOS EN ARTES PLÁSTICAS OPCIÓN DISEÑO
GRÁFICO

LICENCIADA SONIA MARGARITA ÁLVAREZ DE VILLACORTA
DOCENTE ASESORA

MÁSTER CARLOS ALBERTO QUIJADA FUENTES
COORDINADOR GENERAL DE PROCESOS DE GRADUACIÓN

OCTUBRE 2018

CIUDAD UNIVERSITARIA, SAN SALVADOR, EL SALVADOR

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

MsC. Roger Armando Arias Alvarado
RECTOR

Doctor Manuel de Jesús Joya
VICERRECTOR ACADÉMICO

Ingeniero Nelson Bernabé Granados
VICERRECTOR ADMINISTRATIVO

Lic. Rafael Humberto Peña Marín
FISCAL GENERAL

Maestro Cristóbal Ríos
SECRETARIO GENERAL

AUTORIDADES DE FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES

Maestro José Vicente Cuchillas Melara
DECANO

Maestro Edgar Nicolás Ayala
VICEDECANO

Maestro Héctor Daniel Carballo Diaz
SECRETARIO

AUTORIDADES DE LA ESCUELA DE ARTES

Maestra Ligia de Rosario Manzano Martínez
DIRECTORA

Maestro Carlos Alberto Quijada Fuentes
COORDINADOR GENERAL DE PROCESOS DE GRADUACION

Licenciada Sonia Margarita Álvarez de Villacorta
DOCENTE ASESOR

TRIBUNAL CALIFICADOR

Maestra Xenia María Pérez Oliva
Licenciado Ever Odir Ramos Portillo
Licenciada Sonia Margarita Álvarez de Villacorta

AGRADECIMIENTOS

A Dios nuestra fuerza y guía, a nuestra familia sobre todo a nuestras madres que nos han apoyado a lo largo de nuestra vida, a nuestro grupo que logró culminar este proceso, a nuestro docente asesor por su inmensa paciencia y guía, y a los expertos que apoyaron este trabajo de grado. Sinceramente gracias a todos, que Dios los bendiga en abundancia. ¡Lo logramos!

Ana Jiménez.

Alejando Hernández.

Jessica Peraza.

RESUMEN

TITULO: LA ILUSTRACIÓN CONTEMPORÁNEA SALVADOREÑA EN LA INDUSTRIA PUBLICITARIA 2000-2016.

Presentan:

Hernández Henríquez Alejandro Miguel HH10027

Jiménez Portillo Ana Ruth JP10009

Ramírez Peraza Jessica Arely RP09034

El presente trabajo de investigación estudia la ilustración contemporánea publicitaria, con el propósito de conocer los procesos de la ilustración y su utilización como complemento en la publicidad.

El capítulo 1, está constituido por el contexto histórico de la ilustración en El Salvador, concepto, sus inicios, procesos, técnicas que se utilizaron y las primeras muestras de la ilustración utilizada en la publicidad.

El capítulo 2 está constituido por, la ilustración contemporánea y su uso dentro de la publicidad en el país (objeto de estudio) en la actualidad, junto a sus exponentes y medios de publicación.

El capítulo 3 muestra el resultado de la investigación, de forma ilustrativa, donde se exponen los principales cambios gráficos, en cuanto a estilos, color y técnicas, que caracteriza la ilustración contemporánea dentro de la publicidad en los medios impresos.

Palabras clave: Ilustración, Contemporánea, Publicidad.

ABSTRACT

TITLE: THE SALVADORAN CONTEMPORARY ILLUSTRATION IN THE
ADVERTISING INDUSTRY 2000-2016.

Presented by:

Hernández Henríquez Alejandro Miguel HH10027

Jiménez Portillo Ana Ruth JP10009

Ramírez Peraza Jessica Arely RP09034

This research work studies contemporary advertising illustration, with the purpose of knowing the processes of illustration and its use as a complement in advertising.

Chapter 1 is constituted by the historical context of the illustration in El Salvador, concept, its beginnings, processes, techniques that were used and the first samples of the illustration used in advertising.

Chapter 2 is constituted by, the contemporary illustration and its use within the advertising in the country (object of study) at present, together with its exponents and means of publication.

Chapter 3 shows the result of the investigation, in an illustrative way, where the main graphical changes are exposed, in terms of styles, color and techniques, that contemporary illustration undergoes in advertising in print media.

Keywords: Illustration, Contemporary, Advertising.

ÍNDICE GENERAL

PRESENTACION.....	X
INTRODUCCION.....	XII
PRIMERA PARTE	
INFORME FINAL DE INVESTIGACIÓN	
LA ILUSTRACIÓN CONTEMPORÁNEA SALVADOREÑA EN LA INDUSTRIA PUBLICITARIA 2000-2016	
CAPÍTULOS	
CAPITULO I Contexto histórico de la ilustración en el salvador.....	16
1.1 Inicios de la Ilustración en El Salvador.....	21
1.1.1 Primeros centros de educación artística en El Salvador.....	23
1.2 Historia de la sinergia entre publicidad e ilustración.....	24
1.3 Primeros exponentes y técnicas que se utilizan en la creación de ilustración para la publicidad.....	30
1.3.1 Técnicas.....	44
Conclusiones previas.....	47
CAPITULO II Ilustración contemporánea.....	49
2.1 Definición de publicidad.....	49
2.2 Medios.....	51
2.2.1 Principales medios impresos en El Salvador.....	51
2.3 Análisis de información obtenida mediante entrevistas.....	56
2.3.1 La ilustración publicitaria en la actualidad.....	57

2.3.2 Exponentes.....	61
2.3.3 Medios impresos.....	70
Conclusiones previas.....	72
CAPITULO III Resultados de la investigación.....	74
Resumen del capitulo.....	74
3.1 Muestra Práctica.....	75
3.1.1 Formas.....	75
3.1.2 Tipografía.....	76
3.1.3 Color.....	76
3.2 Contexto histórico de la ilustración en El Salvador.....	78
3.2.1 Francisco Cisneros.....	81
3.3 Ilustración contemporánea: Exponentes y Medios.....	83
3.3.1 Exponentes.....	85
3.4 La ilustración en las campañas publicitarias en los Periódicos de 2000 a 2016.....	86
3.5 Línea de tiempo.....	96
3.5.1 La ilustración salvadoreña.....	96
3.5.2 Línea de tiempo: Ilustración.....	96
3.5.3 Línea de tiempo: Hechos del país.....	97
Conclusiones Previas.....	99
Conclusiones generales.....	100
Recomendaciones.....	102

Anexos.....	103
Referencias.....	121

Contenido de Imagen

Imagen 1, Portada “Constitución del Estado del Salvador”.....	18
Imagen 2, Portada “Semanario político mercantil de San Salvador”.....	18
Imagen 3, Detalle “Semanario Político Mercantil de San Salvador”.....	22
Imagen 4, Detalle “Anuncio de píldoras y ungüento Holloway”.....	22
Imagen 5, Detalle “Anuncio de clases de música”.....	22
Imagen 6, Detalle “Anuncio de Cerveza, "Perro".....	22
Imagen 7, Litografía de Cisneros “El general Don Francisco Morazán”.....	34
Imagen 8, Litografía de Cisneros “Vista de la plaza de San Salvador”.....	34
Imagen 9, Xilografía de José Mejía vides, “Somos malos”.....	36
Imagen 10, Caricatura de Toño Salazar “Skating Ring”.....	41
Imagen 11, Trabajo de Carlos Cañas, “Dibujos líricos” acuarela.....	43
Imagen 12, Boceto de Simón Varela, para la película La era de hielo.....	64
Imagen 13, Simón Varela junto a sus ilustraciones.....	64
imagen 14, Captura de video promocional para Míster Donut.....	66
Imagen 15, Arte realizado por Miguel Membreño para agua cristal.....	68

Contenido de Imagen de la Muestra Gráfica

Imagen 1. Forma.....	75
Imagen 2. Portada.....	76
Imagen 3. Índice.....	77
Imagen 4. Colores.....	78
Imagen 5. Inicios de la ilustración.....	79
Imagen 6. Detalle de imagen 5.....	80
Imagen 7. Cisneros.....	82
Imagen 8. Publicidad.....	83
Imagen 9. Exponentes.....	85
Imagen 10. Grises.....	88
Imagen 11. Internacional.....	89
Imagen 12. Fechas.....	90
Imagen 13. Productos.....	91
Imagen 14. Estilo.....	92
Imagen 15. Innovar.....	95
Imagen 16. Tiempo.....	97

SEGUNDA PARTE

PLAN DE INVESTIGACION

LA ILUSTRACIÓN CONTEMPORÁNEA SALVADOREÑA EN LA INDUSTRIA PUBLICITARIA 2000-2016

Plan de investigación.....	127
----------------------------	-----

PRESENTACIÓN

La Escuela de Artes de la Facultad de Ciencias y Humanidades, de la Universidad de El Salvador, tiene como Visión ser el referente institucional de Educación Superior de Arte y Cultura a nivel nacional y centroamericano, dedicado a la creación y la investigación cultural y artística, combinando de manera eficaz y eficiente la formación académica de los estudiantes con pensamientos analíticos, filosóficos, históricos, antropológicos, culturales, artísticos, creativos, etc., desarrollando en los estudiantes destrezas teórico prácticas, que van desde la aplicación de varias ramas del arte mezclándolos con las nuevas tecnologías e integrando estos elementos con los nuevos lenguajes contemporáneos de comunicación.

En la Misión, es importante formar profesional e investigadores de la cultura y el arte, con óptima calidad académica, elevado sentido de la ética y de la pro actividad siendo aplicados en las ramas de especialización de cada profesional, es del por ello que como aspecto fundamental para fortalecer la investigación final son los procesos de grado aplicados por estudiantes egresados, en tal sentido se presenta el estudio “LA ILUSTRACIÓN CONTEMPORÁNEA SALVADOREÑA EN LA INDUSTRIA PUBLICITARIA 2000-2016”

Que está compuesto por tres capítulos cuyo objetivo fue indagar la evolución de la ilustración contemporánea en la industria publicitaria de 2000 a 2016, en consonancia con uno de los requisitos de la Normativa universitaria para optar al grado de Licenciados en Artes Plásticas de la Opción Diseño Gráfico.

Con este informe final de investigación se da el cumplimiento al “Reglamento de la Gestión Académico Administrativa de la Universidad de El Salvador” en sus tres etapas básicas:

La primera etapa, la planificación de la investigación donde se elaboró el Plan de Investigación y Diagnóstico de la problemática, realizado a través de análisis de la información sobre el tema, así como la construcción del marco teórico o antecedentes de la investigación. Ambos documentos se incluyen en la segunda parte de este informe. El Plan de Investigación, brinda las orientaciones de cómo abordar el proceso investigativo de acuerdo a los principios del Método Cualitativo Emergente.

La segunda etapa, corresponde a la ejecución de la investigación consistente en los Construcción de Objeto de Estudio, desarrollando trabajo de campo, con el uso de técnicas e instrumentos consistentes en entrevistas, registro anecdótico, estudios de campo, ficha de contenido, ficha anecdótica, entre otras herramientas que facilitaron su ejecución a partir de lo cual se elaboró este informe final de investigación.

La tercera etapa, exposición y defensa de informe final, consistente en la presentación del producto o resultado de la investigación, así como la socialización ante docentes, invitados y Tribunal Calificador.

INTRODUCCIÓN

El estudio de la ilustración en El Salvador ha sido abordado por diferentes enfoques artístico, social, narrativo, científico, etc. En esta investigación se abordará por su uso en la industria publicitaria. Y la relevancia que tiene para el artista gráfico. La manera en que la ilustración ha ido evolucionando en esa industria al pasar del tiempo proporcionando un impacto visual inmediato a los anuncios.

El uso que se le ha dado a la ilustración en la publicidad ha variado, no solo por estilos gráficos que se van creando en el transcurso de su existencia, sino también por la entrada al país de nuevas tecnologías. En un inicio, las ilustraciones que se utilizaban eran hechas a mano y en la actualidad son en su mayoría digitalizadas.

La imagen que se le proporciona a un anuncio publicitario, mediante la ilustración, va a depender de muchos aspectos; principalmente, será por el tipo y estilo de dibujo que la persona realice, luego por la marca a la cual se le realiza la publicidad, y la agencia a cargo de la elaboración.

El presente trabajo, muestra a diferentes agencias publicitarias pertenecientes a la Asociación Salvadoreña de Agencias Publicitarias para tener una muestra clara, de cómo es la realización de la ilustración publicitaria en El Salvador y los diversos factores que se toman en cuenta para su utilización, desde quienes son los encargados de realizarla, cuales empresas son aptas para su

utilización, cuáles son los medios publicitarios ideales para su difusión y como ha sido usada en algunas marcas en los años 2000 al 2016.

PRIMERA PARTE
INFORME FINAL DE INVESTIGACIÓN



CAPITULO I
CONTEXTO HISTÓRICO
DE LA ILUSTRACION EN
EL SALVADOR

1. Contexto histórico de la ilustración en El Salvador

Desde la antigüedad la ilustración ha sido parte de la comunicación del ser humano, utilizada para ayudar a transmitir un determinado mensaje ya sea la imagen en sí o como apoyo de un texto, un ejemplo de ello son las pinturas rupestres y los mosaicos religiosos, que transmiten o comunican lo deseado de forma gráfica sin un texto.

“Las ilustraciones son imágenes asociadas con palabras” (Turmo F., Lassa J., 2009) es decir busca transmitir un mensaje a través de un dibujo o representación gráfica, su aplicación no solo se limita a libros de texto o cuentos infantiles también se ha utilizado dentro de otras ramas como la publicidad para poder transmitir con mayor claridad lo que se desea comunicar.

Por consecuencia, es importante conocer el concepto de ilustración “dibujo o imagen que adorna o documenta el texto de un libro. Ilustración (v.Latin, lat. *illustrare*), (de *ilustrar*) sust. Estampa, grabado o dibujo que adorna o documenta un libro. Componente gráfico que complementa o realza un texto.” (Fernandez, J. 2009, *JJFEZ Monografías de arte*).

Sin embargo, la ilustración puede ser comprendida como obra artística según el significado que el espectador le dé a la imagen. “Las obras artísticas como la ilustración siempre han sido subjetivas. Tratan de comunicar y provocar una reacción emocional en aquel que las observa. Consiguen conectar con el observador.” (Esteve, G. 2015, *el efecto flynn*).

Asimismo, es importante conocer el contexto histórico del desarrollo de la

ilustración en El Salvador, ya que los antecedentes sociales y políticos de la época ayudan a comprender el tipo de ilustración que existía y como influyó el entorno a su desarrollo.

Particularmente, de la ilustración salvadoreña se observa una falta de existencia significativa de material bibliográfico. Esto imposibilita datar la fecha de sus inicios, por lo cual se toma de referente la creación de la imprenta en El Salvador, ya que se encuentra un mayor registro del uso de la ilustración en los periódicos.

En El Salvador, la imprenta surge durante el siglo XIX en el que existían muchos cambios importantes en el país. Entre estos se encuentra el deseo de independencia contra las autoridades coloniales españolas y la lucha por obtenerla.

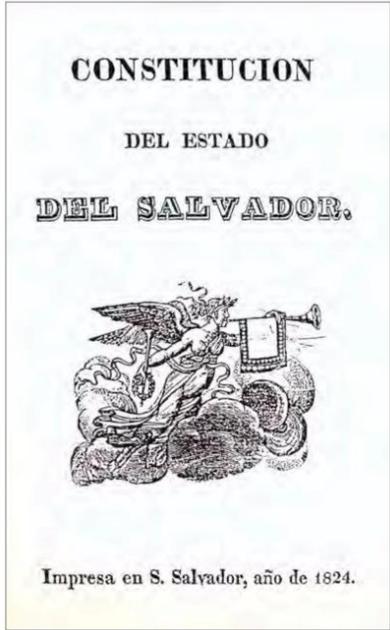
“En la primera década del siglo XIX, las autoridades coloniales españolas realizaron una serie de medidas fiscales y económicas impopulares, (...)

Estas medidas acrecentaron el sentimiento de independencia entre los criollos.”

(Cañas, C., 2000, *archivo El Salvador*). Por consecuencia, esto lleva al primer lanzamiento de los salvadoreños en contra de la Capitanía General de Guatemala. “El Alzamiento del 5 de noviembre de 1811. Conocido como el *Primer Grito de Independencia*.” (Cañas, C., 2000, *archivo el salvador*).

Logrando el objetivo de independencia “El 15 de septiembre de 1821, en una reunión en la Ciudad de Guatemala, la noticia de la independencia llegó a San Salvador el 21 de septiembre. El Estado de El Salvador se dio su propia

Constitución el 12 de junio de 1824.” (Cañas, C.,2000, *archivo El Salvador*)

	
<p>Imagen 1, Portada de “Constitución del Estado del Salvador”</p> <p>Recuperado de https://issuu.com/marte/docs/jorge_palomo_artes_visuales_tomo_1</p>	<p>Imagen 2, Portada de “Semanario político mercantil de San Salvador”</p> <p>Recuperado de http://archivo.elsalvador.com/noticias/EDICIONESANTERIORES/2000/JULIO/julio31/NACIONAL/nacio2.html</p>

Por consecuencia, todos estos cambios que sufría el país marcan la necesidad de expresar y dar a conocer los hechos sucedidos en ese momento, y lograr llegar a un mayor número de personas y, es así, como nace la primera imprenta en el país.

“Tras esos sucesos y luego de instalarse la Asamblea Nacional de El Salvador en el Convento de San Francisco (ahora Mercado ExCuartel) con el fin de crear la primera Constitución que hubiera en el istmo, el jefe político Juan Manuel Rodríguez y el presbítero y doctor José Matías Delgado cayeron en la cuenta

de que era urgente y necesario que las autoridades del naciente Estado de El Salvador tuvieran una forma de difundir, de forma masiva, sus disposiciones y acuerdos, sin tener que depender de las tipografías localizadas en la ciudad de Guatemala.” (Cañas, C., 2000, *archivo El Salvador*)

Previo a esto, se había realizado años atrás en 1741 (según investigadores como Domingo Juarroz) lo que se conoce como el primer documento impreso en El Salvador “El puntero apuntado con apuntes breves” que consistía en un manual sobre el proceso de producción de añil, ya que esta era la mayor fuente de ingreso económico y de producción del país.

“Quizá para ese momento más de alguna persona aún recordaba que, en 1741, el terciario franciscano Juan de Dios del Cid había creado una rudimentaria imprenta y los tipos móviles de madera para la misma, gracias a cuyos ingenios pudo imprimir su obra "El puntero apuntado con apuntes breves", manual destinado a la explicación de la producción de la tinta añil.” (Cañas, C., 2000, *archivo El Salvador*)

La imprenta creada por Juan de Dios del Cid, ya no existía en la época cuando el país se independizó por lo cual era necesario adquirir una. La imprenta fue traída de Guatemala, donde se tenían máquinas que en el país no se encontraban como las imprentas y las tipografías, pues la imprenta en Guatemala se introdujo en 1660 (Ruth Tenorio, 2006).

“...se hacía necesario adquirir otra, de mano y de metal, en alguna tipografía guatemalteca. Bajo la influencia del padre Delgado, se realizó la colecta popular

respectiva y se procedió a la compra. De esta recepción tan pintoresca no se escapó San Salvador, cuya población acudió en masa a recibir a su primera imprenta de mano y de metal.” (Cañas, C., 2000, *archivo El Salvador*)

Por lo cual, era necesario un lugar para iniciar con la imprenta y personal para operarla “La máquina fue instalada en la casa de Manuel Herrera, quien la cedió para que allí funcionara el nuevo taller. Los primeros impresores y tipógrafos a su cargo fueron el metapaneco Manuel Inocente Pérez y el capitalino Samuel Aguilar, quienes aprendieron el oficio de Gutenberg en el taller guatemalteco de Manuel José Arévalo. ¡Y fue la letra impresa!” (Cañas, C., 2000, *archivo El Salvador*)

Por consecuencia, surge el primer periódico de El Salvador en 1824: el *Semanario Político Mercantil de San Salvador*.

“De esa primera Imprenta del Gobierno surgieron las pocas páginas de nuestro primer periódico salvadoreño, “*Semanario Político Mercantil de San Salvador*”, aparecidas el 31 de julio de 1824 y dirigidas por el presbítero, político, diputado federal y nacional Miguel José de Castro.” (Cañas, C., 2000, *archivo El Salvador*)

Sin embargo, por falta de material bibliográfico no se posee registro sobre su tiraje y distribución, Italo Vallecillos (1964) menciona en su publicación “*Historia del periodismo en El Salvador*”, sobre el contenido de este periódico “En sus páginas se insertaban noticias oficiales, referencias a la actividad federal, en

más de una ocasión se libraron polémicas encendidas sobre asuntos políticos del momento. Era sumamente sencillo, cuatro a ocho páginas...”.

La creación del primer periódico da la pauta para el nacimiento de nuevos periódicos e imprentas durante los siguientes años.

Un ejemplo de ello son Gaceta del Gobierno del Estado del Salvador (1827), El Iris Salvadoreño (1836), Diario Oficial (1875), entre otros hasta llegar a los periódicos que se publican en la actualidad, como Diario Co Latino (1890), La Prensa Gráfica (1915) y El Diario de Hoy (1936).

Debido a la llegada de la imprenta, es posible observar y datar las primeras muestras gráficas impresas en el país.

1.1 Inicios de la Ilustración en El Salvador

Como se refirió anteriormente, con la llegada de la imprenta se dan las primeras representaciones gráficas impresas. Se puede observar en la portada del Semanario Político Mercantil: un barco en puerto junto con barriles y cajas (Imagen 3). Son las primeras muestras gráficas impresas en el país, utilizada para acompañar el título del periódico, no se poseen registros del uso de ilustraciones dentro de sus páginas.

Después del Semanario Político Mercantil hubo otros diarios oficiales, años más tarde en La Gaceta del Salvador 1857, se imprime un anuncio de venta de píldoras y ungüento acompañado de una imagen, aunque esta no es alusiva al

producto ofertado (Imagen 4). En 1859, en el mismo diario se publicó otro anuncio sobre la llegada de un profesor de música que deseaba impartir clases, con una ilustración de elementos relacionados a la música (Imagen 5). Es notorio el cambio en el uso de ilustración, ya que, en el primer anuncio, la



Imagen 3, Detalle de “Semnario Político Mercantil de san salvador”
Recuperado de
<http://www.elsalvador.com/noticias/nacional/379704/el-primer-periodico-salvadoreno/>

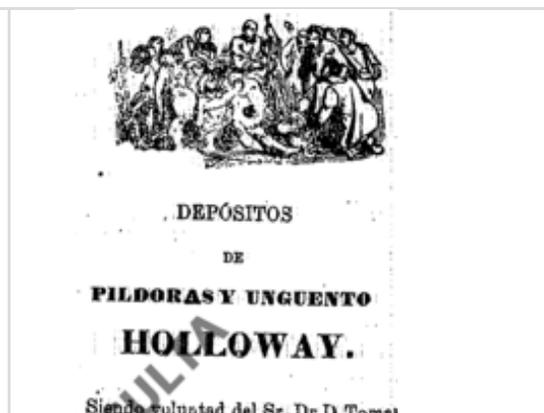


Imagen 4, Detalle “Anuncio de píldoras y ungüento Holloway” Gaceta del Salvador.
recuperado de
<http://imprentanacional.gob.sv/archivo-digital-del-diario-oficial/>



Imagen 5 Detalle “Anuncio de clases de música” Gaceta del Salvador.
Recuperado de
<http://imprentanacional.gob.sv/archivo--digital-del-diario-oficial/>



Imagen 6, Detalle de “Anuncio de Cerveza, "Perro" - Cervecería La Constancia 1915”
Recuperado de
<https://www.facebook.com/photo.phpfbid=1557115440985406&set=gm10155237878598469&type=3&theater&ifg=1>

muestra gráfica difiere del producto y en el segundo, se observa que posee una relación a lo ofertado. Estas son las primeras muestras de anuncios publicitarios que utilizan una imagen.

1.1.1 Primeros centros de educación artística en El Salvador

Años más tarde del nacimiento de la imprenta, en el país se crean las primeras instituciones que enseñan artes visuales. En base a referencias históricas, los primeros centros de educación artística en el país y los primeros personajes en incursionar en el mundo del arte, marcó la pauta para la ilustración. Pasó de ser un oficio aprendido realizado por personas que podían dibujar, a ser una parte importante en el arte, que para la realización de éste, eran necesarios los conocimientos de técnicas y bases teóricas.

Se tienen referentes que en 1835 Francisco Cisneros ingresó a la “Escuela de la maestra Guadalupe” en San Salvador y aprende a leer y copia las ilustraciones del texto parvulario “El Instructor”. (Palomo J.,2017, *Arte salvadoreño, Tomo I*).

Durante este periodo, no existían escuelas o academias donde enseñaran las artes visuales. Cisneros es el primer referente como ilustrador en el país según Jorge Palomo (2017).

“Poco después en 1839, se inventa la primera imagen fotográfica: el daguerrotipo. Rufino Flamenco a los 15 años de edad, comienza a ilustrar libros y periódicos con hermosos dibujos (según el Libro Azul, 1916).” (Palomo J.,2017, *Arte salvadoreño, Tomo I*).

Sin embargo, no fue hasta 1865, cuando el presidente Francisco Dueñas estableció la Academia de Bellas Artes del Salvador, dentro del Colegio Nacional donde impartían dibujo, litografía, pintura y música. (Palomo 2017).

Durante ese periodo, se abrieron más academias de arte en el país, como la Academia de Dibujo y Pintura fundada por el artista español Valero Lecha en 1937, creando más oportunidades de aprender y formarse en el arte.

Así mismo, en 1950, inició la Dirección General de Bellas Artes con una duración de 18 años, y además se fundó el Centro Nacional de Artes, CENAR, donde se impartía un bachillerato en artes con especialización en artes plásticas. Durante los siguientes años, se abrieron en otras universidades carreras afines al arte como el Diseño Gráfico, la primera se fundó en 1978, la Universidad Dr. José Matías Delgado, y su Escuela de Artes aplicadas “Carlos Alberto Imery”. (Jorge Colorado, *Historia del diseño en El Salvador.*)

A partir del establecimiento de las instituciones de enseñanza de las bellas artes, se sentaron las bases para el posterior uso del conocimiento técnico y artístico para trabajar dentro de otros rubros, como la publicidad, ya que anterior a esto las personas que realizaban las ilustraciones eran aquellos conocidos por sus habilidades de dibujar, pero no tenían bases teóricas y técnicas para una mejor elaboración.

1.2 Historia de la sinergia entre publicidad e ilustración

La ilustración está ligada a la publicidad debido a su capacidad de transmitir un mensaje para el comercio de determinado producto o servicio. Previo a la

carrera de Diseño Gráfico en el país, para satisfacer la necesidad de utilizar la ilustración en el ámbito publicitario, se recurrían a los dibujantes comerciales “...se recurría al trabajo técnico de dibujantes o de personas con la capacidad artística que satisficiera necesidades editoriales o comerciales del momento, a los que se les conocía como dibujantes comerciales.

De ellos, seguramente, alguno tuvo algún tipo de educación formal en cualquiera de las diferentes academias de arte o dibujo que había en el país.”

(Jorge Colorado, *Historia del diseño en El Salvador.*)

Para comprender la relación de la ilustración con la publicidad es importante conocer qué es publicidad.

“La publicidad se entiende como una comunicación persuasiva y se espera que ésta sea el resultado de un proceso de planificación basado en modelos y donde los énfasis fundamentales están en responder la pregunta para qué hacer publicidad, determinar a quién se le quiere hablar, definir qué y cómo decirlo; en otras palabras, cómo desde la publicidad nos hacemos cargo de los objetivos de una marca.” (Villatoro, N., Molina, B., Molina, k.,2007, *Evolución de la Publicidad en el Salvador.*)

Como ya se mencionó se da un desarrollo del arte para fines comerciales y publicitarios. A mediados del siglo XX, aparecen las agencias de publicidad en el país. La primera de ellas, es la agencia “El Puente” fundada en 1949 por el estadounidense George Masey, que en la actualidad es conocida como Publicidad Diaz. (ASAP, 2014).

Este aumento de empresas dio la pauta para contratar dibujantes bien formados que se encargaran de generar el arte aplicado al trabajo comercial y publicitario. *(Según Vásquez (1988, p. 54).*

“Muchos artistas que se dedicaron al dibujo comercial o publicitario en la segunda década del siglo XX, asistieron a la Escuela de Artes Gráficas (1911-1913) fundada por Carlos Alberto Imery, en donde “se aprendían las técnicas de la acuarela, tempera, acrílico, tinta china y técnicas mixtas; además de aprender a dibujar lo relativo al dibujo publicitario; como era el aprender a dibujar letras pues en aquella época se dibujaban a mano” (Cortez Lara, 2013, p. 30).

Sin embargo, en este periodo no existía un título para los dibujantes que generaban la publicidad. Dentro de las agencias se hacían llamar creativos. No fue hasta 1978, que se fundó la Universidad Dr. José Matías Delgado y su Escuela de Artes Aplicadas “Carlos Alberto Imery”, donde al graduarse obtenían el título de Licenciado en Diseño Gráfico.

Con base en lo anterior, se puede observar el uso de la ilustración como un recurso dentro de la publicidad, ya que se creó la primera Licenciatura donde se utilizaba un recurso gráfico para promover un mensaje de forma más elaborada en el aspecto técnico y con bases teóricas para lograr el objetivo deseado. Anterior al nacimiento de la Escuela de Artes Aplicadas, solo se contrataban personas con habilidades para dibujar, pero no todos tenían el conocimiento técnico adecuado para su aplicación.

Debido a que era un campo inexplorado dentro de la educación superior,

tuvieron percances para graduar la primera promoción de Licenciados en Diseño Gráfico.

“Por otro lado, la Escuela de Artes Aplicadas consideró en un principio graduar a sus estudiantes bajo un programa de cuatro años, a fin de optar al título de Maestro en Artes Aplicadas. El pensum académico de enero de 1978, consideraba ocho ciclos para Maestro y la posibilidad de una especialidad en Artes Gráficas. Dicho pensum fallaba en cuanto a la construcción lógica de un programa universitario, ya que confundía temáticas con cátedras.” (Jorge Colorado, *Historia del diseño en El Salvador*.)

Durante este periodo, ya existía una relación entre la ilustración y la publicidad. Los graduados de diseño gráfico se convertirían en los nuevos dibujantes publicitarios.

“Estos graduados de diseño gráfico serían los nuevos dibujantes publicitarios que ya tendrían para esa época una carrera universitaria en la cual podrían estudiar lo necesario para desempeñarse en el área creativa de la publicidad.

La asistencia inicial de los estudiantes inscritos en la Escuela de Artes Aplicadas se configuró en pequeños grupos. La primera generación en 1978 ascendió a 42 inscritos, 9 hombres y 33 mujeres “...” Finalmente, en 1982, cuando la primera generación había terminado sus cuatro años de diseñador, egresaron 10 estudiantes, 4 hombres y 6 mujeres, con el título de Diseñadores.” (Jorge Colorado, *Historia del diseño en El Salvador*.) Dentro de los estudiantes había artistas ya con fundamentos del arte.

“El grupo inicial estuvo compuesto por varios artistas plásticos: Hugo Martínez, Héctor Hernández (quien fuera alumno del maestro Pedro Acosta García), Mauricio Mejía (alumno del maestro Valero Lecha), y varios dibujantes entre los que cabe destacar a Gino Graniello. Así también “creativos... empíricos de agencias publicitarias” que se inscribieron en los cursos, junto con interesados en la historia del arte.” (Jorge Colorado, *Historia del diseño en El Salvador: El Diseño Gráfico como profesión formal (1978-1988)*.)

Por lo tanto, se les instruía sobre técnicas y procesos de impresión para que obtuvieran un mayor conocimiento al momento de introducirse al mundo laboral.

“Así también, el estudio sobre las técnicas de impresión y preparación de las artes para el diseño gráfico estuvo a cargo del señor Nicolás Cabezas, propietario de una imprenta muy emblemática en Santa Ana, “Tipografía Comercial”.

En ese momento, esa cátedra fue hasta cierto punto innovadora, pues nunca se habían enseñado estas técnicas en un ambiente universitario. Hasta entonces, eran oficios aprendidos dentro de las imprentas y no dentro de cátedras formales” (Jorge Colorado *Historia del diseño en El Salvador: El Diseño Gráfico como profesión formal (1978-1988)*).

Posterior a la Escuela de Arte de la Universidad Dr. José Matías Delgado, se fundaron en otras universidades, carreras de Diseño Gráfico. La Escuela de Artes de la Universidad de El Salvador, fundada en 1986, inició el Diseño Gráfico como carrera en 1998. (Gonzales, L., Alonso, M., Martínez, U., 2012, LA

ILUSTRACION DIGITAL DE LA HISTORIA DE LA ESCUELA DE ARTES) y la Universidad Don Bosco en 1999, abrió el Técnico en Diseño Gráfico que continúan hasta la actualidad.

Actualmente no ha habido cambios sustanciales en el objetivo de la publicidad: Lograr llegar al consumidor a través de un mensaje para motivarlo a consumir el producto o servicio. “Los procesos creativos no han cambiado mucho, siempre se ha buscado dar al consumidor la importancia de que el mensaje lleve algo de su interés, solamente que antes, todo el proceso era artesanal ahora hay más herramientas que facilitan el proceso.

Este punto fue concebido por Juan Federico Salaverría, Presidente de Publicidad Comercial”. Entrevista por un grupo de tesis de la Universidad Don Bosco, 3 de abril de 2006).

Por consecuencia la industria publicitaria en el país creció y se consolidaron agencias publicitarias que permanecen en la actualidad.

“En 1980, nace API Publicidad (Anuncios Plásticos Iluminados) y unos años más tarde se fusionó con Éxito Publicidad, adoptando de APEX. Bajo el nombre de su presidente y fundador don Sherman Calvo, se asocia en 1996 a BBDO (Oracle Application Express Batten, Barton, Durstine y Osborn), y pasó a formar parte de Omnicom Group, uno de los grupos más grandes de la publicidad y mercadeo a escala mundial. (Villatoro, N., Molina, B., Molina, k.,2007, *Evolución de la Publicidad en el Salvador*)

Según “*Evolución de la Publicidad en el Salvador*”, la publicidad tiene tres

etapas: En la primera los medios impresos comienzan a ganar importancia, “los anuncios llevaban una rima y un dibujo para su producto”. En el segundo periodo, la publicidad creció con la llegada de la televisión en 1946, con la introducción de los “primeros spots en vivo” esto influyó en la radio y en la prensa escrita a mejorar sus anuncios.

Una tercera etapa de la publicidad en El Salvador nació en los años ochenta, cuando las agencias de publicidad formaron sociedades con las agencias internacionales, para beneficiarse de los avances tecnológicos y nuevas técnicas mercadológicas que estas agencias poseían.” (Villatoro, N., Molina, B., Molina, k.,2007, *Evolución de la Publicidad en el Salvador*)

Esto marcó un cambio dentro de la industria publicitaria de El Salvador, siendo también los ochenta, la antesala de las nuevas herramientas tecnológicas como la computadora y métodos modernos de creación de los anuncios publicitarios.

Por lo tanto, es importante conocer la utilidad de la ilustración dentro del área gráfica y como estos se relacionan y apoyan entre sí, para transmitir un mensaje más claro y cautivar al espectador.

1.3 Primeros exponentes y técnicas que se utilizan en la creación de ilustración para la publicidad

En El Salvador, es muy escasa la información bibliográfica sobre la ilustración y sus inicios. Al indagar, se encontraron referencias sobre los primeros personajes y como influyeron en el ámbito artístico del país.

Entre los personajes que se mencionan en los libros y recopilaciones históricas se encuentra Francisco Cisneros como el primer referente de la ilustración, quien en 1835 *aprende a leer y copia las ilustraciones de un libro llamado “El Instructor”* (Jorge Palomo, 2017). Razón por la cual es importante conocer sobre la vida de este artista y sus diferentes logros, así como los cambios e influencias en la realización de la ilustración durante el periodo de Cisneros, y si esto influye en otros artistas salvadoreños.

Francisco Cisneros

“Juan Francisco Wenceslao Cisneros (1823 - 1878), fue un pintor, dibujante y litógrafo salvadoreño. Es considerado el primer artista de formación académica de nuestro país.” (2018, *Presidencia de la República de El Salvador*)

Según Jorge Palomo, “En 1835, Francisco Cisneros ingresa a la “Escuela de la maestra Guadalupe” en San Salvador, donde aprende a leer y copia las ilustraciones del texto parvulario *El Instructor*.” Esta es la primera muestra de interés en el arte por parte de Cisneros.

“En 1842, Cisneros viajó a París, en donde comenzó sus estudios de arte con el pintor francés de cuadros históricos Jean Gigoux (1806-1894). Su amistad crece y Gigoux no le cobra por las clases; inclusive, le otorga la oportunidad de ilustrar una obra para el Gobierno francés, encomendada a Gigoux, que eventualmente da a conocer el talento de Cisneros en París.” (Jorge Palomo, pag.24)

“Se radicó en Francia, esto le permitió relacionarse con intelectuales como Louis Blanc, entre otros. Estuvo algún tiempo en Roma para estudiar a los maestros del Renacimiento, a la vez, que siempre movido por su vocación viajó por diversas ciudades europeas donde pulió y afinó su talento creador.” (2003, *Museo de Arte de El Salvador*)

“En 1847, Francisco Cisneros establece un taller junto con otro artista sobre la Rue de Seine cerca de la Rue Mazarin, callecilla paralela al taller del pintor francés Eugène Delacroix, a quien frecuenta y quien lo conduce al romanticismo. Pasa la mayor parte del año haciendo litografías para mantenerse.

En 1853, gracias al mecenazgo del mexicano José Sánchez Navarro, viajó a Roma, pues éste deseaba que Wenceslao Cisneros realizara reproducciones de los clásicos. Al cabo de un año, el pintor recibe noticias de El Salvador sobre el terremoto de 1854 y la situación precaria de su familia.

Cisneros envió una copia de *La Transfiguración*, de Rafael Sanzio de Urbino (1483-1520), para que sea vendida al clero y con ello poder ayudar económicamente a sus hermanos. Dicha acción deja una huella de su obra en El Salvador” (Dr. Astrid Bahamond, 2012, *Procesos del arte en El Salvador*)

“En 1856, Francisco Cisneros retorna a París, luego se embarca hacia México para entregar las copias hechas en Italia a Sánchez Navarro, pero desembarca por problemas de salud en Cuba.

En Cuba, Francisco Cisneros enseñó Dibujo al natural en el Liceo Artístico y Literario de La Habana. En 1859, es contratado como director de la Academia de Bellas Artes de San Alejandro tras un concurso por oposición en el que presenta la pintura *Nerón errante por los bosques huyendo de sus perseguidores*, obra que pasa a formar parte de la colección de la Academia, Cisneros es su primer director latinoamericano. “Cisneros propone un método de enseñanza más integral, consistente en la ejercitación del paisaje y la figura humana, así como la copia del modelo vivo.”, según Luz Merino Acosta.

Lo novedoso de la propuesta es el estudio del natural. A la vez, Francisco Cisneros funge como vicedirector de la sección de Bellas Artes del Liceo Artístico y Literario de La Habana. Bajo el pseudónimo de Bayaceto, Francisco Cisneros colabora en el periódico satírico *Moro Muza* hasta 1877.” (Jorge Palomo, pag 34)

“Se dedicó a su labor artística y docente. Su arte se torna prolífico. Se especializó en la caricatura política y la técnica de la litografía. En él se distingue el género del retrato, del paisaje, los temas alegóricos cristianos y las exquisitas alegorías extraídas de la mitología clásica. En 1878 cae gravemente enfermo y muere en La Habana, donde deja su obra. “(Dr. Astrid Bahamond, 2012, *Procesos del arte en El Salvador*)

“Cisneros pintó, dibujó e hizo caricaturas y grabados en Europa y Cuba, destacándose dos grabados que hizo del general Morazán en traje civil y a caballo, se le considera un representante de la pintura pos independentista.

Pocas de sus obras se encuentran en nuestro país: una de ellas es *La Transfiguración*, réplica del cuadro de Rafael Sanzio (el original está en El Vaticano), obra que finalmente fue colocada en el templo de la Inmaculada Concepción (Santa Tecla), destruido por los sismos de enero y febrero 2001. Por otra parte, se estima que podrían existir otras muestras de su obra, aunque sin la firma del autor. Así, se considera como obra suya el retrato del médico salvadoreño Dr. Manuel Gallardo, que se encuentra en la sede de la Fundación y Biblioteca “Miguel Ángel Gallardo”, en la ciudad teceleña.” (2003, *Museo de Arte de El Salvador*)



Imagen 7, Litografía de Cisneros “*El general Don Francisco Morazán*”

Recuperado de
<https://issuu.com/jorgepalomo/docs/palomo-tomoi>



Imagen 8, Litografía de Cisneros “*Vista de la plaza de San Salvador*”

Recuperada de
<https://issuu.com/jorgepalomo/docs/palomo-tomoi>

Entre el registro de sus obras podemos encontrar litografías.

Con base en referencia bibliográfica de Jorge Palomo se conoce otro personaje durante la misma época de Cisneros, Rufino Flamenco, que en 1839 comenzó a ilustrar libros y periódicos.

Rufino Flamenco

“1839, Rufino Flamenco, a los 15 años de edad, comienza a ilustrar libros y periódicos con “hermanos dibujos” (Según *Libro Azul*) desde entonces fue conocido por sus acuarelas, sus grabados en metal y sus esculturas religiosas en bronce, en 1865, alrededor de la época del Tratado de Defensa Centroamericano, Rufino forjó un fino cuchillo montado en plata, y decorado con una elaborada filigrana. En 1875 diseña e imprime sellos de correspondencia para el gobierno “Sellos Telegráficos”, cuando el país entra a la Unión Postal Universal diseña 13 sellos postales, en 1882 diseña e imprime las primeras tarjetas postales de emisión oficial.” (Jorge Palomo, 2017)

Sin embargo, de Rufino Flamenco no se encontraron más datos sobre su vida y sus obras, solo lo que menciona Jorge Palomo en la recopilación de historia del arte salvadoreño.

José Mejía Vides.

José Vides es un referente del arte salvadoreño, desde los 15 años incursione en el mundo artístico estudiando en la Escuela Nacional de Artes Gráficas, fue

el ilustrador a cargo de la obra *Cuentos de Barro* de Salarrué en 1933 (Jorge Palomo, pág. 178) “Nació en San Salvador el 19 de marzo de 1903, fue pintor, escultor y grabador. Vivió la mayor parte de su vida en los Planes de Renderos, muy cerca de Panchimalco. Estuvo casado con Clementina Suárez, escritora y promotora cultural hondureña.

Inició su capacitación formal como artista a los 15 años, estudiando dibujo y pintura de 1918 a 1922 en la Escuela Nacional de Artes Gráficas "Carlos Alberto Imery". (Museo de Arte de El Salvador, 2005, *artista del mes*)

En 1922, con una beca otorgada por el Gobierno de México, atendió a la



117. José Mejía Vides (1903-1983)
Somos malos
Cuentos de barro, de Salarrué, 1933-34
Xilografía
4.5 x 5 cm
Colección privada

Imagen 9, Xilografía de José Mejía vides,
“*Somos malos*” *Cuentos de barro, de Salarrué,*
recuperado <https://issuu.com/jorgepalomo/docs/palomo-tomoi>

Academia de San Carlos en la Ciudad de México, donde permaneció hasta 1927. Durante su estadía participó también en las Escuelas al Aire Libre en Tlaplan con los maestros Alfredo Ramos Martínez y el japonés 'Tamiji Kitagawa. Este último le enseñó la técnica del grabado en madera o xilografía.

En sus trabajos, Mejía Vides utilizó la xilografía y también la técnica del linóleo. Su paso por México fue decisivo en su desarrollo como artista. Allí conoció el muralismo mexicano, los modernistas franceses y el arte japonés. (Museo de Arte de El Salvador, 2005, *artista del mes*)

De 1940 a 1948 fue profesor de dibujo en la Escuela Nacional de Artes Gráficas. Entre 1948 y 1949 regresó a México, donde cursó el Taller de Ensayo de Materiales y Prácticas de Pintura Mural en el Instituto Politécnico Nacional. En esta ocasión conoció la técnica de la vinilita, material que sustituiría al óleo en su obra pictórica. Al retornar a El Salvador, asumió la dirección de la Escuela Nacional de Artes Gráficas (1949-1950). Pasó luego a la Dirección General de Bellas Artes, donde fue jefe del Departamento de Artes Plásticas hasta 1960. (Museo de Arte de El Salvador, 2005, *artista del mes*)

Merecedor de numerosos premios artísticos tanto en El Salvador como en el extranjero. Fue galardonado, en su primera convocatoria, con el Premio Nacional de Cultura, en 1976. Participó en exhibiciones individuales y colectivas en El Salvador, Costa Rica, México, Estados Unidos y España. A finales de la década de 1980 se vio aquejado por el glaucoma, que le ocasionó la pérdida

gradual de la vista. Falleció en San Salvador, el 21 de agosto de 1993. (Museo de Arte de El Salvador, 2005, *artista del mes*)

Antonio Salazar.

Antonio “Toño” Salazar nació el 1 de junio de 1897, en Guatemala. En compañía de su primo Salvador Salazar Arrué (Salarrué), recibió conocimientos básicos de pintura y dibujo en la escuela dirigida por el moscovita-parisiense Spiro Rossolimo, llegado al país en junio de 1915, y cuya institución comenzó a funcionar en agosto del mismo año. Con el apoyo directo del pintor alemán Max Vollmberg y del escritor salvadoreño Arturo Ambrogi, en 1919, realizó su primera exposición de caricaturas en el foyer del Teatro Colón, situado en la manzana oriental del actual parque Barrios. (Museo de Arte de El Salvador, 2003, *artista del mes*)

Después de su primera exposición en San Salvador, viajó con apoyo del gobierno a México, donde pasó por un importante proceso formativo en medio de una cultura marcada por el sello de la Revolución Mexicana. Eso marcó a Toño. (Museo de Arte de El Salvador, 2003, *artista del mes*)

Luego viajó a París, donde hizo dibujos de los personajes de las vanguardias artísticas, que lo hicieron famoso. Cuatro meses después de su llegada, Salazar publicó en Comedia, el primer diario de la vida artística parisiense. En París, sus ilustraciones y caricaturas alcanzaron un nuevo brillo; variado, curioso,

Salazar trazó líneas ondulantes y precisas, producto de decenas de estudios y bocetos realizados en pequeñas piezas de papel que superpone unas sobre otras, formando diversas capas, cada una de las cuales le otorga al dibujo una nueva densidad. (Miguel Mixco, 2005, *Toño Salazar una biografía*)

En Nueva York colaboró para Vanity Fair en los años de la Gran Depresión. Cuando en 1940 los alemanes cruzaron la línea defensiva francesa Maginot, Salazar estaba en Buenos Aires (Argentina) y hacía ilustraciones y caricaturas para La Razón y La Prensa de Buenos Aires. (Museo de Arte de El Salvador, 2003, *artista del mes*)

A causa de sus sátiras políticas contra Franco, Hitler, Mussolini y el general Juan Domingo Perón en los periódicos Pregón, Crítica, Argentina Libre y Anti Nazi, Salazar fue expulsado el 24 de mayo de 1945 por el gobierno militar hacia Montevideo (Uruguay). Intelectuales y artistas de Argentina y Latinoamérica (Rafael Alberti, Alberto Girri, Margarita Xirgu, Atahualpa Yupanqui y Jorge Luis Borges, entre muchos otros) firmaron o se adhirieron a un manifiesto de solidaridad con Salazar. Al año siguiente, en Montevideo, Salazar anunció el fin de su carrera de caricaturista político. (Miguel Mixco, 2005, *Toño Salazar una biografía*)

Después de ilustrar Leyendas de Guatemala (1945) de Miguel Ángel Asturias, se propuso ilustrar El Quijote, de Miguel de Cervantes, y La isla del tesoro de Robert L. Stevenson. (Museo de Arte de El Salvador, 2003, *artista del mes*)

En 1950, pasó por problemas económicos. Su amigo salvadoreño, Julio Fausto Fernández, apoyado por Gabriela Mistral, consiguió que Salazar fuera nombrado cónsul en Uruguay. El 12 de octubre de 1953, después de 33 años de ausencia, Salazar regresó a El Salvador. (Miguel Mixco, 2005, *Toño Salazar una biografía*)

Sus amigos y admiradores lo recibieron como un héroe. Pasó unos meses en el país, antes de asumir un puesto en la embajada salvadoreña en París. Estaba en plena madurez y en uso de sus facultades creativas, pero su trabajo artístico sufrió una declinación a raíz del mal de Parkinson. Toño se conservó activo hasta mediados de la década de 1970. Entre 1971 y 1978, escribió sus memorias, ilustradas por él mismo en La Prensa Gráfica, diario de San Salvador, entregó más de un centenar de caricaturas que conservaban su genialidad. (Museo de Arte de El Salvador, 2003, *artista del mes*)

Falleció en Santa Tecla, el 31 de diciembre de 1986. Entre las técnicas que utilizó el artista se encuentran: tinta, bolígrafo, acuarelas, lápices de color, etc. Temas que abordó: Caricaturas de artistas, ilustraciones para público adulto, Ilustraciones para público infantil, sátiras políticas, historietas etc. Incursionó en la caricatura, la ilustración, y la tira cómica. (Museo de Arte de El Salvador, 2003, *artista del mes*)

Características de su obra: Sus personajes gozan de penetración psicológica, comparten un código: sonríen sueñan, trasuntan alegría y libertad. Para ello, simplifica los contornos más complejos en pocas líneas.

Salazar lo llamaba “Disparates”. Sus caricaturas no son necesariamente cómicas; más bien, tiernos, aunque carecen de sensibilidad.” (Miguel Mixco, 2005, *Toño Salazar una biografía*)



Imagen 10, Caricatura de Toño Salazar

“Skating Ring”

recuperado <https://issuu.com/jorgepalomo/docs/palomo-tomoi>

Carlos Cañas

Carlos Cañas es otro referente del arte en el país, estudio en la Escuela de Artes Gráficas y egresó como profesor de dibujo, mayormente conocido por su obra *El Sumpul* (1984). Se desarrolló en las técnicas de pinturas al óleo y mixtas, tinta, acuarela y escultura.

Carlos Augusto Cañas Rodríguez nació en 1924. Egresó de la Escuela Nacional de Artes Gráficas en 1944, donde comenzó sus estudios artísticos. En 1947 fue uno de los dirigentes del Grupo de Pintores Independientes, interesados en producir arte comprometido con la realidad política y social del país.

Entre los Independientes se encontraban Camilo Minero, Mario Escobar y Luis Ángel Salinas. En 1950 fue becado por el Gobierno de España para estudiar en el exterior y permaneció en Europa hasta 1958. (Museo de Arte de El Salvador, 2004, *artista del mes*)

Retornó a El Salvador a impartir sus conocimientos del arte moderno europeo, siendo el primer artista que exhibió pintura abstracta en El Salvador. Su obra es “concurrente con la Modernidad,” como él mismo relató en 1984, para el Catálogo del Museo Forma. Ha sido profesor de dibujo, pintura e historia del arte desde 1944; profesor de la Facultad de Ingeniería y Arquitectura de la Universidad de El Salvador y Director del Centro Nacional de Artes (1996 - 2000). (Museo de Arte de El Salvador, 2004, *artista del mes*)

Además de decenas de exposiciones individuales y colectivas a nivel nacional, ha exhibido en Guatemala, Costa Rica, Estados Unidos, Brasil, Colombia, Chile, Italia, España, Alemania, Austria, y la Costa de Marfil. Se destacan entre ellas la Bienal de Sao Paulo, Brasil en 1996, donde representó a El Salvador individualmente. (Museo de Arte de El Salvador, 2004, *artista del mes*)

Posee una producción artística vasta que incluye la pintura, escultura, dibujo,



Imagen 11, Trabajo de Carlos Cañas,

“Dibujos líricos” acuarela

Recuperado de <https://elfaro.net/es/201211/fotos/10167/Los-trazos-de-Carlos-Ca%C3%B1as.htm>

grabado, murales, ilustración de libros, diseño de escenografía y vestuario.

Adicionalmente es escritor, poeta y maestro de arte. Su obra abarca estilos tan diversos como el indigenismo, el cubismo, el expresionismo figurativo, el surrealismo y la abstracción. Una de sus obras más conocidas es la pintura mural de la bóveda del Teatro Nacional. (Museo de Arte de El Salvador, 2004, *artista del mes*)

Entre los reconocimientos y condecoraciones que se le han hecho se encuentran un reconocimiento de la Asamblea Legislativa de El Salvador en 1988, el grado de Caballero de la Orden de las Artes y las Letras del gobierno francés en 1988, la Orden José Matías Delgado del Gobierno de El Salvador en 1992, la Medalla Isabel la Católica del gobierno de España en 2001 y el Premio Nacional de Derechos Humanos de la Procuraduría para la Defensa de los Derechos Humanos en 2002.” (Museo de Arte de El Salvador, 2004, *Artista del mes*)

Al igual que los exponentes surgían con nuevas obras y evolucionaba la educación artística en el país a lo largo del tiempo, también lo hizo las técnicas de impresión que se utilizaban.

1.3.1 Técnicas

Durante el siglo XIX con la aparición de la primera imprenta, se marcó el inicio de la utilización de máquinas y herramientas para la impresión de imágenes y fotografías.

En el siglo XIX la primera imprenta era “de mano y de metal” y según Italo Vallecillos era muy rudimentaria. En 1873, se adquirió la primera prensa de Cilindro en el país por el Sr Domingo Granados y en 1924, se introduce la prensa duplex y la máquina de linotipo, esto marca una modernización en las artes gráficas de El Salvador. (Italo Vallecillos, *Historia del periodismo en El Salvador*)

Una de las técnicas manuales de impresión más común era la litografía, que consistía en tallar en una piedra caliza el dibujo o fotografía para estamparla en el papel utilizando pintura oleosa y agua, esta se utilizaba para tapar las partes que no se deseaban en la impresión debido a que la grasa de la pintura rechazaba el agua.

Los artistas realizaban las ilustraciones a mano utilizando el pincel y el lápiz.

“Marcos Ovidio Gonzales, Técnico en fotomecánica, declaró que se usaban fotografías donde se llevaba lo que se deseaba imprimir ya sea ilustración o pintura y este se ampliaba; a mano se bocetaba como sería el diseño de la página y así se imprimía.

Las impresoras utilizaban 4 tintas amarillas, magenta, cian y negro. Median la saturación de los colores con puntos porcentuales que iban del 0% hasta llegar al 95%. Se utilizaban muchos químicos, la litografía y la película pancromática en cuartos oscuros. Dependiendo del proceso se usaban insoladora o quemadura, lámparas de cenon o de cuarzo. Antes los materiales a utilizar en base al plomo. (M. Gonzalez, Técnico en Fotomecnica de Imprenta de la

Universidad de El Salvador, comunicación personal, 10 de agosto de 2017).”

Otra de las técnicas manuales era la Xilografía, que consistía en la talla en madera, impresión en relieve realizada sobre una matriz de madera.

La imagen deseada se talla a mano, al finalizar se impregna de tinta y se presiona sobre el papel.

Como investigación no se encontró mayor información bibliográfica sobre las técnicas que se utilizaron en los inicios de la imprenta.

Conclusiones previas

Con base en lo anterior se puede determinar que la ilustración es una parte importante de la publicidad, ya que se muestra la necesidad que existe del uso de la ilustración en los anuncios publicitarios para una mayor comprensión del mensaje que se desea dar. A pesar de que en sus inicios eran conocidos como dibujantes publicitarios, en la actualidad se les llama ilustradores.

Con la llegada de la imprenta a El Salvador se marca el inicio de la ilustración, aunque la técnica más conocida para la época era la litografía, no se sabe cuándo se introdujo al país pues ya se utilizaba para el siglo XIX.

Sin embargo, el arte en el país floreció gracias a la necesidad de aprender y esto dio la pauta para crear una relación entre el arte y la publicidad debido a que, en ese momento, los primeros dibujantes gráficos no eran necesariamente personas estudiadas o conocedoras de técnicas en el dibujo, sino personas con capacidades creativas que se contrataban para publicidad.



CAPITULO II
ILUSTRACIÓN
CONTEMPORÁNEA

2. ILUSTRACIÓN CONTEMPORÁNEA

Para esta investigación, ilustración contemporánea salvadoreña será entendida como la ilustración publicitaria digital dirigida a medios impresos, en específico para el periódico, creada en el periodo de tiempo del 2000-2016.

La ilustración, es utilizada en diferentes campos lo cual, cambia el uso de este recurso visual, como la ilustración infantil, ilustración editorial, ilustración para videojuegos, ilustración técnica, ilustración de moda, ilustración científica, ilustración publicitaria, etc. (para mayor información leer anexos).

Por lo tanto, para conocer la aplicación y uso de la ilustración utilizada en anuncios publicitarios, es necesario conocer en que consiste la publicidad.

2.1 Definición de Publicidad

Según Stanton (2007): *“La publicidad es una comunicación no personal, pagada por un patrocinador claramente identificado, que promueve ideas, organizaciones o productos, debe captar la atención y transmitir un mensaje, lo cual se logra mediante el empleo de una variedad de estrategias de comunicación.”*

Es la difusión de algún tipo de información ya sea con fin comercial o no comercial, tiene como fin que la persona receptora ejecute una acción, ya sea asistir a un lugar, adquirir un producto u obtener un servicio.

Por lo cual, se puede decir que su base es comunicar, opera bajo objetivos y estrategias, es algo que se lee, observa y escucha, como los carteles, vallas publicitarias, comerciales en televisión y radio.

Los anuncios publicitarios, conducen a varios tipos de consecuencias en los pensamientos, sentimientos y acciones del consumo ya sea de productos o servicios.

Se caracteriza, por ser un servicio con un costo económico, el cual, se realiza cuando hay un patrocinador identificado que busca conectar con un público meta. *“La meta de la publicidad es la misma en cualquier país, es decir, transmitir eficazmente información y mensajes persuasivos.”* Stanton (2007).

Esto con el fin de poder llegar al público con un mensaje claro, que los mueva a adquirir el producto o servicio que ofrecen.

Las personas o grupos involucrados en esta actividad son:

- Anunciante

Cualquier empresa en el medio podría ser un anunciante desde los que pegan un cartel para hacer publicidad hasta los que publican en radio, tv, internet y prensa.

- Agencia de publicidad

Se encarga de la creación de marketing y publicidad, también del trabajo creativo por parte de un diseñador, un director y un redactor.

- Medios de comunicación

Los medios pueden ser de comunicación masiva o medios alternativos. Por lo cual, es importante conocer sobre los medios utilizados en la publicidad, sobre todo aquellos que son los utilizados para la ilustración.

2.2 Medios

En la industria publicitaria es muy importante saber elegir el medio de comunicación a utilizar dentro de una campaña. Esto varía según presupuesto y naturaleza de la publicidad que se quiere dar a conocer. En el caso de la ilustración el medio ideal es el impreso, ya sea en revistas, periódicos, vallas publicitarias, banner, entre otros.

Por lo cual, se hace una mención sobre los principales medios impresos en el país, donde se puede publicitar con ilustración y cuáles son los más utilizados por la industria publicitaria salvadoreña. En el siguiente apartado se explicará con más detalle.

2.2.1 Principales medios impresos en El Salvador

Para esta investigación se comprenderá como medios impresos a “los medios publicitarios que pasan por un proceso de impresión, cualquiera que éste sea. Normalmente los impresos son generados por imprentas convencionales offset o, en el caso de los diarios, por rotativas.” (Frecuencia Publicitaria, 2012, Medios en taller.)

Los medios impresos en El Salvador tienen una larga historia, y con el transcurso del tiempo, se han desarrollado a medida que surgen necesidades en la industria publicitaria.

Con la llegada de la imprenta al país en el siglo XIX, surgen con el tiempo más

periódicos y, a su vez, se desarrolla la imprenta con mecanismos más modernos. Como ya se mencionó en el capítulo anterior, las primeras imprentas eran rudimentarias; luego se introdujo la prensa duplex, prensa de cilindro y la máquina de linotipo, hasta llegar a las actuales imprentas offset, plotters, impresoras con inyección de tinta y láser. Con ello, cambió el tipo de información y el tipo de periódico.

En sus inicios, el periódico era político y del Estado “En sus páginas se insertaban noticias oficiales, referencias a la actividad federal, en más de una ocasión se libraron polémicas encendidas sobre asuntos políticos del momento”. (Italo Vallecillos, *Historia del periodismo en El Salvador*)

Según Vallecillos (Historia del periodismo en El Salvador) posteriormente, en la segunda mitad del siglo XIX, surgen más imprentas en el país con diferentes periódicos, algunos con influencia europea, donde trataban temas de poesía, satírica, surgen los primeros anuncios publicitando algún producto, noticias religiosas, reseñas históricas y de carácter cultural, etc.

Periódico impreso es “un medio de difusión de ideas e información a través de la palabra escrita, en el que diariamente se comunican noticias, artículos, reportajes y anuncios” (S., Nelson, 2011, Definición de periódico impreso)

Los periódicos nacionales, aun con el apogeo actual que tienen las noticias online, los periódicos impresos se siguen utilizando. A pesar del deterioro de su uso, por la ventaja que internet ofrece a los usuarios, al no tener que pagar por

obtener la información. En contraste, periódicos online como La Prensa Gráfica, comenzó a cobrar suscripción para poder tener acceso a sus noticias online.

Los periódicos impresos constituyen, los primeros medios para publicitar y se siguen utilizando en la actualidad.

Como primer exponente El Diario de Hoy, que inició en 1936, bajo la dirección de Napoleón Viera Altamirano. Desde entonces se convirtió, junto a La Prensa Gráfica, la cual inició en 1915 con propiedad de grupo Dutriz, en uno de los dos medios de comunicación impresos de más influencia en el país. (Italo Vallecillos, *Historia del periodismo en El Salvador*)

Por ende, los más solicitados para hacer publicidad, debido al alcance de personas que logran llegar los anuncios publicitarios.

Seguidamente, se encuentran Diario El Mundo y Diario Co Latino, esté último, a pesar de la alta competencia se mantiene como un periódico activo.

A partir de las influencias europeas, principalmente de España y Francia en la segunda mitad del siglo XIX, surgen las primeras revistas que eran de carácter cultural “como en Europa, surgen los primeros intentos de publicar revistas especializadas en manejar temas culturales”. “Una publicación que no puede pasar inadvertida es Repertorio Salvadoreño. Surgió en enero de 1888, y es considerada una de las revistas más importantes de la evolución cultural en el país” Carmen Molina (Periodismo cultural en El Salvador 2010). Otra revista que no puede pasar inadvertida es “La Quincena” (1903), que fue una de las publicaciones más sobresalientes, en contenido y forma, además de comunicar

el panorama cultural y artístico, también orienta el carácter, el gusto y el pensamiento estético nacional.” Dra. Astrid Bahamond (Procesos del arte en El Salvador). Con tales publicaciones, se marca el surgimiento de las revistas en el país.

Revista “es una publicación impresa que es editada de manera periódica (por lo general, semanal o mensual). Al igual que los diarios, las revistas forman parte de los medios gráficos.” (P., Julian, 2009, Definición de revista.)

Los medios impresos, evolucionaron a tal punto que ya no se publicaban solo en los periódicos y revistas. En la década de los 80’s, se comenzaron a utilizar otros medios alternativos. Con el cambio en las imprentas como el offset y los plotters, permitieron una evolución en las impresiones, con una calidad de color diferente y en variados formatos y tamaños de impresión.

La llegada de los medios “alternativos”, como se conocen este tipo de medios impresos, inició con la introducción de la televisión a color en el país en 1971, que generó la necesidad de un cambio dentro de las agencias de publicidad. Esto produjo un impacto en la publicidad, porque los medios de comunicación estaban cambiando.

Entre los cambios que se realizaron en 1971, en las agencias de publicidad, surgen dos nuevos departamentos en las agencias, relacionados a los medios y dentro del espacio creativo. Esto da como resultado, el surgimiento de nuevos

medios como rótulos luminosos, vallas, revistas a color, pósters y desplegados. (*Antecedentes de la publicidad en El Salvador, ASAP*).

Ejemplo de ello son los mupis, un tipo de publicidad alternativa, que por la noche están iluminados y protegidos detrás de una pantalla de acrílico transparente. Este tipo de anuncios publicitarios, son una forma de llegar a más personas que simplemente publicitarse en periódicos o revistas, ya que no es un medio por el cual el público tendría que pagar. Este se puede ver en las aceras de las calles o cerca de una parada de autobús.

A continuación, se detallan los tipos de publicidad alternativos para comprender las diferencias entre ellos.

- **Mupi** “Mobiliario urbano con aprovechamiento publicitario, principalmente en paradas de autobús que se ofrecen en régimen de circuitos, suelen estar iluminados.” (Foro Marketing, 2017, Definición de mupi)
- **Valla publicitaria** “es un soporte plano sobre el que se fijan anuncios o carteles que contienen mensajes, con la finalidad de captar la atención de los usuarios. Se colocan en diversos emplazamientos.” (Grupo graphic, 2011, definición de valla publicitaria)
- **Banner publicitario** “es un tejido impreso, es suspendido por una cuerda y estirado utilizando madera o aluminio colocados en vainas arriba, a modo de contrapeso” (Sosa Diaz, 2013, Publicidad y banderas)
- **Plegables publicitarios** “es una forma de publicidad impresa para mostrar sus servicios, información general o productos. El diseño de

plegables o material publicitario debe estar acorde a la imagen corporativa y logotipo de su empresa incluyendo el diseño de su página web.” (Paula Andrea, 2015, Prezi)

- **Rótulos luminosos** “un medio de promoción y de comunicación fundamental para hacer visibles los negocios, suelen disponer de un soporte traslúcido que ayuda a resaltar los distintos colores, se pueden presentar en diversos soportes y posiciones.” (Visual Sign, 2013, definición de rotulo luminoso)

2.3 Análisis de información obtenida mediante entrevistas.

Gracias a las agencias publicitarias pertenecientes a la ASAP (Asociación Salvadoreña de Agencias Publicitarias), Ogilvy & Mather, Funes & Asociados y APEXBBDO (Oracle Application Express Batten, Barton, Durstine y Osborn), que abrieron sus puertas para proporcionar Licenciados en mercadeo y diseñadores gráficos para las entrevistas, se obtuvo información real y actualizada del tema de ilustración publicitaria en El Salvador, en los años 2000 a 2016.

Se observó de las personas más cercanas a la creación de publicidad salvadoreña, como la ilustración se maneja en el medio publicitario actual, la frecuencia de su uso y los medios por los que se transmite al público. Igualmente se apreció quienes son los profesionales encargados de la elaboración de la misma y, se mencionan a continuación algunos de los más

conocidos por su talento en el ámbito salvadoreño durante las fechas antes mencionadas.

2.3.1 La ilustración publicitaria en la actualidad

Con la información obtenida a partir de la entrevista, se detalla a continuación el desarrollo de la ilustración en la publicidad de El Salvador, en los años 2000 a 2016 y su conocimiento. Se sabe que, a pesar de estar dentro del medio publicitario, las personas ajenas al proceso artístico y creativo desconocen bastante del tema de publicidad ilustrada que existe en nuestro país. Esto debido a que no se le da un uso tan frecuente, como el que tiene la publicidad con fotografía.

Las personas que están más en contacto con la elaboración de imágenes para una campaña publicitaria, quienes en este caso son los diseñadores gráficos de la agencia, tienen el mayor conocimiento del tema.

Por ejemplo, el diseñador gráfico de Ogilvy menciona que “el tipo de ilustración más utilizada es la de logos y que es necesaria en la mayoría de los trabajos que se realizan dentro de la agencia en campañas publicitarias o en la creación de nuevas marcas, usualmente se necesita una versión más actualizada y limpia del logo para cada nueva campaña o cualquier otro trabajo que se realice para un anunciante”.

A pesar de que no todas las campañas tienen como arte final una ilustración, las bases de cada una de ellas se inician con ideas ilustradas a mano. Aunque el arte final sea un video, este necesita de un story board para exponer su idea

o si es una ilustración destinada para web, también será realizada previamente a mano, para luego trasladarla al medio digital.

Uno de los cuestionamientos de la entrevista, tomaba en cuenta qué campañas podían recordar los entrevistados y fueron pocas las recordadas por ellos, pero no nulas. Unas de las campañas mencionadas por el director de artes de la agencia Ogilvy, fue una de Yamaha, hecha para redes sociales, en la que participaron ilustradores y artistas del país, como Miguel Membreño, Edmundo Landaverde, Mónica Landaverde, Renacho Melgar, Andrea Tobar, JAKA Quintero, Choco Santos, Skar Santana, Josué Zuleta y Gabriel Granadino. Esta campaña se realizó, dentro de un concurso que creó la marca para elegir al ilustrador más votado y realizar con él sus próximas campañas. (Director de artes de Ogilvy, Entrevista, 2017)

Otra campaña mencionada, es más reciente y fue mencionada también por el director de artes de Ogilvy. Cabe señalar que él, es catedrático del área de diseño gráfico de la Universidad Don Bosco. Lo cual explica su interés y conocimiento de temáticas actuales en diseño; además que su pasión, como él lo mencionó, es la ilustración por lo cual tiene conocimiento de esta temática.

El director de artes mencionó la campaña de agua cristal, en la que se ilustró una gota de agua dándole vida a un personaje. En dicha campaña, el ilustrador principal fue Miguel Membreño y los animadores “frame freak estudio”, estudio en el cual trabaja el antes mencionado ilustrador Edmundo Landaverde que llevo a cabo la animación. (Director de artes de Ogilvy, Entrevista, 2017)

Se puede destacar como se repiten algunos nombres de diseñadores, artistas e ilustradores representativos en el medio publicitario salvadoreño.

La repetición señalada, no se debe a que dichos diseñadores sean los únicos con el talento para realizar ilustraciones de alta calidad, o que únicamente ellos se han atrevido a llamarse ilustradores. Es más bien, porque el medio artístico los ha convertido en exponentes importantes dentro del área de ilustración, haciéndolos “famosos” por la forma en que realizan su trabajo.

Es debido mencionar, que existen muchos otros profesionales, ya sean artistas plásticos, diseñadores o incluso personas autodidactas que han realizado muy buenos trabajos en el área de ilustración, pero no son reconocidos como los antes mencionados.

El director de artes de Funes y Asociados también mencionó una campaña publicitaria que se hizo para Petacones. En este caso, él realizó los artes para la campaña, luego se exportaron a otros medios, como audio visuales, impresos y se hicieron pequeños videos. Esto era un relanzamiento de su marca. (Director de artes de Funes y Asociados, Entrevista, 2017)

Por lo tanto, sobre la evolución que la publicidad ha tenido durante estos años (2000 – 2016) se puede mencionar que: a partir de la entrada a las redes sociales la publicidad fue redirigiéndose, lo que antes se explotaba mucho en medios tradicionales “hoy se manda de manera más directa al público que esté más actualizado tecnológicamente, en este caso a las nuevas generaciones como los llamados milenials”. (Director de artes de Ogilvy, Entrevista, 2017)

A pesar de que las redes sociales se han vuelto la parte más importante de la publicidad, no han dejado atrás los medios tradicionales y no se ha encontrado un punto de enlace innovador entre ambos. Los mupis, vayas publicitarios, cuñas radiales y los espacios televisivos son siempre parte importante de la publicidad de la cual no se han podido despegar.

Tomado de las palabras del director de artes de Ogilvy, a pesar de que hubo un cambio enorme de lo tradicional a lo digital, en el periodo de 2011 a 2014, la publicidad actualmente está estancada en la generación y búsqueda de nuevos seguidores para las páginas web, la obtención de likes y en dinámicas para premios. Incluso, la parte que intenta mezclar lo impreso con lo digital, se ha quedado estancado con el solo uso de links y hashtags. Sin evolucionar a algo que vuelva ambos medios uno solo de manera más interactiva. (Director de artes de Ogilvy, Entrevista, 2017)

Se puede percibir que, con los medios digitales, la publicidad recibida es más personal y ha logrado penetrar de manera más específica a las experiencias y emociones de cada persona en el público. Además, la comunicación que se tiene con cada usuario se puede evaluar de forma más inmediata que con otros medios. (Director de artes de Funes y Asociados, Entrevista, 2017)

Cómo se decide en cual campaña se va utilizar ilustración y no fotografía, es una de las interrogantes de la entrevista y los participantes comentaban que, para poder utilizar ilustración, lo más importante era un acuerdo con los clientes para el uso del recurso. También, el contenido a publicitar, necesita tener

características para que la ilustración fuese empleada para ello, si es una marca muy seria no se podría usar. Se mencionó que, usualmente, las marcas que toman la ilustración para sus campañas son las que se dirigen a un público infantil o que quieren cambiar completamente su forma tradicional de publicitarse y optan por la ilustración, así como han hecho Míster Donut y agua cristal. (Director de artes de Ogilvy, Entrevista, 2017)

Otro motivo muy importante para decidir que la ilustración sea utilizada, es el presupuesto con el que se cuenta en la campaña. Actualmente, comentaban los entrevistados, que los presupuestos eran cada vez más bajos y debido a ello las campañas se lanzaban más al área digital y no permitían conseguir pactar con ilustradores fuera de la agencia, para un trabajo más especializado como el que ofrecen los exponentes antes mencionados.

2.3.2 Exponentes

La ilustración, como se ha mencionado en el capítulo anterior, ha sido parte de la comunicación para expresar un mensaje de forma más clara o de apoyo para un texto; por lo cual, es necesario conocer quiénes son las personas que se encargan de realizar las ilustraciones. Ya que ellos han sido capaces de convertir de manera creativa, comprensible y simplificada, ideas escritas a imágenes.

Esto es importante ya que hay muy poca información del tema. Es evidente la falta de conocimiento de la ilustración salvadoreña, sobre todo de los exponentes que antes realizaban este tipo de trabajo; por lo tanto, se busca

dejar un registro sobre los exponentes que sobresalen en la actualidad, dentro del medio publicitario.

En la actualidad, en El Salvador no existe una carrera específicamente para ilustradores o un título que acredite como tal a nivel académico, lo más cercano es una carrera en artes plásticas o diseño gráfico. Por ello, a la hora de pensar en profesionales idóneos para la realización de las ilustraciones, los entrevistados han señalado que los licenciados en diseño gráfico son los indicados. Se considera que, si un diseñador posee la capacidad de ilustrar, es un excelente complemento a su trabajo.

Sin embargo, dentro del medio artístico en el país, se han hecho acreedores de ser llamados ilustradores, un grupo muy pequeño de personajes que a pesar de no contar con un título que los acredite como tal, han sido reconocidos por sus habilidades al momento de ilustrar. Entre ellos están: Edmundo Landaverde conocido como MUNDO; Miguel Membreño; Simón Varela; entre otros; quienes han ayudado a que la ilustración sea más reconocida en el país.

Algunos de los personajes referidos atrás, han trabajado para grandes marcas establecidas en el país en sus campañas publicitarias como: Mister Donut, La Constancia, Yamaha y Agua cristal. Es válido aclarar que, esto se trabaja en conjunto con la agencia de publicidad responsable de la campaña de las diferentes marcas.

A continuación, se detalla a los exponentes y sus acciones en el campo publicitario y artístico en el país.

Simón Vladimir Varela

Simón Vladimir Varela, salvadoreño originario de Quezaltepeque. Emigró con toda su familia a los Estados Unidos a los 15 años, luego de un breve paso por la carrera de Arquitectura y en contra de la voluntad de su padre, decidió estudiar lo que más le apasionaba: El dibujo.

Inició sus estudios en la escuela de dibujo, Art Center College of Design de Los Ángeles, en California. Su talento para crear mundos fantásticos lo llevaron a trabajar en el cine con grandes estudios cinematográficos como Pixar y Warner Brothers, con ilustraciones a blanco y negro.

Realizó bocetos con la que obtuvo éxito a nivel internacional en películas como “Buscando a Nemo”, producción de cine más taquillera de 2003; “El Libro de la Vida”, para la cual fue el diseñador de animación, involucró a varios artistas nacionales en la realización del proyecto; “Scooby Doo” y “La Era de Hielo”; para la cual creó el personaje del tigre llamado “Diego”. Técnica de carboncillo, prefiere dibujar de manera tradicional en papel, a mano alzada, “... ni toco la computadora. Yo dibujo a mano, porque me gusta ensuciarme con mis materiales...” (Entrevista, Simón Varela, para El Salvador.com 2015).

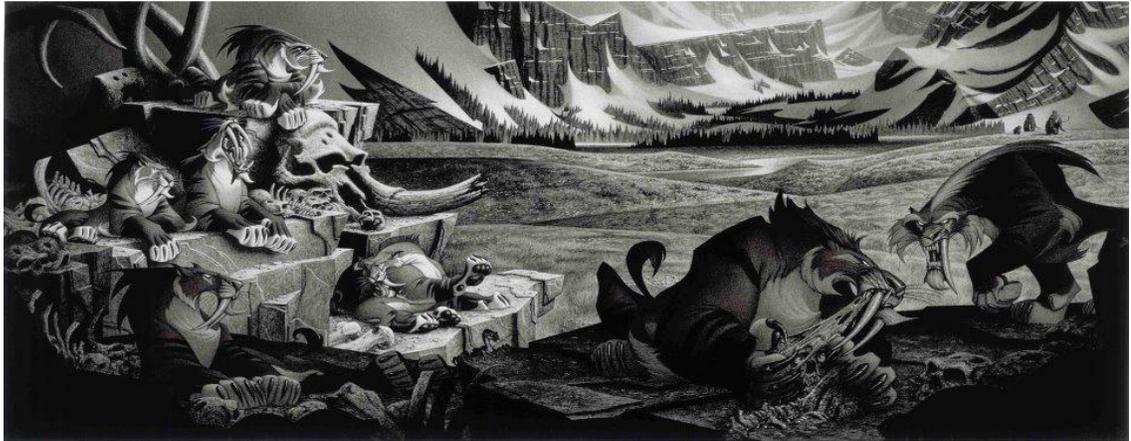


Imagen 12, Boceto de Simón Varela, para la película La era de hielo.
recuperado <http://zarquis.blogspot.com/2013/04/simon-varela-un-salvadoreno-de-talla.html>

Realiza un estudio previo de los personajes, temáticas, ambientación, etc., para la creación de nuevos mundos y personajes de fantasía.



Imagen 13, Simón Varela junto a sus ilustraciones.
recuperado <http://zarquis.blogspot.com/2013/04/simon-varela-un-salvadoreno-de-talla.html>

El diseñador de producción visual salvadoreño Simón Varela, sigue abriendo brecha en la industria cinematográfica con sus dibujos. En El Salvador, participa en talleres y ponencias donde enseña sobre ilustración; un ejemplo de ello es en el Festival de Ilustración FIST, realizado en el Museo MARTE, en donde a través de talleres, ha enseñado sobre las técnicas de visualización y dibujo.

También ha realizado ponencias, acerca del desarrollo de su carrera y cómo logró entrar al mundo cinematográfico, alentando a aquéllos que quieran trabajar de la ilustración y animación.

Edmundo Landaverde Jandres

Edmundo Landaverde Jandres, conocido como “Mundo”, nació el 4 de marzo de 1983, quien bajo la filosofía “hay que hacer lo que te gusta” se sumergió en el mundo de la ilustración.

En 2009, participó con una ilustración para el libro tributo a “Darkstalkers”, video juego de la empresa Capcom, y fue publicado por la editorial canadiense UDON, especializada en la publicación de comics y libros de arte de famosas franquicias de videojuegos japoneses. (Entrevista, Edmundo Landaverde, para diario digital El Blog, 2014)

En la actualidad, es cofundador de Fream Freak Studios; un estudio de animación y realiza ilustración para el diario digital El Blog, donde se muestra su estilo caricaturista.



Imagen 14, Captura de video promocional para Mister Donut.

Recuperado de

(<https://l.facebook.com/l.php?u=https%3A%2F%2Fwww.youtube.com%2Fwatch%3Fv%3DZP5EnARR2cM&h=ATPVXJ8VFmzgukGeHZg7JBAD91jd79CPFPeMiDYZeBp3YaBaLRxhqxaV4uAWGNgamBEAglrtczEHy-h2Z9CxAX5luvAfdkoadDlzCKykHXeswIE4do>)

Miguel Membreño

Dibujante y Licenciado en Diseño gráfico, ha enfocado su carrera profesional a la ilustración independiente, en donde ha incursionado en campos como el diseño, la publicidad, editorial, comics, producción audiovisual (publicidad y cine), animación y desarrollo de videojuegos independientes.

Ha participado en diversas exposiciones y publicaciones locales e internacionales. Actualmente, aparte de la ilustración, enfoca su carrera profesional en el desarrollo de concept art para industrias de entretenimiento.

“Antes que nada, dibujo desde que tengo uso de razón, pero fue hasta que decidí estudiar diseño gráfico en la universidad que descubrí la ilustración y para ser preciso fue por medio de un taller impartido por Edgardo Najarro (Ilustrador Ingles). A partir de ahí, me di cuenta de que mi afición por el dibujo podía ser parte de una disciplina más comercial, ya que me encantaba el diseño, la ilustración fue el camino perfecto para poder mezclar ambas disciplinas.

Comencé a trabajar dibujando storyboards para pequeñas productoras. Con el tiempo mi trabajo fue pasando por varias manos y tuve la suerte de seguir trabajando con más casas productoras, después agencias de publicidad y estudios.

Mejorando técnicamente, aprendiendo mucho más, incluso afuera que en la misma universidad y, al mismo tiempo, no dejé de practicar e ilustrar en los años restantes de mi carrera, tanto así que realicé dos portafolios de graduación, uno de diseño y otro de ilustración.”

“Con el tiempo me di cuenta de que si lograba llevar de forma inteligente mis finanzas podía sobrevivir trabajando de esto, a pesar de no tener trabajo todo el tiempo, y mientras no tenía trabajo practicaba y realizaba proyectos personales para atraer más clientes y así fue, hasta que descubrí el "concept art", que resulto un campo totalmente nuevo y atractivo, el nivel de calidad de las

ilustraciones es impresionante, decidí tratar de estudiar de forma autodidacta concept art.

Y de esa manera dedique casi un año completo en tratar de pulir y aprender mi técnica para poder dedicarme a eso tomando 3 cursos en total en estas tres academias en línea: Schoolism, LearnSquared y CGMaster Academy.



Imagen 15. Arte realizado por Miguel Membreño para agua cristal.

recuperada. (<http://brandmediaelsalvador.blogspot.com/2015/06/agua-cristal-nos-muestra-como-llenarnos.html>)

Esto significó una inversión considerable, comenzaron a salir proyectos para trabajar como concept artist con proyectos pequeños de videojuegos independientes para móviles fuera del país, y para concluir en este momento me encuentro trabajando siempre como ilustrador y tratando de terminar un

portafolio que me permita aplicar a un estudio en el extranjero y buscar más estabilidad ya que no ha sido fácil.” (M. Membreño, Ilustrador y diseñador gráfico independiente, comunicación personal, 28 de febrero de 2018)

Dentro del mundo publicitario estos personajes son los más reconocidos, ya que cuando se realizaron entrevistas en las agencias de publicidad dijeron que son ellos a los que subcontratan como ilustradores y animadores para las campañas publicitarias en las cuales el presupuesto es amplio y permite contratar especialistas.

Cabe mencionar, que fuera de la rama publicitaria existen ilustradores conocidos y con mucho talento.

Debido a que, en esta investigación, no corresponde el ámbito artístico de la ilustración, no se profundiza en los exponentes; solo se hace mención del ilustrador más sobresaliente a nivel internacional: Simón Varela.

Dentro de la publicidad, los exponentes son los diseñadores que trabajan dentro de la agencia publicitaria.

Esto varía según la demanda del cliente y al presupuesto disponible. Es decir, si quieren una campaña con ilustradores especializados como por ejemplo MUNDO, deben de tener el presupuesto para contratarlo, porque es un costo aparte de la agencia de publicidad, debido a que trabajan como “freelancer”. Según APEX BBDO, en su campaña publicitaria para agua Cristal, en la cual se

animaron las ilustraciones de gotas de agua, el presupuesto del cliente permitía subcontratar a ilustradores y animadores especializados, pero cuando esto no es posible son los diseñadores quienes ilustran, aunque no sea su campo de especialización. (Director de artes de Ogilvy, Entrevista, 2017)

2.3.3 Medios impresos

Los medios actualmente más utilizados para difundir todo tipo de publicidad, ya sea ilustrada o con fotografía, son según todas las personas entrevistadas, los medios digitales, ya sea en páginas web o redes sociales, lo digital es lo más visto por el público joven. (Director de artes de Funes y Asociados, Entrevista, 2017)

A pesar de esto, los medios impresos como vallas, mupis, revistas y periódicos no se han vuelto del todo obsoletos y son de gran apoyo a los medios digitales, ya que siguen siendo la forma más fácil llegar, a través de ellos, al público en general. (Director de artes de Ogilvy, Entrevista, 2017)

Para la investigación, son necesarios medios que tengan un registro frecuente. Para ello, se han tomado los periódicos como referencia para la obtención de muestras de ilustraciones realizadas para publicidad, específicamente El Diario de Hoy y La Prensa Gráfica ya que estos son los que se encuentran, sin falta, en la colección de la Hemeroteca en la Biblioteca Nacional de El Salvador.

Por medio de las entrevistas realizadas a diseñadores y publicistas de agencias publicitarias pertenecientes a la Asociación de Agencias publicitarias

salvadoreñas, se logró entender que los periódicos, sin ser el medio con mayor influencia publicitaria como en los años 80s y 90s, siguen siendo importantes para la publicidad porque, para los anunciantes, son medios con bastante trayectoria y, por ello, se constituyen como un lugar confiable en el cual publicar. Especialmente en los periódicos antes mencionados, que han sido los de mayor circulación. (Director de artes de Ogilvy, Entrevista, 2017)

Cabe mencionar que en el año 2010, La Prensa Gráfica imprimía un tiraje de 100,000 ejemplares, para el año 2017, solo se imprimen 70,000. Esto debido a la expansión y utilización de los medios digitales, no solo para la difusión de publicidad, sino también para la difusión de noticias.

Incluso, ambos periódicos poseen su página web, en la que la actualización de noticias es más inmediata, pero en la que no se cuenta con anuncios publicitarios, como los hay, en sus páginas impresas.

Conclusiones previas

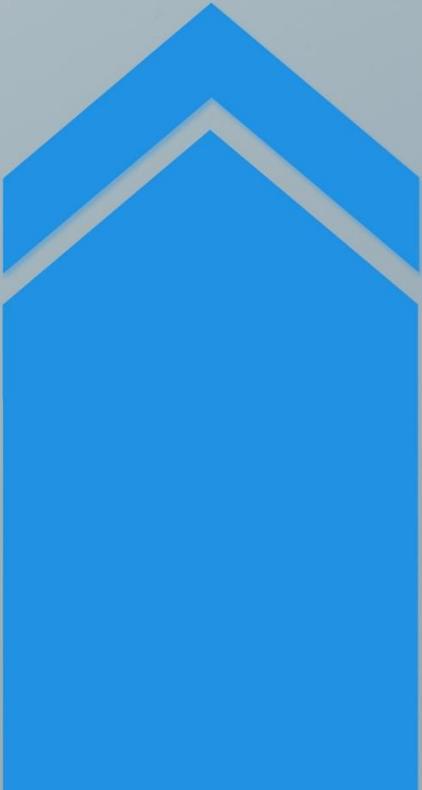
En conclusión, a lo antes expuesto se puede decir que la ilustración dentro de la publicidad en El Salvador es muy escasa. Además de ello, es poco conocida y no son muchos los que han logrado utilizarla con gran éxito en sus campañas. Como se observa, son pocas las marcas que han logrado impactar con la utilización de ilustraciones, para darle una imagen renovada a sus anuncios.

Los exponentes que se han tomado en cuenta como más sobresalientes en el tema de ilustración, son reconocidos a nivel nacional e internacional debido a su propio esfuerzo por sobresalir y no porque el medio los haya puesto en ese lugar, solo por sus dotes de artista ilustrador.

Además, podemos concluir que es necesario tomar en cuenta a los periódicos tradicionales para el conocimiento de la evolución de la ilustración publicitaria, por su forma de guardar registro, más que por su nivel de efectividad, para difundir el mensaje publicitario actual.



CAPITULO III
RESULTADOS DE
LA INVESTIGACIÓN



RESUMEN DEL CAPITULO

Con el objetivo de generar mayor claridad en los planteamientos de esta investigación, se proponen las referencias visuales y artes gráficas, como la mejor opción de un emisor, ya sea en el ámbito científico, periodístico o publicitario, para presentar un mensaje determinado. Por ello la investigación en proceso de grado, “La ilustración contemporánea salvadoreña en la industria publicitaria del año 2000-2016”, fundamenta con una “Muestra práctica”, que busca presentar los hallazgos de la investigación de una forma más clara y concisa, a partir de los objetivos planteados, y expuestos en cada uno de sus apartados. Investigando los acontecimientos que marcaron una evolución en esta rama publicitaria, se obtendrá un panorama más completo de su desarrollo.

Se presentan los avances históricos, sus representantes en los diferentes periodos de tiempo, y técnicas utilizadas. También se registran las instituciones que impulsaron el rubro de las artes gráficas hasta consolidar el recurso de la ilustración, con un mayor fundamento y solidez. A la vez, se deduce por medio de las muestras obtenidas, el proceso en el cual, los ilustradores evolucionaron sus técnicas para facilitar y mejorar el trabajo proporcionado a sus empleadores, a partir de, corrientes tanto nacionales como internacionales.

Muchas de las veces, influenciados por compatriotas que adquirieron sus conocimientos fuera del país y fundaron escuelas o influenciaron con novedosas formas de trabajar.

3.1 Muestra Práctica

La muestra práctica y el resultado práctico de la investigación teórica y empírica, busca exponer la investigación de una forma clara y atractiva al lector, En ella se exponen, los resultados de la investigación. Se profundiza en el diseño aplicado en la muestra, para entender su finalidad simbólica y comprender a la complejidad, la información de la investigación.

En principio, se define la imagen visual utilizada en la “Muestra Práctica” de la investigación, con base en los colores, tipografía y formas utilizadas. Posteriormente se profundiza en los hechos históricos de la investigación, en los exponentes y puntos claves de las campañas de publicidad entre los años 2000 al 2016.

Cada apartado de la “Muestra

Práctica” responde a un objetivo de la investigación.

3.1.1 Formas:

Debido a que una de las finalidades principales de la muestra práctica, es generar una línea de tiempo con base en los acontecimientos más importantes de la ilustración en El Salvador, se optó por imágenes lineales con puntas de triangulo, las cuales simbolizan flechas o líneas continuas, como fundamento de los hechos que guiaron e influenciaron en el desarrollo de la ilustración.



Imagen 1. Forma. Fuente: Elaboración propia de la investigación.

3.1.2 Tipografía:

La tipografía utilizada en la muestra práctica es “Tahoma” por la claridad y legibilidad de sus formas, y su adaptación al diseño establecido.

Aa Bb Cc Dd Ee



Imagen 2. Portada. Fuente: Elaboración propia de la investigación.

3.1.3 Color:

Los colores son muy importantes para crear mayor claridad y vistosidad en el contenido planteado. Por ello, la paleta cromática de la muestra, varía según el apartado de información, contrastando con el fondo y combinándose con el siguiente apartado, dando mayor realce a la información a presentar.

-COLOR BASE: En busca de crear una similitud con las corrientes de publicidad que utilizan ilustración con base en colores sobrios, para generar un escenario elegante y limpio. Consta de una degradación de tonos grises azulados como fondo, lo cual crea un punto de contraste y enlace entre los colores vivos que están en los diferentes apartados, y a su vez con los recursos visuales presentados en cada diseño, como se ejemplifica en la imagen 3, que presenta el contenido de la investigación en el índice de la “Muestra Práctica”, y con ello el color asignado a cada uno de los apartados a desarrollar en la investigación.



Imagen 3. Índice. Fuente: Elaboración propia de la investigación.

-EL COLOR EN LOS APARTADOS DE INVESTIGACIÓN: La paleta cromática utilizada en los apartados, busca contrastar con el color base y reforzar la información presentada en cuanto al texto e imágenes. Haciendo una distinción en cada uno de los apartados, asignados con un color específico. Como puede verse a continuación en la imagen 4.

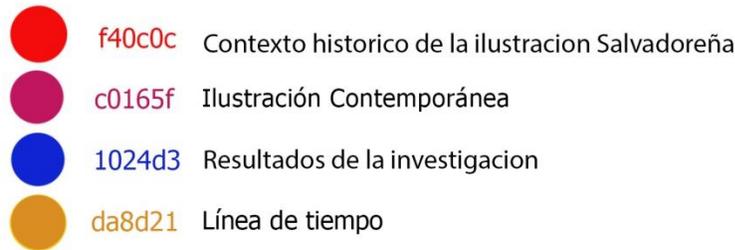


Imagen 4. Colores. Fuente: Elaboración propia de la investigación.

El blanco se convierte en un tono de base como refuerzo en símbolos y texto, por su capacidad de combinar y contrastar con colores, con un alto nivel de saturación.

A continuación, se presenta el primer apartado de la investigación, que trata acerca de los inicios de la ilustración en El Salvador. Y posteriormente se expondrán cada uno de los apartados como lo ejemplifica la imagen 3.

3.2 Contexto histórico de la ilustración en el salvador

La relación entre arte, ciencia y tecnología es una relación que ha estado presente en cada paso de la humanidad. Los avances tecnológicos dan la pauta, para alcanzar a mayor número de personas, y la invención de la imprenta por Gutenberg, fue uno de los avances más grandes para masificar y difundir la información, como posteriormente lo fue la radio, televisión y más recientemente el internet con las aplicaciones y redes sociales. El primer apartado, plasma los inicios no solo de la ilustración en El Salvador, sino el inicio de El Salvador como país y estado independiente en 1821; enmarca la necesidad que vivió la sociedad de esa época, de mostrar estos hechos

gráficamente a partir de los recursos existentes, en donde el periódico se constituye en el principal medio de comunicación para masificar la información. Este tuvo un gran auge desde la invención de la imprenta, y la ilustración era la herramienta para ejemplificar dicha información, hasta la llegada de la fotografía.

En la imagen 5, se plasman los primeros ejemplares de recurso visual utilizados para diferentes medios, desde lo político, hasta los medios de comunicación como periódicos.



Imagen 5. Inicios. Fuente: Elaboración propia de la investigación a partir de diversas fuentes, detalle en la imagen 6.

Cada uno de los recursos visuales en la investigación, abonan documentación muy importante en los acontecimientos históricos; son estos recursos visuales los que plasman parte de fundamental de los hechos de país. Estos están planteados en la imagen 5, y detallados a continuación en la imagen 6.

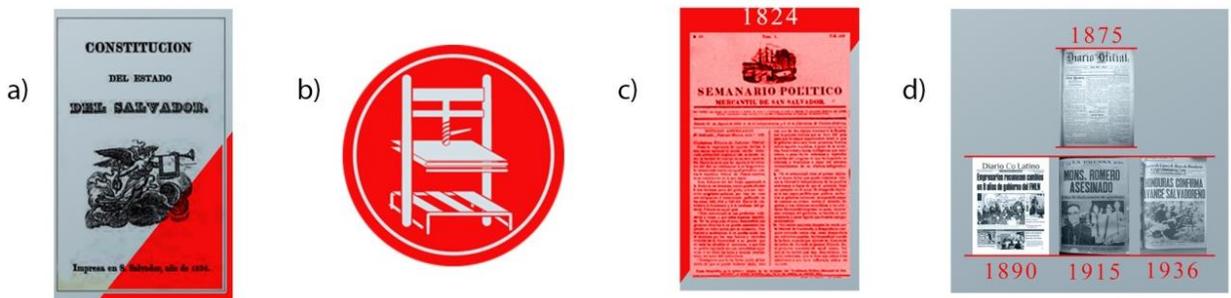


Imagen 6. Detalle de imagen 5: a) Palomo, j., 2017 “Constitución del Estado de El Salvador b) ícono elaborado por equipo investigador, 2017; c) y d) portadas periódicos varios.

a) Constitución de El Salvador, 12 de junio de 1824

Se enfatiza la necesidad de presentar un recurso ilustrativo que refuerza al texto en un documento de tal trascendencia, tanto en documentos de difusión pública en periódicos, como en documentos legales y políticos como lo fue en la constitución Salvadoreña.

b) Símbolo de referencia de las primeras imprentas utilizadas en El Salvador

c) Primer periódico en El Salvador, “Semanario Político Mercantil de El Salvador”, resultado de la institución de la primera imprenta.

d) Muestra de la fundación de otros periódicos, resultantes del crecimiento y expansión de la imprenta en El Salvador.

La ilustración como elemento gráfico, ha estado presente en todos los medios de comunicación, adaptándose al mensaje que el emisor desea plasmar. Con el objetivo de registrar los principales acontecimientos del rubro de la ilustración en El Salvador y su desarrollo, se expone al primer ilustrador registrado en la historia del país, y parte de su desarrollo como artista.

3.2.1 Francisco Cisneros

Es considerado el primer artista de formación académica de este país. En la época de este artista en el país aun no existían instituciones de formación artística, por lo que Cisneros en sus inicios, tuvo una formación autodidacta y de experimentación técnica. En 1835 ingresa a la escuela de la maestra guadalupe en San Salvador y aprende a leer y copia las ilustraciones del texto parvulario “El Inspector”. Posteriormente, en 1855 Cisneros viajó a Paris donde elaboró copias de obras maestras.

Con un estilo más documental y realista; las ilustraciones buscaban retratar la realidad, un enfoque diferente al que se propone actualmente en las agencias y marcas en las ilustraciones, donde se prioriza un estilo único y diferente, que simulen un universo gráfico especial para el mensaje que se desea transmitir.

En la imagen 7 se presenta, un diseño que muestra datos importantes de la vida de Francisco Cisneros, su desarrollo académico, así como parte de sus obras, piezas que muestran el estilo y técnica que empleaba este artista salvadoreño.

Como fondo del diseño de la imagen 7, se presenta una de las piezas de Francisco Cisneros: Vista de la plaza de San Salvador, una litografía basada en sus dibujos. También se presenta otra litografía del general Francisco Morazán, según la técnica y el estilo gráfico que implementaba Cisneros en sus obras.

La técnica de la litografía es un procedimiento de impresión que consiste en trazar un dibujo, texto o fotografía en piedra calcárea o una plancha metálica.



Imagen 7. Cisneros. Fuente: Elaboración propia de la investigación a partir de diversas fuentes. a) Cisneros, F., 1843-1844, Vista de la plaza de San Salvador; b) Cisneros, F., 1851, El general Don Francisco Morazán

Posteriormente, surgieron nuevas tendencias de ilustración, enmarcadas en las nuevas tecnologías, con el desarrollo y comercialización de dispositivos electrónicos y software especializados para ilustrar, lo que estimuló a nuevos ilustradores del país con estilos y técnicas diferentes, que se implementaron con la creación de nuevas herramientas y materiales para trabajar, hasta la llegada de la era digital, que ha transformado en muchas áreas, la manera de crear ilustraciones y hacer publicidad, desde la etapa de creación del material, hasta el proceso de difusión del mismo. Ha evolucionado constantemente en base a actualizaciones de programas digitales, y recursos virtuales. Los ilustradores pueden desarrollarse en muchas áreas, como la facilidad de comunicación y contacto a distancia por medio de internet. Los ilustradores muestran su trabajo en plataformas virtuales, las cuales incrementan su alcance.

3.3 Ilustración contemporánea: exponentes y medios

Este apartado plasma la sinergia entre ambas ramas. Como la ilustración consta de componentes que refuerzan un mensaje publicitario, creando contenidos que generan más atención y retención de un público específico. Siendo áreas distintas, la publicidad en el rubro de la mercadotecnia y la ilustración en las artes visuales, En un punto logran fusionarse y crear un producto más complejo, de esta forma se genera un mecanismo de fusión. Siendo la publicidad el elemento soldador, explotando al máximo cada uno de los elementos diferenciadores que proporciona la ilustración y que tanto necesita la mercadotecnia. Por ello en la “Muestra Práctica” se plasma la idea de líneas con direcciones opuestas pero que a su vez están fusionadas entre sí, como se muestra en la imagen 8 (abajo)



Imagen 8. Publicidad. Fuente: Elaboración propia de la investigación a partir de diversas fuentes. Diario Nuevo diciembre 1937 Pagina 24 y 30; La Prensa Gráfica, febrero-2001, Pagina 40; diciembre-2001 páginas 67, 72 y 94.

Otra área que se plantea en este segundo apartado, es la evolución de las artes utilizadas en los anuncios, y como están enlazados no solo a los diseñadores e ilustradores, sino también a los cambios tecnológicos. Como fue el uso del color sobre la tinta blanco y negro. Así también, se observa el uso de trabajos manuales contrastados con el arte digital, realizado por medio de software de pintado digital y más recientemente el uso del render en el 3D que ilustran muchos de los anuncios de la actualidad.

“Nosotros moldeamos las herramientas y después las herramientas nos moldean a nosotros”

Se exhibe el cambio en la evolución de las piezas de ilustración, pues hoy en día se cuentan con nuevas posibilidades tecnológicas y herramientas computacionales que aumentan enormemente las posibilidades del uso y la producción de imágenes, dada la facilidad de digitación, edición y manipulación, su disponibilidad instantánea en las redes de comunicación y la rentabilidad de los costos de distribución.

Al igual que existen muchas posibilidades, en cuanto a técnicas y herramientas análogas y digitales para crear piezas de ilustración, también existe una gran variedad de estilos gráficos que están vinculados con los ilustradores, quienes son los exponentes de gremio de las artes visuales en la ilustración. Cada estilo está fuertemente vinculado al ilustrador y a su desarrollo como tal, con base en sus estudios, influencias, y procesos de experimentación.

3.3.1 Exponentes

En el transcurso del tiempo, la ilustración se ha vuelto una rama muy popular, sobre todo en los jóvenes que tienen interés en las artes visuales y carreras afines, como el diseño gráfico o artes plásticas. Pero en el transcurso de la historia y del desarrollo de este rubro, han surgido representantes que abrieron brecha en la industria, con un estilo diferente y piezas que se colocaron en proyectos trascendentales que abrieron y acuerparon el crecimiento de la industria. Algunos de estos exponentes importantes se presentan en la imagen 9, y son: Francisco Cisneros, Antonio Salazar, Simon Varela, Miguel Membreño y Edmundo Landaverde. (Abajo)



Imagen 9. Exponentes. Fuente: Elaboración propia de la investigación a partir de diversas fuentes. a) Cisneros, F., 1843-1844, Vista de la plaza de San Salvador b) Antonio Salazar, 1930, "Skating Ring. c) Ilustradores Salvadoreños: Edmundo Landaverde, Simon Varela y Miguel Membreño, 2015.

Las empresas buscan ilustradores con estilos únicos, para generar de igual manera, anuncios publicitarios únicos, como los que se presentan en el siguiente apartado, donde se muestran aplicaciones de la ilustración en los periódicos en El Salvador, lo que permite explorar a profundidad cómo diferentes campañas de publicidad, y tras ellas, cómo las empresas presentan sus marcas utilizando este recurso artístico.

Con la finalidad de crear campañas innovadoras, las empresas buscan la creatividad de los ilustradores para generar una propuesta que se acople a la personalidad de la marca, y con ello presentar un anuncio que impacte en el público y sea memorable.

3.4 La ilustración en las campañas publicitarias en los periódicos del año 2000-2016

En el tercer apartado de la muestra práctica, se presenta la aplicación de la ilustración en las campañas publicitarias en El Salvador entre el año 2000 al 2016; en las cuales, se observan una diversidad de estilos, cuya finalidad es adaptarse a la campaña y generar una mejor expresión del contenido del mensaje. Así como la diversidad de técnicas que se han empleado para su realización, la muestra práctica busca resaltar en cada una de las imágenes expuestas, una muestra real de la utilización de este recurso visual en las campañas publicitarias en el transcurso de estos años.

En este apartado de la “Muestra Práctica” el material presentado está en orden cronológico, con base en las campañas publicitarias que llevan ilustración.

En dicho material, se abordan temas que profundizan el uso de la ilustración y la evolución de las campañas, en contexto con los factores propios de la industria.

La ilustración, es un componente muy importante para las campañas de publicidad de una gran variedad de marcas. Ofrece atributos que ayudan a reforzar el mensaje dirigido a un público meta.

En este apartado, la “Muestra Práctica” presenta las campañas publicitarias que utilizaron el recurso visual de la ilustración, en el periodo de tiempo entre los años 2000 al 2016, en meses seleccionados especialmente, esto debido a que en fechas importantes se genera un mayor uso del recurso de la ilustración en la publicidad de muchas marcas.

Diciembre por la navidad, febrero por el día del amor y la amistad, el día de la independencia, el mundial de futbol, Halloween, etc. Allí se plasman una serie de componentes que se aplican en las campañas de publicidad, en las cuales la ilustración respalda y complementa el objetivo de la campaña.

La investigación se centralizó en los periódicos de “La Prensa Gráfica” y “El Diario de Hoy”, en los meses de febrero y diciembre de los años 2000 al 2016, debido a que en estas fechas hay mayor utilización de este recurso visual. Razón por la cual, las marcas exponen la información gráficamente, de una

forma más atractiva y creativa. Con base en las referencias visuales y fotografías tomadas de los periódicos de las campañas de publicidad, en el periodo de tiempo del 2000 al 2016, se sustraen subtemas referentes a la utilización de la ilustración en las campañas de publicidad, y evoluciones de ésta en la industria, por diferentes factores que se explican a continuación.

Escala de grises

Resultados de la investigación



Año 2000

Este apartado se presenta el desarrollo de la ilustración en las diferentes campañas publicitarias, empleadas en los años 2000 al 2016, se presenta la evolución de la aplicación de esta herramienta visual, y como las nuevas tecnologías fueron integrando nuevas herramientas para su evolución.

ESCALA DE GRISES Y COLOR

En el año 2000 los anuncios comerciales impresos en periódicos se presentaban de 2 formas, en escala de grises (blanco y negro) o a color. Como se presenta en el anuncio de "Prado" (Izquierda) el uso de la ilustración está a color, pero la fotografía de sus productos está a escala de grises, caso contrario del ejemplo del pollo campero (derecha), en cual uno de sus anuncios es completamente en escala de grises y el otro es full color.



Pollo campero es una de las marcas que constantemente a utilizado la ilustración en sus anuncios comerciales, esto debido al uso de su mascota, la cual tiene un protagonismo en su línea gráfica, como se expone en su logo.

Imagen 10. Grises. Fuente: Elaboración propia de la investigación a partir de diversas fuentes. La Prensa Gráfica, febrero-2000, Pagina 20; diciembre-2000 pagina 31 y 44.

En los periódicos del año 2000, muchas de las imágenes no llevan color, y esto se mantiene en la publicidad. Aun siendo de una misma marca, solamente ciertas campañas son expuestas a color. Ejemplo la imagen 10; en la publicidad de la empresa "Prado". En día se realiza la información principal por medio del color rojo, siendo el color de la marca y a su vez enfatiza la fecha, ya que es

una pieza del mes de febrero, representativo del amor y la amistad, buscando generar un mensaje integral. También se enfoca el realce que proporciona la marca mediante el uso del color en una noticia o campaña determinada. Esto se nota en la comparación de los anuncios de la empresa “Campero”, en donde se presenta como una marca, realza un anuncio importante por medio de la impresión a color, con mayor vistosidad. La relevancia que una marca le proporciona a un mensaje, está vinculada al presupuesto invertido.

Publicidad internacional

Resultados de la investigación

Las imágenes presentadas en este apartado fueron retomadas de los periódicos de La Prensa Gráfica y El Diario de Hoy, entre los meses de febrero y diciembre, debido a que en este periodo de tiempo se celebran fechas y festividades importantes para la sociedad, las cuales dan la pauta para el uso de recursos gráficos más vistosos y creativos en los anuncios comerciales.

Año 2001

El uso del color no era indispensable para la publicidad en una marca, se optaba entre lanzar la publicidad en anuncios impresos en tonos de grises y en ocasiones a color. Ejemplo de la empresa “La Curacao”.

Año 2003

PUBLICIDAD INTERNACIONAL

La publicidad y el mercadeo en El Salvador no se limita a productos o marcas nacionales, las grandes empresas internacionales lanzan sus productos y servicios con innovadoras campañas a muchos países. Publicidad internacional: Es la difusión o divulgación que realiza una organización al exponer su producto o servicio de forma mundial, adaptándose a la cultura, creencias costumbres e idioma de cada país.



11



12

Imagen 11. Internacional. Fuente: Elaboración propia de la investigación a partir de diversas fuentes. La Prensa Gráfica, febrero-2001, Pagina 20 y 38; febrero-2003, Pagina 20, 78 y 118; diciembre-2003 Pagina 16, 31 y 44.

Muchas de las campañas de publicidad encontradas en los registros de La Prensa Gráfica, se presentan en muchos países a nivel mundial no únicamente en El Salvador o Latinoamérica, con un mayor alcance, consiguiendo un mejor

posicionamiento de su marca en el mercado internacional. Estas campañas son utilizadas por grandes franquicias, como la empresa “KFC Kentucky” como se muestra en la imagen 11.

Fechas y acontecimientos importantes

Resultados de la investigación

FECHAS Y ACONTECIMIENTOS IMPORTANTES

La publicidad se adapta a muchos factores externos que generaran mayor potencial de alcance a sus mensajes, uno de estos factores son las fechas y las festividades. En un proceso de planeación y proyección anticipadamente. Entre los personajes más destacados en la publicidad del mes de diciembre se encuentra Santa Claus, como figura simbólica de la fecha.

Podemos notar su adaptabilidad en las siguientes imágenes.



La Navidad es una de las fechas con más movimiento comercial, debido a que los consumidores establecen esa época para comprar productos, con el objetivo de regalar o invertir en sí mismos, debido a esto las empresas buscan adaptarse a esta fuerte corriente y exponer sus marcas.



2006



2009

El mundial de futbol o el día del amor y la amistad son acontecimientos muy importantes, que traen consigo un gran impacto en la sociedad, por lo que también se convierten en fuertes estímulos comerciales.



13



14

Imagen 12. Fechas. Fuente: Elaboración propia de la investigación a partir de diversas fuentes. La Prensa Gráfica, febrero-2006, Página 24; diciembre-2006, página 16; junio-2006, página 24 y 108; diciembre-2009, página 31 y 64.

La publicidad se adapta a los acontecimientos y fechas importantes, busca explotar todos los factores que puedan impulsar la difusión de sus marcas y los mensajes que cada una de ellas lleva implícitamente; fechas como la navidad, el día del amor y la amistad, acontecimientos como el mundial de futbol, etc. Como se ve en el ejemplo en la imagen 12, en fechas como la navidad (protagonizada por santa Claus) y el mundial de futbol de Alemania 2006.

Estas fechas, también están fuertemente enlazadas a tradiciones culturales que generan un gran movimiento comercial, impulsando el consumo. Por ello, las empresas crean campañas y dinámicas, que se adaptan a esos acontecimientos regionales o mundiales.

Productos y servicios

Resultados de la investigación

Año 2010

▶ PRODUCTOS O SERVICIOS

La publicidad de las marcas expone sus productos y servicios con el fin de comunicar el mensaje adecuado para lograr incrementar su consumo. Pero cada marca ofrece algo muy diferente, por lo que la campaña de publicidad debe ser específica para lograr tener los resultados satisfactorios. Hay campañas que muestran productos y otras que muestran servicios, una de las principales diferencias entre ambos tipos de segmentos es la intangibilidad. Cuando se trata de la venta de un producto, consigues cuantificar, pues se está hablando de algo físico.



15

Año 2011



16

LA PUBLICIDAD CONSTANTE

La publicidad constante es esencial para las marcas, ya que con ello alcanzan a aumentar el reconocimiento, ampliar el alcance y captar la atención del público. Debido a que si el consumidor no la tiene presente indirectamente, el consumidor puede interpretar que está en un segundo plano en comparación con la competencia. Las mascotas juegan un papel muy importante en el seguimiento de una marca, ya que en su constante publicidad el personaje de la marca ayuda a variar la percepción del público hacia esta.

Imagen 13. Productos. Fuente: Elaboración propia de la investigación a partir de diversas fuentes. La Prensa Gráfica, febrero-2010, Página 28 y 64; diciembre-2011, página 35 y 92.

Las campañas publicitarias pretenden alcanzar objetivos específicos para su marca, a partir de los bienes o servicios de la empresa. Por lo que una idea creativa es muy importante en la campaña, lograr enfatizar y promover los puntos fuertes de su marca. Debido a la intangibilidad de los servicios, y la vistosidad que pueda tener un producto físico. La imagen 13 en la campaña de “Tigo” y “Mister Donut”, ejemplifica cómo estas empresas utilizan la ilustración

para complementar un mensaje determinado. A partir de ideas claras, resalta los beneficios y las propuestas que cada marca ofrece. Ya sea a través de un producto atractivo, sabroso o vistoso o un servicio que presenta sus beneficios, por medio de la recreación de escenas agradables al momento de obtener dicho servicio que se está publicitando.

Publicidad constante

La publicidad constante ayuda a que la marca esté presente en la mente del consumidor, al convertir sus productos en posibles candidatos a adquirir frecuentemente. Es una forma de refrescar su marca. Ejemplo: imagen 13.

Estilos Gráficos

Resultados de la investigación

Año 2012

ESTILOS GRAFICOS

Un factor muy importante en el medio de la ilustración, es la caracterización de las ilustraciones por medio de sus estilos gráficos, esto también repercute en las ilustraciones publicitarias, dado que lo que buscan es proponer material diferenciador y creativo. Entre las cosas que delimitan el tipo de estilo de ilustración para una campaña son, el target o público meta, ya que la ilustración debe ser agradable para este público y estimularlo a accionar de una determinada manera.

Otro de los factores que delimitan un estilo de ilustración es la técnica y las influencias en las que se allí desarrollado el ilustrador. Lo que podría ser adecuado para una campaña podría no encajar para otras.

Año 2015

NUEVAS TECNOLOGIAS 3D

El afán de los anunciantes por sorprender al público cambia la forma de hacer publicidad

La tecnología es uno de los factores que marcan las pautas para el desarrollo de muchos rubros, la publicidad no es la excepción, ya que con ella se crean nuevas opciones de procesos y propuestas gráficas. El recurso del 3D es muy utilizado en la publicidad, con imágenes modernas y una propuesta fresca.

17

18

Imagen 14. Estilo. Fuente: Elaboración propia de la investigación a partir de diversas fuentes. La Prensa Gráfica, septiembre-2012, Página 18; diciembre-2012, página 62; diciembre-2015, página 42 y 71.

El estilo de la ilustración es muy importante para lograr transmitir un mensaje adecuado, con mayor impacto al público meta que se desea alcanzar. En la

parte izquierda de la imagen 14, se contrastan 2 estilos muy diferentes pero adecuados para la personalidad de la campaña y la marca. Estos fueron utilizados en el año 2012, por las empresas “Mister Donut” y “Coca-Cola”.

Nuevas tecnologías 3D

Al evolucionar los avances tecnológicos, muchas áreas se benefician, y el caso de la ilustración en la publicidad no es la excepción; con nuevos recursos que facilitan la fabricación de material visual, incrementan el número de opciones que este rubro ofrece. Ejemplo, en el área derecha de la imagen 14, la cual muestra el uso de la tecnología 3D como recurso ilustrativo. Con este estilo las marcas presentan a sus personajes con una apariencia renovada y actualizada.

Creatividad e innovación

La creatividad es esencial en las campañas de publicidad, cada campaña debe tener un factor diferenciador para ser memorable, por lo que no se trata de trabajar con tecnología de punta solamente, sino presentar un material innovador y creativo que capte la atención del público meta.

Es allí donde radica el verdadero trabajo de la agencia de publicidad y del ilustrador, en la muestra de un material creativo, que genere un mensaje agradable y memorable. La ilustración se vuelve una herramienta para que ese mensaje sea diferente. Tanto lo visual como el concepto fundamental del mensaje, debe fusionarse. El concepto, el producto y el arte gráfico, crean una sinergia con la finalidad de conducir la información de una forma integral, con la

finalidad de ser bien recibida por la audiencia, y con ello generar una reacción en el público meta, y posicionar la marca en la mente de los consumidores como una opción frecuente. Ejemplo: imagen 15.



Imagen 15. Innovar. Fuente: Elaboración propia de la investigación a partir de diversas fuentes. La Prensa Gráfica, diciembre-2016, página 60, 64 y 119; enero-2016, página 13, 67 y 112.

Como parte de los resultados obtenidos mediante las muestras de ilustraciones en anuncios publicitarios de los periódicos: La Prensa Gráfica y EL Diario de Hoy, durante el periodo de 2000-2016, se pueden clasificar los cambios y similitudes que muestran las diferentes muestras gráficas.

• 2000-2002

Durante este periodo, se observó el uso de ilustraciones en blanco y negro en su mayoría, a color se encuentran pocas muestras, con colores planos sin uso de volumen, degradados y líneas bien marcadas, principal uso de mascotas o personajes según época del año como Santa Claus.

- **2003**

Similar a periodo anterior, la diferencia más notoria es el mayor uso de color, personajes básicos y simples.

- **2004**

Las ilustraciones, poseen las mismas características que años anteriores, el cambio más evidente es la intervención de fotografía con ilustraciones.

- **2005-2006**

En este periodo se observó un mejor manejo de luces y sombras para crear volumen y tridimensionalidad a las ilustraciones.

- **2009-2010**

Disminuye el uso de ilustraciones en blanco y negro, uso de colores más brillantes, principal uso de mascotas con mejorar en líneas, color y volumen, intervención fotográfica con ilustración.

- **2012-2015**

Durante este periodo, se innovaron los anuncios publicitarios utilizando el 3D, esto hace más realista las imágenes y mejora la calidad, muestras a full color.

- **2016**

Continúa el uso del 3D, anuncios a color, intervención de fotografía, aplicación de material design.

3.5 LINEA DE TIEMPO

3.5.1 La ilustración salvadoreña.

En la línea de tiempo se plantean los acontecimientos históricos más trascendentales del rubro de la ilustración en El Salvador, su fusión con la publicidad y el impulso que esa fusión ocasionó en el medio, dando como resultado acontecimientos muy importantes, como la fundación de espacio para su mayor desarrollo y la influencia hacia jóvenes, para desenvolverse en esta área, creando un movimiento de ilustración entre el arte y la publicidad.

Está dividida en 2 líneas temporales con base en los acontecimientos históricos. Una de ellas enfocada en los acontecimientos relacionados al rubro de la ilustración. La segunda presenta hechos importantes de El Salvador.

3.5.2 Línea de tiempo: Ilustración

Se presentada por una línea color gris oscuro, que presenta una ruta protagonizada por la ilustración en los hechos históricos. Además de la fundación de instituciones y los espacios que se abrieron para su implementación.

Los acontecimientos están simbolizados por figuras representativas, y buscan ilustrar momentos muy importantes de cada uno de los hechos sucedidos. Se

han tomado los puntos históricos que en la investigación mostraron ser muy importantes para la formación, fortalecimiento y aplicación de este rubro visual.

3.5.3 Línea de tiempo: Hechos de país

La segunda línea de tiempo expone los acontecimientos más importantes sucedidos en El Salvador con relación al fortalecimiento del área gráfica y publicitaria, que abrieron la brecha para su desarrollo y evolución, y enfoca los inicios de instituciones que dieron pie al fortalecimiento de esta área. Contemplando los inicios de El Salvador como país en 1821, la apertura del primer periódico en 1824, universidad, etc.

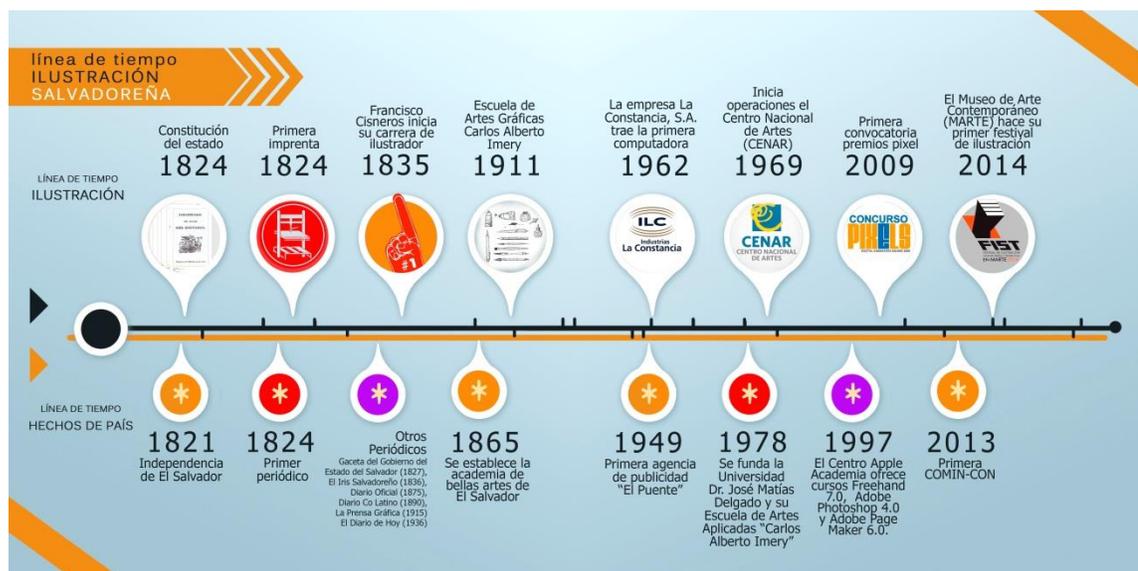


Imagen 16. Tiempo. Fuente: Elaboración propia de la investigación a partir de diversas fuentes. a) Palomo, j., 2017 "Constitución del Estado de El Salvador b) iconografía

En la industria publicitaria las expectativas que se plantean hacia sus productos, son muy altas, al igual que los retos, por ello las campañas publicitarias deben llenar en su totalidad todos los objetivos fijados. Como se presenta en este

apartado, donde se plantean algunas de las campañas publicitarias con ilustración entre los años 2000 al 2016. Se exponen puntos muy importantes que deben solventar las agencias de publicidad y los ilustradores. Cómo es el avance en la tecnología, aprovechar las fechas importantes, el estilo gráfico diferenciador, entre otras. Todo con la finalidad de crear la reacción esperada en el público meta.

En la línea de tiempo se plantea gráficamente la evolución que ha tenido este rubro de la ilustración en la publicidad, acompañando el avance y desarrollo de El Salvador como país. Desde la implementación de la ilustración en documentos importantes como la Constitución de El Salvador, hasta la fundación de universidades y carreras que capacitan a personas en esta área. Se muestra el crecimiento constante de este rubro con el paso del tiempo.

Conclusiones previas

La ilustración es una herramienta con un fuerte potencial para presentar la información utilizada en el medio comercial, exponiéndola de una forma más agradable al consumidor, dándole un refuerzo al mensaje que se expone en la campaña de publicidad. Otorgándole a la campaña muchos aspectos que podrían influenciar al consumidor a actuar de forma determinada, en innovación, creatividad, adaptación y exposición de la marca.

La ilustración en El Salvador es un área que se encuentra en desarrollo, los profesionales que desempeñan este oficio tienen carreras afines a la publicidad o artes gráficas, por lo que no se desenvuelven a tiempo completo en esta área, ya que es una profesión que aún está en evolución.

Los ilustradores cuentan con estilos gráficos propios de su perfil, que los diferencia de otros ilustradores, haciéndolos más adecuados para ciertas campañas en base al público meta y a la personalidad del producto que se desea anunciar.

Es un área que ha estado presente en toda la historia de El Salvador como país, y se ha arraigado en muchos rubros, siendo la publicidad uno de los más fuertes.

Conclusiones generales

Se concluye que, la ilustración en El Salvador es un tema poco conocido, esto se debe a la falta de material bibliográfico existente.

Se concluye que, la ilustración en El Salvador en sus inicios tuvo un gran auge, particularmente en los periódicos, esto se debe que, durante la época del siglo XIX, no existían otras herramientas para plasmar imágenes en conjunto con los mensajes publicitarios. Aunque la ilustración tenía poca relación a lo publicitado.

La ilustración comenzó a cambiar en estilo y uso, cuando se iniciaron las clases de arte y dibujo, en las cuales aprendían sobre técnica y teoría. Esto se ve reflejado en los anuncios, ya que las imágenes comienzan a tener relación con lo publicitado.

Se concluye que, la ilustración durante el periodo de 2000 a 2016, según resultados de entrevistas; es menos utilizada que en sus inicios. El uso de la fotografía en los anuncios publicitarios, cubre la necesidad de utilizar recursos visuales. Por otro lado, se encuentra con la postura de ciertas marcas que la visualizan como una herramienta que proyecta mensajes más infantiles, perdiendo seriedad y confianza por parte de los consumidores.

Se determinó que, la ilustración es más utilizada en épocas del año específicas o eventos, donde la imagen de la marca no se ve afectada; por ejemplo, febrero por la celebración de San Valentín o diciembre debido a la navidad. Aunque se

encuentran marcas que han utilizado la ilustración como recurso principal en la publicidad, con el objetivo de generar mensajes creativos e innovadores.

Además, se estima que, las técnicas utilizadas para la elaboración de la ilustración durante el periodo de 2000 a 2016, en la publicidad son: Técnica tradicional y digital. Es decir, se plantea en un inicio de forma manual, para ser previamente elaborado de forma digital, con el uso de programas especiales como Adobe, entre otros.

Se propone, con base en el estudio de la publicidad utilizada en los periódicos del año 2000 al 2016, que las marcas que cuentan con una mascota como personaje representativo, utilizan con más frecuencia la ilustración en sus anuncios publicitarios.

Por último, se concluye que, debido a la saturación de anuncios en el medio publicitario, algunos de los puntos más importantes que buscan las marcas y las agencias de publicidad, son la originalidad, creatividad e innovación en la presentación de los mensajes, por lo que, en la ilustración buscan un estilo propio del ilustrador que presente el mensaje deseado de una manera diferente y única.

Recomendaciones

Para futuras investigaciones relacionadas al tema de ilustración salvadoreña, se recomienda tomar como punto importante la historia de la imprenta en el país; tomando en cuenta que, para el uso de la Hemeroteca con colecciones de periódicos antiguos será necesario una carta especificando fechas, con sellos de la Escuela de Artes y sus autoridades, para seguir un proceso en la Biblioteca Nacional, única institución que alberga la Hemeroteca con periódicos de mayor antigüedad.

Para investigaciones que tomen en cuenta al tema de publicidad, se debería de tener una relación más estrecha entre la Escuela de Artes y las agencias publicitarias ya que, al visitarlas se tuvo comentarios que otras universidades con carreras afines, tenían buenos lazos de comunicación con las agencias, a diferencia de la Universidad de El Salvador.

ANEXOS

CONCEPTOS DE ILUSTRACIÓN

Ilustración científica

Es aquella ilustración cuya función es la de comunicar y expresar una información concreta a través de registro (mecánico o manual) de imágenes al servicio de la ciencia. (blog – shumusa, ilustración científica, panorama general. <http://ilustrandoenlaescueladearte.blogspot.com/2013/04/ilustracion-cientifica-panorama-general.html>)

Ilustración conceptual

Es aquella que no tiene obligación de ceñirse a los datos que se dan en un texto, sino que lo que se propone es desarrollar una idea personal que nace de las consideraciones que hace el propio ilustrador sobre el tema que se está proponiendo. (blog comunicación, 26 de julio de 2016, ilustración en el diseño gráfico. <https://www.cocoschool.com/ilustracion-diseno-grafico/>)

Ilustración Decorativa

Es la que acompaña a un texto para poder embellecer la página. Normalmente son ilustraciones que suelen enriquecen el diseño gráfico de las publicaciones con diferentes estilos, enriqueciendo el texto al que acompañan. (blog - comunicación - 26 de julio de 2016 - ilustración en el diseño gráfico - <https://www.cocoschool.com/ilustracion-diseno-grafico/>)

Ilustración editorial

Se define como al dibujo o imagen que adorna o documenta el texto de un libro o dicho de otra forma al componente gráfico que complementa o realiza un texto. (Blog fcarracedo wordpress, ¿Que es la ilustración editorial?
<https://fcarracedo.wordpress.com/que-es-la-ilustracion-editorial/>)

Ilustración de moda

Está constituida por dibujos, esquemas, bosquejos, bocetos o pinturas relacionados a la moda, pueden ser de modelos, ropa o accesorios prácticamente cualquier objeto o situación relacionada a esta industria.

Este arte nació hace ya siglos atrás, desde que alguna persona relacionó la moda con el poder de la comunicación y expresión. (world wide web-
ciaindumentaria- moda argentina
<http://www.ciaindumentaria.com.ar/plataforma/la-ilustracion-de-moda/>)

Ilustración narrativa

Nos muestra una secuencia de sucesos según un guión literario. En este caso debe ajustarse a los contenidos y detalles del texto ilustrado, procurando mantener el equilibrio entre la propia interpretación personal del ilustrador. (blog comunicación, 26 de julio de 2016, ilustración en el diseño gráfico
<https://www.cocoschool.com/ilustracion-diseno-grafico/>)

Ilustración técnica

Se define como la representación a escala de un objeto, cuyo objetivo es la correcta descripción visual para su fabricación. Su lectura es un proceso complejo. Se interpreta abundante información y es usado por profesionales especializados. (blog shumusa, ilustración técnica <http://ilustrandoenlaescueladearte.blogspot.com/2013/10/ilustracion-tecnica.html>)

Ilustración de videojuegos o concept art

Respecto a concept art, Wikipedia nos lo define del siguiente modo: “el objetivo principal [del concept art] es dar una representación visual de un diseño, idea y/o estado de ánimo para su uso en películas, videojuegos, animación o cómic antes de que se realice en el producto final”. (blog - Alfonso Berroya Elosua, 18 de diciembre de 2015, concept art o ilustración digital para videojuegos - <https://www.ilustra.org/pin/concept-art-o-ilustracion-digital-para-videojuegos/>)

Ilustración publicitaria

Disciplina que utiliza técnicas del dibujo, el arte y el diseño con el fin de crear figuras o escenas susceptibles de mejorar o potenciar la imagen de una marca o producto. (world wide web, Goliat, 24 mayo de 2018, Goliat - creatividad, diseño <https://www.grupogoliat.com/ilustracion-publicitaria/>)

ANEXOS

Universidad de El Salvador
Facultad de Ciencias y Humanidades
Escuela de Artes

ANEXO 1 GUÍA DE ENTREVISTA

Objetivo:

Conocer la información, los puntos de vista y las experiencias que han tenido las agencias de publicidad sobre la ilustración.

Consentimiento informado:

Se agradece, por el tiempo dedicado responder esta consulta que forma parte del trabajo de investigación del Proceso de Grado, denominado: LA ILUSTRACIÓN CONTEMPORÁNEA SALVADOREÑA EN LA INDUSTRIA PUBLICITARIA 2000-2016. Su valioso aporte sobre esta área permitirá que los resultados del presente estudio cumplan con el requerimiento científico. Motivo por el cual es importante que nos quede grabado, para su análisis, en el caso que usted no se opone; sin embargo, sin en alguna ocasión desea que algún comentario no quede grabado, con todo gusto detenemos la grabación.

Profesión: Ejecutiva de cuentas.

Lugar: Agencias **ASAP (Asociación Salvadoreña de Agencias de Publicidad)**:

APEX BBDO, OGILV Y Funes & Asociados.

Entrevistador/a:

Hernández Henríquez Alejandro Miguel

Jiménez Portillo Ana Ruth

Ramírez Peraza Jessica Arely

¿Tiene conocimiento de los tipos de publicidad que se han utilizado del año 2000 al 2016? ¿Cuántas campañas de publicidad con ilustración puede recordar?

¿Cree que la forma de elaboración de la publicidad ha cambiado durante estas fechas? ¿En qué?

¿Qué tipos de medios son los más utilizados para la difusión de publicidad con ilustraciones artísticas?

¿Piensa que El Diario de Hoy y La Prensa Gráfica son medios importantes para la difusión de publicidad?

¿Qué tan importante es para ustedes guardar registro de la publicidad que se ha elaborado en su agencia?

¿Quiénes son los profesionales idóneos para realizar ilustraciones para publicidad?

¿Puede recordar el nombre de alguno de ellos?

¿Por qué motivo preferiría utilizar ilustraciones en la publicidad?

¿Qué tan frecuente se utiliza la ilustración en una campaña publicitaria?

¿Cuál es el proceso en el cual deciden cuando una campaña sería más efectiva utilizando el recurso gráfico de la ilustración?

¿Cuáles han sido las campañas publicitarias que ustedes como agencia han desarrollado haciendo uso de la ilustración?

¿Contratan ilustradores o se maneja todo internamente?

¿Ustedes como agencias utilizan bastante ilustración en medios impresos como vayas o periódicos?

Entrevista realizada en agencias publicitarias pertenecientes a ASAP (Asociación Salvadoreña de Agencias de Publicidad)	
Pregunta 1. ¿Tiene conocimiento de los tipos de publicidad que se han utilizado de 2000 al 2016? ¿Cuántos con ilustración puede recordar?	
Funes & Asociados Director de arte	<p>Hay muchas tendencias en cuanto al diseño gráfico, las cuales están ligadas a la ilustración, hay un auge en su uso a hora que los clientes buscan presentar las ideas al público, de una forma más artística y orgánica. Siempre está la parte digital, pero en un comienzo todo parte de un boceto en papel y lápiz, pero culmina su proceso al pasarse a la computadora al momento de pasar a impresión y medio digitales. Pero siempre parte de una ilustración, de un boceto hecho a mano. Pero ahora esta bástate fuerte el hecho de usar mucha ilustración en la publicidad.</p> <p>Les pondré un ejemplo nuestro, nosotros llevamos la marca Petacones yo en lo personal cree el grafico, que lleva la marca y lo explotaron en todos los medios. Audio visual para redes, medios impresos, no se hizo una mega producción para un anuncio comercial, pero si se hicieron pequeños videos. Debido a que los presupuestos cada vez son más pequeños. Fue un relanzamiento de la marca petacona.</p>
Ogilvy Diseñador	<p>De los 5 años que tiene de trabajar en Ogilvy menciona que la ilustración en la publicidad es muy poca, ilustrar logos; ahí creo que entra la parte del tema ilustración no como imagen, de personajes, no.</p> <p>Eso es bien frecuente cada campaña (ilustración de logos)</p>
Ogilvy Director de artes	<p>Del 2013 al 2016 que entre a trabajar a Ogilvy la publicidad digital ha sido una de las más explotadas, ya sea en redes sociales, en plataformas digitales, en páginas web y activaciones; En print o atl, prensa, mupies, publicidad para premios.</p>
APEXBBDO Creativo Visual	<p>El medio más utilizado fue el BTL y algunas agencias creativas que decidieron innovar creando otros canales publicitarios como el guerrilla marketing, hasta la llegada de la plataforma digital publicitaria de Facebook en noviembre del 2007 que cambio todo. Es difícil que veamos campañas publicitarias ilustradas es complicado que transmita con eficiencia el mensaje no es una herramienta tan efectiva como una fotografía, pero eso no quiere decir que no ha sido utilizada en</p>

	el país por ejemplo la campaña de agua cristal y una que lanzo Yamaha hace unos pocos meses atrás han sido netamente ilustrativas y han generado cierto impacto en su público.
APEXBBDO Gerente Administrativo / Tráfico y Operaciones	No tengo mucho conocimiento del tema
APEXBBDO Ejecutiva de cuentas.	Si, Realizados aquí en El Salvador no recuerdo alguna publicidad llevada a cabo con ilustración.
Pregunta 2. ¿Cree que la forma de elaboración de la publicidad a cambiado durante estas fechas? ¿En que?	
Funes & Asociados Director de arte	Si, totalmente, la publicidad a tomado un giro súper grande, lo que antes se hacía de manera tradicional, hablando de los medios, televisión, prensa, radio, ahora todo se ha volcado a lo digital, todas las grandes campañas, los clientes quieren que nos enfoquemos en la parte digital, buscando al público actualizado como los milenials, debido a que ¿quién no consulta sus redes sociales? O un sitio web entonces es como necesario que las marcas estén en ese medio. No se deja a un lado lo tradicional, porque siempre existe prensa, vallas y cosas así donde se utiliza, pero ahora en auge está en lo digital.
Ogilvy Diseñador	Umm ha ido como fluyendo, más a lo digital pero siempre están las bases, el arte, en este caso la ilustración que no quiere decir la realización de caricaturas, sino que puede ser la construcción de un logo, imagen gráfica que alguien digital no va a tener esas habilidades
Ogilvy Director de artes	En general en el país no ha variado mucho desde que yo estoy trabajando aquí, pero desde que inicie a trabajar en otros lugares si en el 2011 trabaje en un lugar que solo era digital y mi jefe me dijo en ese entonces que había que aprovechar ese rubro porque todo iba a cambiar a pesar que en ese momento lo tenían de menos pero el decía que en unos cuatro o cinco años ya iba estar esa área con mayor fuerza y si en efecto en el período del 2011 al 2014 se genero el cambio pero se fue estancando aparecieron las redes sociales y todo pero se quedaron solamente generando likes, dinámicas para premios, que te damos esto con tal de que compartas esto otro. Y también en la parte del print lo digital lo agregan solo como “entra a nuestra página”, “infórmate más” cosas bien básicas también como el uso del hashtag pero nada integra totalmente

	lo digital con lo impreso, si trato de avanzar pero la publicidad se terminó estancando.
APEXBBDO Creativo Visual	La publicidad en la actualidad es más directa, más agresiva, el ambiente está contaminado de publicidad hasta cuando vemos nuestro celular, y antes era más limitado por los canales publicitarios que existían el poder llegar de forma directa al público objetivo.
APEXBBDO Gerente Administrativo / Tráfico y Operaciones	Con ayuda del internet y los medios digitales la publicidad ha evolucionado y llegado a ser personal, comunicación con cada usuario, los resultados se pueden ver de forma inmediata.
APEXBBDO Ejecutiva de cuentas.	Si, Formatos a ocupar y el tipo de mensajes utilizando más que todo la experiencia y emociones de las personas.
Pregunta 3. ¿Qué tipos de medios son los más utilizados para la difusión de publicidad con ilustraciones artísticas?	
Funes & Asociados Director de arte	Quizás como es algo visual tendría que ser televisión, o podría ser redes sociales, audio visual, o prints. Algo impreso
Ogilvy Diseñador	Mas que todo ahora son más usado los medios digitales.
Ogilvy Director de artes	Digital, pocas veces he visto una ejecución muy buena de acá del país, pero son muy pocas las marcas que se atreven a usar la ilustración, hace poco vi una de queso petacone que estaba tratando de utilizar ilustraciones estilo vintage, el problema es que lo vintage no se tiene que ver 100% viejo y por eso no siento que haya funcionado, era para promocionar el queso, como tantos años de conocerse. Fanta también hace ilustraciones que son bien divertidas, y dinámicas, pero no son hechas acá en el país ellos mandan sus imágenes para que nosotros las lancemos. Muchas veces quieres saltar de petacone para ser un Fanta, pero no son bien aceptadas por las personas que toman las decisiones.
APEXBBDO Creativo Visual	Medios digitales.
APEXBBDO Gerente Administrativo / Tráfico y Operaciones	Los medios digitales ahora son los medios más utilizados, apoyados de los medios tradicionales vallas, mupis, periódicos.

APEXBBDO Ejecutiva de cuentas.	Vallas y redes sociales.
Pregunta 4. ¿Piensa que El Diario de Hoy y La Prensa Gráfica son medios importantes para la difusión de publicidad?	
Funes & Asociados Director de arte	Es una pregunta un poco controversial, si, por que el periódico todavía hay mucha gente que lo ve, mucho menos que antes, como la exposición que tenía, pero siempre hay personas que buscan un periódico. Si son importantes, no tanto como antes en los 80s y 90s, pero siguen siendo importantes. No soy muy fan de ninguno de los dos pero son necesarios.
Ogilvy Diseñador	“umm desconozco ese medio, creo que es una marca que pauta diferentes periódicos no creo que exista uno más importante que otro.
Ogilvy Director de artes	Si, pero al público realmente no le llama la atención lo visual, ósea le pones un gran dibujo bien hecho y todo con solo imagen el publico general no se detiene a ver eso y no son los únicos medios si no también la publicidad exterior vayas, muppies , etc.
APEXBBDO Creativo Visual	Para nada existen canales mucho más efectivos y accesibles.
APEXBBDO Gerente Administrativo / Tráfico y Operaciones	Son los periódicos con más trayectoria por lo que son los más solicitados por los clientes para difundir un mensaje
APEXBBDO Ejecutiva de cuentas.	Si, debido a la cantidad de lectores y suscriptores.
Pregunta 5. ¿Qué tan importante es para ustedes guardar registro de la publicidad que se ha elaborado en su agencia?	
Funes & Asociados Director de arte	Si es muy importante, para poder registrar esa trayectoria, uno puede ver la evolución, también uno aprende del pasado, derenpente es bueno ver que hacíamos antes para saber qué es lo que ya no funciona, o esto podría funcionar ahora. Retomar ideas o ver que es lo que no se debe de hacer, es importante y también tenerlo como registro histórico. Sirve en fin para registrar esa evolución de la agencia a través de la publicidad.
Ogilvy Diseñador	“creo que no existe ese tema de importancia de registro, porque cada vez hay otro trabajo que hacer, otra campaña, es decir ya se está

	<p>trabajando en la siguiente campaña verano del otro año y no hay tiempo como para decir guardar los archivos.</p> <p>-Los trabajos que has realizado aquí los guardas?</p> <p>“no, ni los veo.”</p>
Ogilvy Director de artes	No se guarda, estaríamos saturados.
APEXBBDO Creativo Visual	Para mantener un registro y en el caso del diseñador para crear su portafolio.
APEXBBDO Gerente Administrativo / Tráfico y Operaciones	
APEXBBDO Ejecutiva de cuentas.	Es importante debido a los derechos de autor.
Pregunta 6. ¿Quiénes son los profesionales idóneos para realizar ilustraciones para publicidad? ¿Puede recordar el nombre de alguno de ellos?	
Funes & Asociados Director de arte	<p>Puede ser un diseñador gráfico, puede ser un ilustrador, si nos vamos a basar más en la ilustración tiene que ser más artístico. Que tenga talento para el dibujo. Que tenga un estilo propio. Sobre todo, que tenga el talento manual, artístico.</p> <p>Tengo uno en mente, este señor que trabajo para pixar, Simon Varela.</p> <p>Es un referente en ilustración.</p>
Ogilvy Diseñador	Diseñadores, obviamente el título de diseñador es bien importante, ahora si tiene esta rama de ilustración mucho mejor todavía.
Ogilvy Director de artes	
APEXBBDO Creativo Visual	Diseñadores gráficos especializados en la ilustración o artistas gráficos.
APEXBBDO Gerente Administrativo	Los Diseñadores Gráficos, Andrés Bondanza.

/ Tráfico y Operaciones	
APEXBBDO Ejecutiva de cuentas.	Diseñadores gráficos con especialidad en ilustración. Conozco personas que por su trabajo se han dado a conocer: Sonia Lazo, Andrea Tobar.
Pregunta 7. ¿Por qué motivo preferiría utilizar ilustraciones en la publicidad?	
Funes & Asociados Director de arte	Pondré el ejemplo de petacones, dado que puedo hablar con autoridad y es lo que yo he logrado hacer con esta marca. Yo me fijo en el filin de la marca, petacones es una marca amigable, que le llega a todo el mundo, desde de abuelita hasta a un niño, esa familiaridad esa amistad que tiene la marca, me permite poder evaluar y decidir donde pudiera jugar yo con la ilustración, si es una marca muy formal, buscaría otro tipo de recurso, otras alternativas. Evaluando muchas cosas, ya que debido a que sea una campaña seria, no quiere decir que no utilizara ilustración, por lo que les comentaba, hay muchos estilos. Hay estilos que pueden ser muy juguetones y otros que pueden ser muy formal, muy serios.
Ogilvy Diseñador	Pues, no sé, creo que la ilustración es arte, es algo único en estilo, la fotografía es buenísima pues, pero todo mundo tiene fotografía, la ilustración cambia un poco eso, otro valor.
Ogilvy Director de artes	Creo que es algo que depende más del análisis que le des a las cosas no preferiría ilustración sobre fotografía más bien están en un 50, 50 todo depende del análisis.
APEXBBDO Creativo Visual	Para crear una campaña de concientización.
APEXBBDO Gerente Administrativo / Tráfico y Operaciones	Si el mensaje que deseo comunicar se puede hacer a través de una ilustración lo haría, sin embargo, no hay un motivo específico para usarlo, ya que se debe adecuar al mensaje, marca, etc.
APEXBBDO Ejecutiva de cuentas.	Para explotar creatividad de la persona en la marca.
Pregunta 8. ¿Qué tan frecuente se utiliza la ilustración en una campaña publicitaria?	
Funes & Asociados Director de arte	No es mucho, la razón es un poco cultural, ya que en nuestra situación por nuestros clientes que tenemos, casi todos son serios y formales, nos exigen, y nos restringen en base a las líneas en las cuales especifican no usar fotografías, vectores

	no, ilustraciones no. Entonces partiendo de eso, no nos dejan. Tal vez se utiliza una vez al año. A uno como artístico desearía que muchas campañas llevaran ilustración. Otra propuesta muy utilizada es usar la fotografía intervenida con la ilustración.
Ogilvy Diseñador	No mucho
Ogilvy Director de artes	Cuando el cliente te lo permite o también que la idea de lo que quieres publicitar te de la pauta para poder usar una ilustración.
APEXBBDO Creativo Visual	Lamentablemente es un recurso poco explotado.
APEXBBDO Gerente Administrativo / Tráfico y Operaciones	Lo he visto muy poco, desconozco la frecuencia.
APEXBBDO Ejecutiva de cuentas.	Muy poco, la mayoría son montajes.
Pregunta 9. ¿Cuál considera que es la importancia de la ilustración en el medio publicitario?	
Funes & Asociados Director de arte	
Ogilvy Diseñador	Que da una imagen diferente y un estilo grafico también.
Ogilvy Director de artes	
APEXBBDO Creativo Visual	Es importante pero no tiene la capacidad para transferir el mensaje de la pieza como una fotografía u otros recursos como el spot publicitario.
APEXBBDO Gerente Administrativo / Tráfico y Operaciones	
APEXBBDO Ejecutiva de cuentas.	Importante, ya que genera un plus a la marca, pues son creaciones nuevas con el producto a publicitar.

Pregunta 10. ¿Cuál sería la diferencia que proporcionaría una campaña que cuenta con la ilustración?	
Funes & Asociados Director de arte	
Ogilvy Diseñador	Un estilo gráfico bien marcado para la campaña o logo que se tenga que hacer.
Ogilvy Director de artes	Depende del análisis que se le da a cada cosa, no es lo visual lo que importa si no el mensaje que quieres transmitir.
APEXBBDO Creativo Visual	Se consigue una campaña gráficamente conceptual, minimalista y más creativa.
APEXBBDO Gerente Administrativo / Tráfico y Operaciones	
APEXBBDO Ejecutiva de cuentas.	Mayor interés y captación del mensaje.
Pregunta 11. ¿Cuál es el proceso en el cual deciden cuando una campaña sería más efectiva utilizando el recurso gráfico de la ilustración?	
Funes & Asociados Director de arte	Viendo la personalidad de la marca, de frente a eso, se puede valorar cuando podría funcionar el uso de la ilustración, este producto se vería súper chivo con una figura que interactúe con ella, hay depende de la personalidad de la marca.
Ogilvy Diseñador	Hay un concepto, primero existe un concepto para la campaña, apartar de ahí se ven opciones gráficas que fotografía, ilustración y obviamente según la marca a veces requiere más fotografía pero dentro de una campaña hay un porcentaje de ilustración que puede ser como el 20%, puede ser primero como un 80% pero al final pasa a ser un 20% que es un logo, la posición de un logo es la imagen lo que va a comunicar todo obviamente para una campaña se requiere más, se requiere fotografía se requiere diagramación, comunicación ósea ya el logo después se vuelve pequeño, se reduce y se vuelve como un 20% de todo.
Ogilvy Director de artes	Depende de como es la marca por ejemplo cristal pudo haber sido con gente trotando y ejercitándose y tomando agua, pero si quieres romper con el esquema de las fotografías es mas que todo tomar el riesgo y haces el mensaje mas amigable

	divertido y diferente se puede lograr en base a la creatividad que tengas. Pensar en el cliente, sus necesidades y el publico al que se va dirigir.
APEXBBDO Creativo Visual	Es sencillo, si el servicio o producto permite utilizarla para que sea más efectiva, por ejemplo, una campaña de concientización, campaña de línea de productos para bebés es posible que aporte mucho más a la campaña la ilustración.
APEXBBDO Gerente Administrativo / Tráfico y Operaciones	
APEXBBDO Ejecutiva de cuentas.	Cuando se necesita hacer algo innovador que pueda penetrar al segmento indicado, es decir ocupando gráficos locales.
Pregunta 12. ¿Cuáles han sido las campañas publicitarias que ustedes como agencia han desarrollado haciendo uso de la ilustración?	
Funes & Asociados Director de arte	<p>La campaña de petacones es de las campañas donde más trabajamos con ilustra con, yo tengo 6 años de trabajar en Funes y asociados, al entrar mi primer proyecto fue lanzar el queso clásico, con petacones. Relanzaron el queso clásico, e hicimos una campaña de ilustración “bintage” fue muy bien recibida. Y esa marca es la que nos da la apertura para poder utilizar la ilustración.</p> <p>No utilizamos ilustración en base a su mascota, sique creamos grafismos, es un gráfico que va a representar el concepto de la campaña.</p> <p>En muchas ocasiones las marcas tienen a sus mascotas por cuestiones de tradición. Y quieren mantener su mascota, aunque no la exploten visualmente para sus anuncios.</p> <p>Las mascotas tuvieron su época, en la mayoría de los casos las mascotas que están vienen de campañas de los 80s y 90s.</p> <p>Ahora en día las marcas no se centralizan en mascotas. Y si las ha son bien simples y minimalistas.</p> <p>Uno de los retos más de un diseñador y un ilustrador es ubicar todo lo grafico de referente a una marca en el tiempo actual. Y en sus modas.</p>
Ogilvy Diseñador	La última que recuerdo la de cristal.
Ogilvy Director de artes	Como les comentaba, cristal que utilizo las gotas de agua para cambiar sus aspectos de fotografía para atraer otro tipo de público también.

APEXBBDO Creativo Visual	Hasta el momento ninguna, por la clase de productos y servicios a la que se dirige la empresa.
APEXBBDO Gerente Administrativo / Tráfico y Operaciones	
APEXBBDO Ejecutiva de cuentas.	Solamente una, creación de personaje salvadoreño para una marca con segmentación de personas residentes en USA.

ANEXO 2



Fin del mundo. La Prensa Gráfica, diciembre-2012, página 35. . La Prensa Gráfica, septiembre-2012, página 11.



Fechas importantes. La Prensa Gráfica, febrero-2001, página 35. La Prensa Gráfica, diciembre-2016, página 67. La Prensa Gráfica, junio-2006, página 33.



Ilustracion de personajes. El diario de Hoy, febrero-2003, página 35. La Prensa Gráfica, enero-2016, página 38. El diario de Hoy, febrero-2000,



Personajes 3D. La Prensa Gráfica, junio-2016, página 38. La Prensa Gráfica, diciembre-2004, página 35.

Referencias.

Libros pdf

- Bahamond, A., 2012, "Procesos del arte en El Salvador", recuperado: https://books.google.com.sv/books?id=yb6jBQAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=procesos+del+arte+en+el+salvador&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjFg_7nhrcAhXEuFMKHf1mCSEQ6AEIJTAA#v=onepage&q=procesos%20del%20arte%20en%20el%20salvador&f=false.
- Palomo, J., "Arte salvadoreño, cronología de las artes visuales de El Salvador. Tomo I: 1821-1949", Primera edición.
- Stanton, "Fundamentos de marketing", PDF Decimocuarta edición.
- Vallecillos, Italo, 1967, "Historia del Periodismo en EL Salvador", recuperado: <http://sajurin.enriquebolanos.org/vega/docs/838.pdf>.

Tesis

- Alonso, M., Gonzales, L., Martínez, U., 2012, "La ilustración digital de la historia de la Escuela de Artes como instrumento para el fortalecimiento de la identidad institucional". Tesis, Universidad de El Salvador.
- Colorado, J. 2014, "Historia del diseño en El Salvador: El diseño gráfico como profesión formal (1978-1988)". Tesis, Universidad Dr. José Matías Delgado, recuperado: <http://www.redicces.org.sv/jspui/bitstream/10972/2301/1/0002048ADARTCH.pdf>.

- Gomez, B., Mazariego, K., Monterroza, N., 2007, “Evolución de la publicidad en El Salvador entre los años 1986-2006”. Tesis. Universidad Don Bosco, Facultad de Ciencias y Humanidades, Escuela de Comunicaciones.
- Góchez, R. María de los Ángeles, 2006, “Periódicos y cultura impresa en El Salvador (1824-1850): “Cuan rápidos pasos de este pueblo hacia la civilización europea”, recuperado:
https://etd.ohiolink.edu/rws_etd/document/get/osu1134396502/inline.

Sitios web

- ASAP, Asociación Salvadoreña de Agencias de Publicidad, “Antecedentes de la publicidad en El Salvador”, recuperado:
http://www.asap.org.sv/documentos/asap_antecedentes.htm.
- ASAP, Asociación Salvadoreña de Agencias de Publicidad, “Llegada de medios alternativos en El Salvador”.
Recuperado:
http://www.asap.org.sv/documentos/asap_antecedentes.htm.
- Blog Berroya E., 2015, “Concept art o ilustración digital para videojuegos”. Recuperado:
<https://www.ilustra.org/pin/concept-art-o-ilustracion-digital-para-videojuegos/>
- Blog comunicación, 2016, “Ilustración en el diseño gráfico”. Recuperado: <https://www.cocoschool.com/ilustracion-diseno-grafico/>

- Blog fcarracedo, “¿Qué es la ilustración editorial? Recuperado:
<https://fcarracedo.wordpress.com/que-es-la-ilustracion-editorial/>
- Blog shumusa, “Ilustración científica, panorama general”. Recuperado:
<http://ilustrandoenlaescueladearte.blogspot.com/2013/04/ilustracion-cientifica-panorama-general.html>
- Blog shumusa, “Ilustración técnica”. Recuperado:
<http://ilustrandoenlaescueladearte.blogspot.com/2013/10/ilustracion-tecnica.html>
- Carbajal, A., Periodista de la Universidad de El Salvador “Reseña histórica de la Facultad de Ciencias y Humanidades”, recuperado:
<http://www.humanidades.ues.edu.sv/content/rese%C3%B1a-hist%C3%B3rica-de-la-facultad-de-ciencias-y-humanidades>.
- Cañas, C., 2000, “A la caza del primer periódico salvadoreño”, Archivo El Salvador, recuperado:
<http://archivo.elsalvador.com/noticias/EDICIONESANTERIORES/2000/JULIO/julio31/NACIONAL/nacio2.html>.
- Ciaindumentaria, “Ilustración de moda, moda argentina”. Recuperado:
<http://www.ciaindumentaria.com.ar/plataforma/la-ilustracion-de-moda/>
- Esteve, G. 2015, “El arte como inspiración y recurso creativo en publicidad”, El efecto Flynn, recuperado:
<http://www.elefectoflynn.com/el-arte-como-inspiracion-y-recurso-creativo-en-publicidad/>.

- Frecuencia Publicitaria, 2012, “Medios en taller, definición de medios impresos”, recuperado:
<http://mediosentaller.blogspot.com/2012/05/medios-impresos.html>.
- Fernández, J., 2009, “Definición de ilustración”, JJFEZ Monografías de arte, recuperado:
<http://jjfez-monografias.blogspot.com/2009/06/definicion-de-ilustracion.html>.
- Foro Marketing, 1997, “Definición de mupi”, Diccionario de Marketing, recuperado: <http://www.foromarketing.com/diccionario/mupi/>.
- Frecuencia Publicitaria, 2012, “Medios en taller, definición de medios impresos”, recuperado:
<http://mediosentaller.blogspot.com/2012/05/medios-impresos.html>.
- Goliat, 2018, “Ilustración ´publicitaria, creatividad, diseño”. Recuperado: <https://www.grupogoliat.com/ilustracion-publicitaria/>
- Grupo graphic, 2011, “Definición de valla publicitaria”, recuperado: <https://grupographic.com/blog/que-es-valla-una-publicitaria/>.
- Huevo M., Miguel, 2005, “Toño Salazar una Biografía”, Scrib, recuperado <https://es.scribd.com/doc/9784647/Tono-Salazar-Una-biografia>.
- Landaverde, E., 2014, “Entrevista para diario digital El Blog”. Recuperado:
<http://elblog.com/entrevistas/registro-12368.html>.

- MARTE, Museo de arte de El Salvador, 2003, “Artista del mes. Toño Salazar”, biografía, recuperado:
<https://www.artistadelmes.com.sv/?s=to%C3%B1o+salazar>.
- MARTE, Museo de arte de El Salvador, 2005, “Artista del mes. José Mejía Vides”, biografía, Recuperado:
https://www.artistadelmes.com.sv/?page_id=177.
- MARTE, Museo de Arte de El Salvador, 2003, “Artista del mes, Wenceslao Cisneros”, biografía, recuperado:
<https://www.artistadelmes.com.sv/?s=wenceslao+cisneros>.
- MARTE, Museo de Arte de El Salvador, 2004, “Artista del mes, Carlos Cañas”, biografía, recuperado:
https://www.artistadelmes.com.sv/?page_id=209.
- Menjívar, E., 2012, “Los trazos de Carlos cañas”, El faro, recuperado:
<https://elfaro.net/es/201211/fotos/10167/Los-trazos-de-CarlosCa%C3%B1as.htm>.
- M. Bernal, 2009, “Técnicas de grabado”, recuperado:
<http://tecnicasdegrabado.es/2009/la-xilografia>.
- Molina, C., 2010, “Periodismo cultura en EL Salvador”, recuperado:
<http://www.omni-bus.com/n33/periodismo.html>.
- Pérez, J., 2009, “Definición de revista”, recuperado:
<https://definicion.de/revista/>.

- Paula A., 2015, “Definición de Plegable”, Prezi, recuperado: <https://prezi.com/blzrlhfuhmom/que-es-un-plegable/?webgl=0>.
- Presidencia de la Republica, “Inauguración de la exposición del artista Wenceslao Cisneros”, recuperado: <http://www.cultura.gob.sv/inauguracion-de-la-exposicion-del-artista-wenceslao-cisneros/>.
- Sosa D., 2013, “Definición de bandera”, Publicidad y banderas, recuperado: <http://www.publicidadybanderas.com/blog/product/estandartes-y-banners/>.
- Santos, N., 2011, “Definición de periódico impreso”, Slide Share, recuperado: <https://es.slideshare.net/glovin/el-periodico-impreso>.
- Varela, S., 2015, “Entrevista para El Salvador.com”, recuperado: <http://www.elsalvador.com/entretenimiento/143353/simon-varela-llevo-la-bandera-de-el-salvador-conmigo-en-lo-alto-2/>.
- Visual sign, 2013, “Definición de Rotulo luminoso”, recuperado: <http://www.visualsign.es/luminosos/que-son-los-carteles-luminosos/>.
- Ward, L., 1916, “Libro Azul de El Salvador”, Latin American Publicity Bureau. San Salvador, recuperado: http://docs.wixstatic.com/ugd/f5f3a9_9531ec9b39684ee58dc507e50460d25c/.

SEGUNDA PARTE

PLAN DE INVESTIGACIÓN

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES
ESCUELA DE ARTES



LA ILUSTRACIÓN CONTEMPORÁNEA SALVADOREÑA EN LA
INDUSTRIA PUBLICITARIA 2000-2016

PRESENTADO POR

Br. Hernández Henríquez Alejandro Miguel HH10027

Br. Jiménez Portillo Ana Ruth JP10009

Br. Ramírez Peraza Jessica Arely RP09034

PLAN DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR AL TÍTULO DE LICENCIADO EN
ARTES PLÁSTICAS OPCIÓN DISEÑO GRÁFICO

LICENCIADA SONIA MARGARITA ALVAREZ DE VILLACORTA

DOCENTE ASESORA

MASTER CARLOS QUIJADA

COORDINADOR GENERAL DE PROCESOS DE GRADUACIÓN

CIUDAD UNIVERSITARIA JULIO 2017 SAN SALVADOR, EL SALVADOR

INDICE

1. PORTADA	
2. ÍNDICE.....	2
3. INTRODUCCIÓN.....	3
4. PROPUESTA DE TEMA.....	4
4.1 Título de la Investigación	
4.2 Descripción del tema	
4.3 Delimitación espacio temporal	
5. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	5
5.1 Situación problemática	
5.2 Enunciado del problema	
5.3 Contexto de la investigación	
5.4 Justificación.....	6
6. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN.....	7
6.1 Objetivos generales	
6.2 Objetivos específicos	
6.3 Preguntas de Investigación	
7. MARCO DE REFERENCIA.....	8
7.1 Antecedentes del problema	
7.2 Bases teórico-científicas.....	9
7.3 Diagnóstico.....	11
7.4 Definición de términos básicos.....	12
8. DISEÑO METODOLÓGICO.....	16
8.1 Enfoque y tipo de investigación	
8.2 Sujetos y objeto de estudio.....	17
8.3 Categorías de análisis	
8.4 Técnicas e instrumentos de recolección de la información	
8.5 Proceso analítico/interpretativo.....	18
9. CAPITULADO TENTATIVO Y COMPONENTES TÉCNICOS Y ARTÍSTICOS.....	20
10. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	22
11. ACTIVIDADES Y RECURSOS.....	25
11.1 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	
11.2 PRESUPUESTO (Recursos Humanos, Materiales y Equipo)	
ANEXO.....	30

INTRODUCCIÓN

El siguiente trabajo es una propuesta de investigación que nos permite conocer la historia de la ilustración en El Salvador y como ésta es un componente importante para la publicidad en los años de 2000 a 2016.

En el año 2000 con las nuevas herramientas, internet, la globalización, PC's o MAC's, y los bancos de imágenes reinventar la publicidad era un nuevo reto. Los departamentos de las agencias de publicidad se especializan cada uno con su área específica de trabajo, con un departamento creativo, medios, tráfico, cuentas y producción.

Este trabajo es realizado por recopilación bibliográfica, hemerográfica y por investigación de campo a través de entrevistas realizadas a ilustradores y agencias publicitarias salvadoreñas. Quienes aportan las bases para explicar la sinergia existente entre la ilustración, la publicidad y las técnicas que se han utilizado para su creación.

Para el desarrollo del proyecto se partió de una problemática observada e investigada para recopilar toda la información pertinente, que sentó las bases para la elaboración de un material de difusión, el cual servirá como guía para la población en general que se vea interesada en el tema de ilustración contemporánea y sus usos en la publicidad. Para ello, se contó con el modelo de investigación de Roberto Hernandez Sampieri, el cual guió este trabajo durante todo el proceso de diseño metodológico, para tener un parámetro técnico y profesional del análisis de la información obtenida y su correspondiente aplicación.

El proyecto tendrá como resultado un material que servirá como referencia a la población en general para conocer la evolución histórica de la ilustración contemporánea en El Salvador y su aplicación en la industria publicitaria.

4. PROPUESTA DEL TEMA

Tema:

La ilustración contemporánea en El Salvador

4.1 Titulo de la investigación:

La ilustración contemporánea salvadoreña en la industria publicitaria, 2000 a 2016.

4.2 Descripción del tema

Entenderemos como ilustración al dibujo que se coloca en un texto para representar gráficamente lo expuesto.

Ilustración publicitaria es una parte vital de la transmisión en ambos sentidos entre el productor- creativo- ilustrador y el consumidor. La imagen tiene como objetivo llamar la atención sobre el producto, al anunciar su existencia y enfatizar sus características.

Para esta investigación Ilustración contemporánea publicitaria salvadoreña será entendida como la ilustración digital para medios impresos en específico para el periódico creada en el periodo de tiempo del 2000-2016 ya que a partir del 2000 se introdujeron nuevas herramientas como los programas de Adobe en las agencias de publicidad por lo cual la tecnología se ha hecho presente cada día con más innovaciones que están permitiendo que las técnicas de la ilustración en la publicidad estén a la vanguardia.

4.3 Delimitación espacio temporal

Esta investigación se realizará en los departamentos de San Salvador y La Libertad, El Salvador de 2000 a 2016 y se tomarán como referentes las agencias publicitarias inscritas en la ASAP en la actualidad.

5 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

5.1 Situación problemática

No hay estudios del desarrollo de la ilustración contemporánea publicitaria, la necesidad que hemos encontrado es la poca existencia de información específicamente de la ilustración publicitaria en El Salvador. A pesar de que ha existido durante años, no se le ha tomado la importancia que merece.

La ilustración es un recurso visual con el que se puede generar publicidad sin las limitantes de la fotografía. Por ello siempre ha sido un elemento importante para ella, además la creatividad es indispensable para lograr el cometido de la publicidad, que es dar a conocer los bienes y servicios de los productores.

Las agencias publicitarias forman parte importante en esta investigación porque son ellos los que han permitido que la ilustración y la publicidad sean dos temáticas cuya sinergia es importante investigar y cuya evolución se ha ido perfeccionando con el tiempo, de acuerdo a las necesidades que se presentan.

5.2 Enunciado del problema:

¿Porque no hay información de la ilustración contemporánea salvadoreña en la industria publicitaria, 2000 a 2016?

5.3 Contexto de la investigación.

La investigación se llevará a cabo en El Salvador, en los departamentos de San Salvador y La Libertad, se propone estudiar las agencias de publicidad que forman parte de la Asociación Salvadoreña de Agencias de Publicidad (ASAP) como APEX BBDO, FCB CREA, ANLE PUBLICIDAD, RIVERA & RIVERA, JOTABEQU, OGILVY, MOLINA DDB, FUNES Y ASOCIADOS, 4AM SAATCHI & SAATCHI, LA CLINICA/TBWA, LEMUSIMUN Y&R, PUBLICIDAD COMERCIAL LOWE & PARTNERS, McCANN WORLDGROUP; donde se limitará al material

gráfico que sea asociado con la ilustración y los procesos que este conlleve.

El objeto de estudio será la ilustración contemporánea publicitaria y los medios impresos; con el propósito de conocer los procesos de la ilustración y su utilización como complemento en la publicidad.

5.4 Justificación

La realización de este trabajo es con el fin de indagar sobre la evolución de la ilustración contemporánea en El Salvador y como esta trabaja en conjunto con la publicidad, para brindar atractivo visual a la misma.

Los procesos por los cuales la ilustración publicitaria ha sido creada, han evolucionado a través de los años, por lo que es importante tener documentados los cambios que han ocurrido a lo largo del tiempo con introducción de nuevas tecnologías o nuevos formatos. Se obtendrá un documento con la capacidad de informar especialmente del tema a los interesados, ya que no hay información tan específica donde poder referirse para el conocimiento del mismo. Será elaborada una línea de tiempo de la evolución de la ilustración que contendrá los cambios surgidos al pasar de los años.

Se aportará un referente actual de cómo se está desarrollando la ilustración publicitaria en San Salvador y La Libertad, con lo cual los estudiantes de publicidad, diseño gráfico, y personas interesadas en el ámbito publicitario, serán beneficiados con conocimientos actuales de la temática.

6 OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

6.1 Objetivo General:

Indagar la evolución de la ilustración contemporánea en la industria publicitaria de 2000 a 2016.

6.2 Objetivos Específicos:

- Conocer el contexto histórico y evolución de la ilustración en El Salvador.
- Conocer las ilustraciones mas importantes en medios impresos en la industria publicitaria de 2000 a 2016 específicamente en los periódicos El Diario de Hoy y La Prensa Gráfica.
- Identificar las técnicas de ilustración utilizadas en la publicidad de El Salvador de 2000 a 2016.
- Aportar a la población salvadoreña interesada un documento de difusión de la evolución de la ilustración contemporánea publicitaria en El Salvador.

6.3 Preguntas de investigación

- ¿Cuál era el contexto histórico en el que la ilustración evolucionó en El Salvador? y ¿Cuáles fueron sus cambios en esta evolución?
- ¿Cómo pueden comprenderse las ilustraciones publicitarias de El Salvador durante los años 2000 a 2016?
- ¿De qué manera pueden caracterizarse las técnicas de ilustración utilizadas en la industria publicitaria de El Salvador en los años 2000 a 2016?
- ¿Cuál es la situación actual de la ilustración en el país, acerca de su desconocimiento e implementación?

7 MARCO DE REFERENCIA

7.1 Antecedentes del problema

En comparación con otras naciones, nuestro diseño gráfico apenas posee pocas décadas de existir. Al presente, es posible conocer y discutir con los primeros licenciados en diseño gráfico, graduados en la primera promoción del año 1987.

Ellos a pesar de ser los primeros en obtener un título de licenciatura en Diseño Gráfico, no fueron los primeros que realizaron trabajos vinculados con las principales ramas del diseño, pues antes de instituir una profesión formalizada por un título universitario, ya había necesidades propias del diseño que era necesario resolver y así se había hecho.

Los primeros en realizar estas tareas antes de 1911 eran artistas que estudiaron fuera del país o incluso que tenían habilidades que habían desarrollado personalmente.

En esos años se recurría al trabajo técnico de dibujantes o de personas con la capacidad artística que satisficiera necesidades editoriales o comerciales del momento, a los que se les conocía como dibujantes comerciales.

De ellos, seguramente, alguien tuvo acceso a algún tipo de educación formal en cualquiera de las diferentes academias de arte o dibujo existentes en el país. Muchos de estos artistas, pre-diseñadores de entonces han sido olvidados y el rescate de su memoria es tarea pendiente en la construcción de la historia del diseño gráfico nacional.

Muchos artistas que se dedicaron al dibujo comercial o publicitario asistieron a la Escuela de Artes Gráficas fundada por Carlos Alberto Imery, que comenzó a funcionar en la segunda década del siglo XX (1911-1913), en donde “se aprendían las técnicas de la acuarela, tempera, acrílico, tinta china y técnicas mixtas; además de aprender a dibujar lo relativo al dibujo publicitario; como era el aprender a dibujar letras pues en aquella época se dibujaban a mano” (Cortez Lara, 2013, p. 30).

Asimismo, continuando ese esfuerzo, en 1937 el artista español Valero Lecha,

fundó su Academia de Dibujo y Pintura, dándole a más jóvenes la oportunidad de formarse dentro del arte. (Msc. Jorge Arturo Colorado. HISTORIA DEL DISEÑO EN EL SALVADOR: EL DISEÑO GRÁFICO COMO PROFESIÓN FORMAL (1978-1988))

La historia de la Publicidad en El Salvador se remonta a los años cuarenta, cuando era escasa, poco profesional y a un precio muy bajo. Uno de los medios usados eran los vehículos con parlantes que pregonaban en la vía pública productos diversos. El número de anunciantes era relativamente pequeño y se recibían pautas de anuncios que llegaban directamente de los Estados Unidos.

(http://www.asap.org.sv/documentosasap_antecedentes.htm)

La primera Agencia Publicitaria que funcionó en el país llamada “El Puente”, fue fundada en 1949, por el Sr. George Masey, quien era el Jefe de Información de la Embajada de los Estados Unidos. Este hecho marcó una nueva época en el desarrollo del sector publicitario nacional. Esa misma agencia fue adquirida tres años después por el Sr. Antonio Díaz, siendo reconocida desde entonces como Publicidad Díaz.

(http://www.asap.org.sv/documentosasap_antecedentes.htm)

La publicidad nace en El Salvador en 1949, la mayoría de edad la alcanza con la llegada al país de don Rubén F. Rossell, profesional publicitario mexicano que llegó a dirigir la agencia “Publicidad Centroamericana S.A. – PUCASA”, fundada por empresarios de La Constancia, ADOC, H. De Sola y Cigarrería Morazán. (ASAP)(Asociación Salvadoreña de Agencias de Publicidad)

(http://www.asap.org.sv/documentosasap_antecedentes.htm)

7.2 Bases Teórico-científicas.

En este apartado se presentan citas relacionadas con el problema de la investigación.

“La ilustración ha tenido gran importancia como un recurso de comunicación visual, y ha favorecido la comprensión de textos y transmisión de mensajes en ámbitos educativos, científicos y culturales, a través de medios como carteles, libros narrativos, educativos o científicos.” (Menza V. - Sierra B. - Sánchez R. / La ilustración: dilucidación y proceso creativo Revista KEPES, Año 13 No. 13, enero-junio de 2016, pág 296)

Este concepto es importante para definir la utilización de la ilustración y su importancia como recurso de comunicación visual en diferentes ámbitos, debido que es primordial para la publicidad como apoyo para llevar a cabo un mensaje. “Las obras artísticas siempre han sido subjetivas. Tratan de comunicar y provocar una reacción emocional en aquel que las observa. Consiguen conectar con el observador. Sin duda, un fin que la publicidad, pese a tener el objetivo de vender, también ambiciona conseguir. De hecho, una práctica bastante común de la industria publicitaria ha sido contratar a grandes artistas para la creación artística de los anuncios.”

División creativa de Dicreato en España (<http://www.elefectoflynn.com/el-arte-como-inspiracion-y-recurso-creativo-en-publicidad/>)

“Los ilustradores han basado su trabajo en encontrar una imagen que se relacione y conviva con el texto, pero a medida que pasaba el tiempo, las ilustraciones pasaron a ser más que sólo imágenes.” (Menza V. - Sierra B. - Sánchez R. / La ilustración: dilucidación y proceso creativo Revista KEPES, Año 13 No. 13, enero-junio de 2016, pág 268)

Es importante comprender el trabajo del ilustrador ya que, en la publicidad, se deben de comprender las características y puntos clave dentro de la campaña de publicidad para elegir el tipo de imagen a utilizar dentro de la misma.

Ya que es necesario para hacer llegar su mensaje de manera más clara al consumidor o público objetivo, para poder conectar con el espectador a través de emociones y crear necesidades de consumo.

“Todos los anuncios publicitarios (“anuncios”, para abreviar) tienen cuatro características:

- Un mensaje verbal y/o visual no personal.
- Un patrocinador identificado.
- Transmitidos por uno o varios medios.
- El patrocinador paga al medio que transmite el mensaje

(FUNDAMENTOS DE MARKETING de Stanton PDF Decimocuarta edición pag. 552)

Características y requerimientos para los anuncios que son de interés para poder comprender la importancia que requiere de apoyo visual para la comunicación del mensaje que se quiera enviar dentro de la campaña publicitaria.

“La publicidad es una técnica del marketing mix cuyo objetivo fundamental es crear imagen de marca, recordar, informar o persuadir al público para mantener o incrementar las ventas de los bienes o servicios ofertados.”

(Autor María Eugenia E. A./Marketing en la actividad comercial. marzo de 2014 Editor Editex. Pag 236)

Es importante conocer el concepto de publicidad y comprender que forma parte del marketing ya que se tiende a confundir que la publicidad contiene al marketing o que son lo mismo; la publicidad es una técnica utilizada por el mercadólogo para ofertar bienes o servicios.

Y es por ello que es tan importante llamar la atención del público con imágenes que son aportadas a la publicidad para dar a conocer de manera rápida y fácil de comprender lo que se está ofertando.

7.3 Diagnóstico

Después de analizar la información que se obtuvo se valoró la situación de la ilustración publicitaria en El Salvador, la cual permitió conocer a mayor profundidad el problema de la falta de información específica de este tema en

sí, ¿cómo se origina? y ¿cómo solucionarlo?; para ello se organizó la información, para hacer más comprensibles las ideas y llegar a la conclusión de cómo está falta de información se originó y para poder solucionar el problema se debe investigar a fondo y plasmar lo encontrado para dar a conocer más la temática de ilustración publicitaria.

7.4 Definición de términos básicos

• Agencia de publicidad

Es una organización comercial independiente, compuesta de personas creativas y negocios, que desarrolla, prepara y coloca la publicidad, por cuenta de un anunciante que busca encontrar consumidores para sus bienes y servicios o difundir sus ideas. Estas agencias están especializadas en la comunicación y ofrecen a sus clientes, formas directas o subcontratada.

(Vásquez kevin, publicado julio 27 de 2012 *Todo marketing*
<http://www.todomktblog.com/2012/07/publicidadyparticipantesclave.html>)

• Artista

Aquella persona practicante algunas de las bellas artes, pintura, dibujo, escultura, etc.

Las cuales consisten en expresar sensaciones, emociones o ideas a través de recursos plásticos, lingüísticos o sonoros. El concepto permite englobar a las creaciones que realiza el ser humano para expresar su visión sensible sobre el mundo real o imaginario.

(Julián Pérez Porto y María Merino. Publicado: 2010. Actualizado: 2014.

<http://definicion.de/artista/>)

• Arte Digital

El Arte Digital es una disciplina creativa de las artes plásticas, una nueva tendencia surgida en torno a la aplicación de programas vectoriales y

gratificadores, que comprende obras en las que se utilizan elementos digitales que son imprescindibles en el proceso de producción o en su exhibición, manifestando estas obras mediante soportes digitales o al menos tecnológicamente avanzados.

(Publicado el 28 noviembre, *Tipos de arte* 2014. <https://tiposdearte.com/que-es-el-arte-digital/>)

• **Colectivos**

Es un conglomerado de artistas cuya labor cultural centra su actividad en la creación, difusión, promoción, enseñanza, gestión, producción e intercambio con otros artistas afines, en un ámbito específico o multidisciplinario de manera independiente o autónoma.

El trabajo artístico cultural está siempre estrechamente enfocado a la colaboración con otros artistas y en asociación con personas, organizaciones, instituciones y órganos gubernamentales o de la iniciativa privada afines.

Las líneas de trabajo pueden ser: exposiciones de arte, coloquios, muestras, festivales, concursos, producciones, funciones, co-producciones, talleres, investigaciones, docencia, gestión y fomento de redes de autoayuda.

SENSAGEN (<http://diccionario.sensagent.com/colectivo%20art%C3%ADstico/es/>)

• **Contemporáneo**

Se denomina como contemporáneo a todo aquello que sucede en el tiempo presente y que pertenece al período histórico de tiempo más cercano a la actualidad. Como adjetivo calificativo, el término contemporáneo sirve para señalar todos los hechos, circunstancias o fenómenos que toman lugar entonces en el tiempo presente y que son parte de una realidad particular actual, contrapuesta a las realidades de otros períodos históricos del ser humano.

DEFINICIÓN ABC (<http://www.definicionabc.com/historia/contemporaneo.php>)

- **Diseño gráfico**

El diseño gráfico entraña una íntima relación con la comunicación visual como ciencia teórica y disciplina gráfica, se entiende a la práctica de desarrollo y ejecución de mensajes visuales que contemplan aspectos informativos, estilísticos, de identidad, de persuasión, tecnológicos, productivos y de innovación.

(EcuRed https://www.ecured.cu/Dise%C3%B1o_gr%C3%A1fico)

- **Estudios**

Equipo de diseñadores gráfico que realiza un estilo de trabajo muy acabado para su presentación al cliente y para el arte final. Son las instituciones profesionales las cuales son especialistas en el desarrollo de piezas gráficas. Las cuales abordan muchas áreas entre algunas están: Diseño gráfico, diseño editorial, ilustración, diseño de páginas web, fotografía, desarrollo de videojuegos, programación, marketing, etc.

(Definición.org <http://www.definicion.org/estudio-artistico> 2015)

- **Hardware**

El hardware es la parte que puedes ver del computador, es decir todos los componentes de su estructura física. La pantalla, el teclado, la torre y el ratón hacen parte del hardware de tu equipo.

© 1998 - 2016 GCF Community Foundation International.

(https://www.gcfaprendelibre.org/tecnologia/curso/informatica_basica

[empezando_a_usar_un_computador/2.do](https://www.gcfaprendelibre.org/tecnologia/curso/informatica_basica/empezando_a_usar_un_computador/2.do))

- **Ilustración**

Ilustración es la acción y efecto de ilustrar (dibujar, adornar). El término permite nombrar al dibujo, estampa o grabado que adorna, documenta o decora un libro. Julia Perez Porto y Maria Merino. <http://definicion.de/ilustracion/> (2009)

- **Ilustración contemporánea**

Para esta investigación Ilustración contemporánea publicitaria salvadoreña será entendida como la ilustración digital para medios impresos en específico para el periódico creada en el periodo de tiempo del 2000-2016 ya que a partir del 2000 se introdujeron nuevas herramientas como los programas de Adobe en las agencias de publicidad por lo cual la tecnología se ha hecho presente cada día con más innovaciones que están permitiendo que las técnicas de la ilustración en la publicidad estén a la vanguardia.

- **Ilustrador**

Persona que adorna con un impreso con el uso de figuras en grabado o dibujo, ya sea libro, periódico, revista etc. (GRAN DICCIONARIO ENCICLOPÉDICO ILUSTRADO. Tomo IV.)

- **Industria creativa**

Aquellos sectores de actividad organizada que tienen como objeto principal la producción o la reproducción, la promoción, la difusión y/o la comercialización de bienes, servicios y actividades de contenido cultural, artístico o patrimonial.

UNESCO. www.unesco.org/new/es/santiago/culture/creative-industries/

- **Medios Impresos**

Son los medios publicitarios que pasan por un proceso de impresión, cualquiera que éste sea. Normalmente los impresos son generados por imprentas convencionales offset o, en el caso de los diarios, por rotativas.

(<http://mediosentaller.blogspot.com/2012/05/medios-impresos.html>)

- **Publicidad**

Difusión o divulgación de información, ideas u opiniones de carácter político, religioso, comercial, etc. Con la intención de que alguien actúe de una determinada manera, piense según ideas o adquiera un determinado producto.

(<https://es.oxforddictionaries.com/definicion/publicidad>)

- **Software**

El software es una palabra que proviene del idioma inglés, pero que gracias a la masificación de uso, ha sido aceptada por la Real Academia Española. Según la RAE, el software es un conjunto de programas, instrucciones y reglas informáticas que permiten ejecutar distintas tareas en una computadora.

Autor: Julián Pérez Porto. Publicado: 2008. *Definición de:* Definición de software (<http://definicion.de/software/>)

8 DISEÑO METODOLÓGICO

8.1 Enfoque y tipo de investigación

Enfoque Cualitativo

La investigación será de Enfoque Cualitativo con un abordaje de teoría fundamentada. Este diseño de investigación cualitativo permite crear teorías a partir de los datos, más que de estudios previos.

Dada la flexibilidad del enfoque cualitativo que permite utilizar otras metodologías, se utilizará elementos de la investigación histórica ya que como investigación se requiere hacer un recuento de los hechos más relevantes de la historia de la ilustración salvadoreña, para luego analizarlos en su contexto.

MÉTODOS TEÓRICOS

Método inductivo: Obtención de resultados partiendo de lo particular a lo general basado en la observación y experimentación de los hechos.

MÉTODOS EMPÍRICOS

Método de observación: Consiste en la utilización de los sentidos para la obtención de información de forma consciente y dirigida sobre sujetos, objetos y fenómenos de la realidad, puede ser externa, interna, simple o sistematizada.

8.2 Sujetos y objetos de estudio

Los sujetos de estudio serán las agencias publicitarias y las agencias creativas que hayan creado ilustraciones publicitarias en los años 2000-2016 y nos ayuden a responder las interrogantes de la investigación.

El objeto de estudio es la ilustración contemporánea utilizada en la publicidad de El Salvador de 2000 a 2016.

8.3 Categorías de Análisis

Las categorías de análisis están basadas en el estudio cualitativo, con el fin de organizar la información y las fuentes de esta, coordinada y relacionada para obtener los resultados deseados, con información clara y ordenada, de todas las fuentes:

- Documentos bibliográficos
- Ilustradores
- Agencias y Estudios creativos
- Diseñadores gráficos.
- Procesos
- Otros

8.4 Técnicas e instrumentos de recolección de la información

En relación a los objetos de estudio y fuentes de información tenemos:

- Trabajo de campo (fuente primaria)
- Información documental (fuente secundaria)

Los instrumentos a utilizar son: entrevista, registro anecdótico, estudios de campo, Observación participante, ficha de contenido, ficha anecdótica.

8.5 Proceso analítico/interpretativo.

Matriz de la investigación				
Tema: La ilustración contemporánea salvadoreña en la industria publicitaria, 2000 a 2016.				
Enunciado del Problema: ¿Por qué no hay información de la ilustración contemporánea salvadoreña en la industria publicitaria, de 2000 a 2016?				
Objetivo general: Indagar la evolución de la ilustración contemporánea en la industria publicitaria de 2000 a 2016				
Objetivos Específicos:	Unidades de Análisis:	Dimensiones	Técnicas a utilizar	Tipos de instrumentos a utilizar:
Conocer el contexto histórico y evolución de la ilustración en El Salvador.	Contexto histórico y evolución de la ilustración en El Salvador.	Económica, cultural, política y social.	Técnica de investigación documental.	Ficha de contenido.
Conocer las ilustraciones más importantes en medios impresos en la industria publicitaria de 2000 a 2016 específicamente en los periódicos El Diario de Hoy y La Prensa Gráfica.	Exponentes y organismos involucrados en la ilustración publicitaria.	Económica, cultural, política y social.	Técnica de investigación documental, observación, entrevista, participación.	Registro anecdótico, cuestionario, entrevista
Identificar las técnicas de la ilustración utilizadas en la	Técnicas de ilustración.	Cultural, política y social.	Observación, entrevista, participación.	Registro anecdótico, cuestionario.

publicidad de El Salvador de 2000 a 2016.				
---	--	--	--	--

9 CAPITULADO TENTATIVO Y COMPONENTES TÉCNICOS Y ARTÍSTICOS

CAPITULADO TENTATIVO

Título de investigación. La ilustración contemporánea salvadoreña en la industria publicitaria, 2000 a 2016.		
1. Contexto histórico de la ilustración en El Salvador	Referente histórico, cultural de la Ilustración gráfica en El Salvador.	1.1 Inicios de la ilustración en El Salvador.
		1.2 Historia de la sinergia entre publicidad e Ilustración.
		1.3 Primeros exponentes y técnicas que se utilizan en la creación de ilustración para la publicidad.
2. Ilustración Contemporánea	La ilustración publicitaria, principales exponentes, organizaciones involucradas y técnicas que se utilizan en su creación en El Salvador de 2000 al 2016.	2.1 Definición de Publicidad.
		2.2 Medios.
		2.3 Análisis de información obtenida mediante entrevistas.
3. Resultados de la investigación	Discurso de los resultados de la investigación.	3.1 Muestra Práctica.

COMPONENTES TÉCNICOS Y ARTÍSTICOS

ASPECTOS DE LA INVESTIGACIÓN	Contenido/Propuesta
Título de la investigación	La ilustración contemporánea salvadoreña en la industria publicitaria, 2000 a 2016.
Objetivo General	Indagar la evolución de la ilustración contemporánea en la industria publicitaria de 2000 a 2016.
Muestra definido documento de difusión con línea de tiempo ilustrada de la historia y técnicas de ilustración utilizadas en el país.	Documento de difusión con línea de tiempo ilustrada de la historia y técnicas de ilustración utilizadas en el país.
Fases	<p>Recopilación de datos.</p> <p>Identificación de exponentes, organismos involucrados y técnicas que se utilizan en la actualidad.</p> <p>Resultados y registro histórico y gráfico.</p>
Resultado final	Teórico: Registro histórico acerca de la evolución de la ilustración en el país.
	Práctico: Registro gráfico en un documento de difusión con línea de tiempo ilustrada de la historia y técnicas de ilustración utilizadas en el país.

10 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Libros pdf

- © FADIP (Federación de Asociaciones de Ilustradores Profesionales) (2003)
Libro Blanco de la Ilustración Gráfica en España, Madrid, España
<http://www.fadip.org/archivos/libroblanco.pdf>
- FUNDAMENTOS DE MARKETING de Stanton PDF Decimocuarta edición
pag. 552

Tesis

- MONTERROZA, N. GOMEZ, B. MAZARIEGO, K. (2007) “Evolución de la publicidad en el salvador entre los años 1986-2006” Tesis Universidad Don Bosco, Facultad de Ciencias y Humanidades, Escuela de Comunicaciones.
- Campos, Carmen (2010) Realidad profesional de los diseñadores. Caso El Salvador, situación profesional y posibilidades del diseño. Tesis. Universidad de Palermo. Argentina.

Tesis pdf

- Colorado, Jorge A. (2014) Historia del diseño en el salvador: el diseño gráfico como profesión formal (1978-1988) tesis, Universidad Dr. José Matías Delgado
<http://www.redicces.org.sv/jspui/bitstream/10972/2301/1/0002048-ADARTCH.pdf>

Revistas

- Revista KEPES Menza V. - Sierra B. - Sánchez R. / La ilustración: dilucidación y proceso creativo Revista KEPES, Año 13 No. 13, enero-junio de 2016, pág 296

Sitios web

- Definición de agencia publicitaria (2012)
Recuperado de: Todo marketing
<http://www.todomktblog.com/2012/07/publicidadyparticipantesclave.html>
- Definición de Arte Digital (2014)

Recuperado de: <https://tiposdearte.com/que-es-el-arte-digital/>

- Definición de Colectivos (2015)

Recuperado

de:

(<http://diccionario.sensagent.com/colectivo%20art%C3%ADstico/es-es/>)

- Definición de Contemporáneos (2014)

Recuperado: <http://www.definicionabc.com/historia/contemporaneo.php>

- Definición de Diseño gráfico (2015)

Recuperado de https://www.ecured.cu/Dise%C3%B1o_gr%C3%A1fico

- Definición de estudios (2015)

Recuperado de: <http://www.definicion.org/estudio-artistico>

- Definición de hardware (2016)

Recuperado de: © 1998 - 2016 GCF Community Foundation International.

https://www.gcfaprendelibre.org/tecnologia/curso/informatica_basica/empezando_a_usar_un_computador/2.do

- Definición de ilustración (2009)

Recuperado de: <http://definicion.de/ilustracion/> (2009)

- Definición de ilustrador (2016)

Recuperado de: GRAN DICCIONARIO ENCICLOPÉDICO ILUSTRADO. Tomo IV.

- Definición de estudios (2015)

Recuperado de: <http://www.definicion.org/estudio-artistico>

- Definición de industria creativa

Recuperado de: UNESCO. www.unesco.org/new/es/santiago/culture/creative-industries/

- Definición de Medios Impresos (2012)

Recuperado de: <http://mediosentaller.blogspot.com/2012/05/medios-impresos.html>

- Definición de publicidad (2015)

Recuperado de: <https://es.oxforddictionaries.com/definicion/publicidad>

- Definición de software (2015)

Recuperado de: <http://definicion.de/software/>

- Dirección de educación virtual, la publicidad en El Salvador (2014)

<https://es.slideshare.net/UJMDVirtual/la-publicidad-en-el-salvador-30225093>

- Carlos Alberto Imery, wikipedia enciclopedia libre (2016)

https://es.wikipedia.org/wiki/Carlos_Alberto_Imery

- ASAP, Asociación Salvadoreña de Agencias de Publicidad, Antecedentes de la publicidad en El Salvador, El Salvador

http://www.asap.org.sv/documentos/asap_antecedentes.htm

- López, Eduardo, (2016) La Ilustración en el Diseño Gráfico

<http://www.roastbrief.com.mx/2016/04/la-ilustracion-en-el-diseno-grafico/>

11 ACTIVIDADES Y RECURSOS

11.1 Cronograma de actividades

Mes / Día	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre
1								
2								
3		Investigación en la biblioteca UCA		Entrevista Agencia APEX BBDO				
4								
5			Estudio de campo					
6			comic-con					Entrevista Clan studio
7	Investigación en la imprenta nacional				Investigación en la imprenta UES			
8							Entrevista Agencia Funes & asociados	

9				Investigación Biblioteca UES				
10								
11					Entrevista kadev jo estudio			
12				Entrevista Artcode Estudio			Investigación Biblioteca UES	
13								
14	Investigación Biblioteca UES							
15			Investigación en la biblioteca Nacional			Entrevista Frame Freak Studio		
16								
17								

18						Investigación Biblioteca UES		
19			Entrevista Derby Estudio		Entrevista Agencia Proxima /Apexbdo			
20	Biblioteca nacional.							Investigación Biblioteca UES
21				Investigación en la biblioteca Nacional			Entrevista 27PM	
22								
23			Entrevista ARCA Estudio				Entrevista Agencia APEX BBDO	
24								
25					Investigación licenciados docentes UDB			

26		Estudio de campo en						
27		festival de diseño: "Sinestesia"					Investigación en la biblioteca Nacional	
28								
29								
30	Investigación Biblioteca U Matías D			Entrevista Oscar kein Lic. UDB materia ilustracion		Entrevista Agencia Ogilvy		
31								

11.2 Recursos / Presupuesto

RUBRO	CANTIDAD	VALOR	COSTO	TOTAL
Cuaderno	Cuaderno	Cuaderno	Cuaderno	Cuaderno
Cámara Fotográfica	1	Unidad por Estudiante	\$700	\$700
Lápiz	Lápiz	Lápiz	Lápiz	Lápiz
Tableta Gráfica de Dibujo	2	Unidad por Estudiante	\$60	\$120
Pasaje de Transporte	10	Estudiante	\$3.00	\$9
Impresiones del Trabajo	2	Unicas unidades	Aprox: \$60	\$120
Libro ilustrado (muestra practica)	1	Unica Unidad	Aprox: \$70	\$70
Laptop, computadora	3		-	-
Total				\$1,029.50

ANEXOS

Anexo 1 El registro anecdótico

Universidad de El Salvador Facultad de Ciencias y Humanidades Escuela de Artes
Objetivo:
Fecha:
Lugar:
Sujeto/hecho/ambiente/contexto observados:
Descripción de los hechos y cronología (debe ser una anécdota y cronología específica) ser breve con suficiente detalle:
Incluir comentarios “entre comillas”:
Persona que observa:

Anexo 2

Ficha anecdótica

Universidad de El Salvador Facultad de Ciencias y Humanidades Escuela de Artes	
Objetivo:	
Fecha:	Hora:
Lugar:	
Sujeto/s a observar: _____ _____ _____	
Hecho observado: _____ _____ _____	
Registro de observación:	
Comentarios:	
Persona que observa:	

Anexo 3

Universidad de El Salvador
Facultad de Ciencias y Humanidades
Escuela de Artes
GUÍA DE ENTREVISTA

Objetivo:

Perfil del entrevistado:

Consentimiento informado:

Se agradece, por el tiempo dedicado responder esta consulta que forma parte del trabajo de investigación del Proceso de Grado, denominado:

Su valioso aporte sobre esta área permitirá que los resultados del presente estudio cumplan con el requerimiento científico. Motivo por el cual es importante que nos quede grabado, para su análisis, en el caso que usted no se opone; sin embargo sin en alguna ocasión desea que algún comentario no quede grabado, con todo gusto detenemos la grabación.

Nombre: _____ Firma: _____

Profesión: _____

Lugar de trabajo: _____

Entrevistador/a:

Nombre _____ Firma: _____

Lugar: _____ Fecha: _____

Anexo 4

Ficha de contenido	
Tema	
Subtema	
Sub subtema	
Referencia	
Contenido	
Fecha consultada	

