

Análisis Perceptivo de los Mensajes en Ilustraciones con Valor Estético Relativo o Irregular  
Perceptual Analysis of Messages in Illustrations with Relative or Irregular Aesthetic Value

Melba C. Marmolejo Cueva y Fatima Wila Quiñónez

Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Sede Esmeraldas,  
Esmeraldas, Ecuador.

La correspondencia sobre este artículo debe ser dirigida a Melba C. Marmolejo Cueva.

Email: melba.marmolejo@pucese.edu.ec

Fecha de recepción: 2 de abril de 2017.

Fecha de aceptación: 26 de junio de 2017.

¿Cómo citar este artículo? (Normas APA): Marmolejo Cueva, M.C., Wila Quiñónez, F. (2017). Análisis Perceptivo de los Mensajes en Ilustraciones con Valor Estético Relativo o Irregular. *Revista Científica Hallazgos21*, 2 (2), 120- 130 . Recuperado de <http://revistas.pucese.edu.ec/hallazgos21/>

## Resumen

Este estudio se realizó con el propósito de conocer el nivel perceptivo de los mensajes en ilustraciones con relativo valor estético. Se tomó como caso referencial al trabajo del diseñador Alejandro Magallanes, siendo valorado perceptivamente por personal de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Sede Esmeraldas con titulación de cuarto nivel, durante el período abril – septiembre del año 2016. El tipo de investigación fue cualitativa, longitudinal prospectiva y transversal, apoyada en el método lógico inductivo para ampliar el análisis y realizar comparaciones entre ilustraciones, así como el método analítico del proceso comunicativo de la publicidad visual, para escoger las ilustraciones a valorar. Para la obtención de datos se desarrollaron tres técnicas: *focus group* (grupo focal), que permitió seleccionar el grupo de estudio, la encuesta para conocer la percepción de las ilustraciones y la entrevista para recabar información puntual sobre estética, versatilidad y estilo de Alejandro Magallanes. El estudio reportó que las ilustraciones de estilo irregular no inciden en el nivel perceptivo del mensaje, sin embargo, se destacó que el uso de elementos conocidos facilita la eficiencia comunicativa.

**Palabras clave:** análisis; perceptivo; ilustración irregular.

## Abstract

This study was carried out with the purpose of knowing the perceptive level of messages in illustrations with relative aesthetic value. It was taken as reference case to the work of the designer Alejandro Magallanes, being evaluated perceptively by personnel of the Pontifical Catholic University of Ecuador, Esmeraldas campus, with qualification of fourth level, during the period April - September of the year 2016. The type of

investigation was qualitative, longitudinal Prospective and cross-sectional, supported by the inductive logic method to expand the analysis and make comparisons between illustrations, as well as the analytical method of the communicative process of visual advertising, to choose the illustrations to be evaluated. To obtain data, three techniques were developed: focus group, which allowed the selection of the study group, the survey to know the perception of the illustrations and the interview to collect specific information on aesthetics, versatility and style of Alejandro Magallanes. The study reported that irregular-style illustrations do not affect the perceptual level of the message, however, it was emphasized that the use of known elements facilitates communicative efficiency.

**Keywords:** analysis; perceptive; irregular illustration.

## Análisis Perceptivo de los mensajes en Ilustraciones con valor estético relativo o irregular

Analizar la función comunicativa en piezas gráficas requiere de métodos y técnicas que posibiliten determinar la claridad del mensaje. En el ámbito del diseño gráfico la percepción comprueba la eficiencia expresiva de ideas o conceptos en piezas gráficas basadas en necesidades de grupos específicos.

Por otro lado, ilustrar es representar gráficamente una idea sobre distintos soportes. Algunos autores como Armengol (2005) expresan que la ilustración es la interpretación gráfica y complementaria de un texto o idea compleja (p. 240), aunque desde la perspectiva filosófica de Arriola (2007) es el reflejo de la condición o situación del hombre, humanizando el trabajo. (p.22).

La ambigüedad conceptual del tema origina confusión en la relación estético-comunicativa, incrementando la

complejidad debido a diversos planteamientos de percepción, así como sus procesos.

Entre las definiciones conceptuales se planteó a la percepción como el proceso donde estímulos externos permiten ser receptados por un individuo (Hernández, 2012, p. 16), aunque desde otro enfoque, Vargas (1994) incluye un proceso cognitivo que reconoce, interpreta y da significado a las sensaciones externas físicas y sociales para crear juicios. (p. 48). Aguaded y Matínez-Salanova (1998) comentan que la percepción posee dos principios: primero, es estructurada e intervienen mensajes a partir de sensaciones complejas y segundo, el sujeto elige el estímulo a examinar (p.1), quiere decir que la percepción no es igual en distintos sujetos por factores que intervienen en ella. Fuentes, Moreno y Valdivia (2013), asimismo, hablan sobre tres factores en la percepción: funcionales, situacionales y estructurales, que además influyen en ocho enfoques que Hernández (2012) detalla cómo empirista, gestáltico, conductual, cognitivo, de procesamiento de información, gibsoniano, computacional y el psicoanalítico.

Al puntualizar sobre la percepción visual, Díaz (2010) expresa que "es la elaboración de una descripción simbólica del mundo físico que nos rodea a partir del patrón de luz reflejada por diferentes elementos que los componen". Se refiere a la forma en como los elementos son identificados por la visión a través de la luz.

En cuanto a la percepción visual y su relación con el diseño gráfico, Miranda (2011) dice que los diseñadores deben priorizar al proceso perceptivo desde las fases iniciales, considerando que no existen reglas absolutas al generar composiciones dentro del proyecto gráfico. Se refuerza la idea de que las técnicas influyen en cómo el contenido es percibido y que los mensajes amplios proporcionan apreciaciones

erróneas. La percepción de piezas gráficas e imágenes requiere de indicadores que permitan entender el mensaje. Rosell, Guzmán y Domínguez (2012) mencionan como indicadores el grado de objetividad, organización de la estructura y la composición. Ellos afirman que imágenes planas están constituidas por figuras o ilustraciones, mientras que las imágenes compuestas están constituidas por símbolos abstractos que deben estar acompañados por una palabra para complementar su concepto.

Alejandro Magallanes es el diseñador gráfico mexicano cuya obra fue seleccionada para el análisis perceptivo de los mensajes en ilustraciones con valor estético relativo o irregular. Su selección trasciende de la trayectoria o reconocimiento y obedece a su técnica y estilo particular. Nacido en 1971, siguió sus estudios en la Escuela Nacional de Artes Plásticas en la carrera de Diseño Gráfico. Dedicado a la ilustración, cartelismo entre otras actividades, ha ganado reconocimientos en festivales como la XVI Bienal del Cartel en Varsovia. También ha colaborado con diversas instituciones, entre estas la Alliance Graphique Internationale (Suarez, 2014, p. 4). Su trabajo se caracteriza por trazos descomplicados, con contornos irregulares. También trabaja la fotocomposición. Su técnica es amplia y no se rige por un solo patrón, logrando resultados innovadores (Suarez, 2014, p. 4). Se especializa en graficar problemas sociales y políticos. Los proyectos para el análisis fueron seleccionados a partir de seis criterios: color, fondo-forma, representación cultural, humor gráfico, composición con tipografía y retórica. Todos estos atributos están presentes sus propuestas gráficas.

En cuanto a la percepción de belleza, Magallanes está consiente sobre los juicios de valor ligados a la capacidad de dibujo según los cánones artísticos convencionales

y de cómo aquellos que rompan con la convención son amonestados.

La investigación desarrollada por (Suarez, 2014, p. 9), acerca del trabajo de Magallanes revela la diversidad del diseño gráfico y de cómo el estilo puede adaptarse y transmitir el mensaje, aunque no le guste al receptor.

### Método

Se estableció que la población de estudio estaba integrada por 105 individuos del personal de la PUCESE con título de cuarto nivel, de los cuales se seleccionaron 10 para el *focus group* o grupo focal. El criterio de selección implicó inclusión étnica, cultural, de especialidad y edad.

Se aplicó el método lógico inductivo, porque las ilustraciones de Magallanes fueron el foco de estudio y a partir de la recolección de datos se amplió información de cómo fueron percibidas. Posteriormente se realizó una comparación entre las imágenes que conformaron cada criterio para resaltar datos relevantes.

Se hizo una adaptación del Método Analítico del Proceso Comunicativo de la Publicidad Visual, constituido por diez criterios, tomando sólo seis para la selección de imágenes (color, fondo-forma, representación cultural, humor gráfico, composición con tipografía y retórica), que luego se evaluaron en la entrevista y la encuesta.

El intervalo de tiempo para la revisión de las imágenes en el instrumento fue de 5 segundos por cada imagen. Para definir el lapso de tiempo se experimentó exponiendo las imágenes en un teléfono móvil durante tres intervalos de tiempo correspondientes a: 2,5 segundos, 5 segundos y 10 segundos determinando que el primer lapso no permitía la percepción de la imagen, en el segundo caso se lograban captar características de la ilustración y en el tercer caso se perdía interés en la actividad.

Para la encuesta se construyó un folleto de doce imágenes junto a un banco de preguntas por cada ilustración. El encuestado observaba durante 5 segundos la imagen para luego responder las preguntas. Así se determinó la eficiencia comunicativa de las ilustraciones (Ver anexo).

También se elaboró una entrevista estructurada, compuesta por tres preguntas de selección con indicadores de "SI" o "NO". Los aspectos que intervenían eran la estética, versatilidad y la tendencia a confundir.

### Resultados

Se relacionaron los datos recolectados en la encuesta y la entrevista estructurada para profundizar en la información obtenida, considerando los criterios establecidos para la selección de imágenes. Así se determinó que el nivel de entendimiento fue alto para las imágenes en las categorías de color, fondo-forma, humor, composición tipográfica y retórica, en ese orden. Esto significa que la correcta aplicación cromática, así como el contraste facilita la visualización, además, la claridad de trazo en este tipo de composición permite que el fondo y la forma sean rápidamente diferenciados. El uso de elementos sencillos permite que el mensaje sea comunicado eficazmente. También se detectó nivel medio de entendimiento en imágenes cuyo contenido fue percibido como ambiguo, siendo una de las causas la saturación de elementos en la composición.

En cuanto a la relación de la imagen y el texto, dentro de la categoría fondo-forma surgió una contradicción producida porque el mensaje aparentaba no tener coherencia con la representación gráfica. Las categorías color, fondo-forma, humor y composición con tipografía respectivamente revelaron resultados altos en la relación texto-imagen, comprobando que los

elementos empleados en la composición deben tener relación entre sí para lograr una mejor percepción.

Respecto a la incidencia del estilo en la percepción del mensaje se determinó influencia positiva al atraer la atención del receptor como primer paso del proceso comunicativo y cumpliendo su función debido al uso de elementos simples.

En el caso de la entrevista, los resultados señalan que seis de cada diez personas, consideran que las ilustraciones de Alejandro Magallanes no son agradables a la vista, sin embargo, indican que este estilo poco convencional da valor agregado a las piezas gráficas generando reconocimiento y aceptación. Adicionalmente son catalogadas como versátiles por tener la capacidad de adaptabilidad a cualquier soporte.

### Discusión

Comúnmente y de manera empírica, se suele afirmar que la belleza depende del ojo con que se mire, no obstante, en la disciplina del diseño gráfico, orientada a la comunicación apoyada en elementos visuales, el proceso comunicativo no puede enmarcarse en la relatividad subjetiva del gusto de cada observador. La funcionalidad del proceso de comunicación se compone de un mensaje que debe ser entendido con claridad más allá de los elementos figurativos desarrollados para dicho propósito. Es esta línea, este estudio pretende establecer la incidencia y valor de la estética de una pieza destinada a la difusión de un mensaje.

Después del análisis de datos que enfatizan en aspectos puntuales como color, fondo-forma, humor, composición tipográfica y retórica, en ese orden, se pudo determinar que el estilo irregular de las ilustraciones aplicado en piezas gráficas no incide en la percepción del mensaje. Esta afirmación es relevante para muchas áreas,

en especial para la comunicación (incluida la visual), considerando que es una necesidad el intercambio de datos que se transforman en información y trascienden al conocimiento.

La concepción de estética y belleza parte del proceso neurológico, según el aporte de la entrevista realizada en la investigación. En el caso específico de las ilustraciones de Alejandro Magallanes, el mensaje se comunica, aunque la percepción estética de las piezas no sea totalmente aceptada debido a las deformaciones e irregularidades propias del estilo del autor. También es procedente afirmar que la función comunicativa predomina ante los sentimientos y emociones propias de la percepción de obras de artes, concordando con Guerrero (2013) donde indica que el ser humano se inclina por los rasgos infantiles, la simetría, la completud y las sonrisas.

### Conclusiones

La eficiencia del proceso comunicativo no tiene relación directa con la percepción estética de la pieza gráfica. Este hecho se valida a través del análisis de las ilustraciones del diseñador Alejandro Magallanes, cuyo estilo poco convencional, comunican el mensaje de manera eficiente, independientemente de la percepción (positiva o negativa) del receptor.

La respuesta al proceso perceptivo es diferente en cada individuo, esto quiere decir que generalizar las reacciones a estímulos produciría resultados poco fiables.

El estudio también comprobó que las imágenes percibidas con mayor eficiencia corresponden a la categoría de fondo-forma, justificando que dicho principio gestáltico aporta positivamente al momento de comunicar el mensaje.

No hubo relación entre el estilo estético y el nivel de entendimiento de las ilustraciones de Alejandro Magallanes, aunque el 60% de la población de estudio

consideró que eran no eran estéticamente de su agrado, también afirmó que si cumplieron su función comunicativa con claridad.

Se recomienda ampliar el estrato de estudio para determinar si el nivel perceptivo tiene relación con el tipo de formación académica de la población.

## Referencias

- Aguaded, J., Martínez-Salanova, E. (1998). Medios, recursos y tecnología didáctica para la formación profesional ocupacional. Huelva: FACEP
- Armengol, T. (2005). Ilustración, comunicación, aprendizaje. Revista de educación. Número extraordinario. P. 239-253
- Arriola, H. (2007.) Manual Interactivo de técnica de Ilustración Digital, aplicada a la caricatura y al comic, para el curso de Expresión Gráfica 2. Tesis de pregrado. Universidad de San Carlos de Guatemala. Guatemala. Recuperado de: [http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/02/02\\_2524.pdf](http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/02/02_2524.pdf)
- Díaz, A. (2010). Percepción visual. Revista Innovación y experiencias educativas. N° 31.
- Fuentes, M., Moreno, A. y Valdivia, S. (2013). Factores que influyen en la percepción. Recuperado de <https://prezi.com/lojrvfb1ouzk/factores-que-influyen-en-la-percepcion/>
- Guerrero, V. (2013). La belleza está...en tu cerebro. Revista de divulgación de la ciencia de UNAM. núm. 171. Recuperado de <http://www.comoves.unam.mx/numeros/articulo/171/la-belleza-esta-en-tu-cerebro>
- Hernández, A. (2012). Procesos Psicológicos Básicos módulo 1. Recuperado de: [http://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/34076718/Procesos\\_psicologicos\\_basicos-Parte1\\_3.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAJ56TQJRTWSMTNPEA&Expires=1475276907&Signature=cQcH0VP9Cy89ZHP1NBhFFrEJW%2BA%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DProcesos\\_psicologicos\\_basicos.pdf](http://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/34076718/Procesos_psicologicos_basicos-Parte1_3.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAJ56TQJRTWSMTNPEA&Expires=1475276907&Signature=cQcH0VP9Cy89ZHP1NBhFFrEJW%2BA%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DProcesos_psicologicos_basicos.pdf)
- Miranda, C. (2011). La percepción visual y el diseño gráfico. Recuperado de <https://es.scribd.com/doc/49890658/Percepcion-Visual-y-Diseno-Grafico>

Rosell, W., Guzmán, I. y Domínguez, J. (2012). Factores que influyen en la percepción de las series imagenológicas. Revista virtual Educación Médica Superior. Vol 26. Núm 3. Editorial: Ciencias Médicas. Recuperado de <http://www.ems.sld.cu/index.php/ems/article/view/50/40>

Suarez, B. (2014). Alejandro Magallanes. Universidad Autónoma Metropolitana. Azcapotzalco, México.


Vargas, L (1994). Sobre el concepto de percepción. Revista Alteridades. Vol. 4, núm. 8, 1994, p. 47-53. Recuperado de [alte@xanum.uam.mx](mailto:alte@xanum.uam.mx)



Anexo

Imágenes para la Encuesta

<p>Cartel México respira mierda</p>	<p>Cartel Puños</p>
	
<p>Fuente: Magallanes, 2009</p>	<p>Fuente: Magallanes, 2009</p>
<p>Portada libro Conversaciones y Discusiones</p>	<p>Cartel Todos para Todos</p>
	
<p>Fuente: Magallanes, 2009</p>	<p>Fuente: Magallanes, 2009</p>

Cartel Estudios Mexicanos	Cartel Ciudad Juárez
	
Fuente: Magallanes, 2009	Fuente: Magallanes, 2009
El amor acaba cuando empiezan los pedos	Cartel Alejandro en Amarillo
	
Fuente: Magallanes, 2006	Fuente: Magallanes, 2010

