

9  
2ej



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO**  
**ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLASTICAS**

Análisis de cartel y tríptico (prospecto), para la "Sexta Conferencia Internacional" Las computadoras en las instituciones de educación y de investigación y propuesta alternativa del "cartel" para la Octava Conferencia Internacional".

Tesis

Que para obtener el título de

**Licenciado en Diseño Gráfico**

**Presenta**

Ileana Maritza Castillo Rodríguez

**Director:**

Lic. Rafael Mauleón Rodríguez



SECRETARIA  
ACADEMICA  
Escuela Nacional de  
Artes Plásticas

**TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN**

**Junio 1993**



## **UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso**

### **DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

## INDICE

INDICE .....	1
INTRODUCCION .....	7
<b>A : DIRECCION GENERAL DE SERVICIOS DE COMPUTO ACADEMICO Y UNISYS DE MEXICO</b> .....	<b>11</b>
A.1 Funciones de la DGSCA .....	11
A.2 Funciones de UNISYS .....	13
A.3 Sexta Conferencia Internacional .....	14
A.3.1 Características .....	14
A.3.2 Problemática Actual .....	15
<b>B : CARTEL, PROPUESTA A</b> .....	<b>17</b>
B.1 Diseño Gráfico .....	17
B.2 Breve historia del cartel .....	18

B.2.1 Características . . . . .	18
B.2.2 Funciones . . . . .	20
B.3 Etapa de planeación . . . . .	21
B.3.1 Tema . . . . .	22
B.3.2 Límites de tiempo . . . . .	22
B.3.3 Materiales . . . . .	22
B.3.4 Características . . . . .	23
B.3.5 Calendario de actividades . . . . .	23
B.3.6 Presupuesto . . . . .	24
B.4 Etapa de Trazado . . . . .	25
B.4.1 Imagen . . . . .	25
B.4.2 Tipografía . . . . .	26
B.4.3 Color . . . . .	29
B.4.4 Formato . . . . .	33
B.4.5 Red . . . . .	36
B.5 Primeras imágenes . . . . .	38
B.5.1 Propuestas preliminares . . . . .	42
B.5.2 Alternativas de solución . . . . .	46
B.5.3 Propuesta final . . . . .	49
B.6 Impresión y reproducción . . . . .	49
B.7 Presentación final . . . . .	50

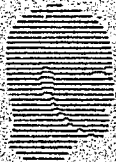
<b>C: TRIPTICO (PROSPECTO)</b> . . . . .	<b>51</b>
C.1 Características del prospecto . . . . .	51
C.2 Etapa de planeación . . . . .	53
C.2.1 Tema . . . . .	53
C.2.2 Límites de tiempo . . . . .	53
C.2.3 Materiales . . . . .	53
C.2.4 Características . . . . .	53
C.2.5 Calendario de actividades . . . . .	54
C.2.6 Presupuesto . . . . .	54
C.3 Etapa de trazado . . . . .	55
C.3.1 Tipografía . . . . .	55
C.3.1.1 Cálculo tipográfico . . . . .	57
C.3.2 Información . . . . .	59
C.3.3 Formato . . . . .	59
C.3.4 Retícula . . . . .	60
C.3.5 Imagen . . . . .	62
C.3.6 Color . . . . .	62
C.4 Primera imágenes . . . . .	63
C.4.1 Propuestas preliminares . . . . .	63
C.4.2 Alternativas de solución . . . . .	70
C.4.3 Propuesta final . . . . .	76

C.5 Impresión y reproducción . . . . .	77
C.6 Presentación final . . . . .	78
<b>D : JUSTIFICACION DEL CARTEL Y TRIPTICO (PROSPECTO) DE LA PROPUESTA A . . . . .</b>	<b>79</b>
D.1 Justificación del cartel . . . . .	79
D.2 Justificación del tríptico (prospecto) . . . . .	82
D.3 Breve conclusión . . . . .	84
<b>E : ENTREVISTAS A LA COMUNIDAD UNIVERSITARIA Y PERSONAS RELACIONADAS CON LA INFORMATICA . . . . .</b>	<b>85</b>
E.1 Características . . . . .	85
E.2 Justificación . . . . .	85
E.3 Resultados . . . . .	86
<b>F: ALTERNATIVA DE DISEÑO DE CARTEL PROPUESTA B . . . . .</b>	<b>89</b>
F.1 Etapa de planeación . . . . .	89
F.1.1 Tema . . . . .	89
F.1.2 Características . . . . .	89



F.1.3 Materiales . . . . .	89
F.1.4 Calendario de actividades . . . . .	90
F.1.5 Presupuesto . . . . .	90
F.2 Etapa de trazado . . . . .	90
F.2.1 Formato . . . . .	90
F.2.2 Red . . . . .	91
F.2.3 Tipografía . . . . .	92
F.2.4 Imagen . . . . .	92
F.2.5 Color . . . . .	93
F.3 Primeras imágenes . . . . .	93
F.3.1 Propuestas preliminares . . . . .	93
F.3.2 Alternativas de solución . . . . .	97
F.3.3 Propuesta final . . . . .	101
F.4 Impresión . . . . .	102
F.5 Justificación . . . . .	102
F.6 Presentación final . . . . .	104
<b>CONCLUSIONES . . . . .</b>	<b>105</b>
<b>FUENTES DE INFORMACION . . . . .</b>	<b>107</b>

THE UNIVERSITY OF CHICAGO PRESS





## INTRODUCCION

El gran avance tecnológico que nos acompaña en nuestro diario andar abarca todas las áreas del conocimiento, siendo el Diseño Gráfico una de las áreas en las que este desarrollo ha provocado un gran auge de nuevas formas de expresión de las que no podemos ni debemos mantenernos ajenos porque son producto de nuestra sociedad; una sociedad en la que a través del Diseño Gráfico se crean soportes que atraen su atención por medio de mensajes, que son difundidos por los diversos medios de comunicación, que llevan implícita una intención.

En el Diseño Gráfico, el cartel, como una de sus tantas formas de expresión, al igual que el prospecto, desempeñan un papel importante como medios informativos y se ha podido observar que dentro de las Instituciones públicas no se les da la importancia que estos deberían tener. Esto principalmente se debe, por mencionar algunos aspectos, a falta de recursos, poco tiempo para la realización, y que en la mayoría de los casos la decisión final la dan personas ajenas al campo del diseño.

Debido a lo anterior, el presente trabajo surgió a partir de una inquietud personal con base en una necesidad real.

Al terminar la carrera de Diseño Gráfico, la gran mayoría de los estudiantes desconocemos muchos aspectos del trabajo dentro del campo profesional y los avances tecnológicos que para ésta surgen día a día, esto nos llevó a tratar de conocer como se realizaba un trabajo real y que además tuviera relación con el área de la computación, para realizarlo la Dirección General de Servicios de Cómputo Académico sin obstáculos abrió sus puertas para realizar el diseño del cartel y prospecto para la Conferencia Internacional "las computadoras en las instituciones de educación y de investigación".

La siguiente investigación es una recopilación de las experiencias personales que se suscitaron al estar realizando el diseño de los soportes gráficos para la conferencia.

La mayoría de los diseñadores sabemos que la actividad de diseñar es parte de una serie de acciones realizadas por uno o un grupo de personas con el fin de obtener un resultado en forma rápida y eficaz, esto sin olvidarnos que se debe tratar de mantener siempre una relación entre los sujetos y los objetos dentro de las normas del fenómeno social. Ahora, con la proliferación masiva de objetos y modalidades de uso, es necesario manejar esta problemática desde un marco teórico y un instrumental analítico que nos permita abordarlo multitudinariamente.

No podemos generar una imagen creativa (diseñar) si carecemos de alimentación alguna, nadie diseña algo por respuesta simple. Un proyecto en primera instancia no es una forma realizada, pero sí resulta realizable, a través de un proceso de materialización en el que se deben considerar todos sus posibles puntos: materiales, técnicas, fuerza de trabajo, tiempos, etc. Para ello la metodología del diseño es un proceso que parte de una necesidad real (demanda) apoyada en una serie de circunstancias que requieren de la realización de un objeto o la materialización de la palabra para obtener un resultado.

Dentro de la metodología podemos hablar de los procesos deductivo, inductivo y empírico, que aun cuando son distintos en su forma de abordar los problemas del diseño, resultan complementarios unos de otros porque cada uno contiene diferentes propuestas que pueden resultar muy positivas. También podemos mencionar el método diano o algunos de los autores que hablan acerca de la metodología, por ejemplo Jordi Llovet, Oscar Olea, etc, pero lo más importantes es comentar que dentro del presente trabajo se consideraron y estudiaron sus comentarios, pero más que nada debemos aclarar y hacer incipiente en que en este aspecto, la metodología, dentro del trabajo fué sobre todo generándose según las necesidades que este requirio, al momento de su realización, no por ello se pretende crear o sugerir una metodología nueva o diferente, sino por el contrario se intenta hacer notar que se consideraron la gran mayoría de ellas para de esa forma dar al trabajo o proyecto solicitado el mejor resultado posible, aun con todas las ventajas y desventajas que ello implica.

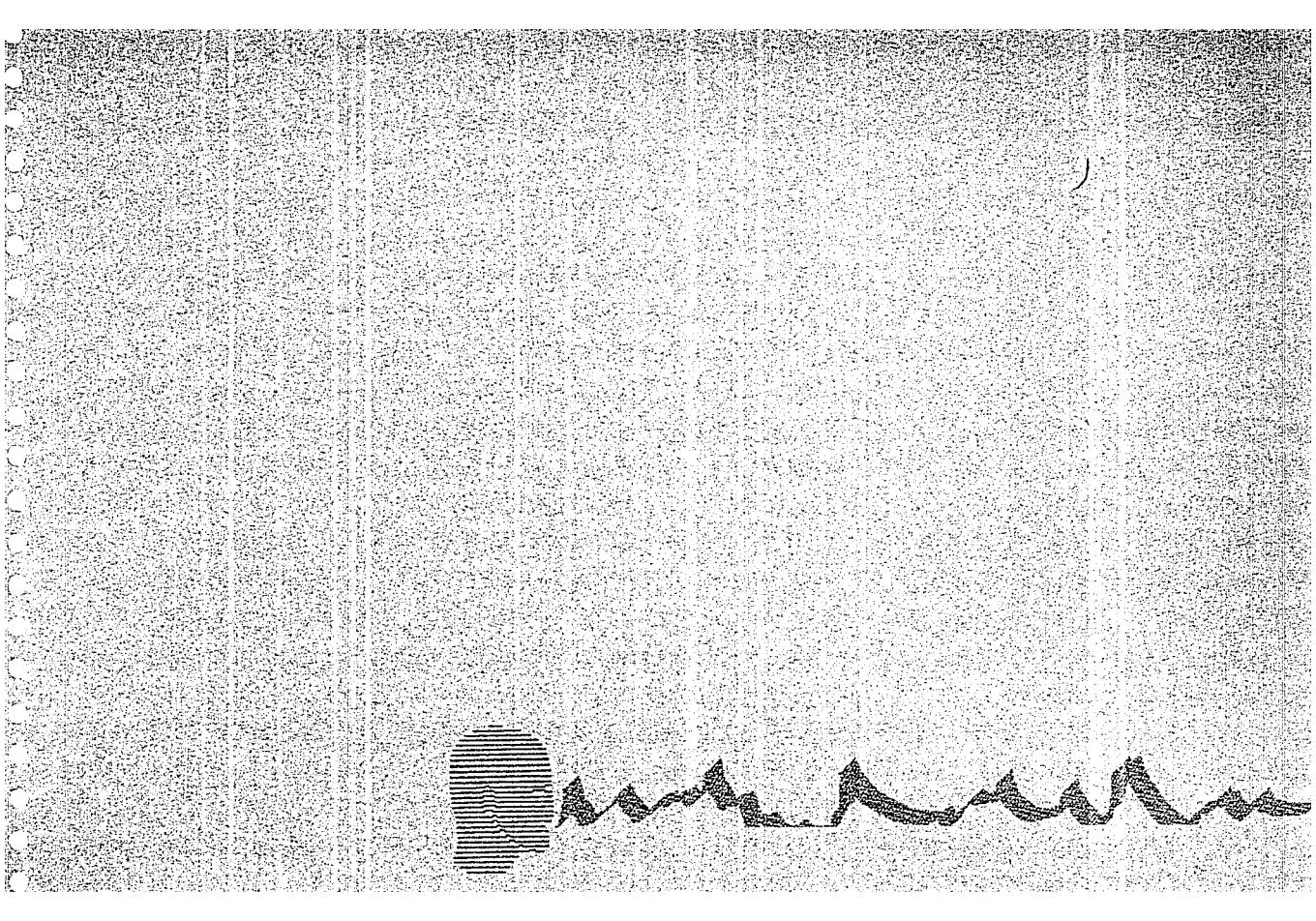
Ahora bien considero necesario aclarar que dentro del Diseño Gráfico existen muchas funciones que comúnmente

son realizadas por personas ajenas a la carrera y que no saben, no por falta de conocimientos sino de experiencia, resolver práctica o formalmente un diseño por lo que a veces crean sus propias soluciones, las cuales no corresponden a la realidad económica, social o cultural del público al que van dirigidos, y que de una u otra manera afectan el resultado final del Diseño. Aquí entraria muy daramente a colación el parrafo en el que Oscar Olea escribe lo dicho por Ayn Rand en su novela el manantial de que "nadie se hace responsable de la forma pero todo mundo se siente con derecho a meterle mano, a poner algo de su parte".

Por todo esto el trabajo se divide en 2 partes:

En la primera se comentan las características del diseño del cartel y prospecto realizados para la **Sexta Conferencia Internacional**, hablando también de los pros y contras que implicaron el trabajar en un lugar y para personas específicas, y los motivos que nos llevaron a la realización de la segunda parte del trabajo.

En la segunda parte se habla de las características de la alternativa del diseño del cartel para la **Octava Conferencia Internacional**.



## A) DGSCA.

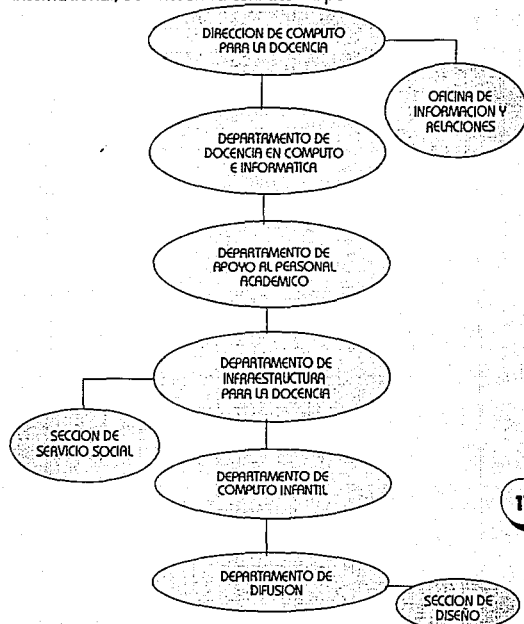
La Dirección General de Servicios de Cómputo Académico de la Universidad Nacional Autónoma de México es una dependencia de la Secretaría General Académica.<sup>(1)</sup>

Fue creada el 14 de mayo de 1985 en base al acuerdo de reestructuración de los servicios de cómputo en la UNAM.

### A.1 Funciones de la DGSCA

Para su funcionamiento, la DGSCA se integra por la Dirección de Cómputo para la Docencia, la Dirección de Cómputo para la investigación, la Dirección de Cómputo para la Administración Académica, la Dirección de Telecomunicaciones, la Coordinación de Proyectos Especiales y la de Servicios Generales, una Unidad Administrativa y 15 Departamentos. La Dirección de Cómputo para la Docencia,

encargada de la realización de la Sexta Conferencia Internacional, se encuentra constituida por:



□ Tiene como función principal facilitar y proporcionar el uso de la computadora como herramienta de apoyo a la docencia, la investigación y la administración académica, procurando mantenerse a la vanguardia de los avances tecnológicos y aprovechando de manera óptima los recursos disponibles. Así mismo contribuir en forma permanente al desarrollo de los planes y programas que la UNAM establece para la superación académica de su comunidad, y establecer o incrementar la comunicación con las unidades de cómputo y de informática de las instituciones externas".<sup>(2)</sup>

12 **C**ómputo Académico está vinculado con las dependencias académicas de la UNAM, facultades, escuelas, CCH, institutos, centros, programas universitarios y dependencias de la Secretaría General y Secretaría General Académica mediante actividades específicas, como es el uso, adquisición y mantenimiento de los recursos de cómputo, elaboración de proyectos conjuntos de investigación y desarrollo de sistemas, formación de recursos humanos y asesoría técnica y de programación.

□ Así mismo en ella se analizan las tendencias actuales de las computadoras y la informática, se diseñan e implantan programas específicos para las instituciones de los sectores productivo y social, se organizan y realizan eventos académicos en que se presentan los avances científicos y tecnológicos, se diseñan sistemas útiles en la actividad docente, se elaboran libros de texto y se produce software educativo".<sup>(3)</sup>

**E**l servicio que otorga la DGSCA no está circunscrito solamente a las máquinas sino abarca muchos otros. Los usuarios pueden acudir en busca de bibliografía especializada que se ofrece en forma de publicaciones periódicas y libros que proporciona la biblioteca.

**C**onsciente de mantener este servicio actualizado se consiguen los títulos que brindan un mayor apoyo de acuerdo con las necesidades de los usuarios. Entre los temas de mayor interés se encuentran los paquetes, los lenguajes de programación, las bases de datos, la inteligencia artificial y los manuales. Las publicaciones generadas en la misma dirección constituyen un acervo de

2. Boletín Informativo de la DGSCA UNAM

Año 1

Número 2

Octubre 1987

Página: 1

3. Op. Cit.

Boletín Informativo.

Página: 1

información valiosa que orientan al usuario y lo guían en el manejo de materiales útiles, en la utilización de diversos equipos, en la aplicación de técnicas y en suma, en poner a su alcance los conocimientos y organizar el acceso a ellos.

La "Dirección de Cómputo para la Administración Académica es el órgano de la DGSCA cuya función esencial es proporcionar servicios de cómputo y de desarrollo de sistemas de información para la administración escolar de las dependencias de la UNAM, del sistema incorporado a la misma y de las instituciones externas con las que se establecen convenios al respecto, así como supervisar el cumplimiento de las normas y procedimientos relativos a los servicios que se presentan, a fin de lograr un uso racional de los recursos de cómputo con que se cuenta; por ello se integra con dos departamentos: el de Servicio de Cómputo, siendo su objetivo el de administrar y operar el sistema de cómputo y los equipos de separación y corte de formas continuas para la emisión de resultados de los procesos requeridos por los usuarios; y el Departamento de Sistemas que tiene como objetivo el de desarrollar sistemas de información para administrar y operar los equipos de

captura y microfilmación para los requerimientos de las mismas".<sup>(4)</sup>

## A.2 Funciones de UNISYS

UNISYS de México es una empresa líder entre los proveedores de equipos de cómputo de alta tecnología. Ofrece productos, servicios, soluciones integrales y mejores respaldos para proteger la inversión de sus clientes.

A través de un convenio con la DGSCA, UNISYS se encarga de los gastos del evento y la primera de la organización.

Para la Conferencia es la encargada de aportar el presupuesto necesario para la realización de todo material relacionado con ella.

Además es responsable de la elección del diseño para cada uno de los soportes gráficos necesarios para la realización de la Conferencia.

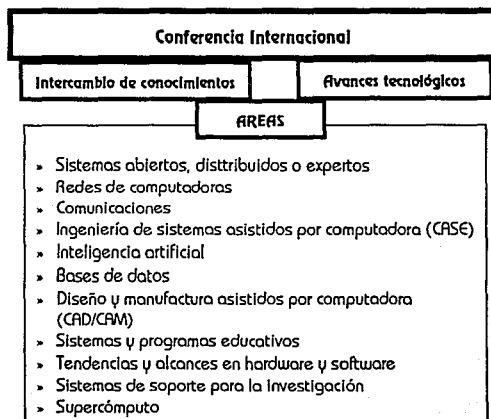
### A.3 Sexta Conferencia Internacional

Es un evento a nivel internacional que trata de promover "la investigación, estudio y práctica profesional para permitir, en el futuro inmediato, una retroalimentación efectiva del aprovechamiento y oportunidades que ofrecen las tecnologías de la electrónica, las comunicaciones y la computación".<sup>(5)</sup>



#### A.3.1 Características

Su objetivo principal es presentar los principales desarrollos de sistemas de información a las instituciones educativas para las áreas de docencia, investigación y administración, así como promover el intercambio de experiencias entre los miembros de la comunidad informática que tengan interés en las siguientes áreas:



5. Boletín Informativo de la DGSCA UNAM  
Año 1  
Número 12  
Diciembre 1988  
Página: 9



### **A.3.2 Problemática**

**A**ño con año, desde 1985, la DGSCA en colaboración con UNISYS de México realizan su Conferencia Internacional que al llegar a su sexto año atravesaba por la siguiente problemática:

**1.-** La imagen a utilizar estaba muy encasillada en una misma línea debido a que, en todas las anteriores se maneja la cabeza achurada, que con el paso del tiempo se volvió algo así como el sello personal de la conferencia y a la que únicamente se le variaba o agregaba la retícula (diagramación) que se utilizaba como fondo y soporte.

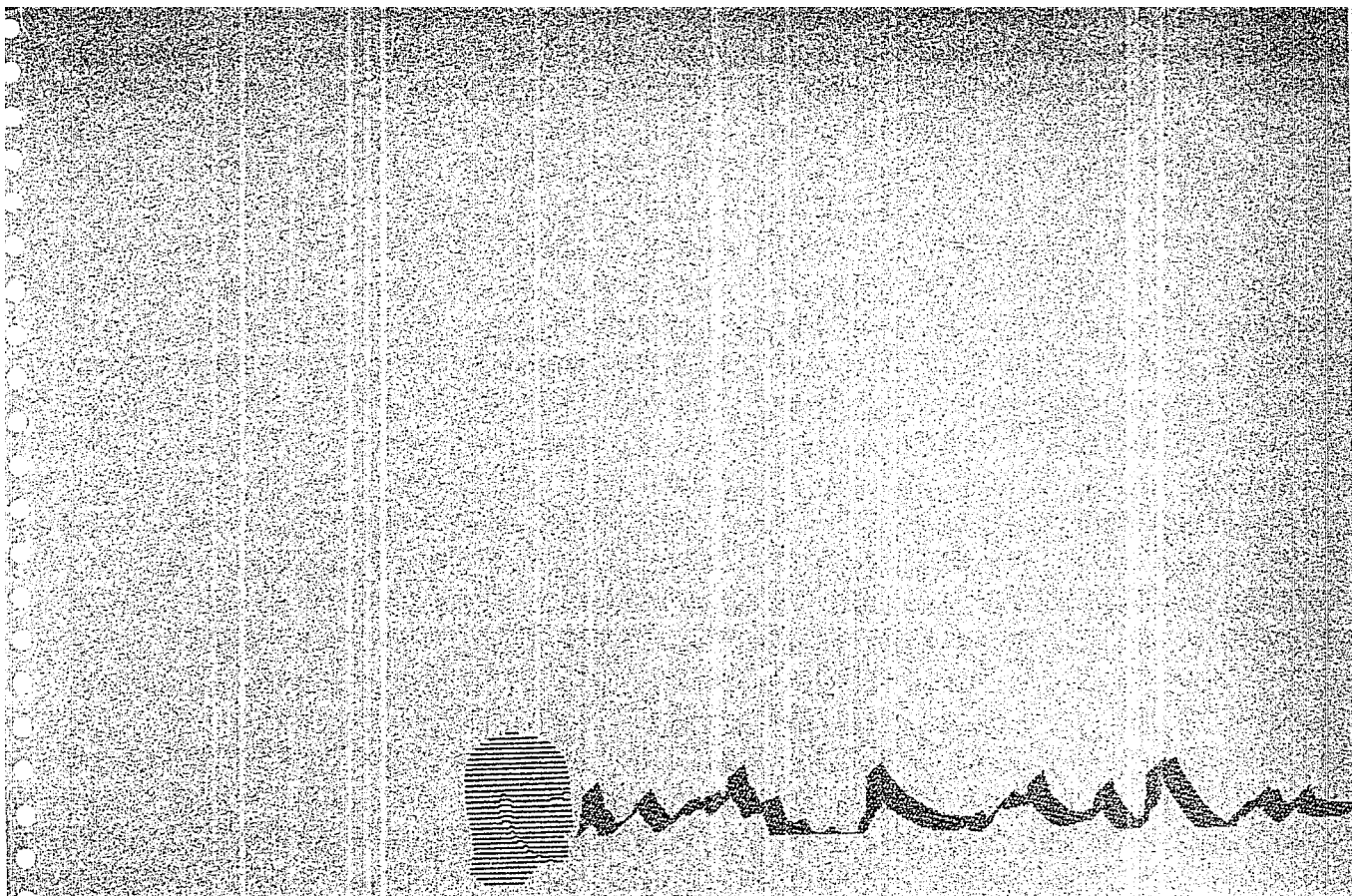
**2.-** Los colores utilizados son siempre el rojo, el gris, el negro y el blanco únicamente acomodados de manera diferente, lo que también con el tiempo se volvió una regla debido a que UNISYS de México así lo pedía.

**3.-** El presupuesto otorgado para ella era reducido, sobre todo porque se pretendía que el costo del material

fuera el mismo que el del año anterior y todo lo que se quisiera hacer debía ajustarse a esto o por lo menos que no se incrementase demasiado.

**4.-** El tiempo, que por desgracia corre muy de prisa, se fue volviendo cada día más limitado hasta que en el último momento las precipitaciones no nos dejaban nada bueno.

**P**or todo esto se pensó en proponer algunos cambios con el fin de dar un nuevo aire y mayor difusión a la conferencia.

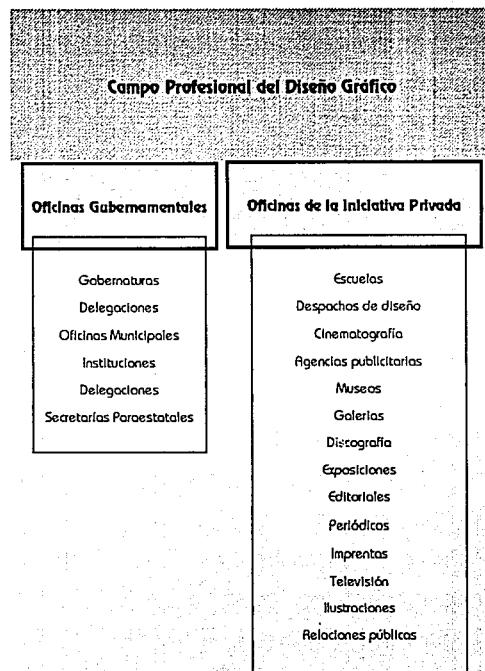


## B) CARTEL, PROPUESTA A

### B.1 Diseño Gráfico

Es la transformación de ideas o conceptos en figuras, formas o imágenes. Es una disciplina que pretende satisfacer necesidades de comunicación para una sociedad o grupo de personas, cuando surge esta necesidad existe entonces la relación con otras áreas y actividades que requieren de él para comunicar, informar, etc.

Por esto el campo profesional del Diseño Gráfico resulta ser bastante amplio, ya que en todas las áreas de trabajo en algún momento se requiere de él para comunicarse, a continuación se muestra gráficamente el Campo Profesional del Diseño Gráfico:



## B.2 Breve Historia del Cartel

La aparición del cartel fue posible gracias a la invención y expansión de la litografía (aproximadamente en 1830). El estilo Art Nouveau tuvo gran influencia en su desarrollo, ya que en el cartel se incluían las innovaciones del estilo. La misma finalidad del cartel requería de una lectura clara y una concepción que impresionara a primera vista, esto era muy factible dentro de esta corriente estética; ya que los lenguajes gráficos utilizados hasta entonces dificultaban la función misma del cartel, que es la de actuar rápidamente y a distancia.

La forma del cartel que nos ha llegado surgió en el siglo XIX gracias a la presencia de Jules Chéret y a las mejores técnicas de la litografía.

18

Por ello este medio de reproducción no solo se usó para imprimir obras artísticas, sino que como se vio que era un medio adecuado para reproducir imágenes publicitarias a gran escala y que podían llegar a una mayor cantidad de

personas, se utilizó, con muy buenos resultados, para la reproducción de carteles.

El cartel es un medio que anuncia la existencia de algo, con una preocupación de utilidad inmediata. A partir de este momento el cartel se ha utilizado como un recurso con muchas finalidades: culturales, artísticas, propagandísticas y publicitarias.

El cartel resulta ser un medio mucho más accesible al público que la pintura por que un cuadro resulta ser caro, delicado y difícil de adquirir, por el contrario el cartel es mucho más accesible y además llena una necesidad, esta necesidad para el Diseñador Gráfico es la de comunicar un mensaje a través de las imágenes.

### B.2.1 Características

Los carteles se crean para satisfacer o cubrir necesidades específicas. Por ello deben ser de fácil legibilidad y contar con un impacto inmediato para que su lectura y

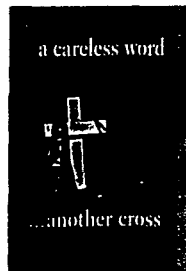
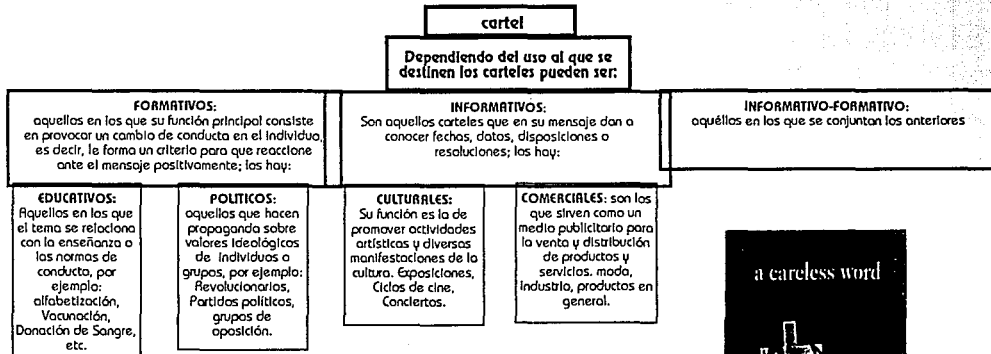


comprensión puedan serlo también.

Son mensajes icono-verbales, esto significa que se conforman de la imagen y el texto. Son una forma de comunicación visual que se distingue más que nada por

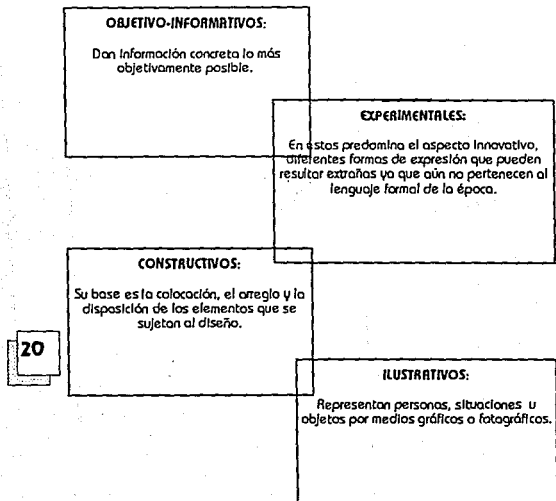
estar dirigido a un público en movimiento, esto nos permite echar mano de todos los recursos posibles, por que lo más importante es que el mensaje se transmita.

Joan Costa los ubica como una producción publicitaria



del Diseño Gráfico, que utiliza "slogans, imágenes, textos, marcas y colores"<sup>(6)</sup> como códigos para persuadir y estimular los actos de compra y consumo.

De acuerdo a su concepción gráfica son:



CARTEL A

### B.2.2 Funciones:

Debe cumplir principalmente con las siguientes funciones:

#### A) LLAMAR LA ATENCION:

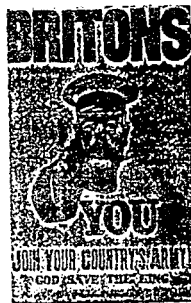
Aun inmóvil dentro del contexto en que se encuentre es importante que realice un papel activo y llame la atención. Aquí radica el punto principal de un cartel.

#### B) TRANSMITIR MENSAJES RAPIDA Y CLARAMENTE:

Una vez que se tiene la atención del espectador, el cartel debe atraerlo lo suficiente para llevar su mensaje en forma clara y rápida. No debemos olvidarnos que el cartel va dirigido a un público móvil y que sólo tendrá unos cuantos segundos para comunicar su mensaje.

#### C) RESULTAR CONVINCENTE:

Una vez que ha logrado atraer la atención y comunicar su mensaje, no serviría de nada si no logra que el público crea y recuerde su contenido.

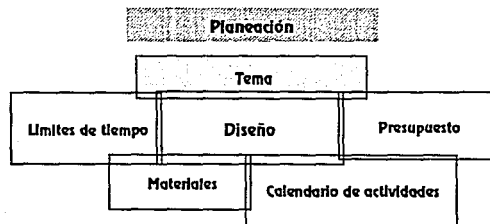


6. Imagen Didáctica. Joan Costa/Abraham Moles.  
Edit. ceac, s.a. Barcelona  
1991  
Página: 55

El cartel requerido para este proyecto lo podemos clasificar dentro del tipo informativo cultural, ya que en su mensaje debe dar a conocer datos y fechas acerca de una actividad cultural como es la Conferencia, y según su concepción gráfica es constructivo.

### B.3 Etapa de planeación.

El buen diseño de un cartel es el resultado de un análisis agotador de la información, así como de la originalidad e imaginación utilizadas. Para obtener un buen resultado, al diseñar, es importante realizar una correcta planeación, por que de ella dependerá el poder fundamentar nuestro tra-



bajo clara y lógicamente, y nos dejara apoyarlo al responder preguntas respecto al resultado final.

Para seguir una buena Etapa de Planeación en el trabajo debemos planteamos claramente los siguientes puntos:

#### 1) TEMA:

es el nombre(s) de nuestra campaña o evento a promover.

#### 2) LIMITES DE TIEMPO:

aquí debemos considerar los tiempos con los que se contará para la realización del trabajo.

#### 3) MATERIALES:

son los instrumentos, materiales o cosas necesarias para la realización del trabajo.

#### 4) CALENDARIO DE ACTIVIDADES:

es un esquema de trabajo que nos permite manejar más fácilmente los tiempos con los que se cuenta para la realización del trabajo.

#### 5) PRESUPUESTO:

talvez el más importante, puesto que es la cantidad de dinero con el que se cuenta para realizar el trabajo.

### B.3.1 Tema

Realización del cartel para la promoción de la Sexta Conferencia Internacional \*las computadoras en las instituciones de educación y de investigación\* que organiza la Dirección General de Servicios de Cómputo Académico, en coordinación con UNISYS de México.

### B.3.2 Límites de tiempo.

Es importante mencionar aquí que el tiempo es un factor que determina en gran medida la buena o regular realización de un proyecto. Para este proyecto, en particular, los límites de tiempo resultaron ser un punto bastante determinante.

En un principio se contaba con el tiempo necesario para la realización del cartel porque se dio autorización para el

proyecto el 7 de Marzo de 1990, la fecha de inauguración de la conferencia era el 3 de Octubre y el límite para la aceptación de ponencias el 3 de agosto del mismo año por lo que se tenían 6 meses para realizar el diseño de los soportes gráficos necesarios para la realización del evento.

Los inconvenientes empezaron cuando, ya teniendo las primeras imágenes para el cartel, se quedaron guardadas durante 4 meses, tiempo en el que por uno u otro motivo, ajenos al trabajo, no se pudo adelantar; por ello cuando se decidió sobre la imagen que debía de contener el cartel, las fechas límite para la aceptación de las ponencias estaban ya a menos de un mes lo que provocó que el cartel debía, a más tardar, estar con el impresor en dos días para que el lo entregara en una semana y así contar con un poco de tiempo para su difusión.

### B.3.3 Materiales.

Son los instrumentos necesarios para realizar un servicio u ejercer una profesión.



En este caso, como se trabajó para la Dirección de Cómputo Académico para promover una conferencia relacionada con la computación, se contó principalmente con la computadora como una herramienta de trabajo, más específicamente, con el paquete Word5 como procesador de textos, Ventura Publisher para la edición del texto, y Artes y Letras, del ambiente Windows, para la creación de gráficos ó textos mayores de 24 puntos, además de la fotocopidora offset, que fue de gran ayuda, el papel couché paloma y la impresión offset.

### B.3.4 Características.

La DGSCA tiene como uno de sus objetivos principales; promover el empleo de la computadora y establecer e incrementar la comunicación e intercambio con unidades y proveedores externos, para ello se realizan convenios mediante los cuales se da un intercambio de capacitación u apoyo para la realización, promoción y difusión de conferencias, seminarios o eventos relacionados con los avances en cómputo e informática.

Por lo anterior, desde 1985 la DGSCA en colaboración con UNISYS de México realizan la conferencia internacional, que para su sexta edición, requería de la realización de un cartel y demás soportes gráficos necesarios para su realización.

### B.3.5 Calendario de Actividades.

FECHA	PUNTOS A CUBRIR	CARACTERÍSTICAS
marzo 18	Entrevista con el cliente	Se dan a conocer los requerimientos ó características del diseño
marzo 21	primeras imágenes	planeación del proyecto gráfico
marzo 30	alternativas de solución	variantes icónicas de los primeros bocetos
abril 6	propuestas de color	bocetos con pruebas en color
abril 13	propuesta final	boceto final presentado en color

FECHA	PUNTOS A CUBRIR	CARACTERÍSTICAS
abril 14	Corrección de estilo	Intervienen Comunicadores para revisar la ortografía y redacción del texto
abril 20	original mecánico	boceto en blanco y negro para el impresor
abril 21	Reunión con el Impresor	Serve para aclarar detalles para una buena impresión
abril 27	revisión de originales	chechar que los originales (negativos) estén correctos
mayo 4	pruebas de color	chechar que el color sea el elegido
mayo 25	entrega del cartel	presentación del cartel terminado (impreso)

### B.3.6 Presupuesto.

Cuando se preguntó sobre este punto, se explicó que, el

presupuesto para el evento lo proporciona UNISYS de México por lo que antes de decidir cualquier cosa, ellos debían dar su aprobación y decidir si estaban de acuerdo con el gasto que se tenía que hacer.

El principal problema, a mi parecer, de trabajar en esta forma era que para poder recibir la aceptación para el pago del trabajo, se tenía que esperar hasta que las personas encargadas pudieran estudiar la propuesta y además tenía que pasar por mucha gente antes de decir si se aceptaba o no, por lo que se perdía una gran cantidad de tiempo en este punto.

Además a fin de cuentas, el presupuesto que se destina para la papelería y demás materiales necesarios para la conferencia no es muy amplio y hay que pensar en todo lo que se necesita para ésta, que comprende desde el cartel, prospecto, hojas membretadas, gafetes, invitaciones, memorias, señalización, ambientación, hasta anuncios para periódicos y gaceta UNAM para ir repartiendo los gastos entre todos ellos. Aunado esto a que se pretendía que el costo del trabajo fuera casi el mismo que el del año

anterior, razón por la que se tenía que buscar el presupuesto más accesible para que le dieran el visto bueno.

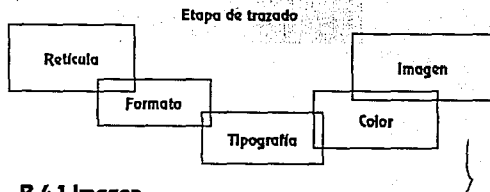
## B.4 Etapa de trazado

En esta etapa es donde se comenzara a definir el diseño con el que se promoviera el trabajo y para ello debemos trabajar, conjuntamente, cada uno de los siguientes puntos:

7. Diseño. Phillip Rowson  
Editorial Nerea. S.A.  
Madrid, 1990  
Página: 340

8. Manual de Técnicas.  
Ray Murray.  
Edit. Gustavo Gili.  
Barcelona 1980  
Tomo 2

9. Diccionario de la  
Comunicación  
Ignacio H. de la Mota.  
Editorial Paraninfo S.A.  
Madrid 1988.  
Página: 285



### B.4.1 Imagen.

Es "la entidad unificadora que centra y coordina todos los componentes de una composición visual".<sup>(7)</sup>

Tomando esta definición entendamos entonces que la imagen transmite un mensaje instantáneamente, comunica y su papel no es el de sustituir a las palabras, sino enriquecerlas. Por ello el papel del diseñador consiste en "crear imágenes, de tal modo que unos estratos predeterminados de la población reaccionen de modo positivo".<sup>(8)</sup>

Como Diseñadores Gráficos manejamos un lenguaje, el de las imágenes, que en otras palabras no es más que el acto de representar la realidad por medio de los signos que no son sino un "objeto que natural o convencionalmente, representa una idea o un símbolo".<sup>(9)</sup>

Nuestro trabajo consiste en comunicar mensajes, a través de las palabras, el tacto y el sonido utilizando originalidad y creatividad, por ello antes de crear una imagen debemos conocer perfectamente qué es lo que se desea comunicar, a quién va dirigido, qué carácter debe tener y qué reacción causará; de este modo le daremos las características necesarias para lograr un resultado óptimo.

J. Costa plantea que si el objetivo del Diseñador es el

de, por medio de las imágenes, convencer a un número determinado de personas debemos recurrir a "la estrategia de persuasión, que consiste en el juego retórico apelando sobre todo a la sorpresa. la estrategia de la mostración documentaria cuyo ejemplo inmediato es la edición periodística y la fotografía y la estrategia de razonamiento, como modo participativo y que se dirige a la reflexión lógica por medio de la presentación de conocimientos"<sup>(10)</sup>.

En este caso se tuvo que superar el inconveniente ya mencionado de que la imagen a utilizar forzosamente debía ser la cabeza achurada que con el paso del tiempo se ha hecho el símbolo de la conferencia y que además tenía que aparecer, según los organizadores, en un tamaño bastante llamativo, por lo anterior les propuse que no se utilizara una sola cabeza, sino que fueran varias.

26

Una vez analizados los bocetos se eligió la propuesta en la que aparecían tres cabezas sobre un fondo en el que, a diferencia de los anteriores en que comúnmente se utilizaba una retícula como base para la cabeza, se usaba un degradado en el que la(s) cabeza(s) quedaban en su

parte más oscura.

## B.4.2 Tipografía.

Es el "diseño del texto impreso"<sup>(11)</sup> y es talves éste uno de los puntos que más importa y condiciona la realización de un proyecto gráfico.

El texto en el cartel debe ser breve y preciso; de fácil lectura y comprensión según las características del público al que va dirigido.

Su papel dentro del cartel es el de informar persiguiendo un fin: el de aumentar la aceptación de ideas o conceptos preestablecidos.

Como Diseñadores Gráficos debemos considerar lo siguiente:

1) Que el tipo de letra sea el más adecuado a la imagen.

10. Imagen didáctica.  
Joan Costa / Abraham  
Males.

Edit. ceac. S.A.  
Barcelona 1991  
Página: 49 y 57

11. Diseño  
Phillip Rowson  
Edit. NEREA S.A.  
Madrid 1990.  
Página: 349

- B) Que se pueda leer fácil y rápidamente.
- C) Que se marquen diferencias en cuanto a los tipos de letras [forma de la letra]
- D) Que se marquen diferencias fuertes en cuanto a color [contrastes]

El texto, al momento de su presentación admite las siguientes variaciones:

A) El tipo de letra, que podemos dividir en:

1. Romana: Tiene una base o pie en forma triangular.
2. Egipcia: Pie cuadrangular y de trazo grueso.
3. Grotesca ó antigua: Sin pie, mismo grosor en las astas y poca diferencia en el trazo
4. Caligráfica y script: Carecen de pie o base.

5. Fantásticas y display: Carecen de pie y son de trazos más libres.

B) El cuerpo del tipo de letra que se podemos dividir en 3:

1. Por el tamaño de su envolvente las podemos dividir en:

Condensada

M

Canon

tamaño más utilizado

M

Extendida

M

2. Por el ancho del trazo las podemos dividir en:

Light [dara]



Medium [mediana]



Bold [negra]



3. Por su eje las podemos dividir en:

Redonda o normal



**Itálica o cursiva**  
por la inclinación (12° a 72°)



C] El espacio entre palabras, letras y líneas, que se da en picas o cuadratines.

D] La justificación, que podemos dividir en:



Izquierda



Derecha



Justificado

**Centrado**

Al diseñar es importante considerar los puntos anteriores, por que es sabido que cualquier exceso o dificultad en la lectura significa perdida de comunicación e impotencia de retener el mensaje que se quiere dar a conocer.

En este proyecto el texto fue un punto en el que hubo que superar algunos inconvenientes, ya que la cantidad de texto que se pidió incluir en el cartel era demasiado; se sugirió que desapareciera del cartel toda aquella información que se podía incluir en el prospecto como eran el programa y los objetivos, pero no fue aceptado y forzosamente debía aparecer toda esta información.

12. El color en las artes  
Peter J. Hayten  
Edit. L.E.D.A.  
Barcelona 1989.  
Página: 18

13. op. cit.  
El color en las artes  
Peter J. Hayten  
Página: 18

**B.4.3 Color.**

Al hacer pasar un rayo de luz blanca a través de un

prisma triangular de cristal, se abre en el un abanico que se descompone en una serie de franjas de diferentes colores, entre los que se reconocen los que designamos como rojo, naranja, amarillo, verde, azul y violeta. Este conjunto de franjas constituye el espectro.

El "espectro representa una gama continua de longitudes de onda que se extienden hacia los extremos de aquélla y aún má allá de los límites de la visión humana".<sup>(12)</sup> por ello donde hay luz, hay también color por que este es una sensación visual producida al incidir en la retina del ojo los rayos luminosos difundidos o reflejados por los cuerpos; pero independientemente de su naturaleza física, el color para el Diseñador Gráfico basa su importancia en el impacto psicológico y expresivo que causa en los individuos al observarlo.

"El color hace algo más que manchar ó cubrir una superficie"<sup>(13)</sup>, produce un impacto expresivo más fuerte que el de la forma, por ello la unión de ambos es necesaria para lograr un mejor resultado en la composición.

La principal fuente de color es la luz, sin luz no hay

sensación, por esto "nuestra idea común del color se refiere a los colores cromáticos, relacionados con el espectro que puede observarse en el arcoiris. Los colores neutros no forma parte de esta categoría y pueden denominarse colores acromáticos".<sup>(14)</sup>

Cuando percibimos la luz, percibimos diferentes tonalidades, los tonos pueden ser:

» **ACROMATICOS:** que poseen matiz, son todos los colores del espectro visible, amarillo, rojo, verde, naranja, violeta y azul.

En los colores cromáticos podemos distinguir tres características:

1. **Matiz:** significa la diferencia entre azul, rojo, amarillo y así sucesivamente.
2. **Valor:** es el nombre que damos a la claridad y oscuridad de los tonos, significa realmente la cantidad de luz que puede reflejar una superficie.
3. **Intensidad:** corresponde a la saturación.

Se refiere a la pureza de matiz que puede reflejar una superficie. "Cuando un rojo es todo rojo, la intensidad es máxima. Cuando contiene algún neutro (negro, blanco, o gris), su intensidad está neutralizada o reducida."<sup>(15)</sup>

» **ACROMATICOS:** no poseen matiz, el blanco y negro con sus degradaciones de grises.

Por su composición los colores se clasifican así: los tres colores primarios son: rojo (magenta), azul (cyan) y amarillo, los tres colores secundarios se dan como resultado de una mezcla de dos primarios (cualesquiera), y son: naranja, violeta y verde y los colores terciarios son la mezcla de un primario y un secundario y son: rojo anaranjado, rojo violeta, amarillo verdoso, amarillo anaranjado, azul verde y azul violeta. Además "En la rueda de colores, las tonalidades directamente opuestas entre sí son llamadas complementarias. Al ser colocadas de lado, cada una intensifica a la otra".<sup>(16)</sup>

Los colores fríos se perciben como transparentes y

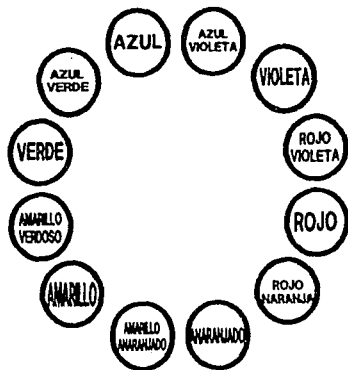
14. Principio del Diseño en color. Wong Wai-tus.  
Edit. Gustavo Gill.  
Barcelona 1988.  
Página: 33

15. El color en publicidad y artes gráficas.  
Peter J. Hayten.  
Edit. L.E.D.A.  
Barcelona 1978  
Página: 13

16. Manual de Técnicas.  
Ray Murray.  
Edit. Gustavo Gill.  
Barcelona 1980  
Página: 37



## RUEDA DE COLORES



ligeros, alejan y reducen (aparentemente) los objetos, son negativos y son los que relacionamos con elementos fríos y frescos. Como el azul. El verde-azuloso es el más frío.

Los colores cálidos, debido a su opacidad tienden a oscurecerse, acercan y aumentan (aparentemente) los objetos, son positivos y son aquéllos que psicológicamente

relacionamos con lo que nos produce calor. Como el rojo y el naranja. El rojo-naranja es el más cálido.

El verde es un color intermedio, entre más azul es más frío y entre más amarillo lo componga es más caliente.

El blanco refleja luz y calor y el negro absorbe la luz y también el calor. Peter J. Hayten nos dice que "el blanco y el negro son considerados como colores por que psicológicamente producen sensaciones y tienen significados y efectos definidos; también por que al ser mezclados con un color cambian su carácter."<sup>(17)</sup>

» En la percepción del color podemos observar que en los colores encontramos relaciones con elementos y actitudes de la vida cotidiana.

Por ejemplo:

<u>Amarillo:</u>	es radiante	=	conocimiento
	es el más caliente	↑	alegría
	si es diluido	=	traición, desconfianza

Rojo: color de sangre

17. El color en publicidad y artes gráficas.  
Peter J. Hayten.  
Editorial: L.E.D.A.  
Barcelona 1978  
Página: 9

TESIS

	sensitivo	=	pasión
	cálido	=	fuego
<b>Azul:</b>	es pasivo	=	sistema nervioso
	el más frío		
	sombrio	=	dolor
<b>Verde:</b>	simboliza	=	satisfacción
	al	=	esperanza
	reino vegetal	=	tranquilidad
<b>+</b>	Entre más amarillo		fuerza juvenil
	más brillante	=	primaveral
<b>+</b>	Entre más azul		
	es un tanto triste	=	espiritual
<b>Naranja:</b>	tiene luminosidad		
	solar	=	energía
<b>Violeta:</b>	es a veces depresivo		
	y misterioso	=	distancia
	más púrpura	=	soledad, apego
	violeta-azulado	=	amor espiritual, dominio

El contraste se puede definir como la distinción que se ve entre dos o más elementos a través de un determinado órgano sensorial. Robert Gillam escribe que creamos relaciones por medio del **contraste**, es decir que "la percepción de la forma es el resultado de diferencias en el campo visual."<sup>(18)</sup> Por esto cuando percibimos una forma, ello significa que deben existir diferencias en el campo, es decir contraste.

Como un color no actúa aisladamente de otros colores, su relación ya implica uno o diversos tipos de contrastes que podemos clasificar de la siguiente manera:

**1. Contraste de temperatura. Cálido-frío:**

Es cuando se habla de la asociación de un color y la apariencia visual de cualquier material.

**2. Contraste de matiz:**

Es la variedad de claridad u oscuridad. Se recomienda cuando se desea provocar gran atracción.

**3. Contraste simultáneo:**

Es cuando 2 colores que entran en contacto tienen cambios aparentes de tono, valor o intensidad

**4. Contraste de complementarios:**

Es cuando la mezcla de 2 colores por adición produce blanco y por sustracción, negro. Los matices complementarios son:

Amarillo-Violeta  
Naranja-Azul  
rojo/naranja-Azul/verde  
Rojo-Verde  
Rojo/violeta-Amarillo/verdoso

**5. Contraste de intensidad:**

Es cuando se establece la diferencia entre 2 tonos de un mismo matiz con distintos grados de pureza.

**6. Contraste de valor o claro-oscuro:**

Implica la diferencia de claridad u oscuridad que se

percibe al comparar 2 o más cuerpos, se basa principalmente en el blanco, negro y grises.

**7. Contraste de extensión:**

Se da entre dos manchas de color y consiste en equilibrar los colores en una composición para evitar el predominio de alguno de ellos.

El color es por naturaleza un complemento de la forma ya que conjuntamente generan un estímulo visual que ayuda a crear una comunicación más efectiva.

El color, para justificarse, debe cumplir con las siguientes funciones:

- Lograr que el espectador asocie ciertos colores con diferentes productos.
- Lograr que al hablar de algún objeto o cosa, hagamos referencia de su color.
- Que a través del contraste se logre llamar su atención.
- Generar efectos psicológicos.

**H**arald K. menciona que más o menos el 80% de todos los mensajes que recibimos son de naturaleza óptica. Esto no quiere decir que todo ello nos llegue en forma de material impreso (carteles, folletos, revistas, etc.) sino también de todo aquello que nos rodea y que podemos observar en forma continua (televisión, cine, fotografías, árboles, cielo, etc).

**C**onsiderando todo lo anterior y tratando de aprovechar al máximo lo reducido del presupuesto que sólo permitía disponer de tres tintas, se trató de rescatar el color del papel calando alguno de los elementos.

**L**a propuesta original era que el papel fuera de color gris o rojo para sobre éste (en serigrafía) imprimir un degradado, el texto y la cabeza(s); pero como el presupuesto no lo permitió se tuvo que optar por la impresión offset, el fondo blanco y 2 degradados, uno gris y otro rojo (creando un contraste no muy intenso de extensión, para equilibrar ambos colores), que se juntaran en su parte más clara para no crear otro color que, de antemano, no se sabía cual sería y podría crear una franja molesta para la vista.

CARTEL A

#### B.4.4 Formato.

**E**s la forma de una publicación de acuerdo con sus dimensiones, también se aplica al anuncio según sea su tamaño en alto y ancho. En el Diseño Gráfico este se refiere el tamaño o dimensiones de un impreso cualquiera.

**P**ara ello "la mayor parte del material impreso se adapta a los formatos normalizados DIN<sup>(19)</sup>, estos, como Diseñadores Gráficos, nos ayudarán enormemente, ya que se adaptan a las cortadoras y a las máquinas de impresión, además de ser fáciles de conseguirse en el mercado.

**U**n formato que no se adapte a las medidas DIN, tendrá que ser realizado en la fábrica de papel con las medidas requeridas, o bien al momento de imprimirlo se necesitará imprimir sobre un formato mayor de papel para posteriormente cortarlo, lo que significa un desperdicio de papel, por ello en ambos casos el costo de éste resultaría bastante alto.

**L**os formatos DIN se adecuan unos a otros, en cada caso,

un formato es el doble del que inmediatamente le sigue, así si plegamos o doblamos un formato DIN volveremos a tener un formato DIN.

Según su orientación los podemos clasificar de la siguiente manera:

- » Cuadrados:  
son estáticos, equilibrados, simétricos y nos dan un sentido de perfección que nos simboliza solidez, firmeza y resistencia.
- » Rectangular-Horizontal:  
crea una sensación de acción y estabilidad, la tensión se ejerce a lo largo del eje mayor. Su posición es más estable que la del cuadrado, pero menos uniforme por la diferencia de sus lados.
- » Rectangular-Vertical:  
es más dinámico que el horizontal con un sentido de elegancia y distinción.

En un mismo espacio-formato, podemos encontrar varias zonas útiles para el acomodo de la información, estas las podemos clasificar de la siguiente manera, primeramente encontramos las zonas horizontales que son: 1) zona horizontal superior o margen de cabeza de la página; 2) zona horizontal intermedia o superior de cabeza; 3) zona horizontal de centro; 4) zona horizontal intermedia o de pie; 5) zona horizontal inferior o margen de pie de la página, posteriormente contamos con las zonas verticales, que son: 6) zona vertical izquierda o margen izquierdo; 7) zona vertical intermedia izquierda; 8) zona vertical de centro; 9) zona vertical intermedia derecha y 10) zona vertical derecha, o margen de pie de la página, y por último encontramos la zona periférica o marginal, y la zona o sector de principio y de fin, ambas, formadas por la intersección de las zonas intermedias, arriba a la izquierda y abajo a la derecha, respectivamente.

Como se puede observar en la figura 1 contamos con cinco zonas horizontales y cinco verticales lo que nos da una cuadrícula de 5 x 5 espacios en cualquier formato que podemos dividir y usar como nos plazca o sea necesario.

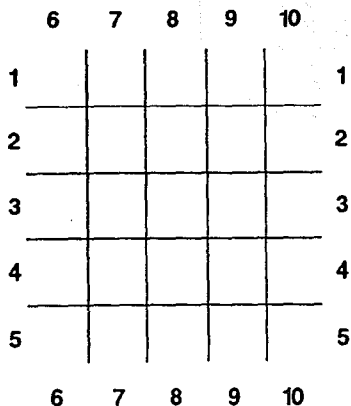


Figura 1

En el cartel, el factor que determina su formato es el lugar de exposición; por ello los podemos dividir así:

36

- » Los que están destinados a las personas que van de paso o público en general, en ellos el mensaje debe aparecer en forma tal que atraiga a cualquiera y éste pueda captarlo rápidamente. Este tipo de carteles están pensados para colocarse en muros exteriores y

## CARTELA

sus medidas van desde 40 X 60 cms. hasta 70 X 100 cms. aproximadamente.

- » Son los que van destinados a un público más especializado o con un determinado interés por el tema, de tal forma que pueden detenerse para verlos más calmadamente. Estos van pensados para colocarse en interiores, escaparates o mostradores y sus medidas son menores de 60 X 40 cms.

En este punto se determinó un formato de 42 x 56 cms. con una configuración rectangular vertical por que nos da dinamismo, elegancia y distinción, además de ser el que más se adecua a los formatos standar del papel lo que significa que no existira un gran desperdicio de papel y el costo no sera demasiado elevado.

## B.4.5 Red

En los medios impresos es el esquema de distribución de los elementos de la composición en la totalidad de un

impreso, como Diseñadores Gráficos la usamos para auxiliarnos en la organización de toda nuestra información dentro del formato.

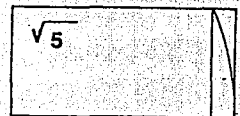
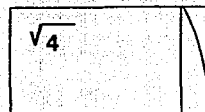
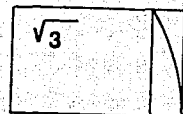
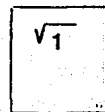
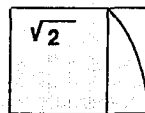
La red es una estructura, casi siempre imaginaria, formada por figuras geométricas, que abarca todo nuestro espacio-formato. Podemos encontrar redes lineales, que tienen un punto central singular, y redes radiales, que contienen infinitos puntos centrales de simetría y dentro de ambas encontramos las simple, que se forman con una sola figura, y las compuestas que se forman con 2 o más figuras.

Dentro de las lineales simples podemos encontrar las de cuadrados, triángulos equiláteros, hexágonos y pentágonos irregulares.

En las lineales compuestas tenemos las de hexágonos y triángulos, y las de cuadrados y triángulos.

En las radiales compuestas de dos figuras podemos encontrar las de cuadrados con triángulos, dodecaedros con triángulos y octaedros con cuadrados. En las radiales

compuestas de tres figuras tenemos la de dodecaedros con cuadrados y triángulos, los rectángulos dinámicos de sección áurea, raíz de 1,2,3,4 o 5 (que se muestran a continuación) y la red áurea.



## B.5 Primeras imágenes.

En este momento, cuando se cuenta ya con la planeación del cartel, podemos comenzar a desarrollar las ideas para transmitir el mensaje. Debemos recordar que en el cartel, texto e imagen, son complemento, esencial, uno del otro.

Esto se refiere a la planeación del proyecto gráfico. "Algunos diseñadores prefieren trazar pequeños esbozos en color, auténticas miniaturas, en tanto que otros optan por el tamaño normal del trabajo y unos trazos amplios que sólo den una idea"<sup>(20)</sup>. En cualquiera de los casos la importancia radica en mostrar a manera de boceto la idea o diseño de modo positivo para que el cliente pueda entenderlo y apreciarlo.

38

**El proyecto gráfico lo podemos dividir en tres etapas:**

### 1. Propuesta preliminares:

Las forman las primeras ideas que surgen y se desarrollan como bocetos.

Deben trabajarse con libertad.

Puede pasar que posteriormente surjan nuevas ideas que resulten interesantes.

### 2. Alternativas de solución:

Son variantes icónicas de la selección(es) de nuestros primeros bocetos, estas nos dan una idea más exacta de lo deseado.

### 3. Propuesta final:

Es la elección que se hace, de las alternativas de solución, se elige la que, a criterio del Diseñador o de los encargados, sea la que más cumpla con los requisitos exigidos.

El buen diseño de un cartel depende de un análisis acertado de la información recopilada, y de la originalidad utilizada en el proyecto. "Las técnicas visuales ofrecen al diseñador una amplia paleta de medios para la expresión



visual".<sup>(21)</sup> Dondis nos las presenta como aproximaciones contrarias y diferentes al significado y nos dice que del contraste y de la armonía se derivan todas ellas.

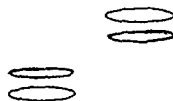
Por medio de las técnicas visuales o categorías formales, se logran en la composición, uno o varios efectos, comúnmente encontraremos una de un lado y su contraria al otro, como se muestra a continuación:



Armonía



Contraste



Equilibrio



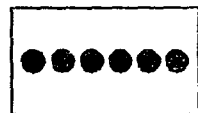
Inestabilidad



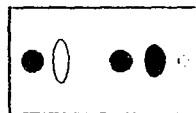
Simetría



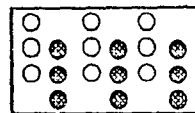
Asimetría



Regularidad



Irregularidad



Simplicidad



Complejidad



Unidad

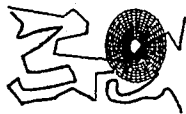


Fragmentación

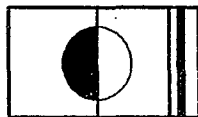
21. La Sintaxis de la Imagen.  
D.A. Dondis  
Edt. Gustavo Gill.  
Barcelona 1976  
Página: 129



Economía



Profusión



Sutileza



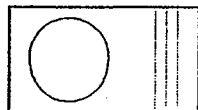
Audacia



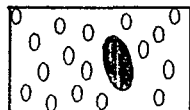
Reticencia



Exageración



Neutralidad



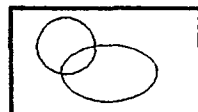
Acento



Predictibilidad



Espontaneidad



Transparencia



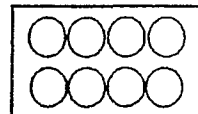
Opacidad



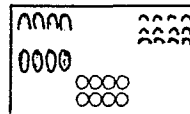
Actividad



Pasividad



Coherencia



Variación



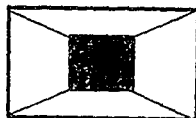
Realismo



Distorsión



Plana



Profunda



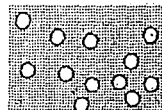
Singularidad



Yuxtaposición



Secuencialidad



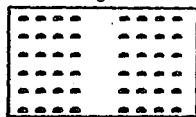
Aleatoriedad



Agudeza



Difusividad



Continuidad



Episodicidad

J. Costa las llama técnicas gráficas y para el "son instrumentos de la creatividad y de la expresión de ésta. Herramientas para la representación de ideas y cosas por medio de imágenes más o menos realistas, fantasistas o abstractas"<sup>(22)</sup>. Para él " todo mensaje gráfico es una unidad intencional y técnica"<sup>(23)</sup>. Cosa que debemos tomar en cuenta al momento de diseñar.

22. Imágen Didáctica.  
Joan Costa / Abraham  
Males.

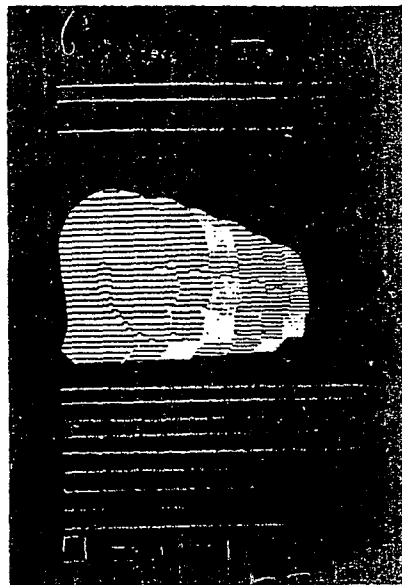
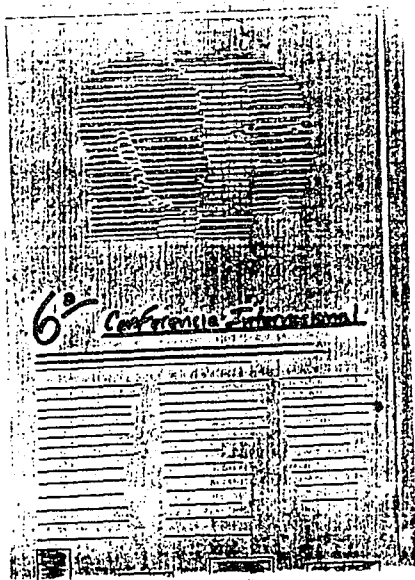
Edlt. ceor, s.a.  
Barcelona 1991

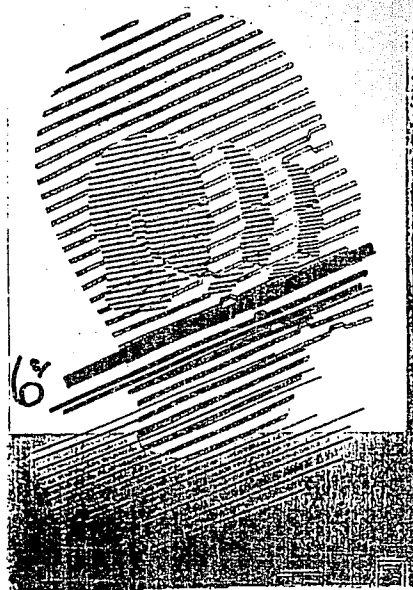
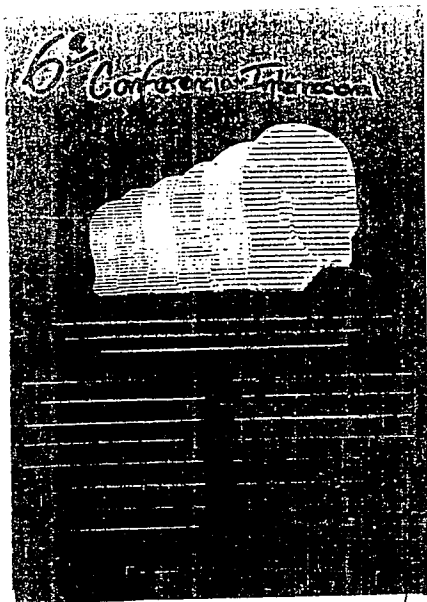
Página: 37

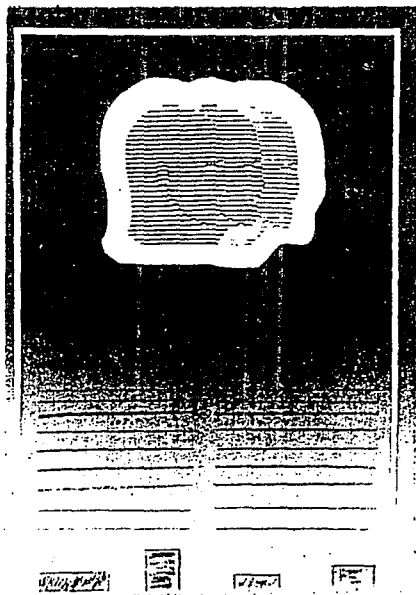
23. op. cit.  
Imágen Didáctica.

Página: 37

### B.5.1 Propuestas preliminares.







SIXTA CONFERENCIA INTERNACIONAL  
 de computadores e de instituciones de  
 ciencia e de tecnologia



Comitè Organizador del 30.58. Ottawa

Les nous par de a des  
 aspects de technologie  
 informatique e de  
 pour un lieu a l'exte-  
 de experience a venir  
 nous une quel que  
 nous dans quatre  
 a de computer avec  
 un de nous de  
 alle de de de

celes, nous par de  
 est de technologie  
 de nous de nous  
 a pour de nous  
 a de nous  
 de de nous  
 un de de nous  
 de nous - nous  
 nous

1958 - 1958 - 1958

664



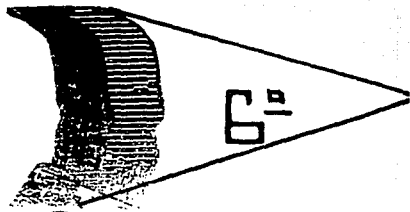
6<sup>o</sup>

Conferencia Internacional  
de las Américas y del Caribe  
de la OEA y de la OEA

en el año 1964



UNIVERSIDAD



Conferencia Internacional

de las Américas

y del Caribe

de la OEA y de la OEA

en el año 1964

en el año 1964

en el año 1964

en el año 1964

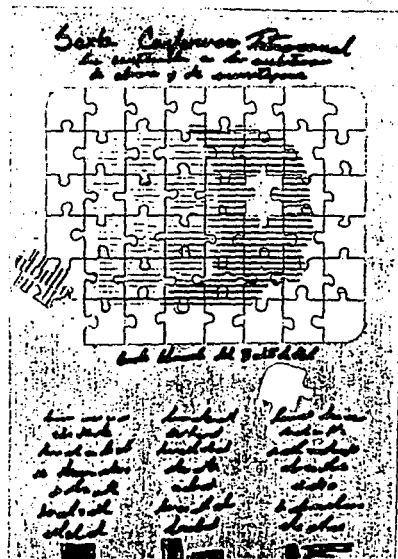
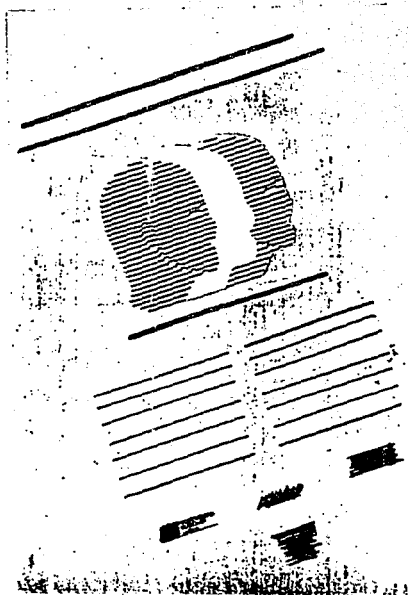
en el año 1964



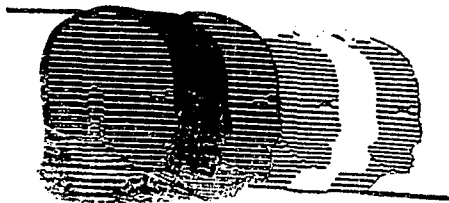
UNIVERSIDAD







# Sexta Conferencia Internacional



Las computadoras en las instituciones  
de educación → de investigación



UNMS



conferencia internacional

en las instituciones de  
educación y de investigación

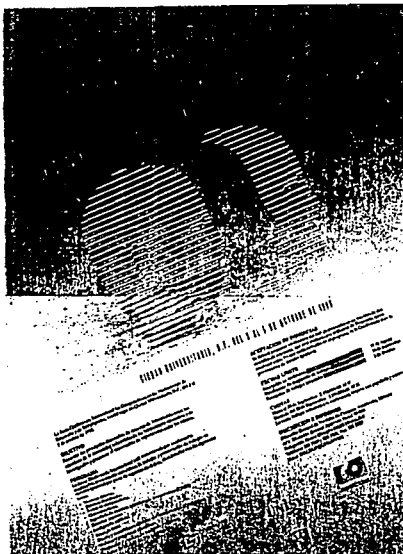
Universidad Nacional del

Alto Valle del Cauca

UNMS



### B.5.3 Propuesta final.



### B.6 Impresión y reproducción

Los impresos son producidos a millones cada año, algunos son simples y otros complicados, pero todos con el fin de llamar la atención. Es esencial que su diseño atraiga las miradas y comunique con rapidez.

Para elegir el método de impresión y reproducción de un cartel, es necesario considerar lo siguiente:

- A. Número de ejemplares deseados.
- B. Presupuesto.
- C. Tiempo con el que se cuenta para su realización.
- D. Calidad deseada en el trabajo.

En cada método de impresión encontramos tanto ventajas como desventajas y diversas aplicaciones. Por ejemplo la serigrafía ofrece un mayor número de formatos y calidades en la impresión, pero como es un método manual

requiere de más tiempo; en cambio el offset es más rápido pero los formatos están más preestablecidos.

Cuando se trabaja con originales que llevan fotografías o imágenes dibujadas en medios tonos, el procedimiento más indicado es el offset, ya que se debe tomar en cuenta que los equipos, las instalaciones y los materiales necesarios para su impresión son costosos y se requiere imprimir un mínimo de 1,000 ejemplares, para que el costo se reduzca un poco.

Cuando el original no cuenta con medios tonos o fotografías, está resuelto con colores planos y no cuenta con letras o detalles finos, la serigrafía es el procedimiento más adecuado ya que el costo se reduce.

Para la reproducción de carteles los procedimientos más comunes son: el offset y la serigrafía. Para el proyecto se proponía la serigrafía para lograr el efecto deseado con el degradado pero se optó por el offset debido a que se tiene la costumbre de mandar el trabajo con un impresor que tiene ya bastante tiempo trabajándole a la dependencia, el

problema aquí es que como él sabe que entregue el trabajo como lo entregue, de todas maneras se le recibe porque el tiempo está tan reducido que no es posible regresarlos, y realmente su trabajo deja mucho que desear.

Un punto que no puedo dejar de mencionar aquí es que debido a que el tiempo se me vino encima, por motivos ajenos al trabajo, cuando el cartel fue entregado por el impresor la fecha límite para la aceptación de las ponencias estaba a menos de 10 días, así que las fechas del cartel tenían que ser modificadas, por esto se decidió volver a mandar el trabajo al impresor para que sobre el mismo, por que el presupuesto no permitía volver a imprimir el cartel, se imprimieran unas líneas para tapar las fechas anteriores y a su lado colocar las nuevas, esto realmente le dió un aspecto bastante desagradable al cartel.

## B.7 Presentación final.

La Sexta Conferencia Internacional las Computadoras en las Instituciones de Educación y de Investigación, tendrá lugar en Ciudad Universitaria, D.F., del 3 al 5 de octubre de 1990.

### OBJETIVO

Presentar los principales desarrollos de sistemas de información entre los miembros de la comunidad informática de las instituciones educativas y de investigación y promover el intercambio de experiencias entre los mismos.

### PROGRAMA

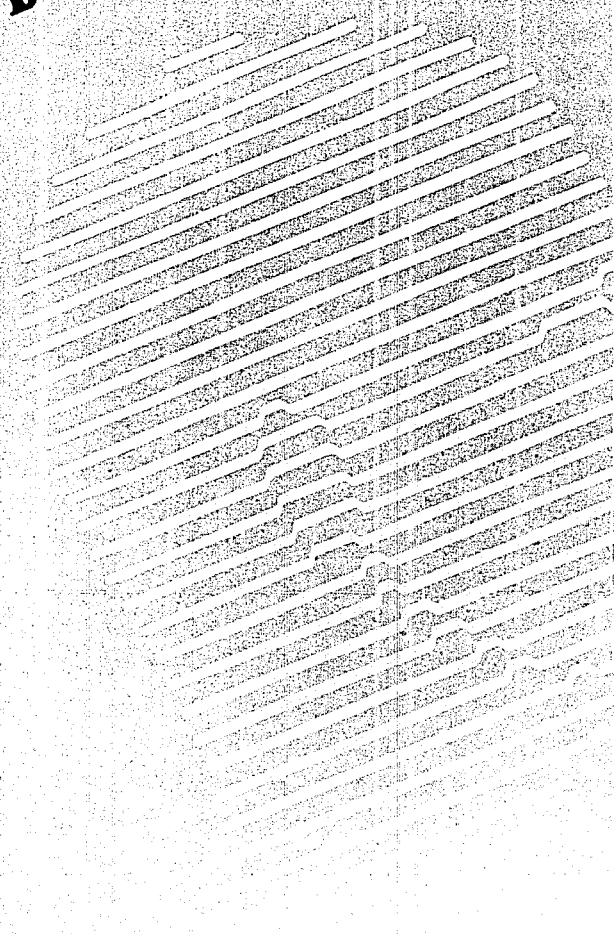
La Sexta Conferencia Internacional está estructurada por conferencias magistrales, presentación simultánea de trabajos y presentación de trabajos en carteles (posters) por parte de expertos en el área, relacionados con los siguientes temas:

- Sistemas abiertos.
- Sistemas distribuidos.
- Redes de computadoras.
- Comunicaciones.
- Ingeniería de sistemas asistidos por computadora (CASE)
- Sistemas expertos.
- Inteligencia artificial.
- Bases de datos.
- Diseño y manufactura asistidos por computadora (CAD/CAM)
- Sistemas y programas educativos.
- Tendencias y alcances en hardware y software.
- Sistemas de soporte para la investigación.
- Supercomputo.



SEPTIMA CONFERENCIA

# LAS COMPUTADORAS EN DE EDUCACION Y DE



CIUDAD UNIVERSITARI

las Instituciones de  
cia, D.F., del 3 al

**LAS COMPUTADORAS EN L  
DE EDUCACION Y DE**





# ASOCIACIÓN INVESTIGADORES

A. D.F. DEL 3 AL 5 DE OCTUBRE DE 1990

## ACEPTACION DE PONENCIAS

Se deberá presentar un resumen del trabajo propuesto en un máximo de dos cuartillas de extensión, que será evaluado por el Comité de Programa, quien resolverá sobre los que serán incluidos en el programa de la Conferencia o en la presentación de carteles (posters).

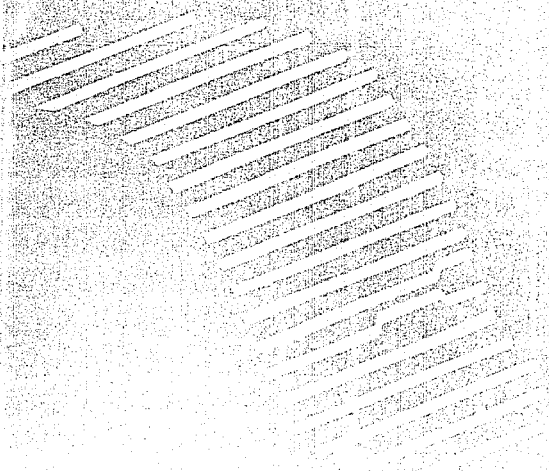
## FECHAS LIMITE

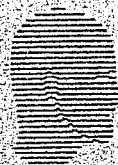
Entrega de resúmenes: ~~31 de Agosto~~  
Entrega de aceptación de trabajos: ~~14 de Septiembre~~  
Entrega de trabajos aceptados: ~~3 de Octubre~~

31 de Agosto  
14 de Septiembre  
3 de Octubre

... y memoria

# AS INSTITUCIONES INVESTIGACION





### C) TRIPTICO (PROSPECTO)

Para muchos el diseño de impresos constituye la mayor parte de su trabajo.

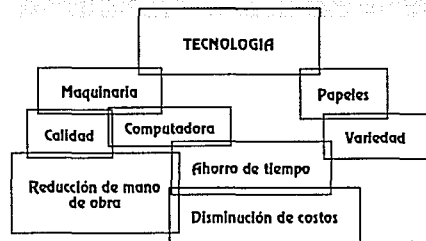
Estos "son producidos a millones cada año. Algunos son simples pero poderosamente dinámicos; otros son complicados, pero sutilmente persuasivos y algunos, por desgracia, están bien producidos pero son ineffectivamente vulgares".<sup>(24)</sup>

Gracias a los avances tecnológicos actualmente contamos en el mercado con una gran diversidad de materiales, equipos y maquinaria que nos ayudan en muchos aspectos de nuestro trabajo, esto se explica más gráficamente con el siguiente esquema:

### Diseño Gráfico

#### Actividades

Libros, Revistas, Periódicos, Comics, Publicaciones diversas, Prospectos, Catálogo, Anuncios, Carteles, Empaques, Marcas, Logotipos, Señalamiento, Fotografías, etc.



#### C.1 Características.

"Un prospecto suele ser una hoja de papel, impresa por una cara o por las dos. Puede presentarse plana o ser doblada, pero no puede ser cosida. De serlo, se convierte en folleto"<sup>(25)</sup>.

Su función es la de transmitir información. Información

24. Manual de técnicas.  
Ray Murray  
Edit. Gustavo Gili.  
Barcelona 1980.  
Página: 41

25. op. cit.  
Manual de Técnicas.  
Página: 43

clara y concisa, se compone de un texto que habla en forma general de un tema específico. También puede dar a conocer datos, fechas, precios, etc.

En el prospecto el texto es más importante que la imagen ya que su función es, más bien, comunicar un mensaje de la manera más simple y objetiva.

Como Diseñadores Gráficos nuestra primera tarea será pensar en una solución creativa que comunique el mensaje. La segunda será decidir tamaño, forma y deberá planearse respondiendo a las siguientes tres preguntas:

- ¿ Ha de haber en un sobre o en un expositor de prospectos ?
- ¿ Su tamaño será igual al de otros o diferente ?
- ¿ El diseño requerirá de varios colores, 2 colores o sólo negro ?

La elección del material dependerá del presupuesto con el que se cuente; hay papeles que son más económicos que otros y se puede elegir desde papel bond, mantequilla o los semisatinados (más baratos) hasta el mejor couché o

incluir novedades como el papel kraft.

El color del papel puede ser una gran ayuda al diseñar, especialmente si va impreso con tintas de color ya que un dibujo o texto coloreado, se verá mejor sobre un fondo en color que sobre el blanco.

"Normalmente, los prospectos de una sola hoja constituyen la mayor parte de los diseños impresos. El tipo más sencillo es la hoja volante u octavilla, impresa por una sola cara. La sigue el prospecto de cuatro páginas, constituido por un doblado en el centro de la hoja. A partir de este caso, hay diversas maneras de doblar una hoja, y todas ellas pueden contribuir a solucionar la presentación o añadir interés al aspecto final. Al doblar en tres una hoja, o sea con dos dobleces paralelos, formaremos un prospecto de seis páginas".<sup>(26)</sup>

El prospecto para J. Costa es una producción del Diseño publicitario que utiliza como códigos de comunicación a la imagen y el texto para motivar, persuadir o estimular actos de compra, consumo e información.

26. Manual de técnicas.  
Ray Murray  
Edit. Gustavo Gill.  
Barcelona 1980.  
Página: 41

En el prospecto tenemos la posibilidad de contener una información más amplia respecto al tema o mensaje que se trabaje, es un excelente apoyo informativo del cartel además de ser de fácil manejo y transportación, aunque también en esto mismo radica la facilidad de perderlo o desecharlo, punto que es bastante importante tomar en cuenta al diseñar por que, tal vez, utilizando papeles y colores diferentes y atractivos este inconveniente se pueda evitar en lo posible.

Para este proyecto se solicitó un prospecto de tamaño hoja oficio (21.5 x 28 cms.) en formato vertical, con tres dobles que dan seis hojas, mejor conocido como tríptico. Con un máximo de tres tintas y utilizando la misma imagen y colores del cartel.

## C.2 Etapa de planeación.

### C.2.1 Tema.

Realización del prospecto (tríptico) para informar acerca de las características, fechas y requisitos para la inscripción

de la Sexta Conferencia Internacional "Las Computadoras en las Instituciones de Educación y de Investigación" que realiza la DGSCA en coordinación con UNISYS, y los temas que se tratarán en ella.

### C.2.2 límites de tiempo.

El tiempo fue un factor que, por razones ajenas al trabajo, resultó bastante limitado, por los motivos antes expresados. Si se desea más información sobre este punto ver el inciso B.2.2. del capítulo B.

### C.2.3 Materiales.

Se utilizó principalmente la computadora como elemento de trabajo, en especial el paquete Word5 para realizar la captura del texto, Ventura Publisher para la edición, y la impresión offset.

### C.2.4 Características.

El principal objetivo de la Conferencia es el de promover

los avances tecnológicos en las áreas de docencia, investigación y administración, para tal efecto se me solicitó el diseño de un prospecto con dos dobleces paralelos (tríptico) tamaño oficio en papel couché paloma de 210 grms. con un máximo de tres tintas a utilizar únicamente en la imagen (misma del cartel) y la demás información soló en negro, en el que de la manera más sencilla y comprensible se dieran a conocer los temas, cuotas y fechas límite de aceptación de ponencias para la Conferencia.

### C.2.5 Calendario de actividades.

Como Diseñadores Gráficos es importante organizar nuestros tiempos de trabajo mediante la fijación de fechas límite para la realización de cada parte del trabajo.

54

FECHAS	PUNTOS A CUBRIR
abril 7	entrevista con el cliente

PROSPECTO

abril 9	primeras imágenes
abril 16	alternativas de solución
abril 23	propuestas de color
abril 30	presentación final
abril 31	corrección de estilo
mayo 4	original para impresión
mayo 5	reunión con el impresor
mayo 9	revisión de positivos y negativos
mayo 15	pruebas de color
mayo 31	entrega del cartel

### C.2.6 Presupuesto.

Como ya se mencionó en el capítulo B el presupuesto resultó ser algo reducido, por lo que se tuvo que pensar en un diseño que no necesitara de una gran inversión.

## C.3 Etapa de trazado

### C.3.1 Tipografía.

Uno de los aspectos que condicionan en gran medida el buen desarrollo de un prospecto es la elección del tipo de letra, su tamaño y colocación, ya que de esto dependerá que la información que se desea dar a conocer resulte legible.

La tipografía puede tener diversas características:

a. La clasificación de los tipos.

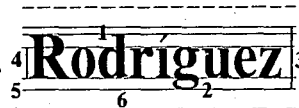
Que puede ser Romanas, Egipcias, Grotescas ó Antiguas, Caligráficas y Script o Fantásticas y Display.

b. El cuerpo o tamaño del tipo:

Que es la altura o profundidad de X tipo de cualquier familia tipográfica; la distancia entre sus caras anterior y posterior es medida en puntos tipográficos según

sistemas convencionales como el didot. Por eso un texto se compone de letra de cuerpo 8, 10, 11, 12, etc., según las series y familias de los tipos. Lo anterior se entenderá mejor con el siguiente esquema:

- 1) ASCENDENTE
- 2) DESCENDENTE
- 3) ALTURA X
- 4) FUERZA DE CUERPO
- 5) LINEA DE BASE
- 6) INTERLINEA



c. Espacio entre letras:

Este puede ser proporcional o no.

El no proporcional es cuando todas las letras del abecedario tienen un mismo ancho. Se tiene en las máquinas de escribir, en donde unas letras se ensanchan



y otras se condensan para abarcar el mismo espacio.

EJEMPLO

I  
M

El proporcional es cuando cada letra del abecedario ocupa un espacio proporcional a su ancho. Esto logra que el texto tenga una lectura más amena. Se tiene con la imprenta, la fotocomposición y letras transferibles (mecanorma, logotip, etc.).

EJEMPLO

I  
M

#### 4. Espacio entre palabras:

Este es proporcional al cuerpo del tipo.

Por ejemplo las palabras con tipos pequeños se separan menos que las grandes, y las palabras con tipos sueltos o de metal se separan mediante espacios blancos por el mismo cuerpo del tipo. Para esto se utilizan las

subdivisiones del cuadratin:



CUADRATIN



MEDIO CUADRATIN



TERCIO DE CUADRATIN



CUARTO DE CUADRATIN



QUINTO DE CUADRATIN



ESPACIO FINO

#### 5. Espacio entre líneas.

También conocido como interlínea, es un espacio en blanco que sirve para controlar la separación entre una y otra línea de texto, su valor es vertical.

La interlínea no afecta al tipo o al ancho de las líneas, simplemente abre o cierra el espacio entre ellas. Modifica el tono de la mancha de texto, organiza y controla la legibilidad y determina el mayor o menor espacio que ocupará éste. Su misión es la de contribuir a una mejor legibilidad.

## 6. Alineación (justificación).

Es el espacio máximo de trabajo horizontalmente hablando. Ray Murray la define como la "Disposición de los caracteres en una línea o base común"<sup>(27)</sup>. Para mayor información ver inciso B.3.2.

Para medir el ancho de las líneas se utiliza el tipómetro, que es una regla dividida en puntos, picas o cuadratinos y ciceros. A continuación se muestra una tabla con las equivalencias en milímetros de las medidas antes mencionadas.

1 punto	=	1/72 pulgada
1 pica o cuadratín	=	12 puntos
1 pica o cuadratín	=	4.233 mm
1 cicero	=	12 puntos
1 cicero	=	4.512 mm

También existen aspectos en la tipografía que pueden afectar negativamente al lector y que hay que tomar en cuenta al diseñar. Por ejemplo:

Los tipos por debajo de los 8 puntos dificultan la lectura debido a su tamaño tan pequeño.

Las líneas de más de 11 ó 12 palabras aminoran el ritmo de la lectura.

La abundancia de texto en **bold** (negritas) o cursivas son menos legibles que la medium (mediana).

Hay tipos que parecen más pequeños unos que otros aunque los puntos sean los mismos.

Los tipos que tienen una altura X considerable requieren un interlineado mayor que las de altura X breve.

### C.3.1.1 Cálculo de texto.

Consiste en calcular las líneas que se producirán al elegir un tipo con un cuerpo y tamaño determinados. Este nos permitirá tener una idea aproximada del área que ocupará nuestro texto.

Para realizar el cálculo (si no se cuenta con una omputa-

27. Manual de técnicas.  
Ray Murray

Edit. Gustavo Gill.  
Barcelona 1980.

Página: 185

dora) debemos seguir los siguientes pasos:

- a) Mecanografiar el texto con bandera o justificación izquierda.
- b) Trazar una línea vertical que pase entre la línea más corta y la más larga del lado derecho de nuestra hoja mecanografiada.
- c) Contar el número de caracteres o letras, incluyendo espacios en blanco y signos de puntuación de cualquier línea comprendido el margen izquierdo y la línea vertical.
- d) Multiplicar los caracteres de la línea por el número total de líneas.
- e) Contar los caracteres situados a la derecha de la línea vertical.
- f) Sumar el número de caracteres de los puntos d y e, y si hay más de una hoja, sumar el resultado obtenido de

cada una de ellas.

- g) Determinar el número de caracteres por pica, tomando como base el tipo y tamaño elegidos.
- h) Multiplicar los caracteres por pica por la justificación, lo que nos dará como resultado el promedio de caracteres por línea.
- i) El número total de caracteres del texto se divide entre el promedio de caracteres por línea y esto nos dará el resultado total de líneas que ocupará nuestro texto.
- j) Multiplicar el total de líneas por el tamaño (en puntos) del tipo más la interlínea, lo que nos dará como resultado la altura del texto en puntos. Si se desea convertir a picas este resultado, se divide la altura entre 12.

Actualmente, para algunas personas, este proceso puede resultar algo complicado y tardado, ya que el gran avance tecnológico nos permite, mediante el uso de la

computadora, realizar estos pasos mediante el simple hecho de oprimir unas cuantas teclas o comandos lo que nos ofrece un gran ahorro de tiempo y trabajo.

En este punto la computadora fue una herramienta de trabajo, que nos ahorró una gran cantidad de tiempo, aunque también nos limitó un poco en el sentido de que únicamente se contaba con dos familias tipográficas diferentes: la Swiss (Helvética) y Dutch (Baskerville).

### C.3.2 Información.

Es la "acción y efecto tanto de informar como de informarse, tendente a reducir o anular la incertidumbre. Comunicación o adquisición de conocimientos que permiten ampliar o precisar los que se posee sobre una materia determinada."<sup>(28)</sup> Esta generalmente nos llega de una manera codificada audiovisual o gráficamente.

La información de un prospecto debe ser clara y concisa, la idea(s) debe ser expresada de tal forma que su significado pueda ser de fácil interpretación para la(s)

persona(s) que reciban el mensaje.

En este punto se puede echar mano de elementos gráficos como: dibujos, fotografías o gráficos para apoyar el texto, y al igual que éste resulten claras y concretas.

La idea de este proyecto es la de presentar en forma clara, las características de la Sexta Conferencia Internacional así como sus cuotas, fechas de inscripción y aceptación de ponencias, temas de las conferencias, y los requisitos para su inscripción, sin incluir más dibujos, fotografías o gráficas que la del cartel.

### C.3.3 Formato

Como su nombre lo dice es el tamaño y la forma de cualquier impreso. En el prospecto se refiere a la anchura y profundidad que se requerirán para el diseño.

El formato se debe determinar de acuerdo a la información que haya de contener el prospecto y, posteriormente, su forma quedará definida por el tipo de

28. Diccionario de la comunicación.  
Ignacio H. de la Mota.  
Editorial Paraninfo S.A.  
Madrid 1988.  
Tomo 2º.  
Página: 31

doblado que se vaya a utilizar.

### Los dobleces pueden ser de 2 formas:

1. Paralelos entre sí.
2. En ángulo recto, cuando el segundo doblez forma un ángulo de  $90^\circ$  con el primero.

Con un solo doblez lograremos un prospecto de 4 páginas y con dos dobleces paralelos entre sí lograremos un prospecto de 6 páginas.

Para elegir el formato debemos considerar, si el presupuesto es muy reducido, el tipo de papel, pero si el presupuesto lo permite, este punto puede pasar a un segundo plano. Se debe también examinar el tipo de información que se va a incluir, es decir, la cantidad de texto con que se cuenta y si incluye o no fotografías, ilustraciones o gráficas.

### C.3.4 Reticula.

Toda composición debe tener cierto acomodo y a veces,

orientación y dirección en los elementos de la composición de una página o de la totalidad de una publicación, esto se obtienen por medio de una estructura interna, que la mayoría de las veces es imaginaria y que constituye la guía para su realización, a ella se le conoce comunmente como retícula.

La "retícula es una hoja o plantilla rayada para mostrar márgenes y áreas de texto, a fin de estandarizar páginas"<sup>(29)</sup> en un diseño.

En la actualidad, como Diseñadores Gráficos, la empleamos para solucionar problemas visuales, ya sean bi o tridimensionales, y como un auxiliar en la organización, ordenación y acomodo de las fotos, ilustraciones, etc. en libros, revistas, folletos, catálogos, prospectos, periódicos, etc.

Su uso "como sistema de ordenación, constituye la expresión de cierta actitud mental en que el diseñador concibe su trabajo de forma constructiva"<sup>(30)</sup>.

Lo anterior lo podemos expresar como un razonamiento

lógico en el que el Diseñador Gráfico debe organizar su trabajo con un pensamiento matemático, al mismo tiempo que debe estar clara, funcional y prácticamente estructurada la idea de esta, ya que se utiliza como una herramienta para organizar y concebir visualmente la solución a un problema gráfico, lo que representa antes que nada una ética profesional.

La retícula se subdivide en campos o espacios, que pueden o no tener una misma dimensión, acomodados como una reja. Su altura se da con base a un número predeterminado de líneas (de texto) y el ancho es igual al de las columnas. Los campos van separados uno de otro para que el texto no se mezcle con la imagen de manera que nunca pierda su legibilidad.

Una retícula adecuadamente diseñada nos permite una disposición: Objetiva, Sistemática y lógica de los textos e ilustraciones de una manera compacta o sólida con su propio ritmo, del material visual de modo tal que sea comprensible e interesante.

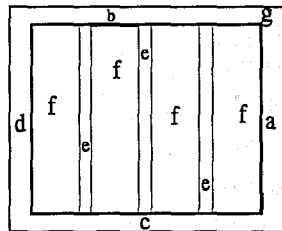
Si queremos lograr un buen trabajo es importante

considerar que aunque la retícula sea muy manipulable es bueno tratar ciertos puntos con dureza, como estandarizar los márgenes de:

En la actualidad la computadora, en este punto, nos ofrece un gran ahorro de tiempo además de un sinúmero de facilidades para crear retículas de diversos tamaños y formatos dentro de los cuales podemos modificar rápida y fácilmente el tamaño de los campos, la medida del medianil, cabezas, etc. y así obtener resultados inmediatamente en pantalla.

En este proyecto no se pudo jugar mucho con la

- a) lomo
- b) cabeza
- c) pie
- d) corte
- e) medianil
- f) campos
- g) caja tipográfica



diagramación, primero porque el tiempo estaba muy medido y, segundo porque se me pidió que únicamente fuera una caja tipográfica dividida en 2 columnas dentro de la cual se acomodara el texto de tal forma que los objetivos y las fechas quedaran en las 2 columnas, y la demás información en toda la caja.

### C.3.5 Imagen.

Dentro del prospecto, la imagen es un concepto que complementa o ilustra al texto, pero que pasa a un segundo plano, ya que la información contenida es la que importa.

62

Si se desea más información sobre esto, ver el inciso B.3.3.

La imagen que se me pidió utilizara, para el prospecto, fue la misma que se utilizó en el cartel, con los mismos colores y que no existieran ilustraciones, fotografías o gráficas, ni otro color más que los utilizados en el cartel, y el negro para el texto que debía ser lo más sencillo posible, sin muchas variaciones en cuanto a tipo o forma de letra.

### C.3.6 Color

Este es uno de los aspectos que de manera consciente o inconsciente ejerce una gran influencia en la impresión que le da al espectador. En el hay mucho más de lo que el ojo puede ver además de que poseé gran fuerza para expresar diferentes estados anímicos.

Por ello se tiende hacia una relación de los colores con objetos o sentimientos, por ejemplo:

Rojo:	Pasión, Sangre, Amor
Amarillo:	Distinción, Belleza divina.
Azul:	Pasividad, Inmortalidad.
Verde:	Fecundidad, Alegría.
Anaranjado:	Dominio, Valor
Violeta:	Soledad, Opresión

Para el prospecto se utilizaron los mismos colores que en el cartel, porque así lo solicitaron los organizadores, pero utilizando el rojo gris y negro solo del lado, y en el tamaño, de la imagen, y del otro lado de la hoja y en el resto de la

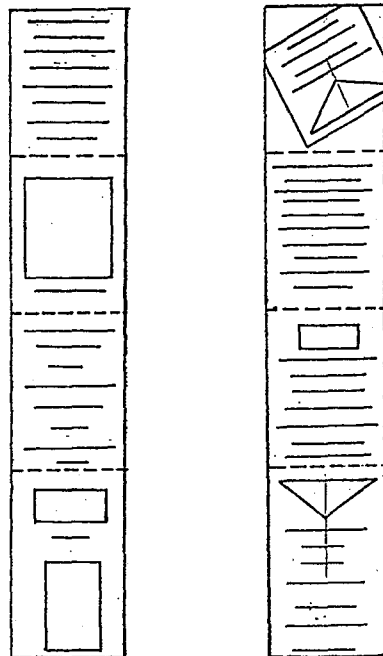
anterior sólo el negro.

## C.4 Primeras imágenes

Son bosquejos, hechos casi siempre en papel, y tabajados normalmente de manera sencilla pero llamativa, que sirven principalmente para dar una idea de lo que se está trabajando, estas las podemos dividir en tres etapas, dentro de las cuales el orden no debe, de preferencia, variarse:

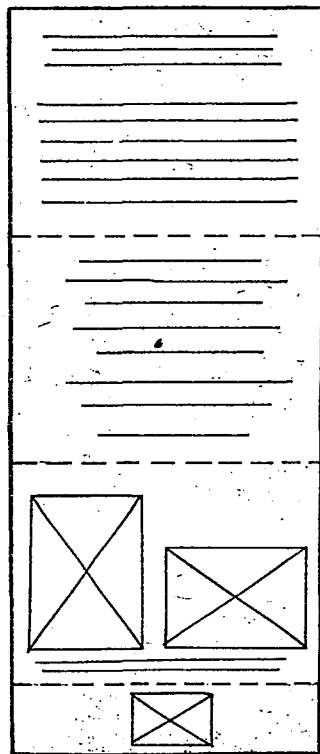
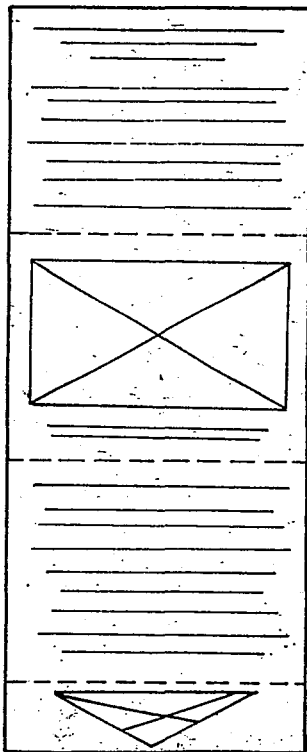
- 1 Propuesta preliminares
- 2 Alternativas de solución
- 3 Propuesta final.

### C.4.1 Propuestas preliminares.

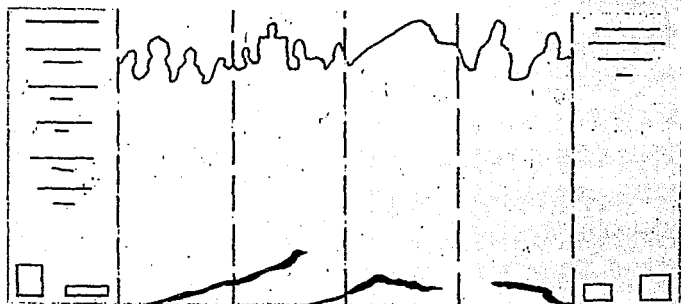


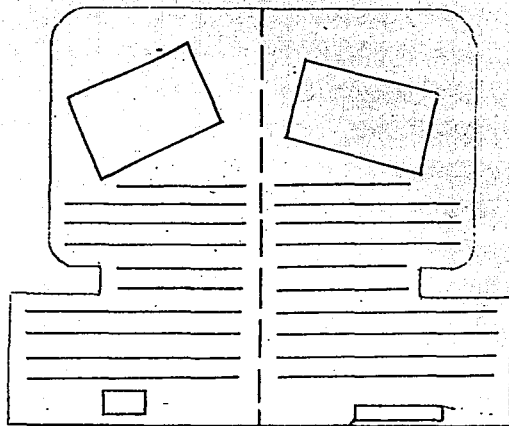
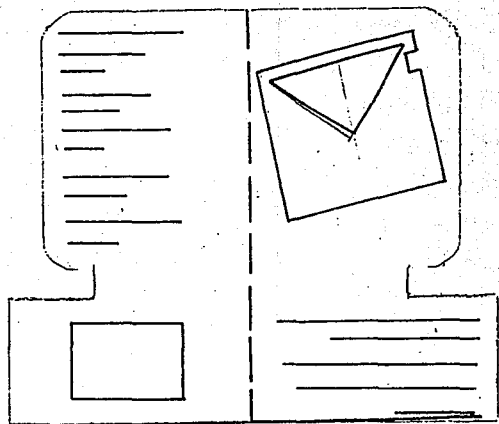


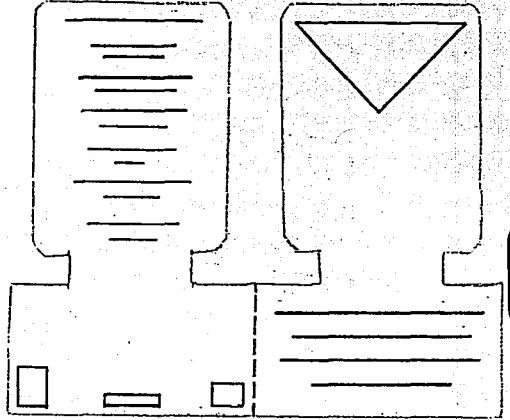
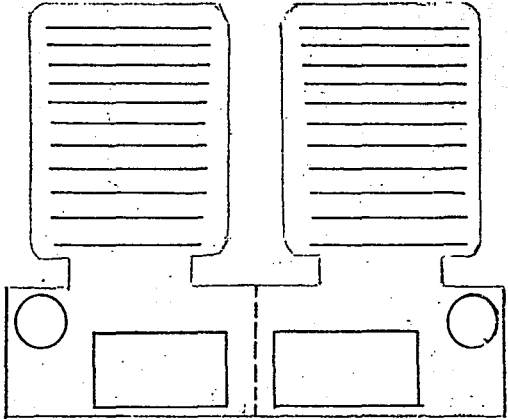
TESIS

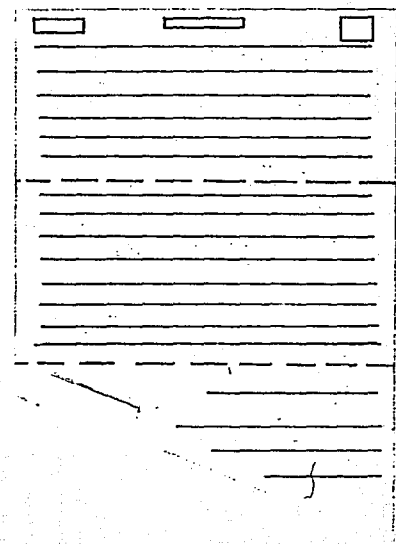
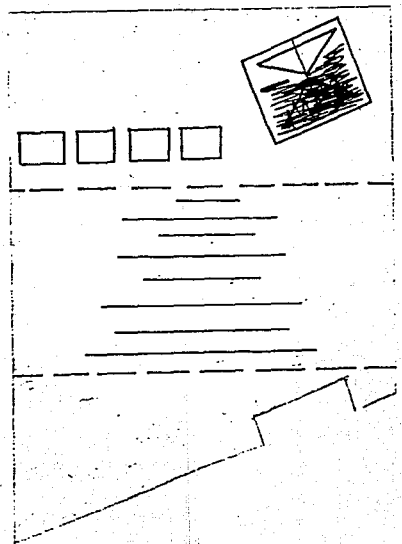


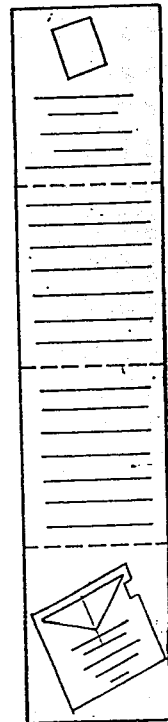
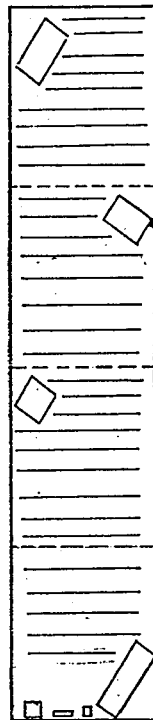
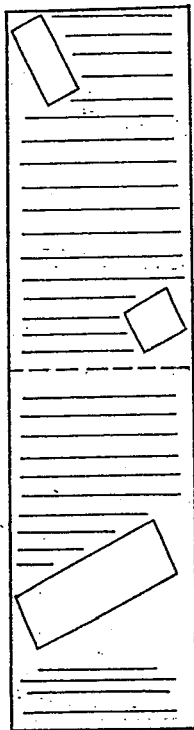
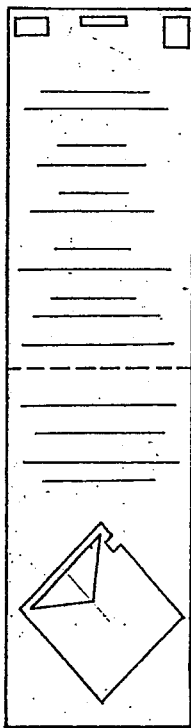
PROSPECTO



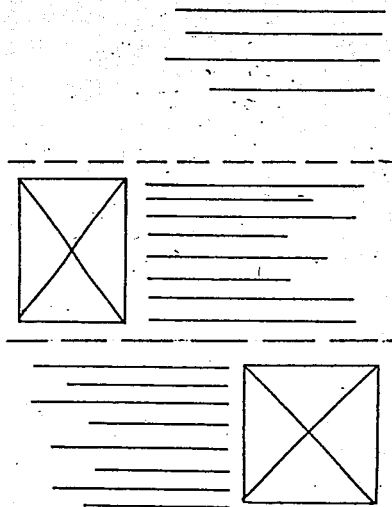
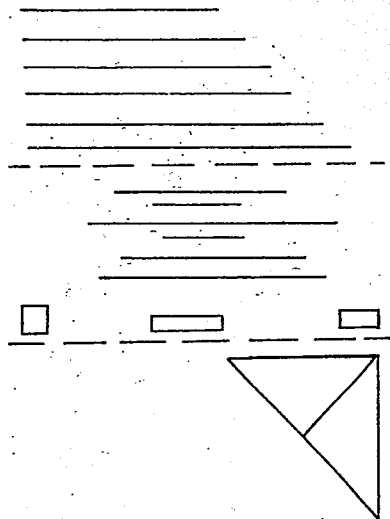


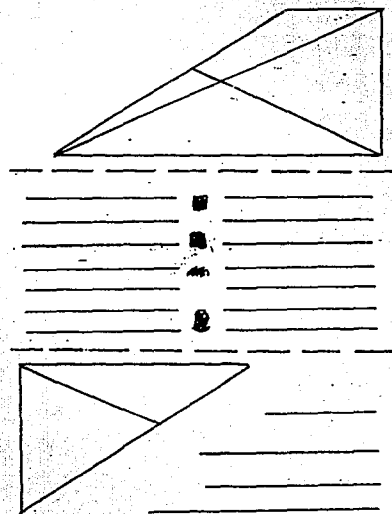
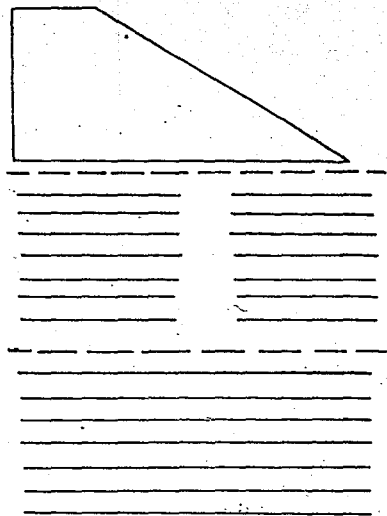




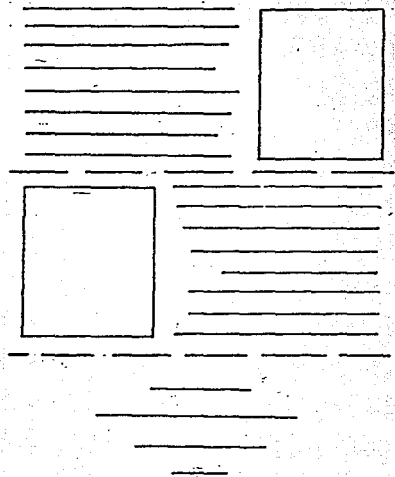
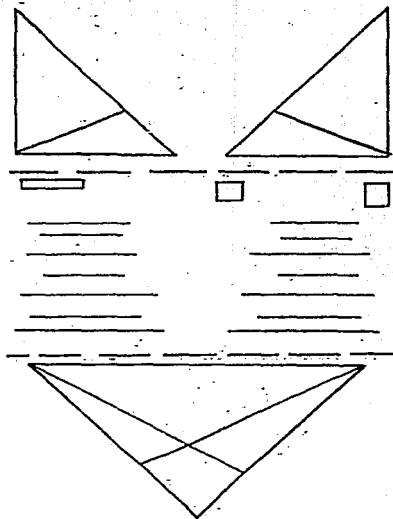


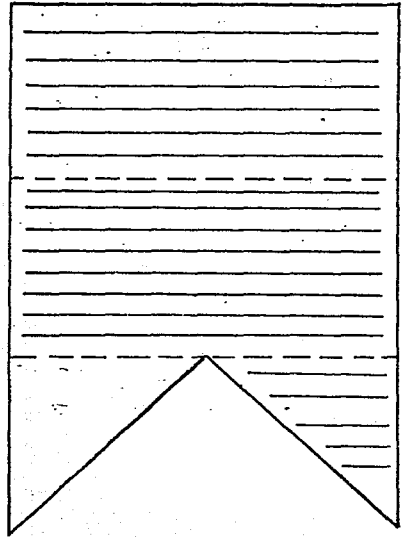
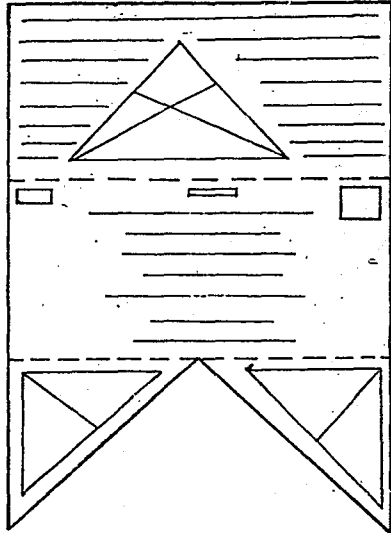
### C.4.2 Alternativas de solución.

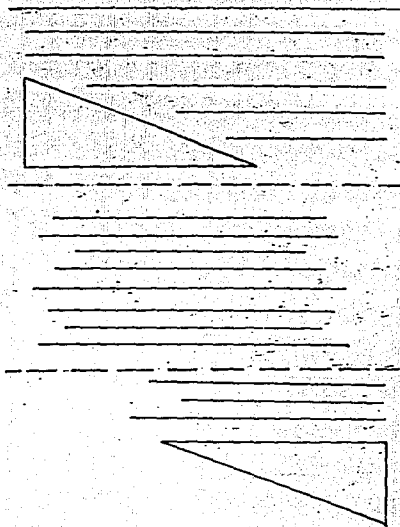
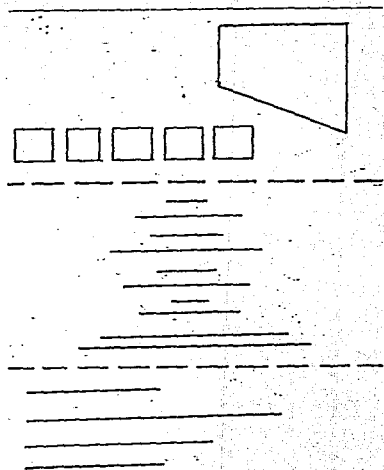


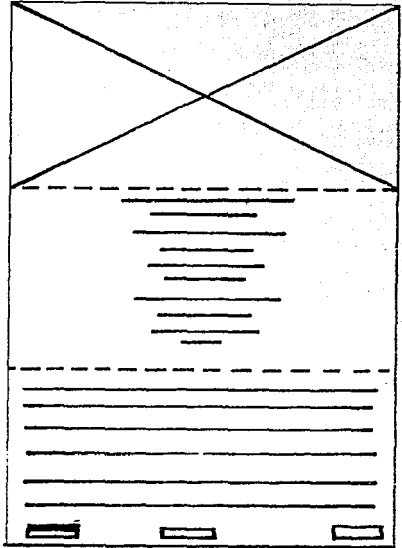
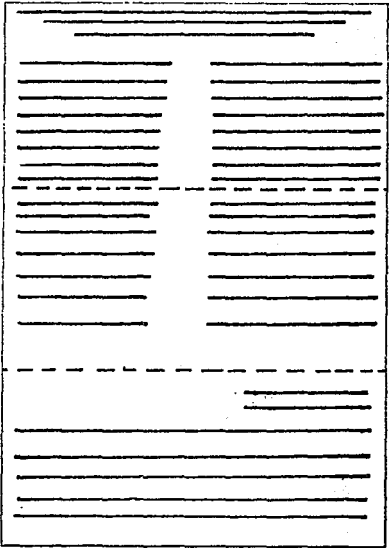












### C.4.3 Propuesta final

#### LA SEXTA CONFERENCIA INTERNACIONAL LAS COMPUTADORAS EN LAS INSTITUCIONES DE EDUCACION Y DE INVESTIGACION, tendrá lugar en Ciudad Universitaria, D.F. del 13 al 15 de octubre de 1980.

##### OBJETIVO

Presentar los principales desarrollos de sistemas de información en los campos de la enseñanza, el aprendizaje de las instituciones educativas y de investigación y promover el intercambio de experiencias entre los mismos.

##### PROGRAMA

La 6ª Conferencia Internacional será organizada por conferencias regionales, presentando el día lunes de trabajos y presentando de trabajos en sesión (ponencias) por parte de expertos en el tema, relacionados con los siguientes temas:

- Sistemas educativos.
- Sistemas distribuidos.

##### • Redes de computadoras.

- Comunicaciones.
- Logos/C de sistemas asociados por computación (CAIS)
- Sistemas expertos.
- Intefigencia artificial.
- Bases de datos.
- Diseño y manufactura asistida por computadora (CAD/CAM)
- Enseñanza y programas relacionados.
- Tendencias y sistemas de hardware y software.
- Sistemas de soporte para la investigación.
- Supercomputas.

##### ACEPTACION DE BOLETALES

Se deberá presentar en forma del trabajo propuesto en un máximo de diez copias de recambio, que será evaluado por el Comité de Programa, queo resultará a favor de los que serán incluidos en el programa de la Conferencia o en la programación de sesiones paralelas.

##### FECHAS LIMITE

Recibo de trabajos: 3 de Agosto  
 Publicación de sus trabajos de trabajo: 31 de Agosto  
 Recibo de trabajos aceptados: 20 de Septiembre

##### CUOTAS

Hasta el 30 de Septiembre: \$ 100,000 M.N.  
 Después del 30 de Septiembre: \$ 200,000 M.N.

La cuota incluye: hospedaje o la manutención, comida, material de papelería y transporte.

##### INSCRIPCION E INGRESOS

Comisión General de Servicios de Computación, UNAM  
 475 Ciudad Universitaria Apartado Postal 30429  
 Distrito Federal México D.F.  
 Teléfono: 536 2041 - 535 3994 Fax 525 5707  
 Banca WALKUP@UNAM.MX



##### COMITE ORGANIZADOR

###### PRESDENTE:

Walter Guerra Chén  
 Director General de Servicios de Computación, UNAM

###### VICEPRESIDENTES:

Rubén M. Díaz  
 Oscar M. Carballeda  
 Directores UNITE  
 Juan Venegas Méndez  
 Director de Estudios para el Aprendizaje, UNAM  
 Alberto Alonso y Cera  
 General de Estudios de Computación, UNAM

###### SECRETARJO:

Nahúm de la Cruz  
 Corporativo UNITE

###### COORDENADORES DEL COMITE DE PROGRAMA:

Clotilde Alba Aranda  
 General de Estudios de Computación, UNAM

Fecha: \_\_\_\_\_  
 Registro No. \_\_\_\_\_  
 Establecimiento No. \_\_\_\_\_  
 Nombre: \_\_\_\_\_

EFFECTIVO  CHEQUE  No. \_\_\_\_\_ BANCO \_\_\_\_\_

Apellido(s) \_\_\_\_\_ Nombre(s) \_\_\_\_\_  
 Calle \_\_\_\_\_ No. Ext. \_\_\_\_\_ P.O. Box \_\_\_\_\_  
 Entre las calles \_\_\_\_\_  
 Colonia \_\_\_\_\_ C.P. \_\_\_\_\_ Teléfono(s) \_\_\_\_\_  
 Participación de \$4 mil quinientos \_\_\_\_\_  
 Ciudad \_\_\_\_\_ Estado \_\_\_\_\_ País \_\_\_\_\_

##### EMPRESA O INSTITUCION DONDE LABORA O ESTUDIA:

ESTUDIANTE SEMESTRE \_\_\_\_\_ CARRERA \_\_\_\_\_

PROFESOR ESCUELA O FACULTAD \_\_\_\_\_

INVESTIGADOR INSTITUTO \_\_\_\_\_

TECNICO ACADÉMICO DEPENDENCIA \_\_\_\_\_

EMPLEADO DEPENDENCIA O EMPRESA \_\_\_\_\_

AREA O DEPARTAMENTO DONDE SE LOCALIZA \_\_\_\_\_

##### TELÉFONO(S): \_\_\_\_\_



UNISYS



## C.5 Impresión y reproducción.

Casi toda tarea producida por el Diseñador está relacionada de algún modo con el proceso de impresión.

Al igual que en el cartel, hay que considerar varios puntos, para elegir el método más adecuado:

1. El presupuesto.
2. El original. (si lleva fotografía se utiliza un tipo de papel especial)
3. Tiempo con el que se cuenta.

Los papeles pueden variar, desde los satinados más baratos hasta el couche más caro, si se tiene un presupuesto accesible, se pueden incluir novedades como el papel kraft, y aquí es donde entra en juego la capacidad del diseñador para elegir el tipo y calidad de papel acorde a sus necesidades.

Si el original requiere de utilizar la fotografía a color, debemos considerar que el costo es mucho más elevado por que además de un papel especial, requiere de más tiempo para la selección de color. Los prospectos que tienen fotografías (ya sean a color o blanco y negro) resultan más fáciles de elaborar mediante el offset.

Hay que considerar que el tiempo con el que se cuenta es importante para elegir el tipo de impresión, ya que la serigrafía, que es un método más artesanal, requiere mayor tiempo que la impresión offset.

Los diversos tipos de dobleces existentes dan también al impreso un aspecto diferente.

Para el proyecto se utilizó la impresión offset más que nada por el tiempo y porque, como ya se mencionó anteriormente, se tiene tiempo trabajando con un mismo impresor y él sólo maneja este tipo de impresión.

Por último, el cambio en las fechas límite de recepción de ponencias, notificación de aceptados y recepción de

trabajos requería modificar el prospecto y como el tiempo y el presupuesto ya no nos permitía ni la reimpresión ni la impresión en etiquetas adheribles de las nuevas fechas, se optó por crear un recuadro en Ventura, en el que se pusieron las nuevas fechas; éste se copió varias veces en la hoja, se imprimió con laser, se recortó cada uno y se pegó encima de las fechas anteriores, lo que aparte de quitarle mérito al trabajo, resultó bastante complicado y tardado.

## **C.6 Presentación final**

UNISYS



Ciudad Universitaria, D.F. Del 3 al 5 de Octubre de 1988

COMITADO DE EDUCACION Y DE INVESTIGACION  
DE LAS COMPUTADORAS EN LAS INSTITUCIONES

**COMITE ORGANIZADOR**

**PRESIDENTE :**

Victor Guerra Ortíz  
Dirección General de Servicios de Cómputo Académico,  
UNAM.

**VICEPRESIDENTES :**

Robert H. Cook  
Oscar N. Cardalda  
Corporación UNISYS.

Juan Voutsas Márques  
Dirección General de Servicios de Cómputo para la Administración, UNAM.

Alberto Alonzo y Coria  
Consejo Asesor de Cómputo, UNAM.

**SECRETARIO :**

Nehúm de la Garza  
Corporación UNISYS.

**COORDINADORES DEL COMITE DE PROGRAMA :**

Christine Allen Armíño  
Gabriel Carmona Walkup  
Dirección de Cómputo para la Docencia, UNAM.

**EMPRESA O INSTITUCION DONDE LABORA O ESTUDIA:**

<input type="checkbox"/> ESTUDIANTE	SEMESTRE	CARRERA
<input type="checkbox"/> PROFESOR	ESCUELA O FACULTAD	
<input type="checkbox"/> INVESTIGADOR	INSTITUTO	
<input type="checkbox"/> TECNICO ACADEMICO	DEPENDENCIA	
<input type="checkbox"/> EMPLEADO	DEPENDENCIA O EMPRESA	

**AREA O DEPARTAMENTO DONDE SE LOCALIZA**

**TELEFONO(S)**



UNISYS



DIRECCION GENERAL DE SERVICIOS DE COMPUTO PARA LA ADMINISTRACION



# LA SEXTA CONFERENCIA INTERNACIONAL LAS COMPUTADORAS EN LAS INSTITUCIONES DE EDUCACION Y DE INVESTIGACION,

tendrá lugar en Ciudad Universitaria, D.F. del 3 al 5 de octubre de 1990.

## OBJETIVO

Presentar los principales desarrollos de sistemas de información entre los miembros de la comunidad informática de las instituciones educativas y de investigación y promover el intercambio de experiencias entre los mismos.

## PROGRAMA

La Sexta Conferencia Internacional está estructurada por conferencias magistrales, presentación simultánea de trabajos y presentación de trabajos en carteles (posters) por parte de expertos en el área, relacionados con los siguientes temas:

- Sistemas abiertos.
- Sistemas distribuidos.
  
- Redes de computadoras.
- Comunicaciones.
- Ingeniería de sistemas asistidos por computadora (CASE)
- Sistemas expertos.
- Inteligencia artificial.
- Bases de datos.
- Diseño y manufactura asistidos por computadora (CAD/CAM)
- Sistemas y programas educativos.
- Tendencias y alcances en hardware y software.
- Sistemas de soporte para la investigación.
- Supercómputo.

## ACEPTACION DE PONENCIAS

Se deberá presentar un resumen del trabajo propuesto en un máximo de dos cuartillas de extensión, que será evaluado por el Comité de Programa, quien resolverá sobre los que serán incluidos en el programa de la Conferencia o en la presentación de carteles (posters).

## FECHAS LIMITE

Recepción de resúmenes: 3 de Agosto  
 Notificación de aceptación de trabajos: 31 de Agosto  
 Recepción de trabajos aceptados: 28 de Septiembre

## CUOTAS

Hasta el 30 de Septiembre: \$ 150,000.00 M.N.  
 Después del 30 de Septiembre: \$ 200,000.00 M.N.

La cuota incluye: asistencia a la conferencia, carpeta con papelería y memoria.

## INSCRIPCION E INFORMES

Dirección General de Servicios de Computo Académico, UNAM  
 At'n. Dirección General Apartado Postal 20-059  
 Delegación Alvaro Obregón 01000 México, D.F.  
 Teléfonos 550 5869 y 550 5986 Fax 525 5707  
 Bitnet WALKUP@UNAMVM1



SEXTA CONFERENCIA INTERNACIONAL

Fecha \_\_\_\_\_  
 Registro No. \_\_\_\_\_  
 Recibo Oficial No. \_\_\_\_\_  
 Importe \_\_\_\_\_

EFFECTIVO  CHEQUE  No. \_\_\_\_\_ BANCO \_\_\_\_\_

Apellidos \_\_\_\_\_ Nombre(s) \_\_\_\_\_

Calle \_\_\_\_\_ No.Ext. \_\_\_\_\_ No.Int. \_\_\_\_\_

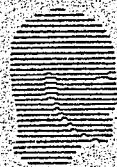
Entre las calles \_\_\_\_\_

Colonia \_\_\_\_\_ C.P. \_\_\_\_\_ Teléfono(s) \_\_\_\_\_

Delegación o Municipio \_\_\_\_\_

Ciudad \_\_\_\_\_ Estado \_\_\_\_\_ País \_\_\_\_\_

THE UNIVERSITY OF CHICAGO PRESS



## D) JUSTIFICACIÓN DEL CARTEL Y PROSPECTO, A

### D.1 Justificación del cartel

Antes de hacer los comentarios acerca del diseño del cartel realizado para la Sexta Conferencias Internacional, considero necesario resumir las características que lo conforman, para que se puedan comprender mejor las ideas.

El cartel elegido fue el que, a gusto de los organizadores, resultó ser el mejor y cuenta con las características siguientes:

- a) Es de configuración rectangular vertical y tiene un formato de 42 x 56 cms.
- b) En el aparece la imagen de la cabeza (achurada) con la variante de que no es una sino tres, éstas quedan sobrepuestas una encima de la otra. La primera y la tercera aparecen achuradas y caladas en blanco, una completa y la otra sólo la mitad, respectivamente, y entre ambas forman visualmente la segunda cabeza que toma el color gris del fondo.
- c) El texto principal está hecho en el paquete Artes y letras del ambiente Windows, la frase Sexta Conferencia Internacional está en tipo Classic Medium Condensada en 60 pts., en altas, el nombre de la conferencia está en tipo classic Bold Normal en 72 pts. en altas, la fecha está en Modern Medium Condensada en 26 pts. en altas y el texto secundario (más pequeño) fue realizado en el paquete

Ventura Publisher y es del tipo Dutch (baskerville) bold de 14 pts. en altas para los títulos y normal de 12 puntos en altas y bajas para el resto de la información.

- d) Toda la información (imagen y textos) están con una inclinación de aproximadamente 25°.
- e) El fondo consta de dos degradados que se unen por su parte más clara, con una inclinación igual a la del resto de la información, el superior es gris y el inferior es rojo
- f) Los colores utilizados fueron rojo, negro, gris y el blanco del papel.
- g) Los logotipos de los organizadores del evento aparecen en negro en la zona horizontal inferior.

Primera mente quiero comentar que, a mi parecer, la imagen utilizada puede resultar poco llamativa para la

mayoría, ya que si no se conoce o por lo menos se tiene algún antecedente de la Conferencia, ésta no representa gráficamente ningún aspecto de ella, además de que por si sola no resulta llamativa ni impactante.

Los colores fueron otro punto que resultó ser bastante problemático porque no se permitió jugar mucho con la gran variedad existente; primero porque de antemano se estableció que forzosamente se debían utilizar sólo tres colores que eran el rojo, gris y negro, y aunque se hicieron otras propuestas de colores no fueron aceptadas por decir que eran muy chillantes y llamativos, y en segundo lugar el tiempo, que se nos vino encima y provocó que el trabajo debía salir rápidamente.

Por otra parte el texto resultó ser, tal vez, el aspecto que más afectó al diseño; primeramente porque como el presupuesto no permitía el gasto de mandar parar tipografía, se tuvo que hacer con los tipos con que cuentan las computadoras, que ya están muy vistos pues son los utilizados en la mayor parte de sus impresos, esto unido a que aunque se les explicó que entre más texto se incluyera

en el cartel su lectura sería más cansada y difícil y se les insistió en que si la mayor parte de la información iba a aparecer en el prospecto para que repetir lo mismo en ambos soportes gráficos, ya que esto podía provocar que mucha gente, por flojera de leer, no le prestara la atención debida; aun dicho lo anterior hicieron caso omiso de los comentarios e insistieron en que debía aparecer la misma información que se había incluido en los años anteriores.

**A** mi parecer el diseño en general resulta muy poco atractivo por los motivos antes expuestos, pero principalmente, primero porque carece de una imagen llamativa y los colores utilizados son muy poco atractivos, y segundo por que debido a la tipografía utilizada hay algunos textos que a larga distancia no son legibles.

## D.2 Justificación del prospecto

Al igual que en el cartel es importante mencionar primero las características del prospecto (tríptico) realizado para la Sexta Conferencia.

El realizado fue el que solicitaron los organizadores para incluir la información de la Conferencia y cuenta con las características que se enumeran a continuación:

a) Es de 21.5 x 34 cms (tamaño hoja oficio), tiene una configuración rectangular horizontal y cuenta con dos dobleces paralelos entre sí que nos generan 6 páginas, formando lo que comunmente llamamos un tríptico.

b) Está conformado de la siguiente manera:

1) En el frente de la hoja aparecen:

- En la primera parte la misma imagen del cartel, con el nombre de la conferencia y los logotipos de los responsables del evento.
- En la segunda parte encontramos el comité organizador.
- En la tercera parte aparece la 2a parte de la forma de registro.

2) En la vuelta o parte trasera de la hoja encontramos:

- En la primera y segunda partes los objetivos del programa, fechas y cuotas.
- En la tercera parte, la primera parte de la forma de registro.

c) La diagramación para la colocación del texto, se realizó mediante el paquete Ventura Publisher, en el se crearon los textos de tal forma que se acomodaran

en la hoja al gusto de los organizadores, sin muchas variaciones.

- d) Los colores usados son los mismos que en el cartel para la imagen y para el resto de la información sólo se se permitió utilizar el negro.

Los principales obstáculo en esta parte fueron el tiempo, que por desgracia nos limitó y no dió oportunidad de crear un diseño llamativo, y sobre todo el presupuesto que no permitia realizar grandes cambios.

Además como se debía utilizar la misma idea del cartel, el colocarla en un área tan pequeña resultaba bastante complicado porque si el texto se obtiene de la computadora utilizando un tipo de letra muy pequeña o delgada las curvan se ven fragmentadas, efecto que aumenta entre más se reducen o adelgazan, lo que obligó a usar letras de un regular tamaño en el texto, que unido a la imagen y los logotipos dan, la sensación de amontonamiento.

La tipografía utilizada es Dutch (Times) de 10 pts. por

ser, de las dos con las que cuenta ventura, esta la que es más parecida a la utilizada en los textos principales en el cartel, el problema aquí es que por el tamaño en el que se tuvo que utilizar y por su tipo, la lectura resulta difícil y cansada.

Si a esto agregamos que la retícula base no tiene mayor dificultad, que dos columnas, se puede entender mejor el por que el prospecto no resulta llamativo ni en su imagen y mucho menos en su lectura.

Aquí, al igual que en el cartel, encontramos algunos defectos que principalmente quedaron determinados por el poco presupuesto con el que se conto para el trabajo.

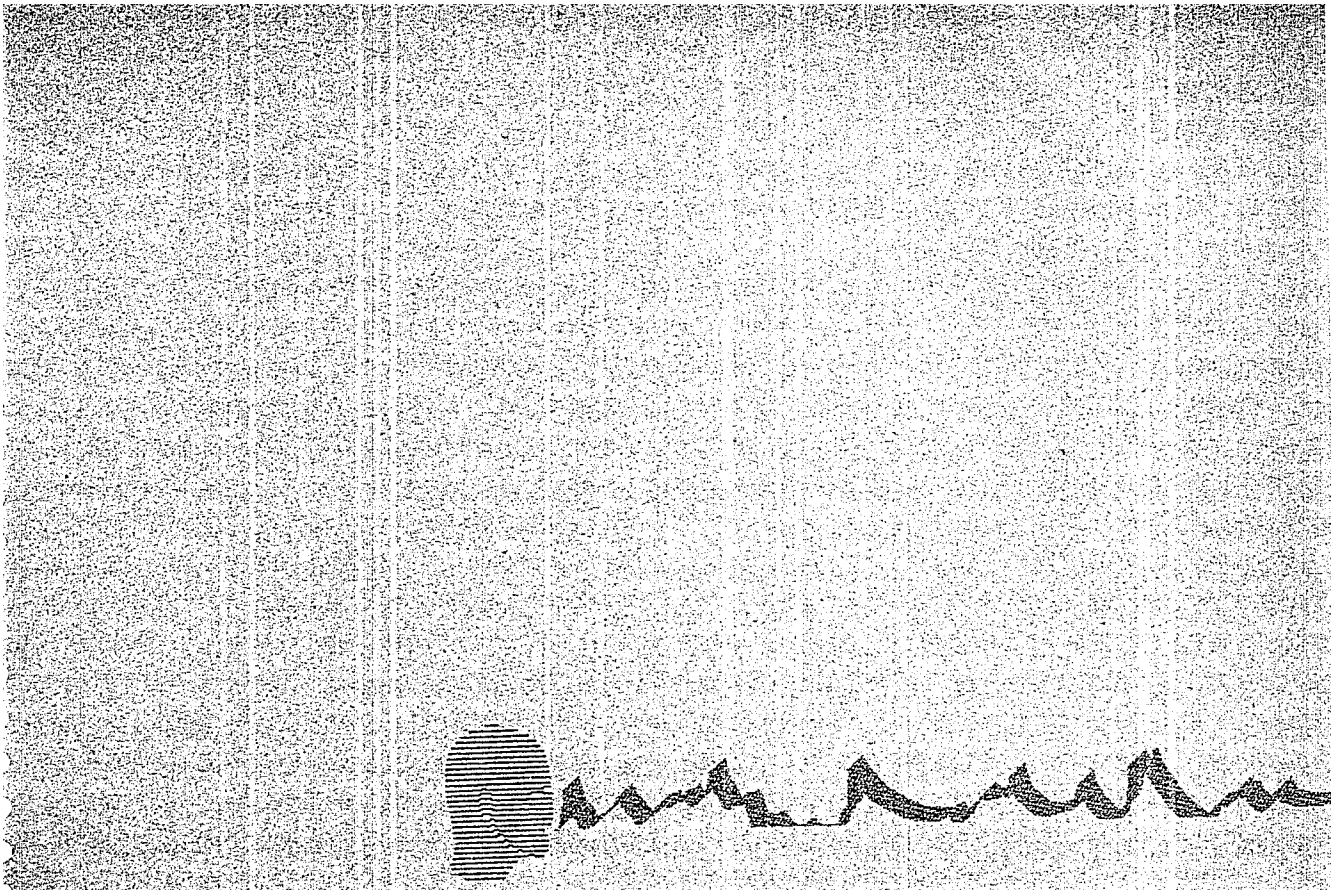
### D.3 Breve conclusión

Como se puede ver realmente el diseño, de ambos soportes gráficos, tiene bastantes problemas que pueden ser muy fácilmente modificados, para lograr un buen diseño.

Por todo lo anteriormente expuesto, considero importante hacer una propuesta de diseño que cuente con las características necesarias para atraer la atención hacia la conferencia, en base a encuestas realizadas a la comunidad universitaria y personas relacionadas con la informática respecto a elementos, objetos, imágenes y colores que relacionen o les llamarían la atención en un cartel destinado a un evento que promueve la computación en las áreas de docencia, investigación y educación.

Para tal efecto en la segunda parte del trabajo se pretenderá, de la manera más sencilla y llamativa, presentar un nuevo diseño para el cartel de la Octava Conferencia Internacional.





## E) Entrevistas

### E.1 Características

Las entrevistas surgieron de la necesidad de conocer los aspectos o características que la gente, relacionada con la informática y la computación, consideraría necesarias para que un cartel relacionado con una Conferencia con temas afines a su área les resultara llamativo para invitarlos a conocer sus características o para asistir a ella.

En su mayoría las personas entrevistadas fueron licenciados o pasantes de Informática y algunos relacionados con el área de la computación, ya que es principalmente a ellos a quienes van dirigidos los temas que se abordan en

la Conferencia, y sus edades fluctuaron entre los 25 y los 35 años.

### E.2 Justificación

Antes que nada creo importante aclarar el porqué en las entrevistas únicamente se pregunta acerca del cartel y de éste sólo las características, en cuanto a diseño y color.

1. No todas las personas son diseñadoras o expertas del área por lo que no están, forzosamente, al tanto de los avances y materiales existentes en el mercado.
2. Los formatos se definen más fácilmente al conocer la cantidad de información que deben contener. Si desconocen esto y las medidas existentes en cuanto a formatos, no pueden contestar acerca de ellos.
3. Los prospectos requieren conocimientos más específicos en varios aspectos.

4. Para la Octava Conferencia se decidió no realizar prospecto, sino un cartel en pequeño que pueda servir como invitación para mandarlo por correo a las universidades de la República Mexicana y los demás países participantes, por que así es mucho más fácil meterlos en los sobres sin necesidad de doblarlos y maltratarlos como sucede con los carteles grandes.

Por lo expuesto anteriormente, las encuestas se enfocan únicamente al cartel, que es más fácilmente reconocido por cualquiera y, principalmente, a los objetos, imágenes y colores que les resulten atractivos y llamativos para promover una conferencia relacionada con la computación.

### E.3 Resultados

#### CONOCEN LA CONFERENCIA

SI	<b>NO</b>	POCO
57 %	33 %	10 %

#### CONOCEN LOS OBJETIVOS

SI	<b>NO</b>	POCO
29 %	57 %	14 %

#### RELACIONAN ALGUN COLOR O IMAGEN CON LA CONFERENCIA

SI	<b>NO</b>
15 %	85 %

#### CONOCEN ALGUN CARTEL

SI	<b>NO</b>
90 %	10 %

#### QUE OPINAN DEL DISEÑO

BUENO	REGULAR	<b>SENCILLO</b>	MALO
0 %	19 %	46 %	25 %

**IMAGENES QUE LES AGRADARIAN**

Computadora	Diskette
15.5 %	10 %
Parabólicas	Redes
1 %	0.5 %
Imágenes Geométricas	Imágenes Computarizadas
37 %	36 %

**COLORES**

Llamativos	Varios colores
20 %	80 %

**CONCEPTOS QUE SUGIEREN**

Velocidad

Avances

Inteligencia

Cambio

Desarrollo humano

Dinámismo

Como se puede ver, en las entrevistas, la gente desconoce, en su mayoría, a la conferencia y de los que la conocen, aunque ésta lleva ya varios años y en todos se ha utilizado la cabeza y los mismos colores, no los identifican o relacionan con ella, además hay varios, de los que si la conocen, que opinan que se le debe dar más difusión.

La gran mayoría opina, de los diseños que conoce, que son poco llamativos, carentes de algun significado en relación con la conferencia y con colores que también se encuentran en las mismas condiciones.

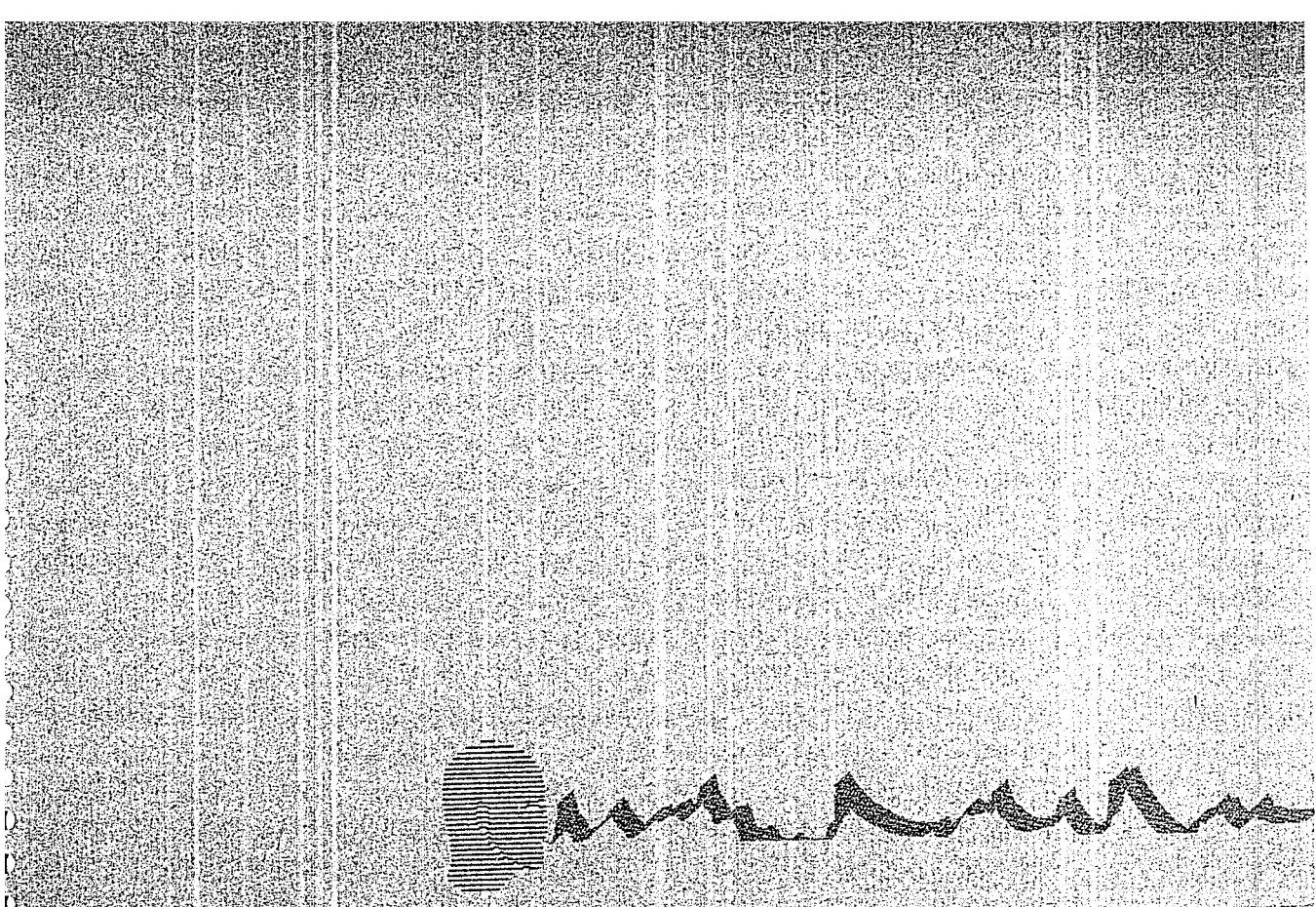
Con esto podemos decir que sí es bastante urgente un nuevo diseño para el cartel, más que nada apoyado por

varios colores, y para ello tomaremos en cuenta las opiniones expresadas en las entrevistas, que son las siguientes:

1. Varios proponen la utilización de imágenes realizadas en la computadora, para ello existen diversos paquetes que nos ofrecen bastantes opciones a utilizar, como por ejemplo animator, corel draw, wavefront, etc.
2. También menciona el uso de figuras geométricas.
3. El disket es otro de los elementos bastante mencionados por los entrevistados, y se considerará para el diseño.
4. El punto en el que más hacen hincapié es en el color, mencionan bastante el uso de tonos vivos o llamativos.

Considero que los resultados obtenidos en las entrevistas, por un lado resultarán de bastante ayuda para el trabajo, ya que nos permitieron contar con más armas para

justificar el diseño con los encargados de la Conferencia, y por otra parte porque nos aportaron los elementos necesarios para realizar un diseño acorde con las necesidades reales del grupo de personas a las que se dirige la conferencia.



## F) Alternativa de diseño del cartel, propuesta B

### F.1 Etapa de planeación



#### F.1.1 Tema

Realizar el diseño del cartel de la Octava Conferencia Internacional "Las Computadoras en las instituciones de Educación y de Investigación", que realiza la Dirección General de Servicios de Cómputo Académico, para invitar a la comunidad universitaria y a los interesados en la tecnología informática a participar o asistir a ella.



#### F.1.2 Características

Año con año la DGSCA en coordinación con UNISYS realiza la Conferencia Internacional que este año llega a su octavo año, por ello se requirió, para su difusión, de la

realización de un cartel.

Para tratar de obtener un mejor resultado se trató de que através de la información recabada en las entrevistas del capítulo E, realizar el diseño del cartel que cumpla con la finalidad de invitar a la comunidad universitaria y público relacionado con la tecnología informática a participar o asistir a la Octava Conferencia Internacional que se realizara en las instalaciones de Ciudad Universitaria del 11 al 13 de noviembre de 1992.

#### F.1.3 Materiales

Se contó con los siguientes:

- Tipografía letraset
- Papel couché paloma 2 caras (210 grms)
- Cartulina magnaprint 225 grms (origen Austriaco)
- Computadora, paquetes: Wave front y Corel Draw
- Impresión offset

## TESIS

- Tintas mate y brillantes
- Fotocomposición

### F.1.4 Calendario de actividades

#### FECHA PUNTOS A CUBRIR

<b>A</b> bril 10	Propuesta preliminares
<b>M</b> ayo 8	Alternativas de solución
<b>M</b> ayo 22	Propuestas de color
<b>M</b> ayo 29	Propuesta final
<b>J</b> unio 8	Original mecánico
<b>J</b> unio 12	Revisión de originales
<b>J</b> unio 19	Pruebas de color
<b>J</b> unio 29	Presentación final

90

## CARTEL B

### F.1.5 Presupuesto

En este punto se contó con todo el apoyo necesario según los requerimientos del diseño.

### F.2 Etapa de trazado

#### F.2.1 Formato

Es el límite del espacio o soporte con que se cuenta para acomodar nuestra información.

Para este proyecto hubo la necesidad de realizar otro promocional utilizando la misma imagen del cartel.

Este promocional es una reducción a un 39% del original, mide 31.5 X 22 cms., y se optó por realizarlo así para reducir los costos al momento de tener que mandar la correspondencia del evento a los estados de la República Mexicana y países a los que se invita a participar en la Conferencia, ya que este pesa mucho menos que el cartel y en correos el costo es en relación al peso del sobre,



además para que de esta forma no hubiera la necesidad de estar doblando y maltratando los carteles para darles el tamaño para meterlos a los sobres en los que se mandan, y por que estos son mucho más fáciles de manipular.

Para el cartel se utilizó un formato Rectangular Vertical, de 77.5 X 56 cms., por ser este el más dinámico, con un sentido de elegancia y distinción; estos elementos en conjunto hacen que el diseño resulte más atractivo.

Además como en las entrevistas muchas personas coinciden en relacionar al diskette con la computación, se acomodó dentro del formato, un cuadrado (forma del diskete), para en este acomodar la imagen principal y parte de la información, por que aparte de ser una figura geométrica que por sus dimensiones nos da firmeza y equilibrio es el rectángulo dinámico del cual se derivan todos los demás.

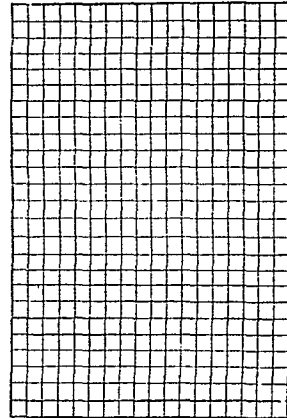
### F.2.2 Red

Se utiliza una red lineal simple de cuadrados por que pueden ser descompuesto en infinidad de modulos que nos permiten controlar más fácilmente el equilibrio de nuestra

información.

Al operar con sus diagonales y las posibles paralelas a sus lados o subdividiendolo en otros cuadrados podemos obtener un control total del equilibrio.

Red base reducida a un 16%.



### F.2.3 Tipografía

Se utiliza Eurostile Bold (catálogo de mecanorma) para el texto de Octava Conferencia Internacional en altas y Eurostile light para el nombre de ella en altas y bajas, se eligió este por ser un tipo que por su forma nos remite a algo sólido, fuerte.

Para crear un juego visual con la tipografía se eligió Eurostile Bold para la fecha y la palabra informes para resaltarla del resto de la información que quedó en eurostile ligh.

92

### F.2.4 Imagen

Como se pudo observar en las entrevistas, muchas personas coincidieron en mencionar el por qué no se usaban imágenes realizadas en computadora.

Por esto se decidió realizar una imagen a todo color en la que la cabeza no resultara ser lo más importante, para

ello se agregaron 4 cilindros de diferentes tamaños y sobre el más grande se acomodó la cabeza agrandándole un realce como si estuviera grabada en el, esto se trabajó en la computadora con la ayuda de dos paquetes en particular: Wave Front y Corel Draw, que nos permitieron de una manera más rápida y fácil resaltar la cabeza en el cilindro.

Se utilizó esta imagen por que en algunas de las entrevistas se sugería que se utilizaran imágenes que se relacionaran con la inteligencia o el desarrollo humano, la cabeza nos remite a la inteligencia, el saber, y el desarrollo lo podemos relacionar con los cilindros que vienen acercándose para en el más cercano y grande se quede grabada la cabeza, además de resultar bastante llamativa.

La imagen aparece resaltada por un triángulo isosceles que se encuentra en la Zona Horizontal Superior, invertido, dirigiéndonos con uno de sus lados hacia el 8 y el nombre de la conferencia que se encuentran en la zona horizontal intermedia, esto está contenido en un diskette que queda delimitado por el blanco del papel, en la parte horizontal inferior encontramos el lugar, fecha e informes del evento, y los logotipos de los organizadores.

Se usó el triángulo por ser la más equilibrada de las formas geométricas, además de ser estable, sólido, dinámico y con dirección por su punto de convergencia.

Su posición es invertida por que nos indica estabilidad, acción y por su punto de incidencia nos remite a la firme decisión de quien quiere a cualquier precio dejar huella de si mismo, aspecto que para la Conferencia es bastante importante.

### F.2.5 Color

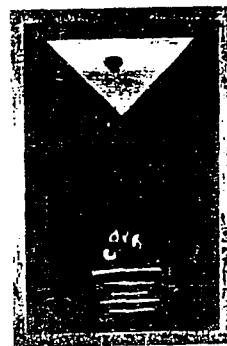
Los colores que fueron más mencionados en las entrevistas fueron los considerados llamativos y vivos, por ello para el diseño se pensó en una selección de color utilizando azules, magentas y rojos además del blanco y negro, todos ellos para crear contrastes Simultáneo y de extensión bastante fuertes.

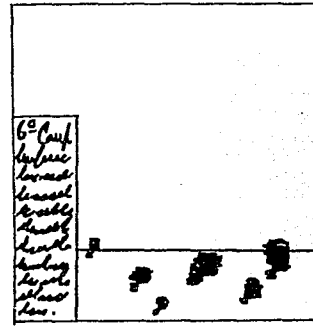
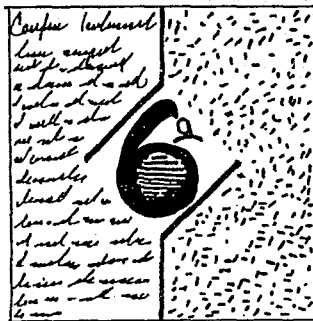
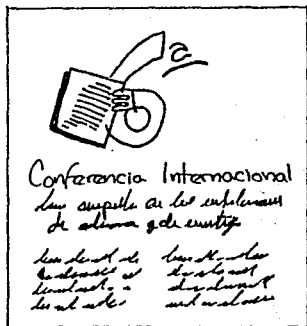
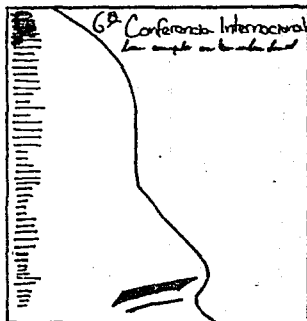
El fondo es principalmente de color negro para provocar un contraste de valor bastante fuerte con el blanco del

papel y la imagen. La tipografía que aparece calada en blanco provoca un contraste de valor bastante severo, además resalta con el fondo y la imagen.

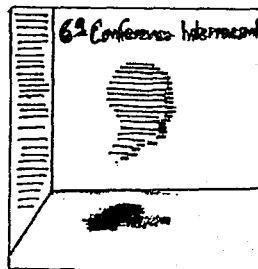
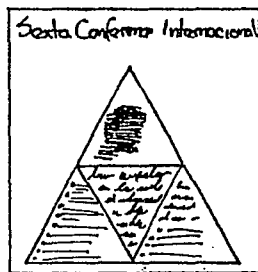
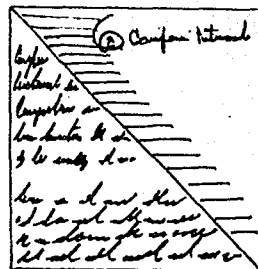
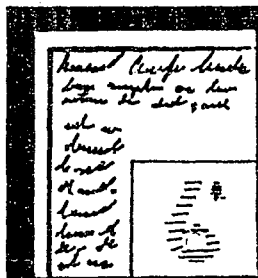
## F.3 Primeras imágenes

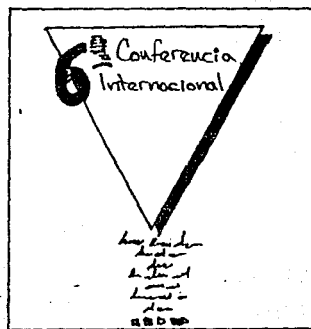
### F.3.1 Propuesta preliminares



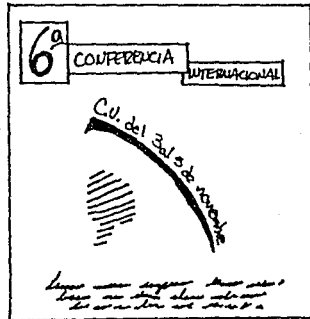


94

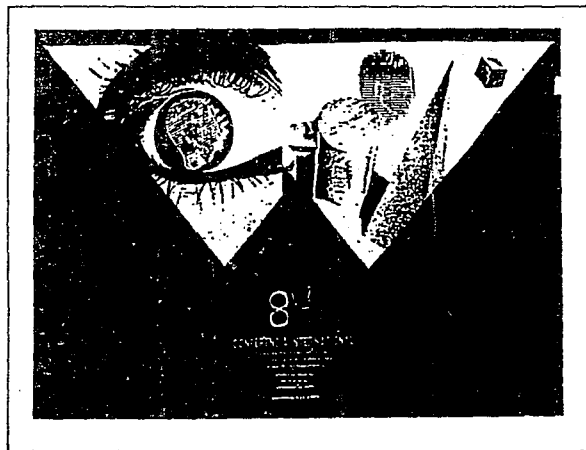




96

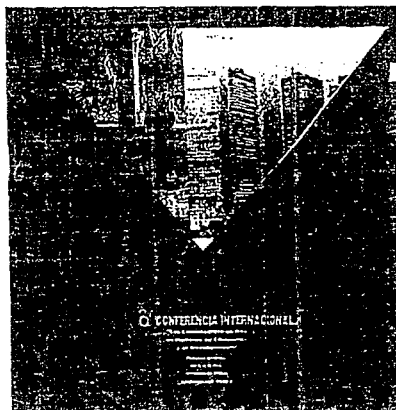


### F.3.2 Alternativas de solución



TESIS

98



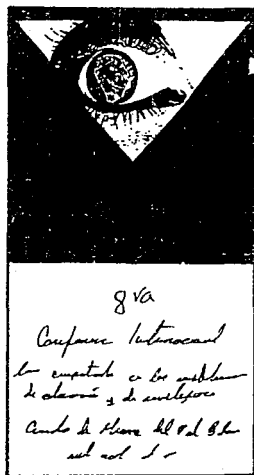
CARTEL B





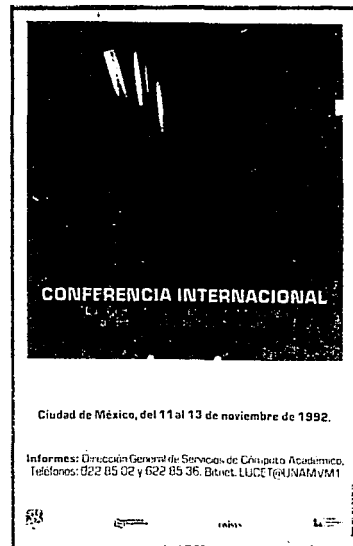
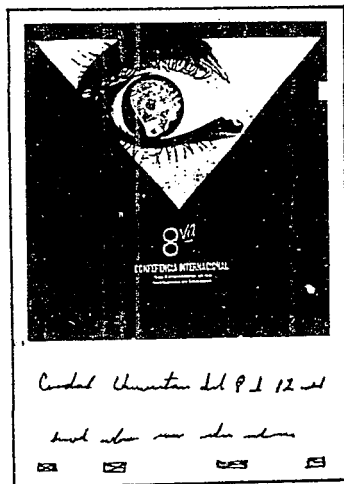
TESIS

100



CARTEL B

### F.3.3 Presentación final



101

## F.4 Impresión

Para lograr un efecto aún más atractivo se decidió utilizar el offset.

Esto nos permitió que la impresión de la imagen, el negro del diskete, parte de la tipografía y los logotipos quedaran en una tinta mate, y el triángulo con el 8 en barniz.

En el triángulo la imagen se resalta del resto de la información, y con el 8 se logró un efecto bastante agradable por que según la posición en la que se observe el cartel hay momentos en los que aparece y desaparece, obligando al espectador a hacerse al cartel para ver más claramente este detalle.

102

## F.5 Justificación

Primeramente quiero comentar que resulta bastante importante el trabajar sin prisas ni carreras y contar con un presupuesto que no nos limite ni en cuanto a número de tintas, materiales ni métodos de impresión.

Como se puede ver, cuando se trabaja partiendo del punto más conveniente y contando con la información y tiempo necesario para ello, se pueden lograr trabajos que además de ser agradables o llamativos cumplan con la finalidad para la que fueron realizados.

Particularmente creo que el trabajo que se logró en esta segunda parte es llamativo y lleva varios, o por lo menos algunos, de los puntos que fueron requeridos por los entrevistados, que para este trabajo en particular resultaron de gran ayuda.

En el se lograron modificar muchos de los aspectos que provocaron que el primer diseño no resultara llamativo o atractivo, por ejemplo:

- 1. La imagen se pudo mejorar muchísimo al restarle tanta importancia a la cabeza. Al poder pasarla a un segundo plano, acomodándola dentro de un cilindro, como un gravado, esta ya no es tan obvia, además que al no estar solo un cilindro, sino tres más, estos resultan más llamativos que la cabeza.
- 2. La tipografía, ya no es la misma que se utilizaba casi todos los años, resulta bastante agradable, por su tipo y forma.

Además no aparece una gran cantidad de información, que podría provocar, por un lado que la mayoría de la gente no lo leyera por flojera y por el otro podría provocar que se viera muy saturado o amontonado de información; sino únicamente los datos más importantes como el nombre, fecha y lugar de realización, los teléfonos para solicitar información y los logotipos de los organizadores.

Este poco uso de información logra que el diseño resulte atractivo al lector, ya que no tiene pretexto

de no leerlo por que el tamaño de la tipografía es muy pequeño o por que le da flojera al ver grandes bloques de letras.

- 3. Los colores utilizados en la imagen son agradables y crean un contraste bastante severo con el negro del fondo sobre el que se encuentran.

El blanco del papel crea un contraste sumamente severo con el negro, además de que lo hace ver elegante.

El triángulo y el número de la conferencia, que aparecen muy discretamente en un barniz, hacen, el primero resaltar a la imagen, y que el segundo sea percibido según la posición en la que se encuentre el promocional, lo que provoca un efecto bastante agradable.

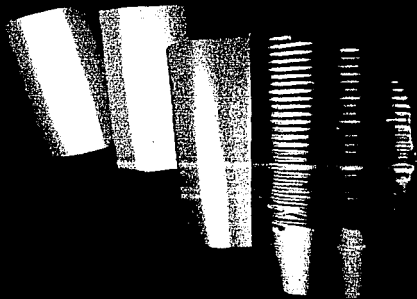
- 4. Al tener la posibilidad de realizar el promocional, también, en pequeño se puede tener acceso a un mayor número de personas, por que este es de

mucho más fácil manejo, tanto para repartilos como para llevarlos.

Por otro lado en el promocional pequeño es mucho más llamativo el efecto de la tinta mate en la que se encuentran el triángulo, resaltando la imagen, y el numero de la conferencia.

Por todo lo anteriormente expuesto considero, que el haber realizado este segundo proyecto, resulta bastante provechoso, además de que deja en mi un sinúmero de experiencias y conocimientos que me seran de gran provecho para la realización de posteriores trabajos.

## **F.6 Presentación final**



# CONFERENCIA INTERNACIONAL

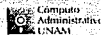
"Las Computadoras en las Instituciones  
de Educación y de Investigación"

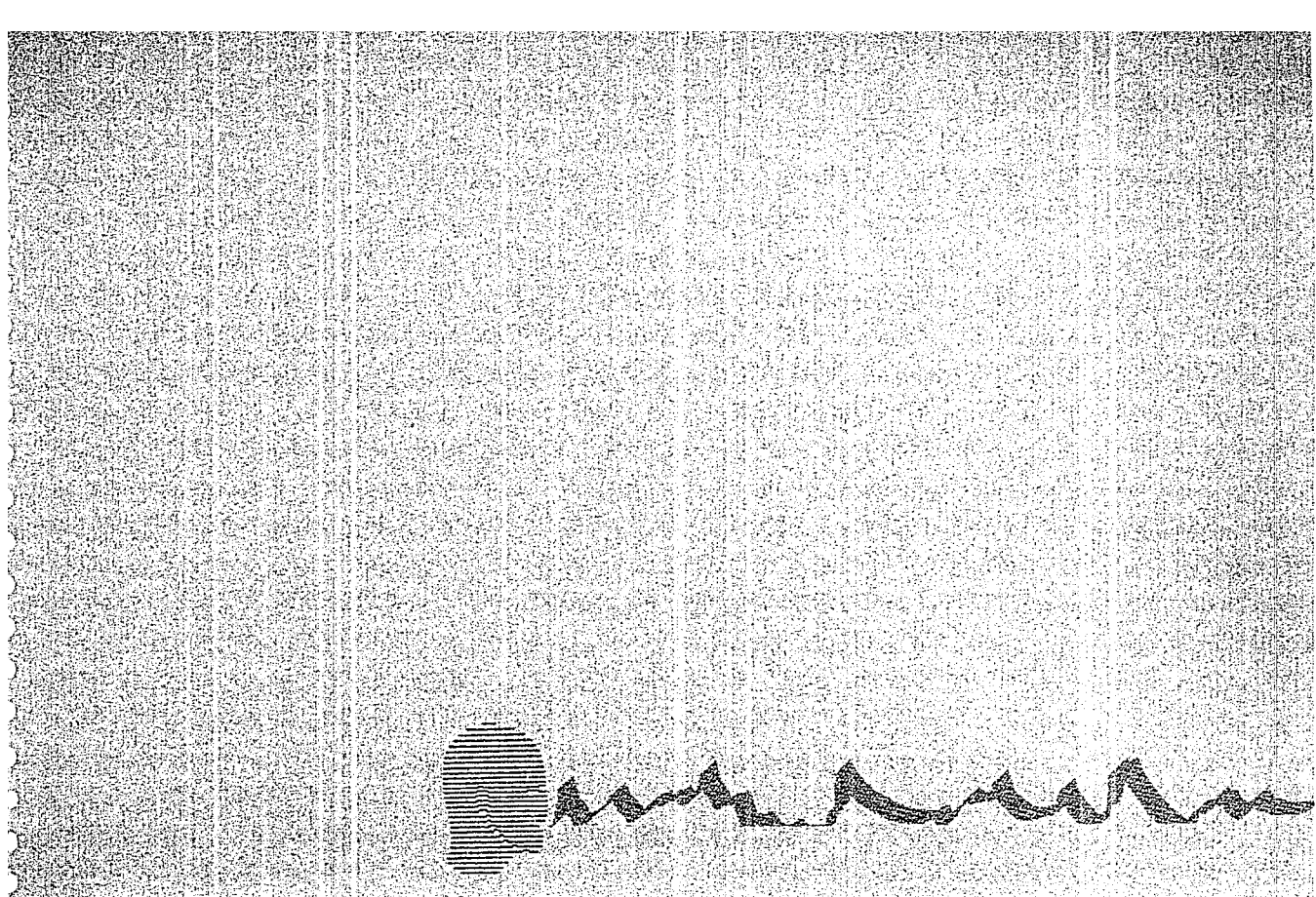
**Ciudad de México, del 11 al 13 de noviembre de 1992.**

**Informes:** Dirección General de Servicios de Cómputo Académico,  
Teléfonos: 622 85 02 y 622 85 36. Bitnet: LUCET@UNAMVM1



UNISYS







## CONCLUSION

**D**urante el desarrollo del presente trabajo, dos variantes del Diseño Gráfico [Cartel y Prospecto (tríptico)] fueron analizadas como formas o medios, del Diseño Gráfico, que nos sirven para mostrar gráficamente un mensaje.

**A**mbos soportes gráficos surgen como consecuencia de una necesidad y un interés real y su atractivo no radica únicamente en la imagen o tipografía elegida sino en la estructuración e interrelación que se logra entre ambas.

**S**e pudo comprobar que cuando el Diseño Gráfico orienta o fundamenta su trabajo a partir del punto más adecuado, en relación con el mensaje que desea transmitir, su objetivo se cumple con mayor facilidad que si se hace caso omiso de esto.

**L**o anterior se refiere al hecho de que de los carteles realizados, el de la segunda parte del trabajo cuenta, dentro de las funciones que le son propias, con las características necesarias para producir una motivación,

además de informar a la comunidad acerca de un evento que trata de promover el intercambio de experiencias y los avances tecnológicos.

**E**sto para mí significa que dicho trabajo llena, de mucho mejor manera, las expectativas que motivaron tantos esfuerzos para llegar a lo que considero la realización de un buen trabajo, no solo por los proyectos que se materializaron sino, principalmente por el caudal de experiencias y conocimientos prácticos con los que se enriqueció mi preparación.

**P**or lo anterior podemos afirmar que el Diseño Gráfico es un elemento importante dentro de cualquier tipo de evento que persigue un fin social, y así mismo no debemos olvidar que la imagen, al ser presentada dentro de cualquier tipo de impreso, es una poderosa arma que nos sirve para conseguir un resultado específico.

Por último deseo comentar que espero que este trabajo le pueda servir, como una consulta, a todo aquel interesado en conocer los aspectos o características, por las que se puede atravesar, al realizar trabajos dentro del campo profesional.

A continuación proponemos una lista de sugerencias o recomendaciones de los puntos que, según nuestra propia experiencia y apartir de un punto de vista personal, se deben considerar o evitar al realizar o iniciar un trabajo en la vida profesional

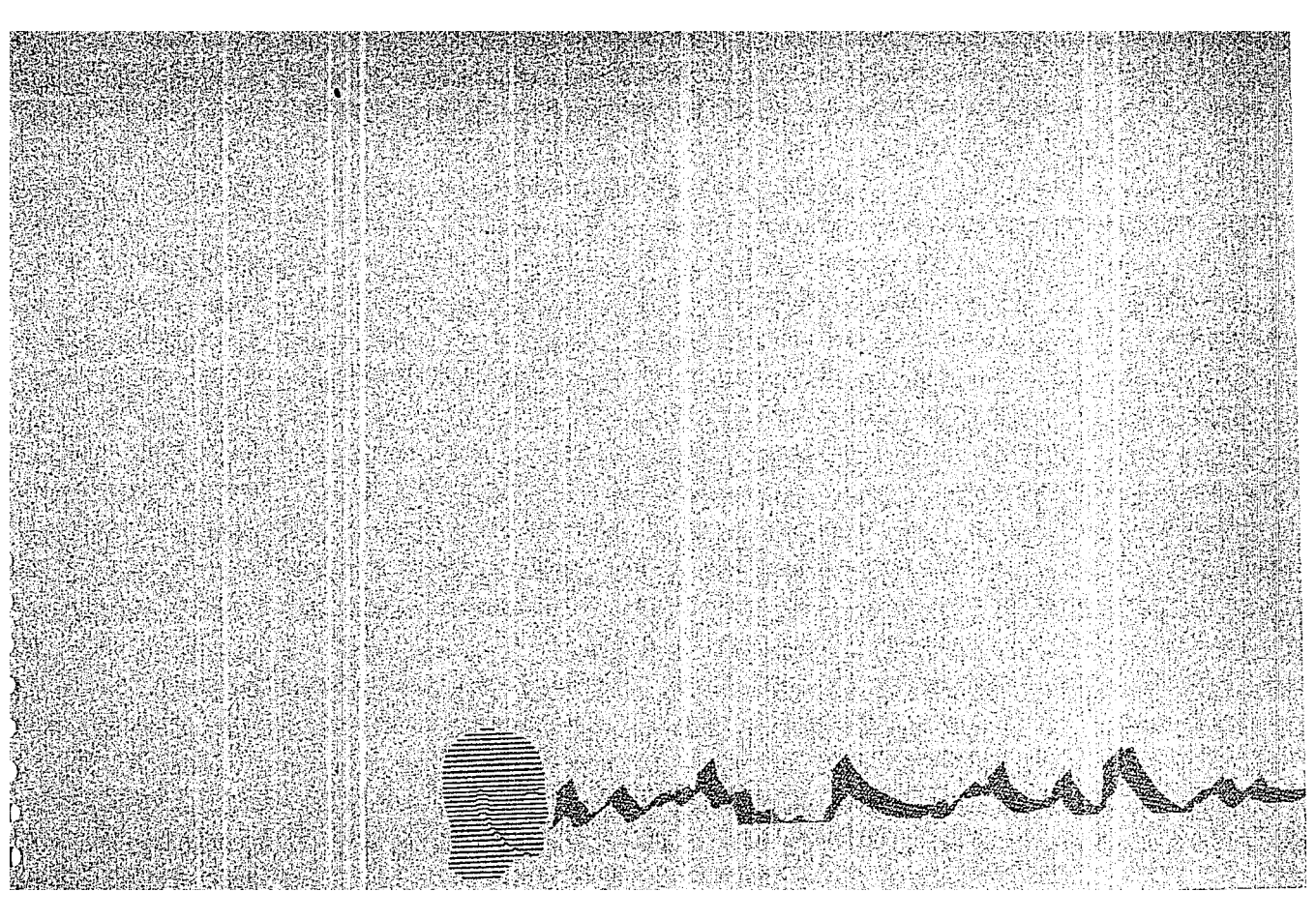
### **Lista de recomendaciones o consejos a considerar al iniciar un trabajo en la vida profesional**

#### **SI**

- Contar con un calendario de actividades
- Marcar límites de tiempo para la realización de cada punto del trabajo
- Respetar los límites marcados
- Conocer desde un principio las limitantes que se tienen para la realización del trabajo
- Conocer y considerar el presupuesto destinado al trabajo
- Recopilar la mayor información posible en relación al tema
- Realizar una buena presentación de los bocetos
- Tener la posibilidad de contar con varios impresores para elegir el mejor
- Defender el diseño ante todo con todas las bases posibles
- Realizar una gran cantidad de bocetos para nosotros pero al cliente solo mostrarle los mejores
- Tener en consideración que difícilmente se podrá satisfacer el gusto de todo el público

#### **NO**

- Trabajar sin contar con las características o requerimientos del diseño a realizar
  - Trabajar sin antes conocer los límites en los tiempos de entrega
  - Mostrar al cliente todo el bocetaje realizado, por que puede pasar que se seleccione el menos adecuado
  - Realizar un trabajo sin antes conocer el presupuesto con el que se cuenta para el trabajo
- EN GENERAL LA RECOMENDACION PRINCIPAL SERIA NO HACER LO CONTRARIO A LO QUE APARECE EN LA COLUMNA DE AL LADO**



**FUENTES DE INFORMACION****BIBLIOGRAFIA:**

- Acerca del diseño  
Félix Beltrán.  
Editorial Unión, La Habana (Cuba), 1975.  
98 p.
- Diccionario de la comunicación  
Ignacio H. de la Mota.  
Editorial Paraninfo S.A. Madrid 1988. 2 Tomos.  
Tomo 1o A-H 374 p.  
Tomo 2o I-Z 367 p.
- Fundamentos del diseño  
Scott Robert Gillan.  
Editorial Víctor Lerú. Argentina 1976.  
195 p.
- Fundamentos del proyecto gráfico  
Germani-fabris.  
2a Edición, Ediciones Don Bosco. Barcelona 1973.  
288 p.
- Fundamentos de la teoría de los colores  
Harald Küppers.  
Editorial Gustavo Gili S.A. Barcelona 1980.  
204 p.
- Imágen Didáctica  
Joan Costa/Ibrahim Moles.  
1a Edición, Editorial ceac, s.a. Barcelona 1991.  
272 p.
- La Sintáxis de la Imagen  
D. A. Dondís.  
Editorial Gustavo Gili S.A. Barcelona 1976.  
(Colección Comunicación Visual) 210 p.
- Los carteles su historia y lenguaje  
John Bamicoat.  
Editorial Gustavo Gili S.A. Barcelona 1972.  
(Colección Comunicación Visual) 280 p.
- Manual de Técnicas  
Ray Murray.  
Editorial Gustavo Gili S.A. Barcelona 1980.  
199 p.

El gran libro del color  
Paulowsky.

1ª Edición Española, Editorial Blume, Barcelona 1982.  
256 p.

Principios del diseño en color  
Wusius Wong.

Editorial Gustavo Gili. Barcelona 1988.  
100 p.

Sistemas de Retículas  
Josef Müller-Brockmann.

Editorial Gustavo Gili S.A. Barcelona 1982.  
179 p.

DISEÑO  
Philip Rawson.

Editorial NEREA S.A. Madrid 1990.  
349 p.

El color en publicidad y artes gráficas  
Peter J. Hayten.

3ª Edición. L.E.D.A. las ediciones de arte. Barcelona 1978.  
96 p.

El color en las artes  
Peter J. Hayten.

L.E.D.A. las ediciones de arte. Barcelona 1989.  
96 p.

**TESIS:**

La importancia de la imagen en el cartel  
Alonso Espinosa de los Monteros, Frida L.  
1990.  
48 p.

Generalidades del cartel  
(aplicación a un proyecto gráfico)  
Lorena G. Valle Chavarría.

MCMXXXVIII  
78 p.

Proyecto gráfico de apoyo a la campaña de planificación  
familiar  
Pulido Ocegüera, Jorge, Ramirez Vazquez Prado, Julian.  
1987.

85 p.

Desarrollo, análisis y evaluación de los soportes gráficos y medios utilizados en la campaña de donación altruista de sangre, impulsada por el Centro Nacional de Transfusión Sanguínea.

J. Rafael Mauleón Rodríguez.

Feb. 1987.

171 p.

**REVISTAS:**

Libros y revistas de la ENAP No. 8  
Boletín bibliohemerográfico, ENAP-UNAM.

Boletín informativo de la Dirección General de Servicios de  
Cómputo Académico UNAM  
Números del 1 al 12

**ENTREVISTAS:**

Arq. Geneviève Lucet  
Jefe del departamento de difusión de la DGSCA

Sr. Jesús Santoyo  
Corporación UNISYS