



43  
2EJ

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

**EL SUAJE, SU DESARROLLO Y APLICACIÓN, COMO ELEMENTO DE  
APOYO PARA LA REALIZACIÓN DEL DISEÑO GRAFICO.**



**TESIS QUE PARA OBTENER EL TITULO DE  
LICENCIADO EN DISEÑO GRAFICO  
PRESENTA  
REYES CHALICO CESAR GERARDO  
MÉXICO D.F. 1995.**

FALLA DE ORIGEN

SECRETARIA GENERAL  
ESCUELA NACIONAL DE  
ARTES PLASTICAS



**TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN**



Universidad Nacional  
Autónoma de México



**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 esta 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.



43  
2E1

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

**EL SUAJE, SU DESARROLLO Y APLICACIÓN, COMO ELEMENTO DE  
APOYO PARA LA REALIZACIÓN DEL DISEÑO GRAFICO.**



SECRETARIA GENERAL  
ESCUELA NACIONAL DE  
ARTES PLASTICAS

TESIS QUE PARA OBTENER EL TITULO DE  
LICENCIADO EN DISEÑO GRAFICO  
PRESENTA  
**REYES CHALICO CESAR GERARDO**  
MÉXICO D.F. 1995.

FALLA DE ORIGEN



# INDICE

OBJETIVOS DEL TRABAJO.....	1
INTRODUCCION.....	2
CAPITULO I: LOS SUAJES DENTRO DEL PROCESO DE IMPRESION.....	4
I.1 METODOS DE IMPRESION DENTRO DE LAS ARTES GRAFICAS.....	4
I.1.1 SISTEMA TIPOGRAFICO DE RELIEVE O TIPOGRAFICO.....	4
I.1.2 EL HUECOGRABADO.....	5
I.1.3 EL OFFSET.....	5
I.1.4 SERIGRAFIA.....	6
I.1.5 LA COMPUTACION COMO MEDIO DE IMPRESION.....	6
I.2 EFECTOS DE IMPRESION.....	10
I.3 DEFINICION DE SUAJE.....	11
I.4 DESARROLLO DE LOS SUAJES.....	12
I.4.1 PREPARACION DE LOS TROQUELES.....	18
I.5 DIVERSAS FORMAS DE SUAJES.....	20
I.6 SOPORTES PARA LA REALIZACION DE LOS SUAJES.....	22
I.6.1 EL PAPEL.....	22
I.6.2 CARTON.....	26
I.7 MAQUINARIA PARA LA REALIZACION DE SUAJES.....	27
I.7.1 GUILLOTINAS.....	27
I.7.2 MAQUINAS PLANAS.....	28
I.7.3 MAQUINAS DE CILINDRO.....	28
CAPITULO II: EL SUAJE COMO ELEMENTO DE COMPOSICION DENTRO DEL DISEÑO GRAFICO.....	30
II.1 FUNDAMENTACION DEL PROCESO DE DISEÑO.....	30
II.2 METODOLOGIA PARA EL DISEÑO GRAFICO.....	31
II.2.1 ETAPA DE DISEÑO CREATIVO.....	31
II.2.2 ETAPA DE PRODUCCION DEL TRABAJO ARTISTICO.....	32

II.2.3	ETAPA DE PROCESOS DE PRODUCCION FINAL.....	33
II.3	EL PROCESO DE COMPOSICION.....	33
II.3.1	LOS ESTILOS DE COMPOSICION.....	35
II.3.2	DISTRIBUCION DEL ESPACIO PARA LA COMPOSICION.....	36
II.3.3	LEYES DE LA COMPOSICION.....	37
II.3.4	TECNICAS DE COMUNICACION VISUAL.....	38
CAPITULO III :	EL DISEÑO DESARROLLADO POR MEDIO DEL USO DE LOS SUAJES.....	43
III.1	ENVASES.....	43
III.1.1	SHOPPING BAG.....	47
III.2	EDITORIAL.....	49
III.2.1	LIBROS.....	49
III.2.2	REVISTAS.....	55
III.2.3	CATALOGOS Y FOLLETOS.....	59
III.3	TARJETERIA.....	63
III.3.1	TARJETAS PARA TODA OCASION.....	63
III.3.2	INVITACIONES.....	70
III.4	ETIQUETAS.....	72
III.5	TARJETAS DE PRESENTACION.....	76
III.6	OTRAS PROPUESTAS PARA EL USO DE LOS SUAJES.....	83
CAPITULO IV :	PROPUESTA DE UN DISEÑO REAL CON LA UTILIZACION DE SUAJES.....	87
I.V.1	SELECCION DEL PROYECTO.....	87
IV.1.1	SOBRES Y FOLDERS.....	87
IV.1.2	PAPEL MEMBRETADO.....	89
IV.1.3	TARJETAS DE PRESENTACION.....	90
IV.2	DATOS DEL PROYECTO.....	92
IV.3	DESARROLLO Y JUSTIFICACION DEL PROYECTO.....	92
IV.3.1	DISEÑO DE LA IMAGEN PARA EL CLIENTE.....	93
IV.3.2	JUSTIFICACION DE LA CONSTRUCCION DEL LOGOTIPO.....	95
IV.4	APLICACION DE LOS SUAJES CON LA IMAGEN DENTRO DEL DISEÑO DE	

LA PAPELERIA DEL CLIENTE.....	97
IV.4.1 DISEÑO DE LA TARJETA DE PRESENTACION.....	97
IV.4.2 DISEÑO DEL PAPEL MEMBRETADO.....	102
IV.4.3 DISEÑO DEL SOBRE.....	106
IV.4.4 DISEÑO DEL FOLDER.....	107
IV.5 PRESENTACION DEL TRABAJO FINAL.....	111
CONCLUSIONES.....	112
GLOSARIO.....	117
BIBLIOGRAFIA.....	118



# OBJETIVOS DEL TRABAJO

**OBJETIVO GENERAL:**

FOMENTAR EL USO DEL SUAJE COMO UN ELEMENTO EXPRESIVO DENTRO DE LAS AREAS DE DESARROLLO DEL DISEÑO GRAFICO.

**OBJETIVOS PARTICULARES:**

-CONOCER AL SUAJE Y SUS VARIANTES PARA UN MEJOR APROVECHAMIENTO DEL MISMO.

-CONOCER SOBRE LA MAQUINARIA UTILIZADA PARA LA REALIZACION DE LOS SUAJES.

-IDENTIFICAR LOS PAPELES MAS ADECUADOS PARA LA REALIZACION DE UN PROYECTO DE DISEÑO CON LA UTILIZACION DE SUAJES.

-FUNDAMENTAR EL USO DEL SUAJE, TOMANDO EN CUENTA LOS FUNDAMENTOS TEORICOS DE COMPOSICION TALES COM PROPORCION, CONTINUIDAD, ARMONIA, FUNCIONALIDAD Y ALGUNOS OTROS QUE NOS PERMITIRAN JUSTIFICAR LA FUNCION DEL SUAJE DENTRO DE NUESTRAS COMPOSICIONES.

-REALIZAR UNA METODOLOGIA QUE NOS PERMITA PLANEAR EL USO DE LOS SUAJES DENTRO DEL DISEÑO.

-CONSIDERAR AL SUAJE COMO UNA HERRAMIENTA ALTERNATIVA EN BENEFICIO DEL DISEÑADOR.

# INTRODUCCION

Desde que el diseño gráfico existe como tal, se ha procurado crear una conciencia gráfica entre el público, y continuamente se buscan otras propuestas con el fin de que el trabajo creativo del diseñador se renueve y ofrezca nuevas variantes para incrementar y reforzar esa conciencia gráfica, demostrando así la importancia que el diseño gráfico juega dentro de nuestra vida cotidiana y en nuestro desarrollo social.

Así, con la evolución que se da en el terreno del diseño a través del tiempo, y agregando a esto la adaptación y explotación de los avances tecnológicos dentro de nuestro campo de trabajo, se han podido desarrollar nuevos conceptos tanto de creación como de producción para la constante actualización de la gráfica.

Uno de los grandes aciertos que tuvo el diseño, dentro de su proceso evolutivo, fue el de darle diversidad de acabados dentro de los procesos de impresión.

No tenemos un conocimiento preciso de cuando, como o quien creó cada uno de los acabados gráficos para impresión. Esto es, por el hecho de que la tradición que adquieren dichos procesos, a través del tiempo, ha sido más en la práctica y el funcionamiento que por elementos históricos.

Lo que si podemos confirmar es el hecho de que a través de los acabados de impresión, el diseñador, aparte de darle nuevas características estéticas a sus trabajos, le da nueva presentación, funcionalidad o duración al mismo.

Dentro de los procesos de acabado o efectos de impresión podemos mencionar:

- PLASTIFICADOS
- GRABADOS EN CIEGO
- BARNICES
- DORADOS
- SUAJES

Cada uno de estos procesos le brindan diversos atributos especiales en los impresos. Y aunque todos son utilizados para la realización del diseño, algunos son mas explotados que otros.

El suaje, el cual ha incrementado su uso dentro de las diversas ramas del diseño gráfico durante los últimos 4 años, originalmente era utilizado como un elemento que, técnicamente, servía para realizar

empaques y embalajes o para el cortado del papel adaptándolo a formatos específicos.

Aunque el concepto de suaje, como elemento creativo, ya era manejado desde hace muchos años el desarrollo de este era manual, y no es hasta la década de los 20's que el suaje artístico comienza a conceptualizarse pensando en su fabricación en serie; como ya se hacia con el suajado técnico.

Cuando el suaje ya se conceptualiza como un elemento artístico, este es explotado dentro de empaques, tarjetería y libros con mecanismos lúdicos.

Pero el suaje es un elemento que nos brinda una gran cantidad de variantes en su aplicación, y así, la composición pasa de ser algo 100% bi-dimensional adquiriendo atributos tri-dimensionales los cuales, sin

existir realmente dentro de la composición, los encontramos perceptualmente.

Es conveniente mencionar que en países como Australia, Italia, Alemania e Inglaterra; en donde se lleva un cuidadoso control del seguimiento y el desarrollo que se da en el campo del diseño, el suaje ha adquirido mayor importancia dentro de los últimos años, y dentro de sus diseños se refleja la búsqueda a través de nuevas propuestas tratando de ir mas allá de los elementos clásicos.

Por lo anterior se plantea el siguiente trabajo para mostrar toda la variedad que nos brinda la aplicación de los suajes dentro del diseño y cada una de sus áreas de desarrollo.

# CAPITULO I

## LOS SUAJES DENTRO DEL PROCESO DE IMPRESION

Todo proyecto de diseño ve consumada su realización en el momento en que se obtiene el trabajo final. Pero todo proyecto tiene un largo proceso de realización, desde que se inicia su planeación hasta llegar a la presentación del mismo; pasando por la utilización de cualquier efecto de impresión, si es que este ha sido requerido dentro de nuestro diseño.

Dentro de la planeación del diseño, la elección del método por el cual imprimiremos nuestro trabajo, será uno de los factores más importantes. Y aunque el tema principal de esta tesis sea el de los suajes; previo a la realización de los mismos se efec-

tuará todo el trabajo de impresión. Es así que daremos una breve introducción para explicar los métodos de impresión mas importantes dentro de las artes gráficas.

### I.1. METODOS DE IMPRESION DENTRO DE LAS ARTES GRAFICAS

En la actualidad se emplean una gran variedad de métodos de reproducción, pero los cuatro métodos tradicionales son: el sistema tipográfico de relieve ó tipográfico, el huecograbado, el offset y la serigrafía.

En la segunda mitad de la década de los 80's la computación se convierte en una herramienta indispensable dentro del diseño gráfico, y con los años se ha vuelve tan completa que actualmente, con ella, podemos obtener una impresión en selección de color. Por lo tanto incluiremos también la estructura de el proceso de impresión por computadora y su explicación.

#### I.1.1. SISTEMA TIPOGRAFICO DE RELIEVE O TIPOGRAFICO

Este es el proceso de impresión tradicional; basado en el método de impresión de Gutenberg y "es un

*proceso en relieve. La imagen a imprimir está realzada en la forma, con relación al resto de la superficie."*

Este es un método directo, la tinta es aplicada sobre la placa, la cual imprimirá las imágenes en papel.

Este método de impresión, aunque podría resultar simple, requiere de un largo proceso de realización; desde la preparación de las placas matrices en donde las partes de las mismas que no van a imprimirse tienen que ser atacados por ácidos para que resulte el área a imprimir.

A pesar de la tradición y la fama de este método de reproducción, debido a los cambios surgidos a través del tiempo y de los avances tecnológicos, este método comienza

a perder utilidad y se cree que dentro de algunos años este será obsoleto.

### I.1.2. EL HUECOGRABADO

De esta forma definimos *"al proceso de impresión en el cuál las imágenes son transferidas al papel a partir de una superficie cuyas depresiones (huecos) están llenas de tinta..."*<sup>2</sup>

El huecograbado sería lo contrario al sistema tipográfico de relieve, y cuando se entinta la matriz de impresión se limpia para que la tinta sólo quede en los huecos y sea de ahí de donde salga la imagen a papel.

### I.1.3. EL OFFSET

*"El offset es un proceso químico que imprime imágenes en el papel con base en el fenómeno de que grasa y agua no se mezclan."*<sup>3</sup>

En este método de impresión las zonas de nuestra matriz a imprimir repelen el agua y aceptan la tinta, y en las zonas que no se imprimen se repele la tinta.

Las matrices que se utilizan son planas, no tienen ni alto ni bajo relieve, toda la impresión se realiza a través de las propiedades lipófilas (compatibilidad con la grasa) e hidrófilas (compatibilidad con el agua).

La impresión se realiza indirectamente porque dentro de la máquina

1 JOHN, Linn. COMO PREPARAR DISEÑOS PARA LA IMPRENTA. Ed. Gustavo Gilli. México. 1989. pp.61

2 TURNBULL, Arthur T. COMUNICACION GRAFICA. Ed. Trillas. México. 1990. pp.61

3 IDEM pp.47

se encuentran tres cilindros. En el primero se coloca la placa o matriz; el segundo cilindro está revestido con caucho, y el tercero es donde hace contacto con el papel.

Cuando se realiza la impresión el proceso es el siguiente:

El cilindro con la matriz se cubre con tinta, la cuál se mantendrá solo en las zonas que se quieren imprimir y en las otras zonas se repelerá.

El primer cilindro pasa la tinta al cilindro cubierto con caucho el cuál acepta la imagen en la posición inversa para que cuando pase al papel pase en forma correcta. Y finalmente de el cilindro de caucho pasa la imagen a papel.

La finalidad de que la imagen pase a papel indirectamente es para proteger la placa metálica del desgaste por el continuo contacto con el mismo papel.

El método offset es uno de los más utilizados; nos da gran calidad de impresión y podemos reproducir desde colores planos, medios tonos, hasta selecciones de color.

#### 1.1.4. SERIGRAFIA

La impresión por serigrafía está basada en un método a través de plantillas sobre una malla tensada en un marco de madera o aluminio, en donde las zonas que no se imprimen son bloqueadas para que la tinta no pase.

La plantilla dejará descubiertos los poros de la malla por donde se pasará la tinta al papel o al material sobre el que se este trabajando.

A diferencia del sistema tipográfico de relieve, el huecograbado y el offset; la serigrafía utiliza sus matrices al derecho, para su impresión.

Otra característica de este método es que no utiliza ni alto ni bajo relieve.

Este proceso es muy utilizado para imprimir en superficies en las cuáles no se podría imprimir con los otros métodos, como podrían ser madera, vidrio, tela, plásticos, etc.

Estos son los cuatro sistemas básicos de impresión, algunos son más utilizados que otros. También podemos encontrar otros métodos como la *colotipia*, *flexografía*, *termografía*, entre otros; los cuales son métodos combinados de los cuatro básicos o una especialización de los mismos.

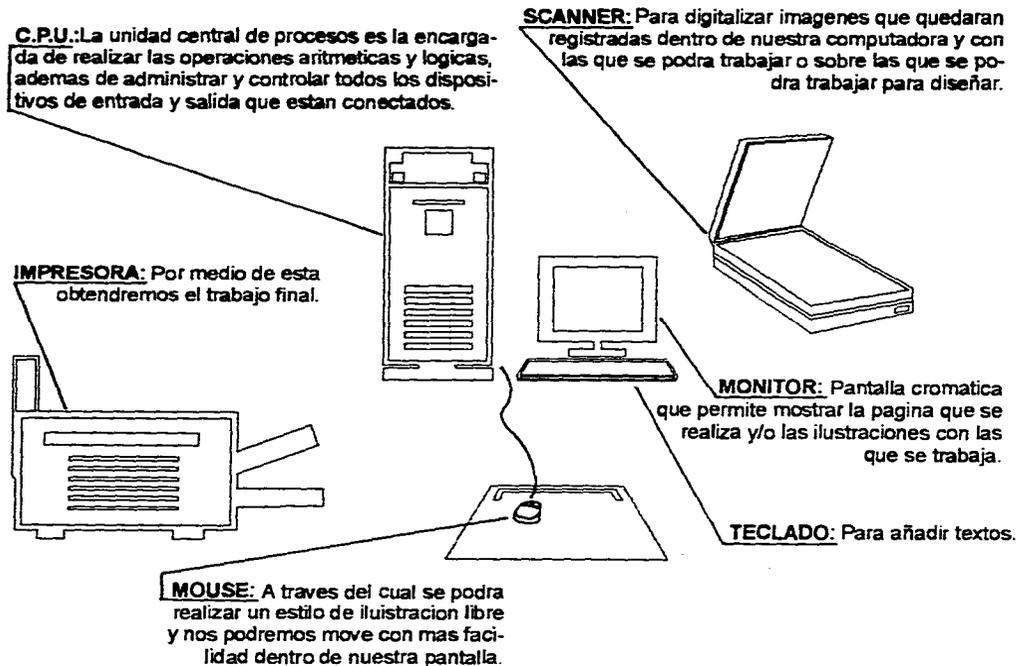
#### 1.1.5. LA COMPUTACION COMO MEDIO DE IMPRESION

Como se menciono anteriormente la computación ha tomado un gran

auge dentro de todos los terrenos profesionales sin descartar el área de las artes gráficas.

En la actualidad el papel de las computadoras dentro del diseño gráfico es básico y complejo, porque a través de estas podemos realizar cualquier tipo de trabajo, desde una simple captura de datos, algo complejo como la realización y presentación de un *dummy* y actualmente hasta la impresión de nuestros trabajos.

Para lograr estos fines debemos de contar con el equipo necesario que nos permitirá conseguir los mismos. Y como este es uno de los métodos mas complejos comenzaremos con un diagrama de la forma en que se obtiene la impresión a través de las ventajas que nos brinda la computación y de esta manera podremos, posteriormente, explicar la complejidad de cada uno de los elementos que lo componen.



#### DIAGRAMA DE LOS ELEMENTOS QUE COMPONEN UN SISTEMA D.T.P.

D.T.P. es como se denomina al conjunto de elementos que nos sirven para realizar diseños a través de medios electrónicos y está compuesto por una computadora, un scanner y una impresora laser.

Las siglas D.T.P. significan Desktop Publishing.

Ahora que conocemos los elementos con los que se debe contar para la realización del diseño por computación, explicaremos el proceso a seguir y las características básicas que deben tener cada uno de los elementos que conforman el DTP.

En primer lugar dividiremos los elementos que componen al DTP en dos grupos:

- Hardware
- software

En hardware encontramos todos los elementos que nosotros podemos tocar tales como: teclado, mouse, CPU, scanner e impresora (denominados dispositivos de entrada y/o salida).

Dentro de software encontramos todos los elementos que nosotros no podemos tocar como es el caso de la paquetería que se maneja, los comandos que se activan al manejarla y la configuración de los mis-

mos. En resumen es todo aquello que sucede dentro de la máquina pero que físicamente no lo podemos percibir.

Cuando se inventan los primeros sistemas DTP, en 1985, estos integraban, por un costo relativamente barato; un procesador de palabras, un formador de páginas y las capacidades de un conjunto de gráficas que se volvían ampliamente disponibles.

Estos primeros paquetes comprendían una computadora personal (MAC), una impresora láser y una innovadora paquetería.

Antes de la introducción de MAC, la mayoría de los operadores de computadoras tenían que comunicarse con sus máquinas a través de códigos de instrucciones. La importancia de Apple (MAC) fue el advenimiento de una máquina comercialmente exitosa y que tal vez

cualquiera podía usar. En lugar de códigos de instrucciones, Apple usaba una variedad de pantallas que gráficamente mostraban lo que sucedía dentro de la computadora. Cada pantalla mostraba diferentes ventanas movibles y con la posibilidad de cambiar su medida y dentro de las cuales se encontraba la paquetería que funcionaba a través de diversos menús seleccionados y representados por medio de iconos. Actualmente todos los paquetes de diseño se manejan por medio de ventanas e iconos que facilitan su uso y aprendizaje.

Una de las características más importantes de un sistema DTP es que debe contar con una gran capacidad de memoria para poder guardar toda la información que nosotros almacenemos dentro de la computadora. Toda esta información estará guardada dentro del CPU el cual mandará los mensajes a los dispositivos de entrada y/o salida que

anteriormente ya especificamos.

Nuestro monitor debe de ser de alta resolución para que las imágenes sean presentadas con toda la calidad de los detalles. Las imágenes son representadas en el monitor por medio de pixeles. Los pixeles son la unidad mínima dentro de la medida de un monitor; entre menos pixeles existan dentro de un monitor es menor su resolución y las imágenes aparecerán con menor detalle. Cuando nuestro monitor es de alta resolución las imágenes serán mas claras y estas contendrán una mayor cantidad de pixeles.

La diferencia entre los monitores de alta resolución y los de baja resolución es claramente apreciada en los archivos gráficos, lo cual no sucede con los archivos tipográficos.

El teclado y el mouse serán herramientas que nos servirán para activar los comandos y seleccionar

el icono con el que estemos trabajando. Mientras que nuestro teclado nos ofrece la posibilidad de insertar textos, el mouse tendrá la facilidad de desplazarse en cualquier dirección dentro de la pantalla seleccionando un punto específico dentro de la hoja de trabajo y ayudándonos a desplegar los menús de opciones y activarlos, y además por medio de este podremos ir creando nuevas imágenes.

Para crear textos e imágenes dentro de la computadora nos valdremos de diversos programas que serán clasificados dentro de dos grupos:

Los programas para tipografía  
Los programas para gráficos

Los programas para tipografía sirven para formatear páginas y la edición de textos de acuerdo a nuestras necesidades. A través de ellos podremos darle, a la tipografía, diversidad de estilo o fuente tipográfica,

color y posición.

Con los programas para gráficos podremos crear imágenes, darles color, diversos efectos y cambiarles medida y posición.

Dentro de estos paquetes también podremos trabajar con imágenes que fueron previamente creadas las cuales entraran a nuestra computadora por medio de un scanner. El scanner será el único medio por el cual podremos introducir fotografías.

El scanner tiene mas o menos el mismo mecanismo que una fotocopiadora y en el cual un rayo de luz recorre la imagen para que esta sea registrada dentro de la computadora.

Si queremos scannear textos, nuestro scanner debe contar con OCR (reconocedor óptico de caracteres) para que la tipografía sea reconocida con alta resolución de

imagen.

Finalmente después de que se creó el diseño a través de la computadora se manda a imprimir.

Se pueden obtener únicamente los negativos y positivos para que nuestro trabajo sea impreso en cualquiera de los otros medios de reproducción o podemos obtener directamente la impresión final sin tener que pasar por la elaboración de matrices de impresión.

Nuestras impresoras pueden ser de punto, de chorro, inyección, térmicas o láser, y también pueden ser blanco y negro o de color. La única diferencia será la resolución que obtendremos en nuestro trabajo final. Lo ideal sería utilizar una impresora láser a color, de alta resolución, que nos permitirá que nuestra impresión tenga el mayor grado de calidad.

Y es así como, a través de un sistema DTP, podremos realizar creaciones de diseño por computadora. Pero creo que es conveniente mencionar que un buen diseño no es creado por el simple hecho de tener un buen equipo. Un buen diseño surge a partir de la capacidad del diseñador. La única ventaja que tendremos al trabajar por los medios computarizados es que ahorraremos tiempo y material.

## 1.2. EFECTOS DE IMPRESION

Una vez que se realizó la impresión se procede a aplicarle el efecto de impresión que se haya escogido para nuestro diseño.

A través de los efectos de impresión se le intentará dar una presentación especial a nuestros trabajos dándoles así una imagen más

agradable y tratando de lograr un mayor impacto hacia el público.

Cabe mencionar que los efectos de impresión que a continuación se describen pueden actuar como elementos aislados sin contar con alguna impresión de apoyo, porque el valor de su contenido artístico y estético son de tal magnitud, que estos elementos pueden actuar y expresar una idea por si solos.

El diseñador tiene que aprender a explotar los efectos de impresión y los beneficios que estos nos pueden proporcionar en pro de nuestros trabajos.

Los efectos de impresión pueden ser utilizados como herramienta opcional para el diseñador, pero hay que dejar claro que ni la creatividad del diseñador depende y se expresa únicamente a través de los efectos de impresión; ni los efectos de

impresión son simples herramientas del diseñador y que no poseen fuerza y personalidad propia.

Dentro de los efectos de impresión encontramos los barnices y plastificados que dan a las impresiones un efecto de brillo y vuelven satinadas las superficies opacas, además de que sirven de protección a los impresos.

Otro efecto de impresión es el uso de grabados en ciego, en donde se le da a la impresión una calidad táctil y visual diferentes, realzando elementos que son importantes en nuestro diseño.

También podemos mencionar el uso de tintas brillantes, como dorados, plateados u otros colores, las cuales reflejan la luz con mayor intensidad; y con estos elementos se pretende dar una sensación de valor y elegancia a través de los elemen-

tos con brillo.

Dentro de estos podríamos también mencionar a la laminación, que consiste en una delgada lámina metálica que es prensada y sellada sobre el papel de impresión.

Cabe aclarar también que recibe el nombre de laminación por el proceso conocido con el mismo nombre en el cuál se unen dos materiales distintos para ser utilizados como unidad. Esto quiere decir que nosotros podemos unir diversos estilos de papel entre sí o combinarlos con plásticos o aluminio.

Y finalmente mencionaremos el efecto de impresión por el cuál se realiza esta tesis; los suajes.

### I.3. DEFINICION DE SUAJE

Entenderemos que los suajes son los cortes, marcas y dobleces que se le aplican a una diversidad de materiales para adaptarlos a ciertos formatos o para crear formas diferentes y dinámicas.

Los suajes también pueden ser conocidos con el nombre de troquelados o cortes en seco.

Los suajes tienen su origen en el anciano arte del corte de papel a mano, el cual se crea en la antigua China y que posteriormente, durante el siglo XVIII, fue uno de los recursos más explotados dentro de la creación de papel tapiz decorativo y en las tarjetas de San Valentín, una de las festividades más importantes. Todo el proceso del corte se realizaba completamente a mano.

A finales del siglo XIX, en

Alemania y Bélgica, el suaje comienza a ser utilizado para la creación de tarjetas tri-dimensionales, y no es hasta 1978 que esta variante entra y se comercializa en los Estados Unidos.

En general, los suajes son utilizados principalmente para la realización de **empaques**, **envases** y **embalaje**, o para el **refile** de los papeles, los cuáles se realizan a través de las guillotinas. Pero los suajes también nos sirven para realizar cortes internos sobre nuestros diseños

A través de estos cortes podemos descubrir imágenes internas que complementan nuestros trabajos. Este tipo de cortes los reconocemos como figuras en negativo, y por los efectos logrados, nuestros diseños adquieren un efecto de tri-dimensionalidad dentro de una composición bi-dimensional.

Este tipo de efectos ha sido muy explotado por los diseñadores que se dedican a la realización de tarjetería; y por los elaboradores de libros con mecanismos lúdicos, comercialmente conocidos como libros POP-UP, creados básicamente para un público infantil y con fines primordialmente didácticos.

Pero antes de comentar todos los usos y posibilidades que podemos darle a los suajes, hay que dejar bien claro todo el proceso de realización de un suaje.

Aunque los suajes o cortes es lo último que se realiza en un proyecto de diseño, el suaje debe ser planeado desde que se plantea el diseño. De no ser así puede que nuestro trabajo, en vez de adquirir una imagen dinámica, diferente o innovadora, va a caer en lo burdo y tendrá elementos que saldrán sobrando y esto hará que nuestro diseño pierda cali-

dad.

#### 1.4. DESARROLLO DE LOS SUAJES

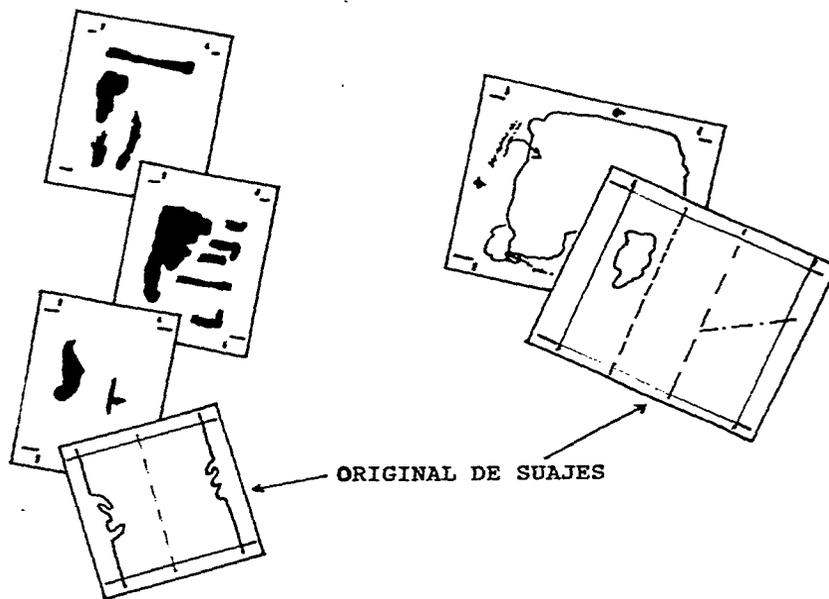
Entonces si vamos a realizar alguna clase de suaje en el diseño lo tendremos en cuenta desde la planeación de nuestro trabajo e irá indicado dentro de nuestro original mecánico en una camisa especial que llamaremos ORIGINAL DE SUAJES o camisa de corte.

Las camisas de corte u original de suaje, deben contener con perfecta claridad y precisión los siguientes elementos:

**-LINEAS DE CORTE:** Las cuales son indicadas con líneas continuas, y por medio de estas podemos indicar el formato de nuestro trabajo y si lleva alguna figura en negativo dentro del diseño.

**-LINEAS DE DOBLEZ:** Estas, como su nombre lo indica, serán las marcas que nos muestren en donde se realizará un dobléz; estas líneas son indicadas a través de líneas segmentadas.

**-LINEAS DE DESPRENDIDO:** Estas indicaciones nos mostrarán si el trabajo lleva alguna zona para ser desprendida posteriormente. Estas serán señaladas a través de líneas creadas por puntos y segmentos de líneas intercalados entre si.



EJEMPLOS DE UN ORIGINAL DE LINEA Y UNO DE SELECCION DE COLOR, AMBOS CON ORIGINAL DE SUAJE.

LINEA DE CORTE



LINEA DE DESPRENDIDO



LINEA DE DOBLEZ

Aunque los dobleces no son precisamente suajes se les considera dentro de estos y son marcados dentro de la misma camisa porque su proceso de obtención es idéntico al de los suajes; además de que también los dobleces nos permiten lograr algunos efectos sobre nuestros trabajos.

Cuando las indicaciones de el original de suaje son realizadas en color la linea de corte es marcada con negro y las de desprendido y dobléz son marcadas con azul; cuando se quiere que la linea de desprendido aparezca en la impresión esta es marcada con rojo.

Es conveniente, para asegurar que nuestro trabajo será impreso y suajado como nosotros lo planeamos, que se le agreguen todas las indicaciones por escrito dentro del original mecánico.

Una vez realizadas todas las indicaciones dentro del original mecánico este se manda a impresión, independientemente de cuál sea el método seleccionado. Y después de que se realizó la impresión se procede a realizar el suajado.

El suaje será realizado sobre la impresión en base y de acuerdo con

los registros de corte que se marquen dentro del original.

Actualmente existen tres métodos para obtener un suaje, estos métodos son:

- SUAJADO EN HUECO
- SUAJADO POR REGLAS O PLE-CAS

-SUAJADO CON LASER

**EL SUAJADO EN HUECO:** Se refiere al corte que sirve únicamente para adaptar el soporte que se trabaja a una figura determinada y es utilizado únicamente para realizar marbeteados y sobres. Es un sistema muy parecido a los moldes cortadores para cocina.

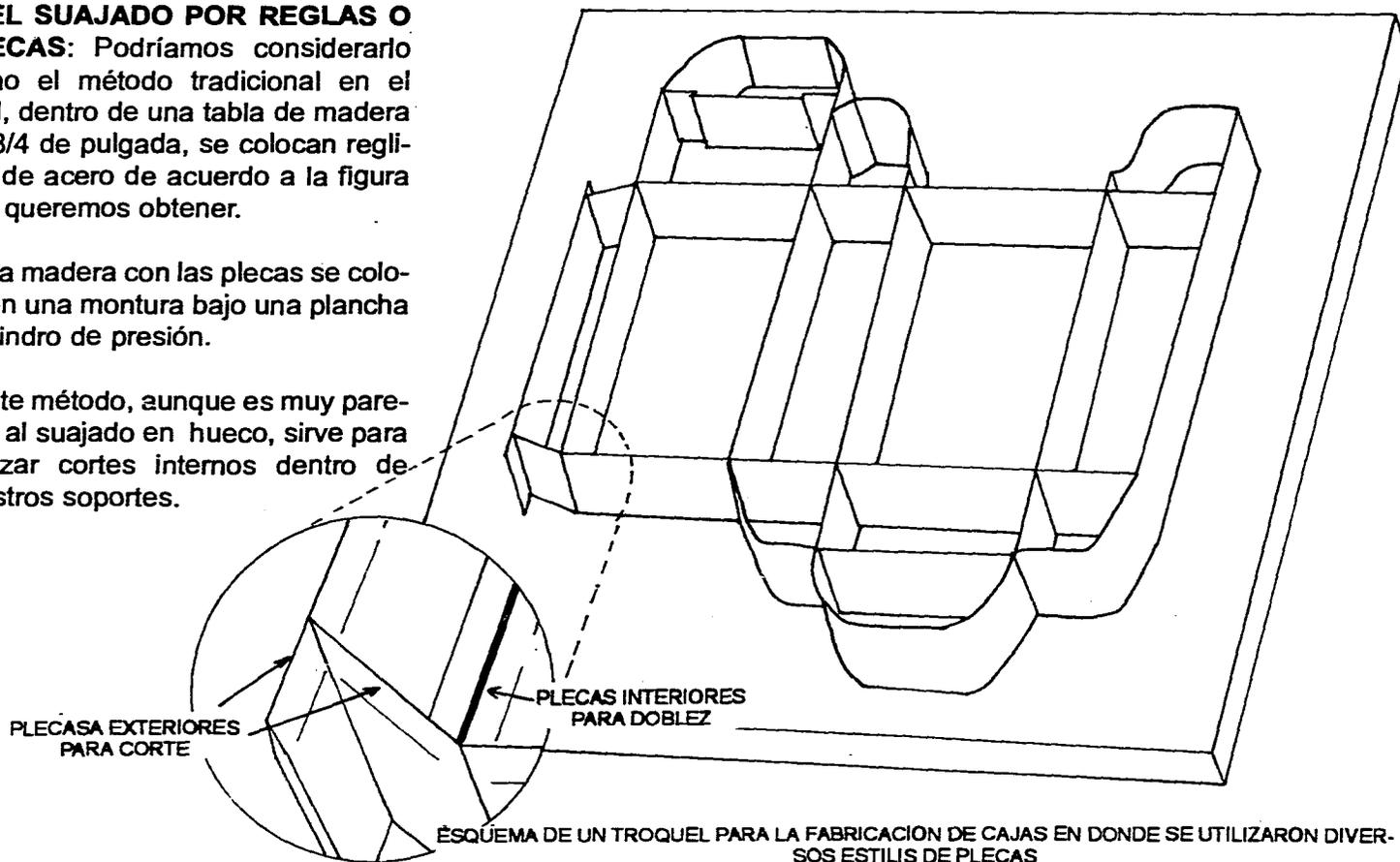
Ejemplo de una planilla de etiquetas de aceite comestible obtenidas a través de el suajado en hueco



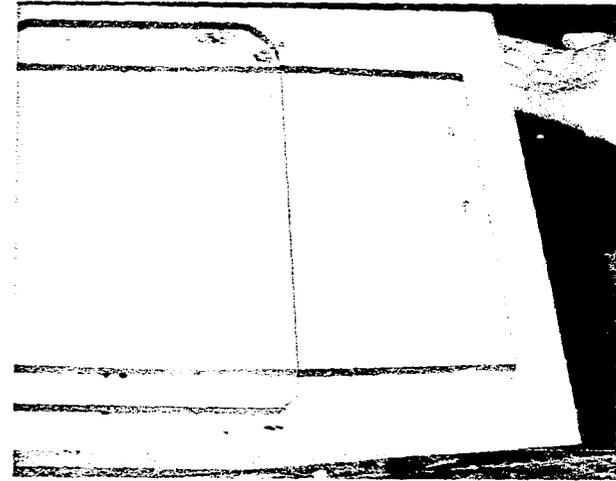
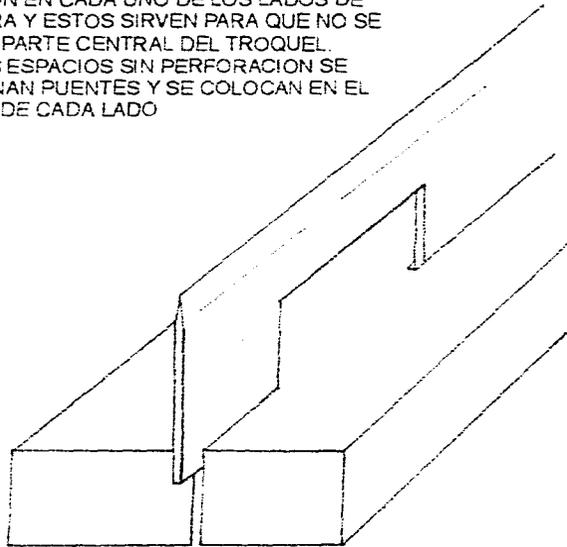
**EL SUAJADO POR REGLAS O PLECAS:** Podríamos considerarlo como el método tradicional en el cual, dentro de una tabla de madera de 3/4 de pulgada, se colocan reglillas de acero de acuerdo a la figura que queremos obtener.

La madera con las plecas se coloca en una montura bajo una plancha o cilindro de presión.

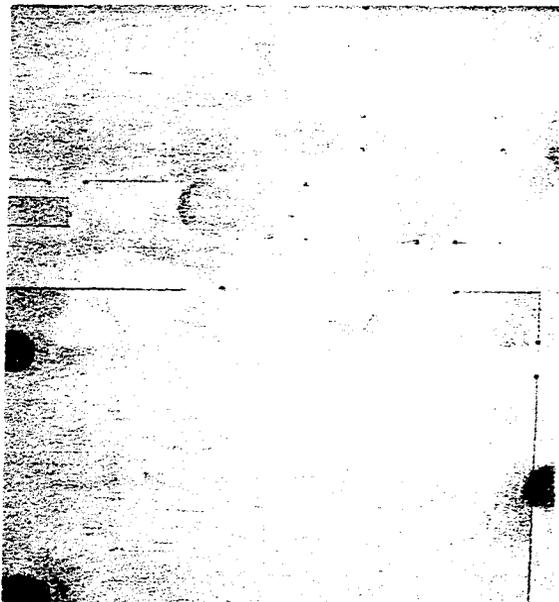
Este método, aunque es muy parecido al suajado en hueco, sirve para realizar cortes internos dentro de nuestros soportes.



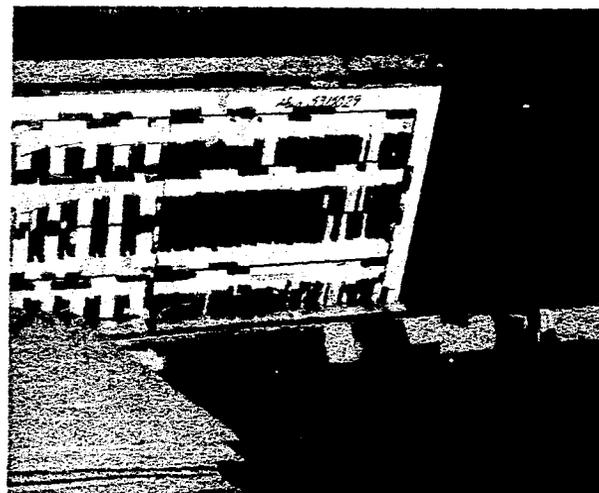
DENTRO DE LA MADERA, AL SER PERFORADA, SE LE DEJAN UNOS ESPACIOS SIN PERFORACION EN CADA UNO DE LOS LADOS DE LA FIGURA Y ESTOS SIRVEN PARA QUE NO SE BOTE LA PARTE CENTRAL DEL TROQUEL.  
ESTOS ESPACIOS SIN PERFORACION SE DENOMINAN PUENTES Y SE COLOCAN EN EL CENTRO DE CADA LADO



EJEMPLO DE UN TROQUEL VISTO POR ARRIBA



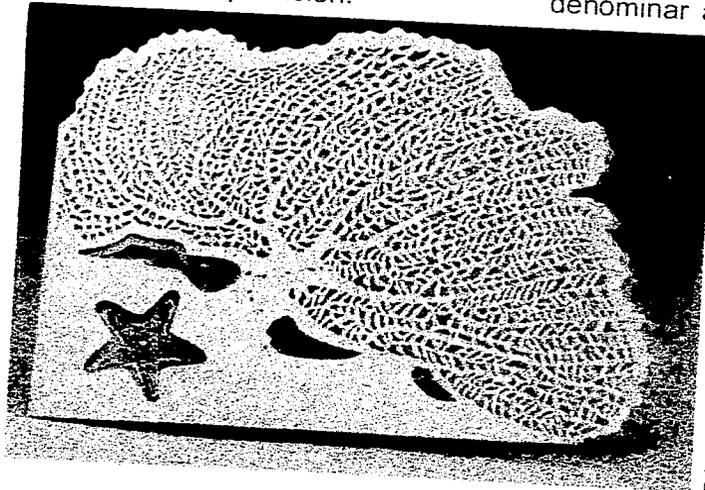
EJEMPLO DE UN TROQUEL VISTO POR DEBAJO Y EN DONDE  
PODEMOS VER LAS MARCAS DE DONDE ENTRO LA PLECA Y LOS  
PUENTES DEL TROQUEL



EJEMPLO DE UN TROQUEL PREPARADO CON PEQUEÑOS PEDAZOS  
DE ULE, PARA PODER BOTAR EL PAPEL DESPUES DE SER SUAJADO,  
Y MONTADO EN LA MAQUINA SUAJADORA.

**EL SUAJADO CON LASER:** El rayo láser, inventado en 1958 por C.H. Townes y Arthur Schowlow, ha representado toda una revolución dentro del proceso de suajado.

El rayo láser es concentrado en un pequeño punto y este irá quemando el exceso de papel, esto nos da la posibilidad de crear suajes con detalles muy complicados pero con una excelente precisión.



Ejemplo de la utilización de el suajado con laser para la obtención de un diseño que requiere de gran precisión para su obtención

#### 1.4.1. PREPARACION DE LOS TROQUELES

Para preparar la máquina que realizará el suajado se le sacara una copia heliográfica a la camisa de corte, la cual nos servirá de guía para preparar nuestro troquelado.

El troquelado no solo lo entendemos como otro nombre para denominar a los suajes; troquelado

es también la tabla por medio de la cual se realizarán los suajes.

El troquelado consiste en una base de madera en donde se colocaran hojas metálicas, conocidas como reglillas o plecas, de acuerdo a la posición que se marque en la camisa de corte de nuestro original mecánico.

Las reglillas se colocan a presión dentro de la madera del troquel, esto quiere decir que los huecos que se realizan en la madera para poder meter las reglillas deben de ser a la medida de la reglilla.

La posición de las laminillas sobre la tabla debe de ser exacta y completamente de acuerdo a la camisa de corte, porque la mala realización del suajado puede echar a perder todo el trabajo.

Las hojas metálicas por medio de

las cuales se realizarán los suajes varían dependiendo de la finalidad que tenga cada lámina y las catalogaremos como:

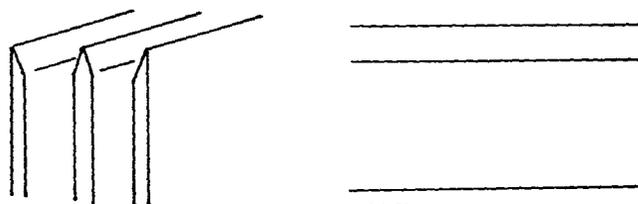
- HOJA O PLECA DE CORTE
- HOJA O PLECA DE DOBLEZ
- HOJA O PLECA DE DESPRENDIDO O PERFORADO
- HOJA O PLECA DE MEDIO CORTE

Las **PLECAS DE CORTE** son, como su nombre lo dice, a través de las cuales cortamos el papel; y las podemos encontrar de 2 y 3 pts. en 1 y 2 pulgadas. Las plecas de 2 pts. son para trabajos de menor cantidad y las de 3 pts. son para los trabajos en donde se tienen que suajar una gran cantidad de trabajos. Otra característica de estas plecas es que el filo puede estar centrado, hacia la

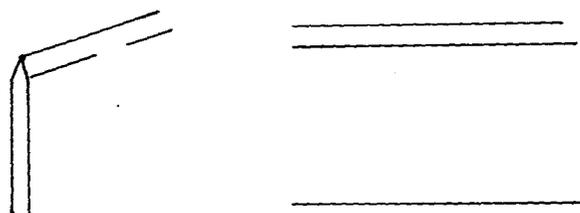
derecha o hacia la izquierda.

Las **PLECAS DE DOBLEZ** también las podemos encontrar en 2 y 3 puntos y sirve para realizar el marcado de los dobleces en diversos materiales.

Las **PLECAS DE PERFORADO**, en forma de peine, nos sirve para la realización de desprendibles y su



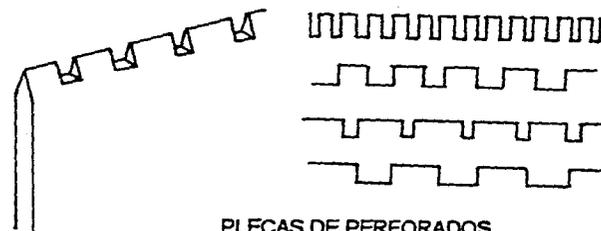
PLECAS DE CORTE



PLECAS DE MEDIO CORTE  
(un poco más bajas que las anteriores)



PLECAS DE DOBLEZ  
(sin filo)



PLECAS DE PERFORADOS  
(discontinuas y de diferentes dimensiones)

variedad depende de el tamaño de los dientes; las medidas pueden ser: 1/16 x 1/16, 1/8 x 1/8; y de 4, 6, 9, 11 y 18 dientes por pulgada.

Las **PLECAS DE MEDIO CORTE** nos sirven para realizar trabajos en donde solo se tiene que cortar la mitad del espesor de nuestro soporte, como sería el caso de las etiquetas auto adheribles, y las podemos encontrar desde 2 hasta 6 puntos.

Todos los tipos de hojas que se necesiten son colocadas en un solo troquel que se acomodará dentro de la máquina suajadora, la cual realizará los suajes por medio de presión sobre el papel. Y una vez obtenido el papel cortado terminará el proceso de la realización de los suajes.

## 1.5 DIVERSAS FORMAS DE SUAJES

Son cinco los tipos de suajes que se pueden realizar, y son los siguientes:

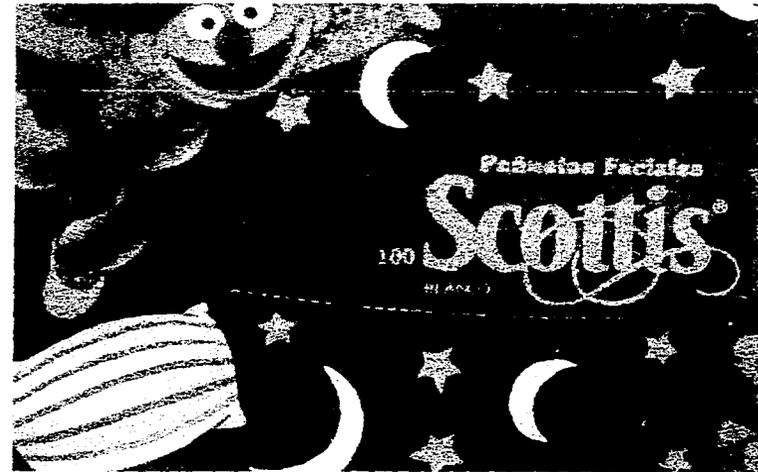
**-DE CORTE O CORTE EN SECO:** A través de este podemos realizar el refinado de un trabajo en su formato, la creación de nuevos formatos para los soportes y la

realización de figuras en negativo.

Este tipo de suajes se realiza a través de las hojas de corte.

**-DESPRENDIBLES:** Son realizadas por las hojas de desprendido o perforado y marcan zonas que serán separadas posteriormente con alguna finalidad de interacción con el público o facilitar el manejo del producto.

La utilización de los desprendibles en diversos productos de uso cotidiano para facilitarle al público el manejo de los mismos. En este caso utilizados en un paquete de pañuelos desechables.



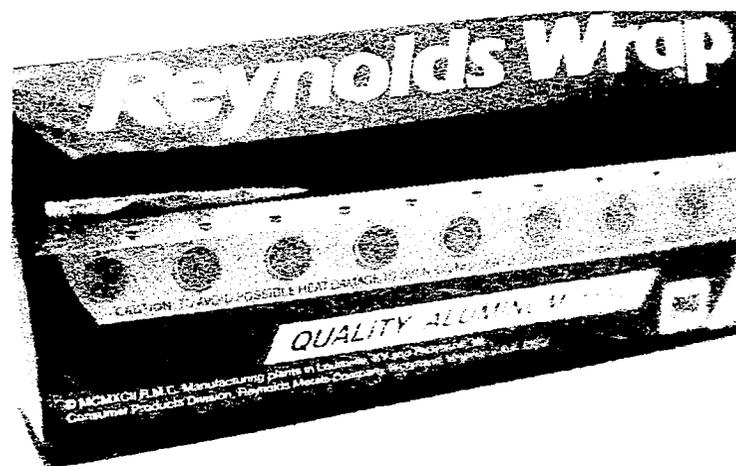
En algunos países los desprendibles son también conocidos con el nombre de **KISS CUTTING**.

**-MEDIOS CORTES:** Estos son realizados, generalmente, para calcomanías y en donde se quiere separar únicamente la mitad del grosor del papel.

Para su realización se utilizan las hojas de medio corte.

**-PONCHES:** Estos son pequeños cortes circulares que pueden hacerse completos o parciales. Esto quiere decir que el círculo será desprendido completamente o que solo se le podrá desprender una porción del grosor de nuestro papel, como en el medio corte.

El ponche se realizará con las hojas de corte o medio corte o con pequeños cilindros que podrán ser



La combinación de los ponches y los medios cortes nos permiten crear diversos estilos de envases y formas para poder cerrarlos.

de corte completo o parcial y que podrán cortar la mitad o el grosor total de nuestro papel.

Los ponches son completos o parciales dependiendo de su finalidad.

**-DOBLEZ:** Nos indica donde el papel será doblado y facilita la realización y el armado de los envases, embalajes, tarjetería, folios y folletos.

Las marcas se realizan con las hojas de dobléz.



EJEMPLO DE UN PONCHE UTILIZADO PARA PODER COLGAR EL ARTICULO EN VENTA Y PODER SER EXHIBIDO

## 1.6 SOPORTES PARA LA REALIZACION DE LOS SUAJES

Ahora que conocemos toda la variedad de suajes es importante que conozcamos los materiales que se utilizan para la producción de un suaje, dentro de los cuales, los soportes básicos o más comunes para la realización de estos generalmente son el papel y el cartón; aunque también podemos encontrar suajes aplicados sobre otro tipo de materiales entre los que podemos encontrar una gran variedad de plásticos en diversos estilos.

### 1.6.1. EL PAPEL

Existen dos factores importantes para considerar cuando se selecciona un papel: Medida—especificada en milímetros, pulgadas, o por medidas menores. Tejido (peso)

—Dentro del Reino Unido y la mayor parte de Europa, esto es descrito en términos de gramos por metro cuadrado. En los Estados Unidos y en algunas otras partes del mundo el tejido es descrito como el peso (en libras) de 500 hojas de papel de medida standard.

*“En la actualidad tal vez todo el papel es manufacturado con madera. Las fibras de celulosa (la cual cuenta con un 50% de contenido de madera) es el ingrediente primario, seguido por el lino (aproximadamente 30%) el cuál actúa como una fibra endurecedora o cola.”* También se produce papel reciclado el cuál también contiene un cierto porcentaje de madera.

*“Aproximadamente 20 millones de toneladas de papel son usadas para impresión y escritura anualmente. 5*

*y medio millones de toneladas son usadas para empaques.”*<sup>5</sup>

En algunos casos el tipo de imágenes originales para ser reproducidas determinara el tipo de papel. El papel periódico, por ejemplo, no proveerá nada con la misma calidad de imagen de un trabajo con selección de color como el brillo, blancura y la superficie del papel. Por lo contrario, una reproducción de una original línea, como sería un aguafuerte, podría ser mas exitosa sobre una textura apropiada. Cuando el trabajo artístico es usado en los periódicos, la absorbencia del papel es compensada, en el, por el uso de tramas de medio tono y tintas.

De la misma forma que no todos los papeles son idóneos para cualquier tipo de impresión, así, no todos los papeles se prestan para la

realización de un suaje.

Es conveniente mencionar que a pesar de que existen una gran variedad de materiales sobre los que se emplea el uso de los suajes, solo tomaremos en cuenta al papel y al cartón, por ser estos los soportes cotidianos del diseñador gráfico. Otros materiales como plástico, vinil o metal serán considerados como trabajos de maquila y no de diseño gráfico.

A continuación presentamos una lista de los papeles más utilizados para la realización de los suajes y algunos otros también recomendables para realizarlos.

4 ROTH, Lászlo. *WyBenga*. THE PACKAGING DESIGNER'S BOOK OF PATTERNS. Ed. Van Nostrand Reinhold.

5 New York, Estados Unidos. 1991. pp.3  
IDEM pp.4

TIPO DE PAPEL	GRAMAJE	PESO ESPESOR	MEDIDAS	VARIEDAD	USOS GENERALES
CARTULINA AMERICA	85 gr. sobre m2	35.5 kg.	70 x 100 cm.	GRAN VARIEDAD DE COLORES	DECORACION (DISPLAYS, MAQUETAS,ETC.)
CARTULINA CORNICAN	176 gr. sobre m2 352 gr. sobre m2.	91 kg. 182 kg.	58 x 89 cm.	BLANCO Y GRIS	IMPRESION Y ARTE
CARTULINA EUROKOTE	90 gr. sobre m2 105 gr. sobre m2	7,10,12,14, 16,18 pts.	51 x 66 cm. 57 x 72 cm. 58 x 89 cm.	BLANCO	IMPRESION Y ARTE
CARTULINA EUROKOTE DOS CARAS	90 gr. sobre m2 105 gr. sobre m2	10 pts. 10 pts. 8 pts.	58 x 89 cm. 70 x 95 cm. 70 x 95 cm.	BLANCO	IMPRESION
CARTULINA KROMEKOTE	90 gr. sobre m2	57 kg. 69.8 kg. 87.8 kg. 113 kg.	51 x 66 cm. 57 x 72 cm. 58 x 89 cm. 70 x 95 cm.	BLANCO	IMPRESION Y ARTE
DE COLOR		9 y 10 pts. 8 pts. 10 pts.	51 x 66 cm.		
CARTULINA OPALINA	DELGADA 90 gr. sobre m2 GRUESA 228 gr. sobre m2	SATINADA 92 kg. 116 kg. MATE 92 kg. 116 kg.	57 x 72 cm. 58 x 89 cm. 57 x 72 cm. 58 x 89 cm.	BLANCO (SATINADO,LINO Y MATE)	IMPRESION
CARTULINA RODODENDRO	428 gr. sobre m2 395 gr. sobre m2	144 kg. 133 kg.	51 x 66 cm.	GRAN VARIEDAD DE COLORES	IMPRESION Y ARTE

TIPO DE PAPEL	GRAMAJE	PESO ESPESOR	MEDIDAS	VARIEDAD	USOS GENERALES
CARTULINA CUCHE	210 gr. sobre m2 300 gr. sobre m2 180 gr. sobre m2	86 kg. 126 kg. 139 kg	57 x 72 cm. 70 x 95 cm.	BLANCO	IMPRESION Y ARTE
	DOS CARAS 210 gr. sobre m2 255 gr. sobre m2 210 gr. sobre m2 255 gr. sobre m2 210 gr. sobre m2	89 kg. 107 kg. 130 kg. 137.5 kg. 139.5 kg. 169.5 kg. 162 kg.	58 x 89 cm. 51 x 66 cm. 57 x 72 cm. 58 x 89 cm.		
CARTULINA BRIGADON	216 gr. sobre m2	144 kg.	66 x 101 cm.	CREMA GRIS VERDE BLANCO	IMPRESION Y ARTE
CARTULINA BRISTOL	338 gr. sobre m2	110 kg.	50 x 65 cm.	ROYAL BLANCO	IMPRESION Y ARTE
CARTULINA CANSON	160 gr. sobre m2.	132 kg.	75 x 110 cm.	GRAN VARIEDAD DE COLORES	IMPRESION Y ARTE
CARTULINA PRESBOARD	24 pts.	328 kg. 440 kg.	52 x 90 cm. 74 x 90 cm.	GRAN VARIEDAD DE COLORES	IMPRESION Y ARTE
ROSS	176 gr. sobre m2 270 gr. sobre m2	117 kg. 180 kg.	66 x 101 cm.	GRAN VARIEDAD DE COLORES	IMPRESION Y ARTE

**NOTA:** Los papeles que se presentan dentro de estos cuadros son los papeles que mas se utilizan para la realizacion de los suajes, pero no es regla que estos sean los unicos papeles que se podran emplear.

## 1.6.2. CARTON

El uso del cartón es básicamente para la realización de embalajes y envases para toda clase de productos y para algunos **displays** en diversas escalas. Entre los estilos de cartón mas utilizados podemos mencionar:

- Cartón corrugado
- Cartón cáple o couche
- Cartón sulfatado

El cartón corrugado, en su forma clásica, está construido por dos capas de papel en su exterior llamadas "liners" y entre estas otra capa de papel del mismo material, pero en forma ondulatoria llamada, las ondulaciones reciben el nombre de "flautas".

Por las características del mismo podríamos clasificarlo en cuatro clases:

- 1º El grosor de sus capas exteriores
- 2º El grosor de la línea ondulatoria interna
- 3º La altura y número de flautas por pie.
- 4º El número de capas que lo componen (puede ser simple, doble o triple)

La línea intermedia, a su vez, se divide en:

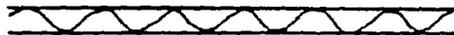
### A)ONDAS LARGAS ESPACIOS GRANDES



### B)ONDAS CORTAS ESPACIOS GRANDES



### C)ONDAS LARGAS ESPACIOS CORTOS



### D)ONDAS CORTAS ESPACIOS CORTOS



El cartón A nos brinda la ventaja de proteger, con gran facilidad, a nuestro producto de la presión y los golpes. El B nos brinda un máximo de protección contra los golpes por la composición de sus flautas. El cartón C nos brinda las propiedades de los dos primeros. Y finalmente el cartón C es utilizado cuando se quiere proteger con algo ligero.

El cartón corrugado es, probablemente, el más utilizado para la realización de embalajes y la selección del mismo dependerá de el fin que este tenga.

El cartón cáple o couche también puede ser encontrado en diversos calibres y con la variante de que pueden ser de una o dos caras.

En la actualidad, con el empleo de alta tecnología en el desarrollo de la industria, podemos encontrar en el mercado diversos estilos de cartones creados con el fin de mejorar el envasado de los productos. Tal es el caso de algunos jugos y productos lácteos, o líquidos, en donde el tipo de cartón que los contiene esta fabricado, aparte del papel, con algunas capas plásticas que permiten que el producto se conserve a una determinada temperatura y durante mas tiempo. Este producto es conocido con el nombre de plasticartón y por las características del mismo, en combinación con el aluminio, vuelve al envase impermeable.

## 1.7 MAQUINARIA PARA LA REALIZACIÓN DE LOS SUALES

Cuando comenzamos a hablar de la maquinaria que se utiliza para la realización de suajes, iniciamos con las máquinas que realizan el estilo que consideraremos como el mas simple. Nos referimos a las máquinas guillotadoras.

### 1.7.1. GUILLOTINAS

Estas máquinas tienen la función de ajustar nuestros papeles a diversos formatos, dependiendo de nuestras necesidades, o para refinar nuestros trabajos finales cuando estos contienen algún sobrante en relación a la medida final que estamos manejando.

La guillotina esta compuesta por una, dos o tres cuchillas horizontales

de hierro que son activadas manual o mecánicamente y podremos encontrar diversas clases de guillotinas para las diversas ramas de las artes gráficas; estos estilos los podemos clasificar de la siguiente manera:

- GUILLOTINAS DE PALANCA.
- GUILLOTINAS DE VOLANTE, DE MANO O MOTOR.
- GUILLOTINAS RAPIDAS, CUYA LUZ DE CORTE PASA A VECES DE LOS DOS METROS.
- GUILLOTINAS DE CORTE TRI-LATERAL Y MOVIMIENTO CONTINUO.

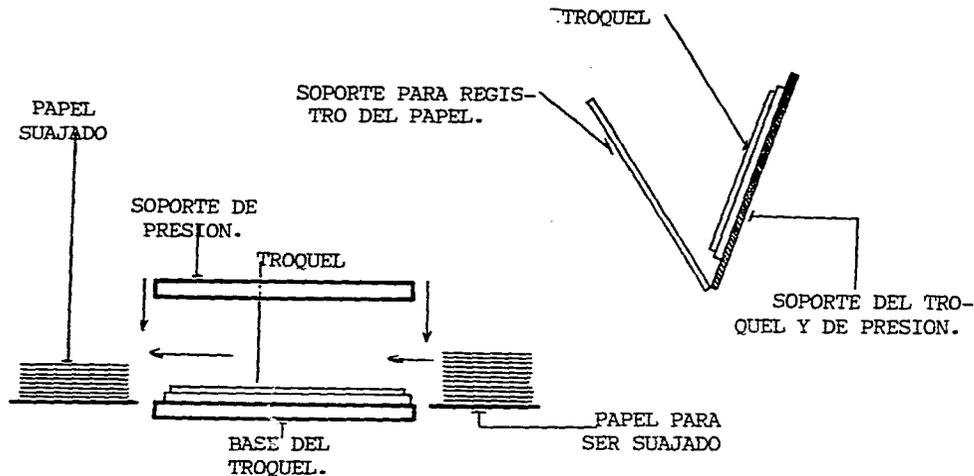
Después de las guillotinas, como las máquinas mas sencillas para la realización de los suajes, nos podemos encontrar con dos estilos de máquinas para la realización de los suajes como efecto para las artes gráficas, estas son:

- MAQUINA PLANA
- MAQUINA DE CILINDRO

### 1.7.2 MAQUINAS PLANAS

Las máquinas planas son aquellas en donde el suaje se obtiene por medio de la presión ejercida por una cubierta plana paralela al troquel. El papel entra a la máquina, la cubierta de la máquina baja y ejerce presión sobre el papel; al levantarse la cubierta al papel sale de la máquina con el suaje realizado.

También podemos encontrar, dentro de esta clasificación de máquinas un estilo muy similar a la máquina minerva, la única diferencia es que, en lugar de tener una matriz para impresión, tiene un soporte para colocar el troquel por medio del cual se realizarán los suajes.



La evolución y perfeccionamiento de las máquinas planas nos dieron como resultado a las máquinas de suaje por cilindro.

### 1.7.3 MAQUINAS DE CILINDRO

Estas máquinas, a grandes rasgos, son muy parecidas a las máquinas utilizadas para la impresión litográfica. Dentro de estas máquinas el troquel es colocado sobre una base móvil la cual, al acti-

vase la máquina, entra a la misma y hace contacto con un cilindro que imprimirá fuerza sobre el troquel para la obtención de los suajes.

El papel entra a la máquina por medio de unas pinzas que lo colocan entre el troquel y el cilindro, y durante el recorrido se le realizan los suajes.

La ventaja de este tipo de máquinas es que el suajado es más exacto, por el hecho de que la pre-

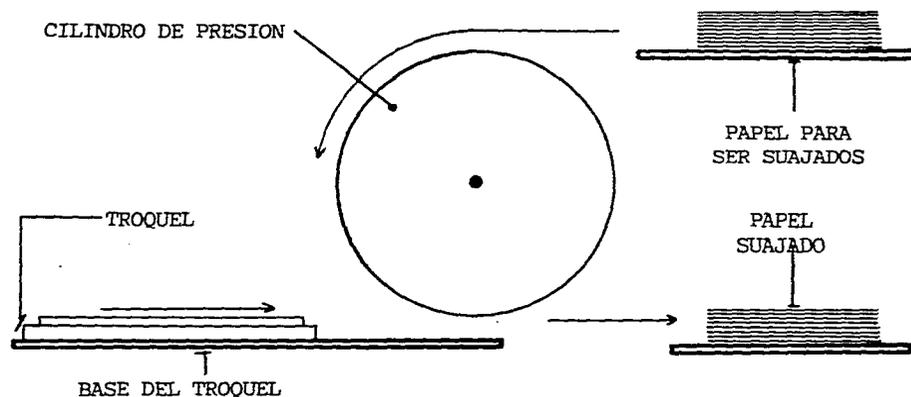
sión ejercida sobre el papel no es de golpe como lo sería en el caso de las máquinas planas.

Además las plecas o laminas de corte se desgastan con mayor lentitud y pueden servirnos para realizar un mayor número de suajes.

Dentro de las marcas conocidas que se dedican a la fabricación de maquinaria para impresión y acabados de las artes gráficas podemos mencionar las máquinas HEIDEL-

BERG y las máquinas THOMPSON, y las medidas que pueden manejar para el troquel que cada una maneja pueden variar desde el tamaño de una hoja carta, doble carta, 40 x 57 cm. y otros que pueden llegar hasta 90 x 125 cm. o mayor.

También existen máquinas que se dedican a la realización de ponches o redondeados para sobres y folders únicamente.



# CAPITULO II

## EL SUAJE COMO ELEMENTO DE COMPOSICION DENTRO DEL DISENO GRAFICO

### II.1 FUNDAMENTACION DEL PROCESO DE DISEÑO

Dentro de el primer capítulo se analizaron los elementos técnicos que rodean al suaje. Ahora, dentro de este capítulo nos centraremos dentro de los elementos teóricos del diseño gráfico que nos servirán como guías para una mejor comprensión y fácil planeación de el uso de los suajes dentro de la composición gráfica.

Siempre que se emprende la realización de una nueva creación gráfica necesitamos aclarar y planearnos claramente cuál será el

papel que juega cada uno de los elementos que planeamos utilizar dentro de nuestro proyecto.

Así, por ejemplo, en el caso de una revista el tipo de papel que se utilizará como soporte influirá trascendentalmente en la presentación de la misma; y dentro de un cartel promocional (independientemente del evento que sea) la selección de la ilustración o la fotografía en combinación con el arreglo tipográfico trazaran el camino para lograr difundir el mensaje y llamar la atención del público.

De esta forma, en cada uno de los campos en donde se puede desarrollar un diseñador gráfico, siempre

debemos de tener presente que una buena composición, justificando los elementos dentro de nuestro espacio-formato nos garantizarán la creación de un buen diseño.

Todo el proceso de creación de el proyecto nos permitirá que en cada uno de los pasos de este tengamos la oportunidad de rectificar o reafirmar las decisiones que se han tomado sobre el mismo. En el caso de un suaje, a través de los pasos de la metodología del diseño (mismos que mas adelante serán especificados) tendremos la oportunidad de planear su uso y justificarlo, aparte de poder seleccionar los materiales mas convenientes para su desarrollo.

He estado haciendo continuamente referencia de que para el buen empleo de un suaje dentro de cualquier diseño, este debe de estar bien justificado dentro de las diversas etapas de su planeación. Y por eso creo conveniente mencionar las etapas a seguir para la realización de un diseño.

Aunque la siguiente descripción de cada una de las etapas a seguir en el proceso de diseño, podría prestarse a polémica o discusión por el hecho de que no todos los diseñadores trabajan sobre el mismo método o porque simplemente no tienen un procedimiento definido completamente. Pero en general los pasos mas comunes podríamos desarrollarlos de la siguiente forma.

## II.2 METODOLOGIA PARA EL DISEÑO GRAFICO

*"El trabajo del diseñador gráfico se divide dentro de tres importantes áreas: Diseño creativo; la producción del trabajo artístico que encarna este diseño, y la coordinación de todos los varios procesos necesarios para la producción del trabajo final impreso"*

Dentro de estas tres áreas encontramos otras subdivisiones dentro de las que podemos clasificar mas detalladamente todo el supuesto proceso que sigue el diseñador gráfico.

### II.2.1. ETAPA DE DISEÑO CREATIVO

Primeramente nos concentraremos en la explicación del área denominada Diseño creativo y en la cuál encontraremos todo el trabajo que involucra únicamente al diseñador. Esta área la podemos subdividir en:

INVESTIGACION  
PLANEACION  
SELECCION  
JUSTIFICACION

En la fase de INVESTIGACION englobaremos todos los datos recopilados referentes al cliente y al proyecto que se va a emprender; estos datos, a su vez, podríamos clasificarlos como datos internos y datos externos. Como internos

serían los datos de nuestro cliente y los elementos a incluir dentro de nuestro diseño. Como externos serían todos los datos referentes a la investigación de mercado tales como: público al que se dirige, uso, medios de difusión, etc.

Como PLANEACION identificaremos el conjunto de primeras ideas generadas de nuestro trabajo de investigación. Esto quiere decir que, aunque no tenemos completamente definida la forma en que quedara el trabajo final, planteamos ideas que se aproximan al trabajo que queremos, y de esta forma podemos iniciarlo partiendo de las bases que tenemos.

Es en este momento en el cual nos ponemos a pensar en todas las opciones que nos brinda el diseño gráfico, y cuales son sus ventajas; y es aquí donde los suajes pueden ser presentados como la mejor solución

para nuestro diseño y para lograr proyectar nuestra idea al público receptor.

Y así como podemos seleccionar el uso de los suajes también podemos seleccionar cualquier otro de los acabados o efectos de impresión o podemos realizar una combinación de los mismos.

Una vez seleccionados los elementos con los que realizaremos nuestro diseño procederemos a explotar dichos elementos en un nuevo conjunto de ideas dentro de las cuales jugaremos con las formas, la diagramación, acomodos y estilos.

Después de haber explotado todas las ideas que podamos imaginar, procedemos a realizar una SELECCION para escoger la opción que consideremos más conveniente y apropiada para dar solución al

proyecto.

Posteriormente la idea es trabajada para corregir la calidad o para cambiar pequeños detalles y así poder pasar a la etapa de JUSTIFICACION. Dentro de esta etapa corregimos medidas y ajustamos tamaños de los elementos que componen nuestro diseño.

## II.2.2. ETAPA DE PRODUCCION DEL TRABAJO ARTISTICO

Después del diseño creativo se continua con la etapa de producción del trabajo artístico. Aquí se trabaja sobre la forma en que será presentado el trabajo al cliente, es decir la realización del dummy.

La técnica seleccionada para la presentación de nuestro diseño debe de presentar, en lo posible, el

mayor apego a la realidad para que al cliente le quede claro como va a quedar finalmente su trabajo. En ocasiones el éxito de nuestro trabajo con el cliente depende en gran medida de la impresión que le cause el dummy.

### II.2.3. ETAPA DE PROCESOS DE PRODUCCION FINAL

Finalmente se concluye con la etapa de coordinación de los procesos de producción. En esta etapa el trabajo ya no depende únicamente del diseñador; ahora también intervienen otras personas tales como: negativeros, impresores, etc.

Después de seguir cada una de las etapas del proceso de diseño lle-

gamos a la obtención del trabajo final.

*“La libertad creativa del diseñador será naturalmente obligada por el presupuesto, el tiempo disponible para el trabajo, las limitaciones físicas de los varios medios de comunicación usados para producir el trabajo de arte original, la tecnología de reproducción gráfica usada para preparar el trabajo de arte para impresión, el medio de impresión en si mismo, las tintas y papeles usados y por los procesos post-impresión o efectos de impresión tales como barnizados, encuadernación, estampado, etc.”* Pero esto no será impedimento para que se pueda obtener un buen resultado, independientemente de los obstáculos que el diseñador encuentre durante la realización del proyecto.

### II.3. EL PROCESO DE COMPOSICION

El hecho de realizar un diseño y obtener un buen resultado no es cuestión, únicamente, del seguimiento de una metodología de trabajo. Todo el procedimiento debe de estar respaldado por una serie de fundamentos teóricos que abalarán el porque de nuestro trabajo y con el único objetivo de realizar y obtener un buen resultado con las características primordiales de comunicación y funcionalidad, para cumplir con las necesidades del cliente.

Y este buen resultado se consigue en el momento que se crea la composición. “<<Composición, literal y generalmente hablando, significa reunir y disponer diversas cosas, formando un solo conjunto, de modo

*que todas ellas contribuyen a construir la naturaleza y la bondad del mismo conjunto>>J. Ruskin<sup>8</sup>*

Todos tenemos nuestra forma de interpretar o definir el concepto de composición y así como Ruskin nos habla de una distribución material, John Dewey nos define la composición como una organización de energías que tienden acumulativamente hacia un todo terminal que es la esencia del arte. Y así todos concuerdan en que la composición debe de ser la integración de un conjunto para formar un todo uniforme.

En relación a las artes gráficas, la composición *“...deberá de significar, además, la tarea de disponer en el espacio-formato varios signos, según una idea directriz, para obtener un resultado estético que*

*provoque el efecto deseado y una lectura fácil y agradable.”<sup>9</sup>*

El objetivo de hacer énfasis en el tema de la composición, es para resaltar el hecho de que un buen diseño surge como resultado de la planeación y el dominio de la composición. Y que si en muchas ocasiones es difícil maniobrar dentro del espacio-formato en un trabajo bi-dimensional, es aún más difícil lograr un buen resultado con un proyecto con atributos tri-dimensionales; y a esto hay que agregarle que la mayoría de los diseñadores no acostumbran a trabajar con volumen. Así, el suaje, a pesar de no ser un elemento tri-dimensional, muchas veces es utilizado para dar una sensación de volumen y profundidad.

Otro problema al que nos enfrentamos cuando se crean composiciones con suajes, es el hecho de poder lograr la maniobrabilidad de nuestro diseño, porque si pretendemos utilizar algún formato inusual debemos de idear un hábil manejo del área visual y el formato para que ambos se complementen y se logre un buen resultado.

La composición como ya se menciono tiene como finalidad la unificación de los elementos para presentarlos como un todo uniforme; esta uniformidad se dará a través de los diversos estilos de composición y las leyes que la rigen.

8 FABRIS, Germani. FUNDAMENTOS DEL PROYECTO GRAFICO. Ed. don Bosco. Barcelona, España. 1973. pp.13  
9 IDEM pp.15

### II.3.1. LOS ESTILOS DE COMPOSICION

Los estilos de composición son divididos en cuatro, dependiendo de la forma como están dispuestos sus elementos. Estos estilos son:

- COMPOSICION CLASICA O ESTATICA
- COMPOSICION LIBRE O DINAMICA
- COMPOSICION CONTINUA
- COMPOSICION EN ESPIRAL

La **COMPOSICION CLASICA O ESTATICA** tiene su fundamentación en los elementos que se han mantenido a través de los años. Es decir, se trata de imitar el estilo de la estética clásica, de esta forma elimina cualquier elemento que nos pueda sugerir movilidad, evolución y

transformación.

La **COMPOSICION LIBRE O DINAMICA** está representada por el contraste. Los elementos pueden mostrar desde una agresiva apariencia, hasta los más sutiles y delicados trazos con los que se puede expresar, y todo dentro de una sola composición, y claro sin perder el equilibrio que toda composición creativa debe tener.

La **COMPOSICION CONTINUA** se refiere a todos aquellos trabajos en donde no existe un elemento preponderante; todo está ligado y la lectura de la misma "...es continua y sucesivamente coordinada en todas las zonas del cuadro."<sup>10</sup>

La **COMPOSICION EN ESPIRAL**, como su nombre lo indica, basa la

disposición de los elementos de acuerdo a una línea en espiral que nos indica la narración visual de la imagen. Dependiendo de la dirección que indica la línea espiral imaginaria podemos representar fuerza y vitalidad si es hacia el exterior, o dar un aspecto trágico si la línea se repliega hacia si misma.

Todos estos estilos de composición no podrían ser creados y clasificados si no tomáramos en cuenta dos elementos muy importantes en relación a la composición:

LA DISTRIBUCION DEL ESPACIO-FORMATO  
LAS LEYES DE LA COMPOSICION

<sup>10</sup> FABRIS, Germani. FUNDAMENTOS DEL PROYECTO GRAFICO. Ed. don Bosco. Barcelona, España. 1973. pp.21

### II.3.2. DISTRIBUCION DEL ESPACIO PARA LA COMPOSICION

Cuando se inicia la realización de un diseño, y antes de comenzar a escoger nuestros elementos, debemos de tener claro cuál es el tamaño del formato sobre el que se está trabajando. Así iniciamos determinando el formato de nuestro diseño y la distribución del mismo de la forma más conveniente. Para la división del espacio-formato se nos presentan tres opciones:

- SECCION AUREA
- RETICULAS
- REDES

La **SECCION AUREA** fue creada por el máximo arquitecto en la antigua Roma, Vitruvio. El fin por el cual creó la sección aurea fue por la

búsqueda de la división perfecta del espacio. *"Vitruvio comprendió que era necesario dividir el espacio en secciones iguales para lograr un efecto estético agradable, y desarrollo un sistema de cálculo matemático de la división del espacio. Aunque el cálculo, en sí mismo, es notablemente complejo, se basa en el principio general de contemplar un espacio rectangular como dividido, a grandes rasgos, en terceras partes, tanto verticales como horizontales. Al situar los elementos primordiales de diseño en una de estas líneas, se cobra conciencia del equilibrio creado entre estos elementos y el resto del diseño."*<sup>11</sup>

La sección aurea fue descubierta después de largos e intensos estudios sobre la forma y la estructura.

Las **RETICULAS**, otra de las formas para organizar el espacio, están formadas por líneas verticales y horizontales que se combinan entre si para producir áreas que dividirán el espacio a través de dimensiones constantes. Los espacios resultantes dentro de las retículas se conocen como campos reticulares, y pueden o no tener las mismas dimensiones.

Dentro de los campos reticulares nosotros podemos realizar subdivisiones agregando mas líneas; ya sean verticales, Horizontales y diagonales para que la disposición de los espacios no sea tan rígida y se vuelva dinámica.

Las **REDES**, al igual que las retículas, son composiciones modulares, pero a diferencia de las retículas los

<sup>11</sup> SWANN,Alan. BASES DEL DISEÑO GRAFICO. Ed.Gustavo Gilli. Barcelona, España. 1990. pp.65

módulos serán figuras geométricas tales como el triángulo, pentágono, hexágono, etc.

Las redes pueden ser regulares, cuando los módulos que las componen son todas iguales; o irregulares, cuando se componen de dos módulos o más de distinta forma. Dentro de las redes también podemos hacer subdivisiones y crear submódulos para aprovechar al máximo nuestro espacio.

Con la previa distribución de nuestro espacio a través de las redes, las retículas o la sección aurea, podemos comenzar a realizar nuestro diseño y el acomodo de sus elementos aplicando las leyes de la composición.

### II.3.3. LEYES DE LA COMPOSICION

Las leyes de la composición se dividen en dos grupos: **LAS LEYES GENERALES** las cuales son "...los resultados que el artista pretende obtener con su propia actividad personal, ya sea consciente o intuitivamente."<sup>12</sup> Y **LAS LEYES ESPECIFICAS** las cuales "son los medios que se emplean como factores sensibles, físicos y materiales de la composición; sin ellos la composición no podría existir..."<sup>13</sup>.

Dentro de las leyes generales encontramos la ley de la **UNIDAD** y la ley del **RITMO**.

La **UNIDAD** es el resultado al que se llega cuando se concluye una composición; pero, aunque la unidad

sea el fin último deberá de estar presente desde los primeros movimientos que realicemos sobre nuestro proyecto. Cuando la unidad es absoluta entre los elementos de la composición, en el momento que tratemos de alterar cualquier elemento dentro de esta, por pequeño que éste sea, toda la estructura de la composición resentirá el cambio.

Entenderemos como **RITMO** a la "...sucesión y armonía de los valores visuales: dibujo, espacio, claroscuro, color, movimiento y equilibrio."<sup>14</sup>

Dentro de las leyes específicas podremos encontrar la variedad y el interés, el resalte y la subordinación, la del contraste o conflicto.

Dentro de las leyes del ritmo encontramos que también actúan

12 FABRIS, Germani. FUNDAMENTOS DEL PROYECTO GRAFICO. Ed. don Bosco. Barcelona, España. 1973. pp.26

13 IDEM pp.33

14 IDEM pp.26

leyes específicas de la composición y estas son la **SIMETRIA** y la **INTENSIDAD**. Junto a estas también actúan las leyes del **EQUILIBRIO** y del **LENGUAJE**.

Al hablar del **EQUILIBRIO** nos referimos a la proporción en que las fuerzas y valores de cada uno de los elementos de la composición están repartidos en la relación que mantienen unos con otros.

El **RITMO** y el **EQUILIBRIO** pueden regular el efecto compositivo; y así controlando la variedad del ritmo, la unidad y el equilibrio, los cuales junto al resto de las leyes de composición, nos ayudaran a lograr un resultado satisfactorio.

Hay que aclarar que lo que anteriormente se menciona en relación al tema de la composición y las leyes que la rigen es una mínima parte del mismo.

Una vez teniendo una visión aproximada de como distribuiremos el espacio y nuestros elementos dentro del mismo, procedemos a realizar propuestas del estilo que le daremos a nuestra composición.

#### II.3.4. TECNICAS DE COMUNICACION VISUAL

El objetivo del diseñador es crear una buena composición que cumpla con los requisitos de lograr una buena comunicación para que el público reciba un mensaje claro y agradable.

Aunque el diseñador tenga dominio de el espacio-formato, a través del uso de diagramaciones y conociendo las leyes de la composición, este debe de vigilar cual es el público hacia el cuál dirige su mensaje y la forma en que les presenta

dicho mensaje. Porque no todo el público receptor capta las ideas de la misma manera ni tienen los mismos gustos. Además de que no se pueden estandarizar todos los casos sobre los que puede trabajar un diseñador y manejar el mismo estilo para todos.

No es lo mismo realizar un cartel cultural que un cartel para un evento político. Obviamente que no se utilizará el mismo criterio para ambos carteles.

Así, el diseñador busca diversos estilos y conceptos que le brinden una gran variedad de opciones para poder darle al público no solo imágenes agradables sino también elementos visuales que lo hagan pensar y buscar el sentido de las formas más allá de lo que se puede ver a simple vista.

De esta forma recurrimos a las **TECNICAS DE COMUNICACION VISUAL** las cuales surgen de las relaciones que se dan entre el espacio, las formas y su modo de integración. Podríamos decir que son el resultado del uso de las leyes de la composición.

*"Las técnicas visuales ofrecen al diseñador una amplia paleta de medios para la expresión visual del contenido. Existen en forma de dipolos sobre un espectro continuo, o como aproximaciones contrarias y disímiles al significado."*<sup>15</sup>

*"A continuación mencionaremos algunas de las técnicas de comunicación visual más usuales para la realización del diseño.*

*Unidad–Fragmentación  
Equilibrio–Inestabilidad*

*Simetría–Asimetría  
Regularidad–irregularidad  
Simplicidad–Complejidad  
Economía–Profusión  
Retención–Exageración  
Predictibilidad–Espontaneidad  
Actividad–Pasividad  
Sutileza–Audacia  
Neutralidad–Acento  
Transparencia–Opacidad  
Coherencia–Variación  
Realismo–Distorsión  
Plana–Profunda  
Secuencialidad–Aleatoriedad  
Agudeza–Difusividad  
Continuidad–Episodicidad"*<sup>16</sup>

Hay algunas de las técnicas de comunicación que tienen mucho en común; por ejemplo: La complejidad y la profusión tienen la característica de emplear muchos elementos para dar a entender su mensaje.

Así, la simplicidad, la economía y el acento tratan de darnos el mensaje a través del uso de pocos elementos o, como en el caso del acento, el mensaje más importante recae sobre un solo elemento.

Otro ejemplo parecido es el de la secuencialidad, la continuidad y la episodicidad que manejan la división del mensaje ya sea a través de la repetición de los elementos o la fragmentación del contenido de el mismo.

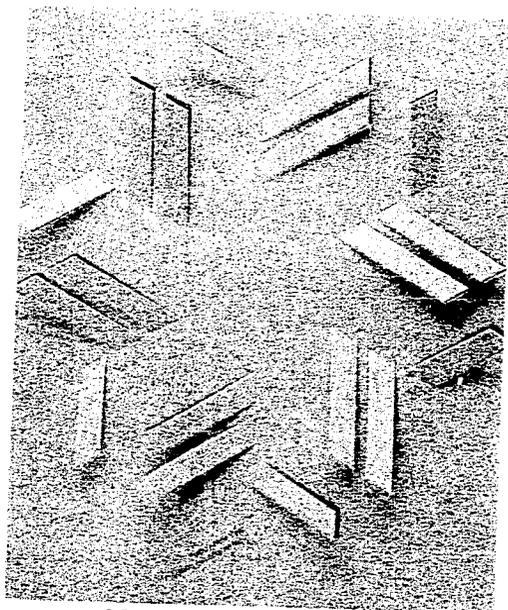
Así podríamos concluir diciendo que dentro de una composición podríamos encontrar más de una técnica de comunicación visual y que estas no actúan solas.

Todas estas técnicas también son utilizadas en el desarrollo de los sua-

15 DONDIS, D. A. LA SINTAXIS DE LA IMAGEN. Ed. Gustavo Gilli. México. 1992. pp.129

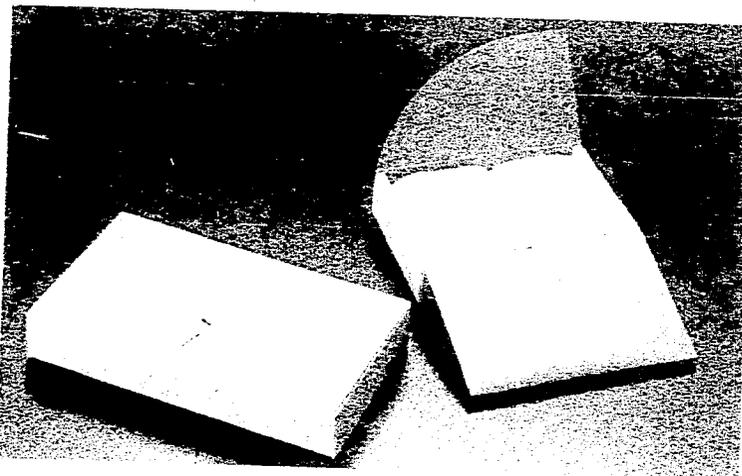
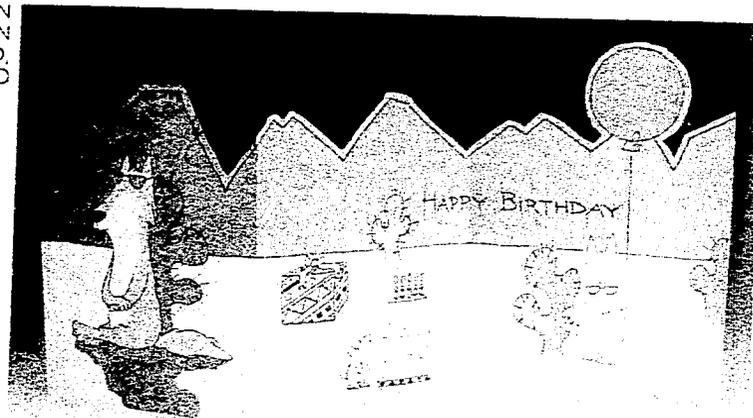
16 IDEM pp.130

jes; al igual que se utilizan en el desarrollo de cualquier otra técnica o elemento dentro del diseño, y así, a través del suaje, podremos dar diversos efectos al proyecto que se esté realizando.

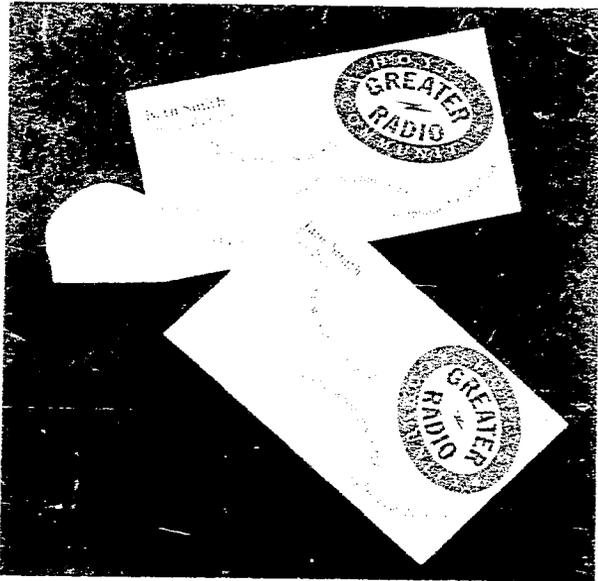


COMPOSICION EN ESPIRAL  
CON SIMETRIA Y NEUTRALIDAD

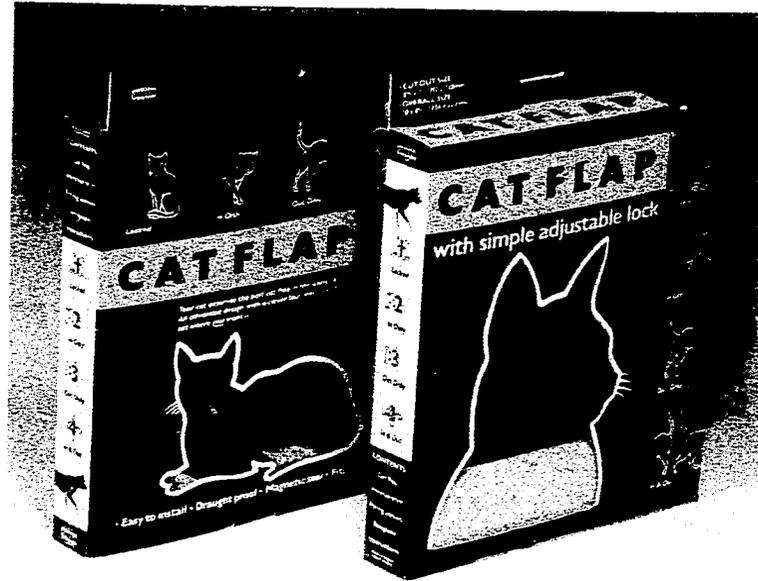
COMPOSICION  
CONTINUA CON  
ESPONTANEIDAD  
EPISODICIDAD



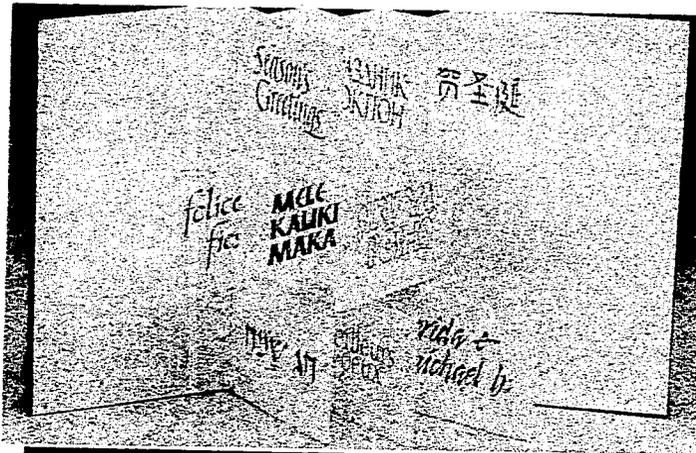
COMPOSICION  
CLASICA  
CON SIMPLICIDAD  
Y ACENTO



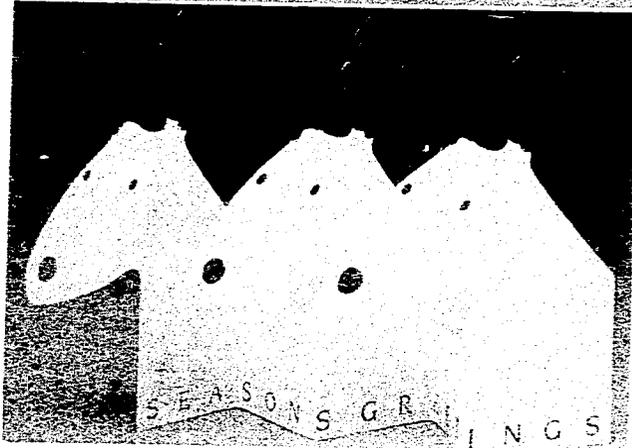
COMPOSICION DINAMICA  
PLANA, ACTIVA Y CON ACENTO



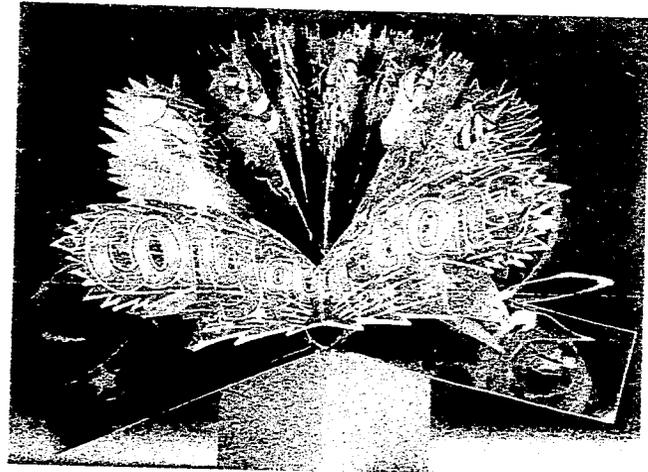
CONSTRUCCION CLASICA  
CON EPISODICIDAD Y SUTILEZA



COMPOSICION CONTINUA  
CON ALEATORIEDAD Y REGULARIDAD



COMPOSICION CLASICA  
CON NEUTRALDAD



COMPOSICION EN ESPIRAL  
CON COMPLEJIDAD, PROFUNDIDAD Y  
AUDACIA

# CAPITULO III

## EL DISEÑO DESARROLLADO POR MEDIO DEL USO DE LOS SUAJES

Dentro de este capítulo se muestran algunas alternativas que nos pueden brindar los suajes para la solución de nuestros diseños, y cumpliendo a través de ellos, con los objetivos de comunicar y crear algo funcional.

Dentro de estos ejemplos podremos observar como un elemento, que en este caso son los suajes y que siendo siempre los mismos; sufriendo variaciones de colocación y función dentro de la composición, darán resultados completamente diferentes entre ellos.

Bien sabido es que el uso más común del suaje es para la realización de envases y empaques, sobres, formateado de libros y revistas, y para la realización de tarjetería. Pero el suaje ha sido utilizado para un sin fin de otros casos mas como carteles, papelería, rompecabezas, calendarios y hasta juguetes.

De esta forma nos damos cuenta de la gran cantidad de variantes que nos brinda un solo elemento; también nos damos cuenta de como el suaje es explotado en todos los campos del diseño y que no es un elemento exclusivo para la realización de empaques u objetos

tri-dimensionales y que al ser empleado dentro de elementos netamente bi-dimensionales, y sin perder dicha condición, les brinda una nueva presentación.

Y así comenzamos la revisión del suaje dentro del amplio campo del diseño.

### III.1. ENVASES

Es claro pensar que el uso de los suajes para la realización de envases es una de las formas mas antiguas de emplearlos. *"La industria de los cosméticos fue la primera que*

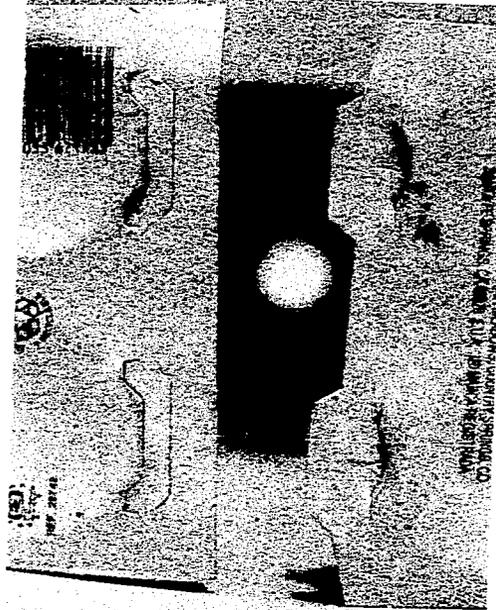
*efectivamente uso envases y es aun la inspiración para algunos de los más creativos tipos de empaques.*<sup>17</sup>

En la actualidad debido a la necesidad de envasar una gran cantidad de productos de diversa índole y por la gran competitividad que esto representa, a aumentado el interés de crear nuevos y novedosos envases que hagan atractivo el producto y que ayuden a su venta. Todo esto por medio de la experimentación con diversos materiales y aprovechando los avances tecnológicos dentro de las diversas áreas de fabricación y de producción.

Los envases los dividiremos en dos grupos:

1-Los que para poder ser armados tienen que utilizar algún tipo de

pegamento o adhesivo para poder mantener su forma.



Los candados son un elemento de gran utilidad dentro de la fabricación de envases.

2-Los que para adquirir su forma son estratégicamente diseñados de tal forma que por medio de pestañas, bordes o hendiduras, conocidos dentro del medio como candados, puedan mantenerse cerrados después de ser doblados sin necesidad de ninguna clase de pegamentos.

Dentro de estos podemos mencionar los envases que se usan para la producción de alimentos rápidos.

La realización de la forma de ambos estilos de envases se obtiene a través de los suajes. Pero el suaje no solo nos sirve para darle la forma a un envase. También, con este podemos realizar cortes internos dentro de los mismos que nos permitirán ver el contenido de su inte-

17 COTTON, Bob. THE NEW GUIDE TO GRAPHIC DESIGN. Ed. Phaidon. New York, Estados Unidos. 1990. pp.52

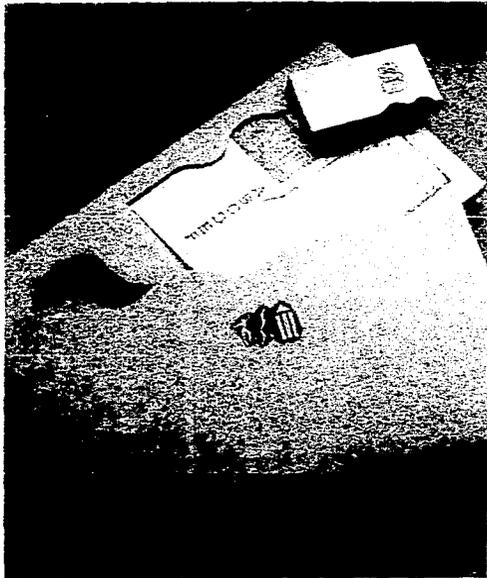


Las ventanas son otro elemento continuamente presente dentro de la fabricación de los empaques y que se obtienen por medio de los suajes.

rior y la calidad que se nos está ofreciendo, estas formas internas se denominan ventanas.

Como ejemplo de esto podemos mencionar algunas cajas para juguetes, alimentos sólidos, productos para el hogar, ropa interior, etc.

En la actualidad podemos encontrar dentro del mercado un sin número de productos que contienen el uso de suajes dentro de sus envases y en donde, por medio de estos, se pueden crear las mas diversas formas para poder guardar un producto.



DESPACHO: Next Design Group  
DISEÑADOR: Karel Wöhlnick, Max Barchem  
Australia, 1992.



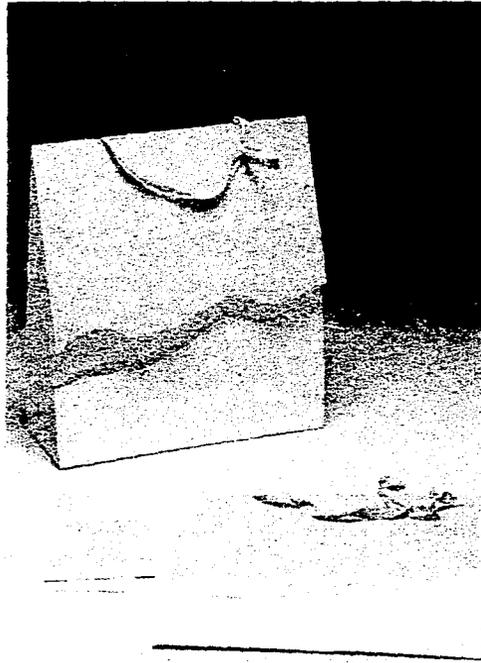
Empaque  
realizado para  
la casa Dior de  
Paris para su  
linea de  
accesorios  
para caballero  
en 1992

En algunos de estos casos los suajes juegan un papel vital en el diseño porque se utilizan como el elemento decorativo que les dará ese toque característico que los identificará entre los demás productos.

Los envases también son un buen elemento que nos permite ejemplificar que la mezcla entre diversos efectos de impresión, como sería el caso de los grabados en ciego con plastificados o con dorados, pueden realzar el diseño de los envases.

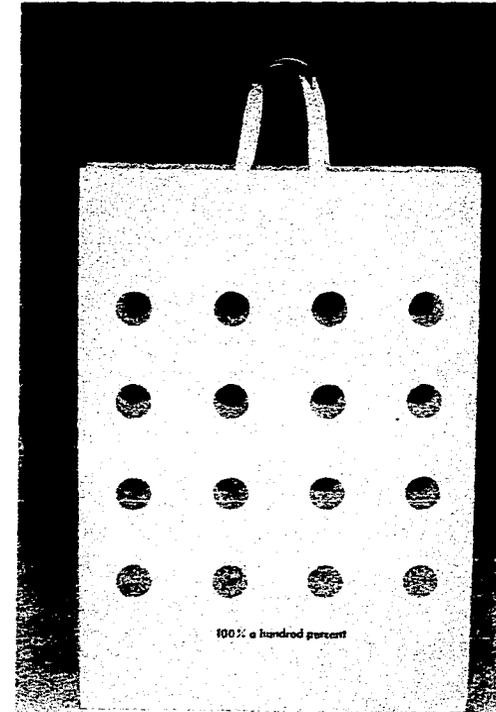
### III.1.1 SHOPPING BAG

Esta es una de las áreas del empaquetado de productos en donde el suaje no es muy explotado, principalmente porque las bolsas son generalmente realizadas con plásticos y por medio de maquila, pero es interesante ver los resulta-



El suaje como elemento artístico plasmado dentro de los accesorios promocionales de el cliente.

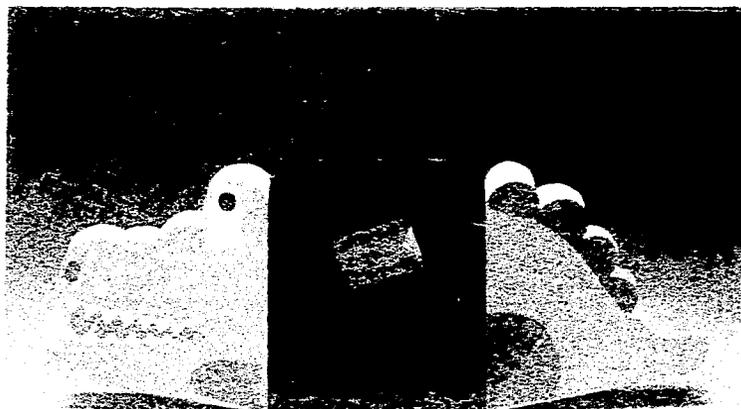
dos que se pueden obtener de la aplicación del suaje sobre las mismas.



DISEÑADOR: Hideo Saitoh  
Japón 1990



DISEÑADOR: Kazunobu Shimura  
Japón 1990



DISEÑADOR: Susuno Takao  
Japón 1992

Dentro de estos ejemplos podemos hacer notar la diferencia que provoca la utilización del suaje como elemento único de una composición y el uso del suaje como elemento de apoyo dentro de la composición para simular una figura determinada y crear un efecto dinámico de la bolsa.

### III.2. EDITORIAL

Dentro del extenso campo del diseño editorial el suaje, originalmente, solo se utilizaba para la realización de los diversos soportes para editoriales. Estos realizados a través del refile con guillotinas.

Durante los años 70 las casas editoriales comienzan a introducir con mas frecuencia el uso de los suajes, pero ahora con otra finalidad, la creación de libros infantiles dentro de los cuales se trata de dar un efecto de tri-dimensionalidad y movimiento para hacerle mas atractivo el libro a los niños.

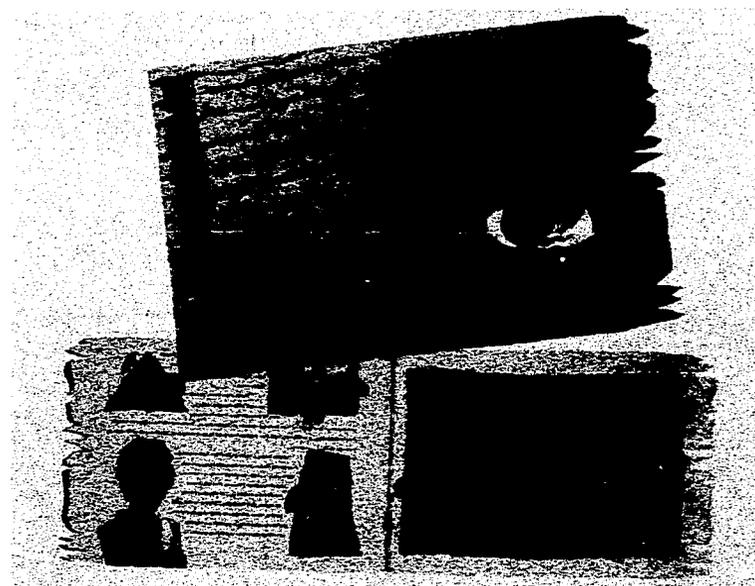
#### III.2.1. LIBROS

Partiendo del hecho de que los suajes originalmente fueron utilizados para el formateado, las primeras

innovaciones se realizaron a través de la propuesta de nuevos formatos. Con la introducción de los mecanismos lúdicos dentro de la construcción de los libros infantiles el suaje se vuelve mas común y esto permite que los niños comiencen a familiarizarse con el volumen y la forma,

creando así un divertido juego de interacción y aprendizaje para los niños.

En la actualidad algunas de las casas editoriales que sobresalen en la creación de libros con mecanismo lúdico son FERNANDEZ EDITORES



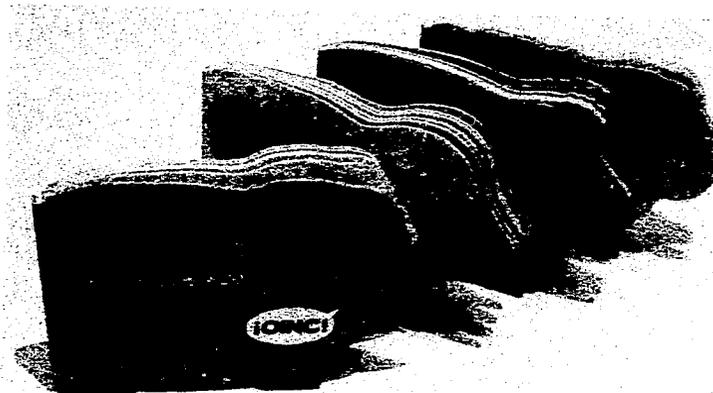
DESPACHO: Mintzy  
Hoke  
DISEÑADOR: Dana  
Robinson  
Estados Unidos 1992

## y EDITORIAL NORMA.

También se crean los cuentos en donde los formatos no son las típicas figuras regulares sino que son la silueta de objetos, animales o de los personajes de la historia del cuento.

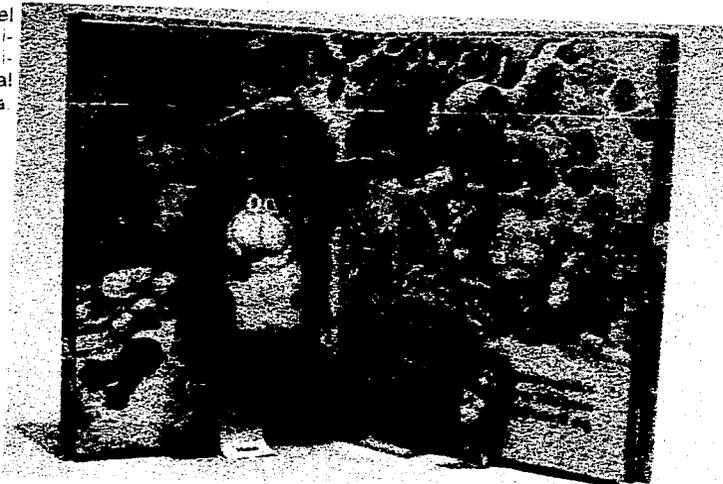


Primeras páginas del cuento "La bella y la bestia" de la serie LIBROS POP-UP de Fernandez Editores.

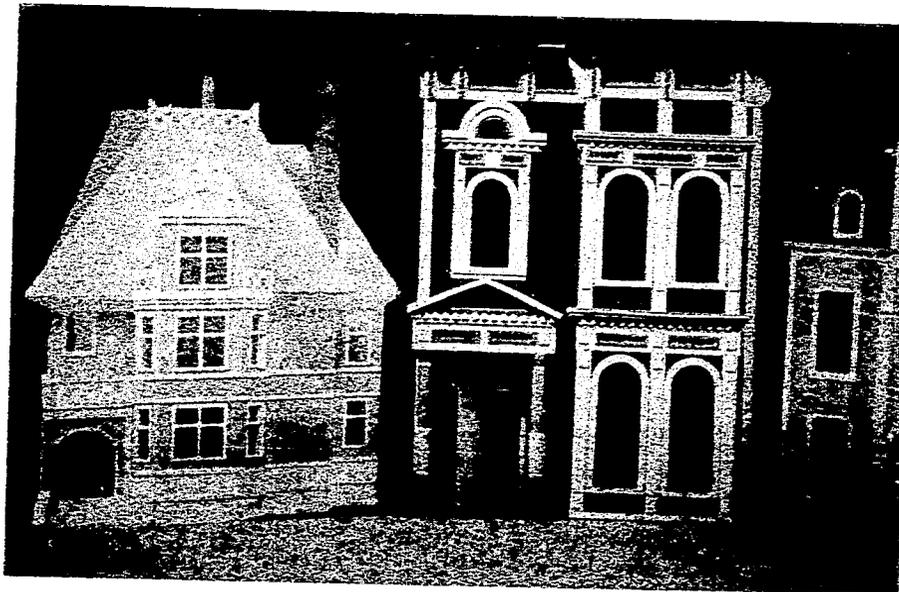


Modelo de libros infantiles pertenecientes a la serie "Carto-libros la granja" de Fernandez Editores, en donde el formato es la silueta de el personaje del cuento.

Páginas del cuento "Una visita al zoológico" de Editorial Norma.



Encontramos también cuentos en donde, por medio de líneas desprendibles, se les permite a los niños recortar sin la necesidad del uso de tijeras y así poder armar ciudades o jugar con muñecas que se visten.



DISEÑADOR: Jeffrey Milstein  
Estados Unidos 1989

DESPACHO: Pace Creative Inc.  
DISEÑADOR: Brike Phillips, Mike Holaday  
Estados Unidos 1992



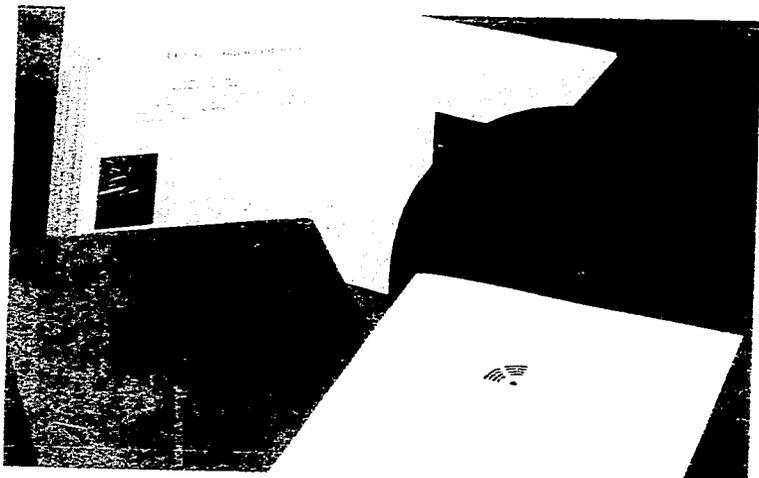
Sets de muñecas de cartón con su guardarropa las cuales, a través de los suajes de desprendido, le permiten a la niña el fácil manejo de las mismas.

Actualmente podemos encontrar libros en donde, por medio de los suajes, se les puede incluir a los libros diversos materiales tales como: plásticos, estambre, tela y otros que hacen que el cuento adquiera un nuevo estilo.

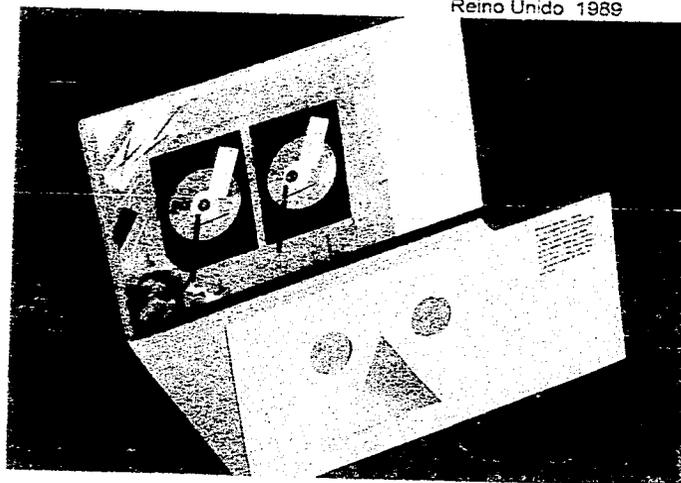
Generalmente cuando los libros tienen el uso de suajes en su diseño, y no tienen la finalidad de ser libros infantiles es porque son libros de colección creados como libros de arte los cuales no tienen la finalidad de ser producidos en serie para su comercialización.

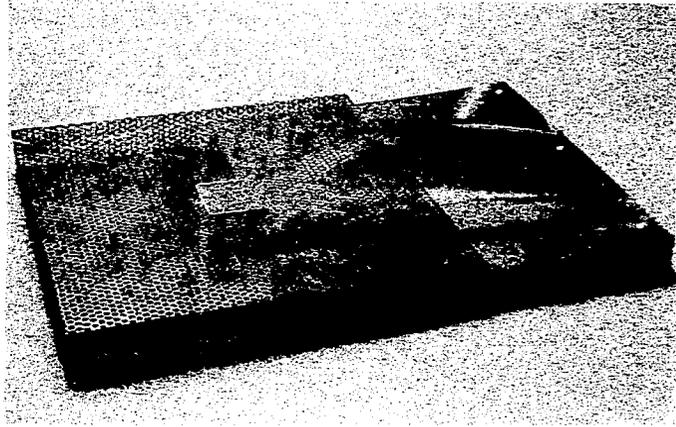


Pequeños cuentos que nos permiten, por medio de su diseño, la introducción de diversos materiales para lograr un juego de interacción con el niño.



DISEÑADOR: Lans Müller  
Reino Unido, 1989





DESPACHO: Urbane Publicity, Inc.  
Australia 1990



Diversos formatos utilizados en diferentes estilos de publicaciones

### III.2.2. REVISTAS

También dentro de las revistas el suaje se utiliza primordialmente para proponer diversos formatos.

Y así hoy en día podemos encontrar revistas en donde los formatos varían desde un media carta, hasta formatos de casi doble carta.

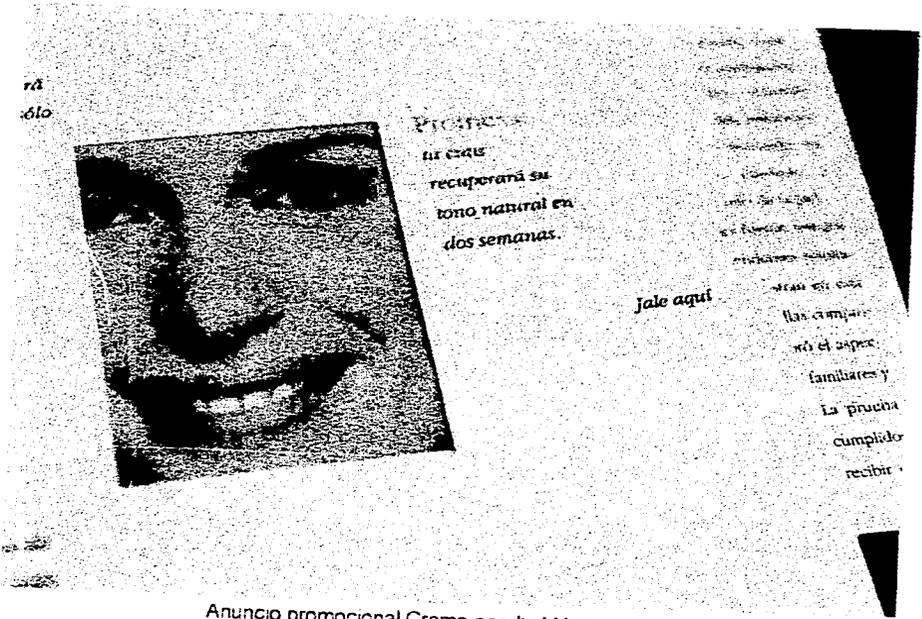
Actualmente, también podemos encontrar anuncios de revista con la utilización de suajes; pero el uso de los suajes dentro de las revistas aun no es muy difundido.

El resultado del uso de suajes dentro de las revistas han sido anuncios que comunican y funcionan con el público lector y logra un gran impacto visual a través de las cuali-

dades que nos puede brindar el suaje como elemento creativo.



Anuncio para revista de Weyerhaeuser distribuidor de papel, autopromoción. Estados Unidos 1994



Anuncio promocional Crema pond's México 1994

Los anuncios que contienen algún suaje son mandados a procesar por separado y después se integran al ejemplar dentro del cual son publicados.

Dentro de los ejemplos que presento se pueden descubrir toda una gama de posibilidades que nos brindan los suajes aplicados sobre un soporte de manejo cotidiano y con una gran variedad de combinaciones con diversos elementos y técnicas gráficas.

Los suajes también son utilizados para crear diversos efectos en portadas y contraportadas.



Anuncio de Simpson Paper Company para su nueva línea de papeles reciclables Evergreen Recycled. Estados Unidos 1994



Anuncio para la compañía Sabritas durante los festejos de el día de las madres. México 1994

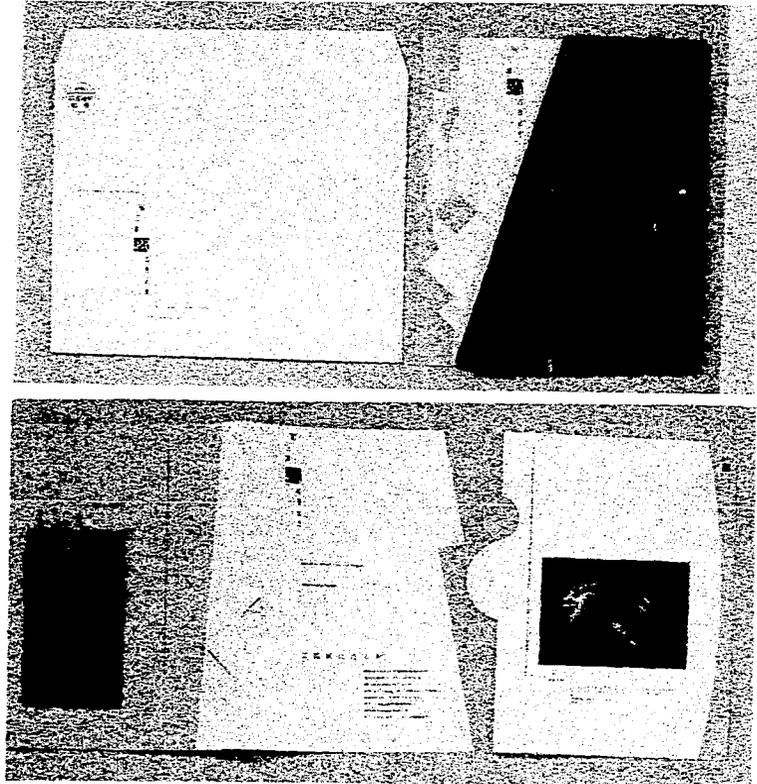


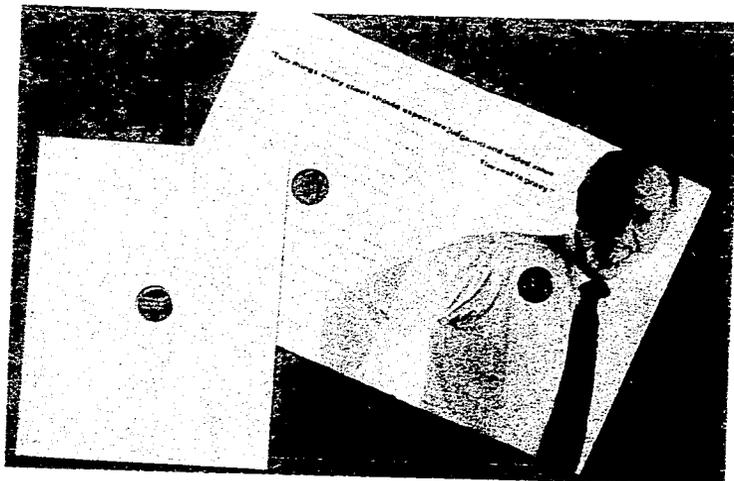
Anuncio de revista  
para Neenah Line  
promocionando su  
nueva linea de papel  
"New Point". Esta-  
dos Unidos 1994

### III.2.3. CATALOGOS Y FOLLETOS

Quizás, estos son de los soportes sobre los cuales tenemos la posibilidad de utilizar con mas frecuencia los suajes, porque estos soportes nos brindan una mayor libertad en la distribución de la información, por ser en menor cantidad que en un libro o una revista. La distribución de los elementos y el juego con los espacios en blanco, y por tener mayor libertad en el manejo de los elementos, nos permiten lograr grandes resultados, a través del desarrollo de la creatividad.

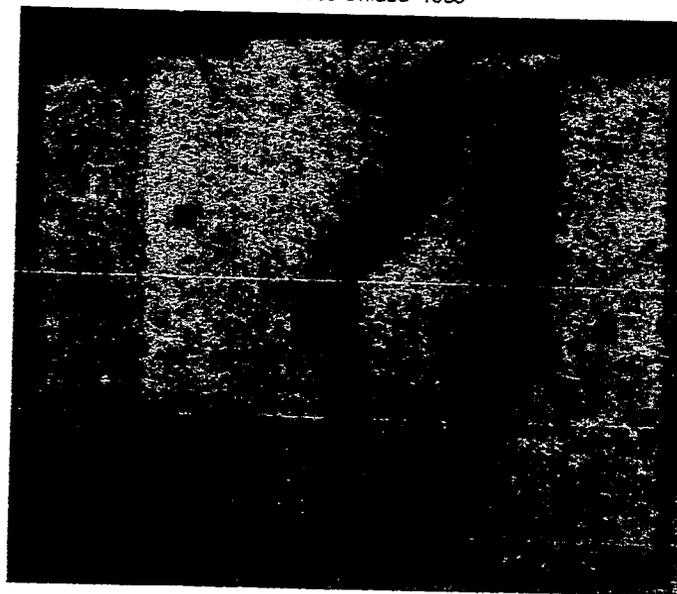
DISEÑADOR: Hiroyasu  
Nobuyama  
Japón 1988

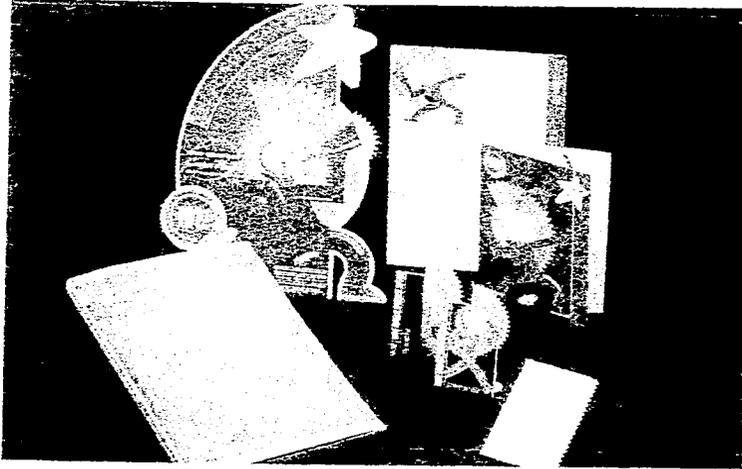




DISEÑADOR: Jhon Harold  
Estados Unidos 1992

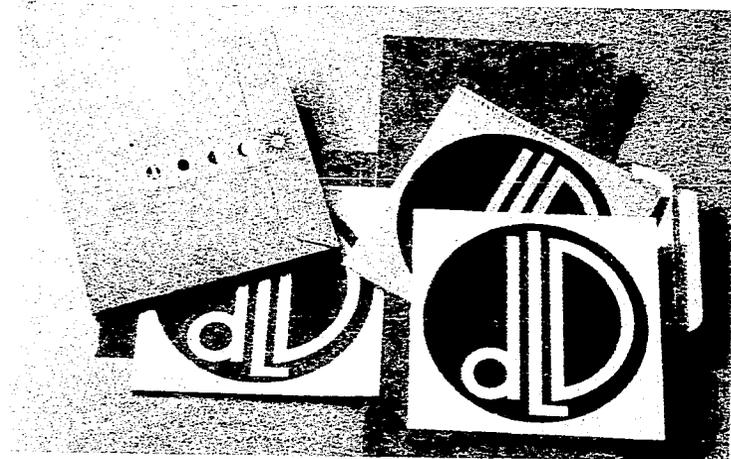
DESPACHO: Pat Hansen Design  
DISEÑADOR: Jesse Doquilo y Pat Hansen  
Estados Unidos 1989

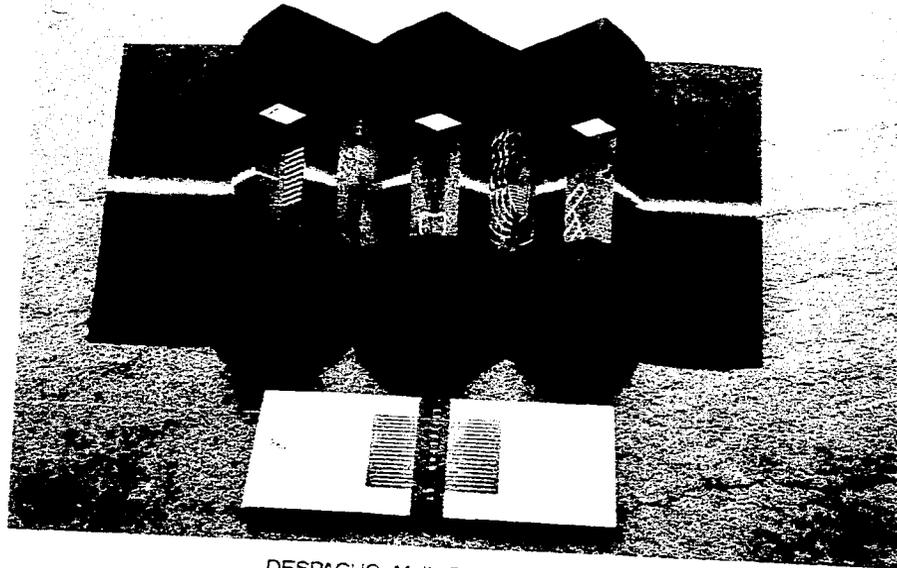




DESPACHO: Cozzolino/Ellett Design D'Vision  
DISEÑADOR: Phill Ellett  
Australia 1992

DESPACHO: David  
Lancashire Design  
DISEÑADOR: David  
Lancashire  
Australia 1992





DESPACHO: Melia Design Group  
DISEÑADOR: Jordan Louie y Mike Melia  
Australia 1992

### III.3. TARJETERIA

El diseño de tarjetas para toda ocasión es uno de los campos del diseño en donde más se recurre a la utilización de los suajes.

Desde el siglo XVIII durante las festividades de San Valentín en Europa, las personas acostumbraban entregarse mensajes para celebrar las festividades.

#### III.3.1. TARJETAS PARA TODA OCASION

Con el tiempo este tipo de costumbres eran utilizadas ya no únicamente para las festividades de San Valentín. También se utilizaban para los compromisos sociales, cumpleaños y un sin fin de ocasiones. Pero ya no era únicamente un mensaje o pensamiento escrito; era

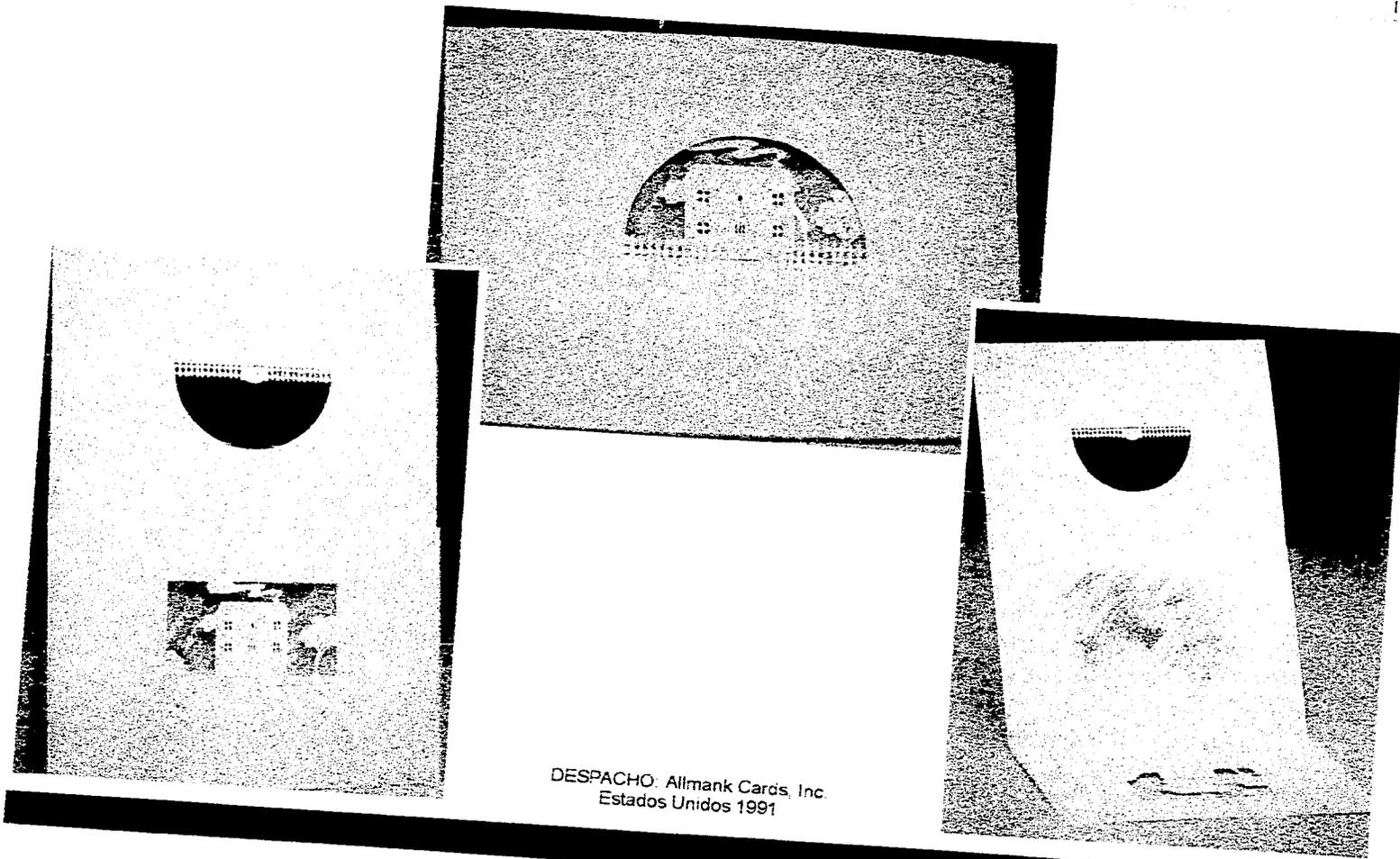
entregar un mensaje en un agradable papel decorado y que hiciera que la tarjeta se viera bien.

Desde finales del siglo XIX la creación de tarjetas con suajes es comúnmente explotada. Desde una tarjeta que es la silueta de una imagen, hasta todo un desplegado de elementos que crean una tarjeta lúdica.

En la actualidad el uso del suaje dentro de las tarjetas es el mismo que en el siglo XVIII, con la única diferencia que en la actualidad se hace uso de los adelantos tecnológicos tales como el corte por láser, el uso de plastificados, fotografías, tintas doradas o plateadas, etc.



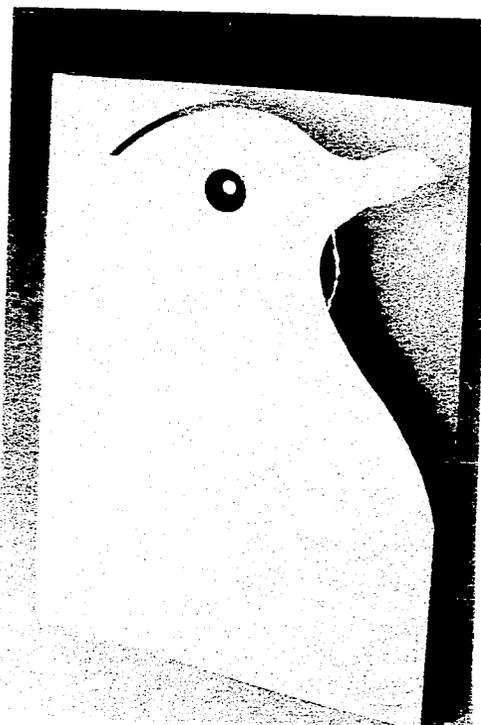
DESPACHO: The Ampersand Studio  
DISEÑADOR: Michael Laming  
Estados Unidos 1990



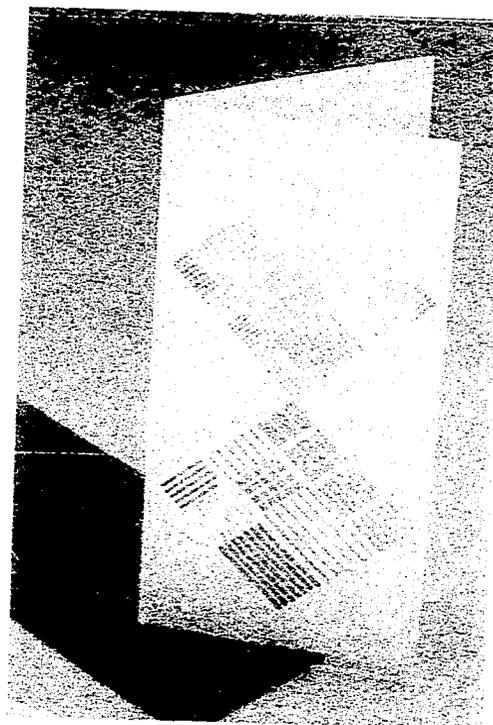
DESPACHO: Allmark Cards, Inc.  
Estados Unidos 1991



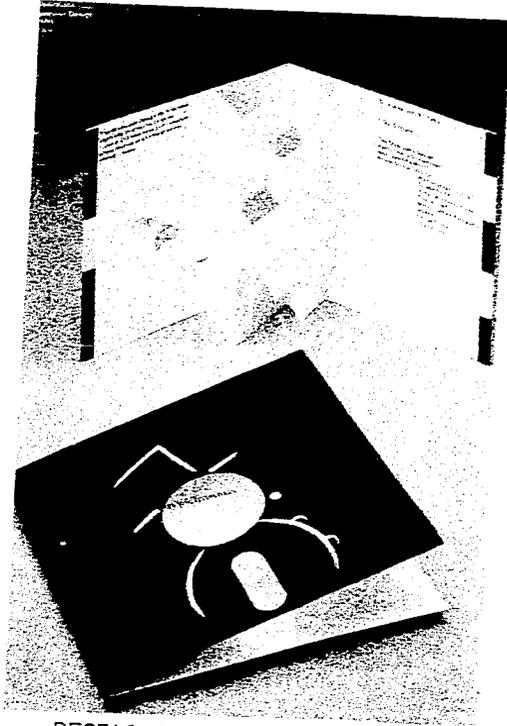
DESPACHO: Zander + Associates  
DISEÑADOR: Mary Beth Mc. Swigan  
Estados Unidos 1988



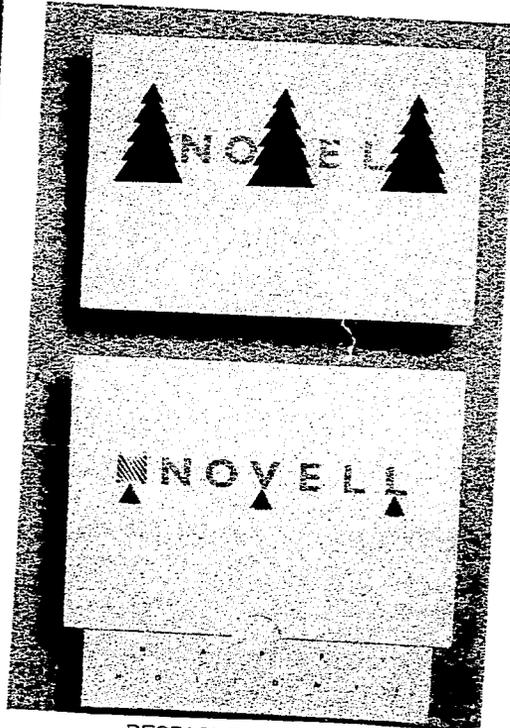
DESPACHO: News Agency  
DISEÑADOR: Fritz Gotschalk y hans Brandt  
Suecia 1989



DESPACHO: Igarashi Studio  
DISEÑADOR: Yakimi Sasago  
Japón 1987



DESPACHO: Willi Kunz Associates, Inc.  
DISEÑADOR: Willi Kunz  
Estados Unidos 1987



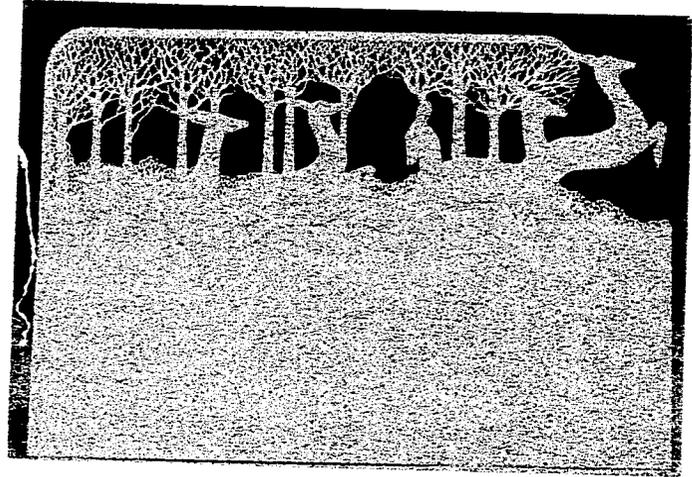
DESPACHO: Tandem Studio  
DISEÑADOR: Daniel Ruesch  
Australia 1992

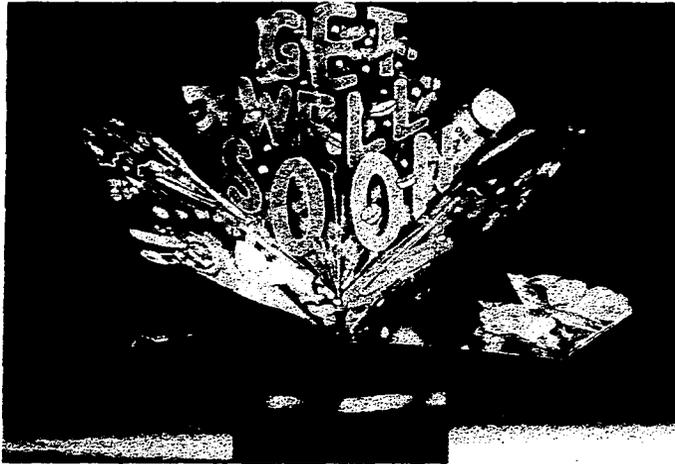


DESPACHO: Pat Hansen Design  
DISEÑADOR: Jesse Doquilo, Pat Hansen y Bruce  
Helen. Estados Unidos 1988



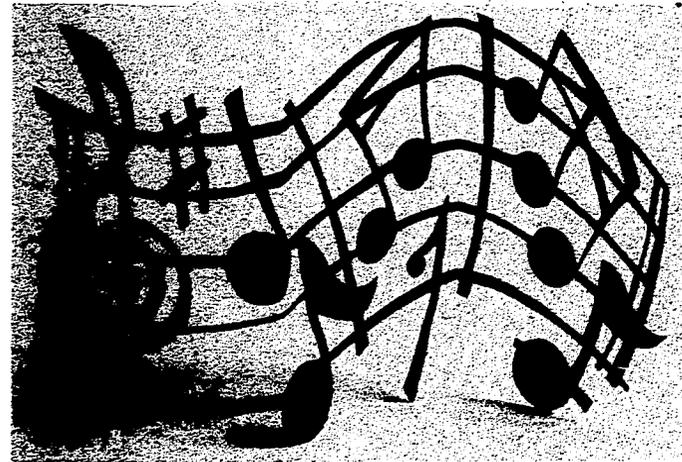
DESPACHO: Curtis Swann Firm  
DISEÑADOR: Elyse Nierenberg  
Estados Unidos 1990

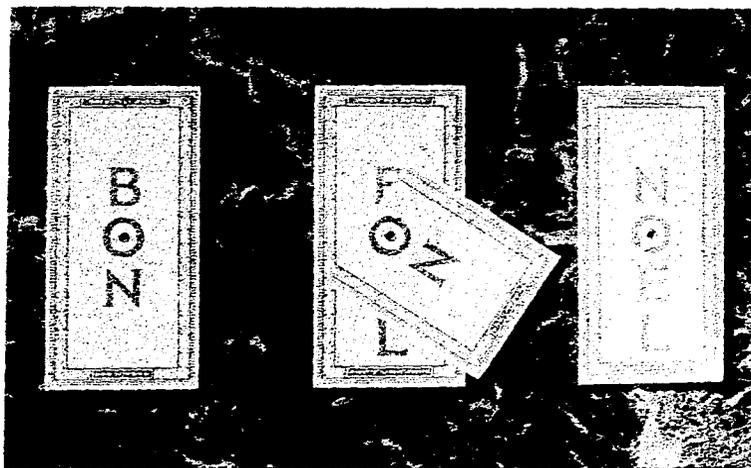




DESPACHO: Second Nature, Ltd.  
Reino Unido 1987

DESPACHO: Hallmark Cards, Inc  
Estados Unidos 1989





DESPACHO: Annette Harcus Design  
DISEÑADOR: Annette Harcus  
Australia 1992

DISEÑADOR: Nancy Clairmont  
Estados Unidos 1990

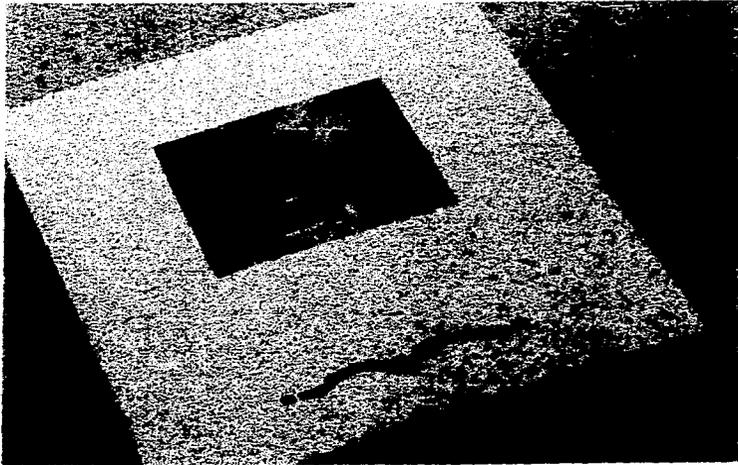


### III.3.2. INVITACIONES

Las invitaciones en un producto del diseño editorial que lo manejo como caso aislado porque definitivamente no podemos considerarlas como un folleto informativo, pero tampoco podríamos considerarlas dentro del extenso campo de la tarjetería, por tener otra finalidad.

Las invitaciones para eventos de toda índole como exposiciones, conferencias, eventos musicales y hasta graduaciones; son también una buena opción para desarrollar la creatividad a través de los suajes.

Dentro de las invitaciones si es muy importante el impacto que crea el efecto del suaje dentro de los diseños.



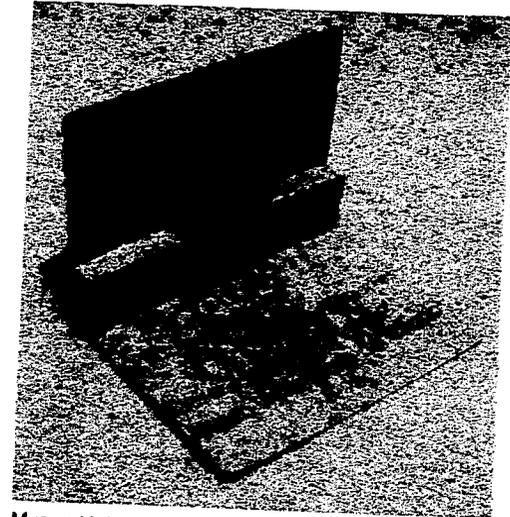
DESPACHO:  
Anette Marcus  
DISEÑADOR:  
Anette Marcus  
Australia 1987



DISEÑADOR: Akihiro Tsukamoto  
Japón 1987



DISEÑADOR: Hector Castañeda  
México 1993

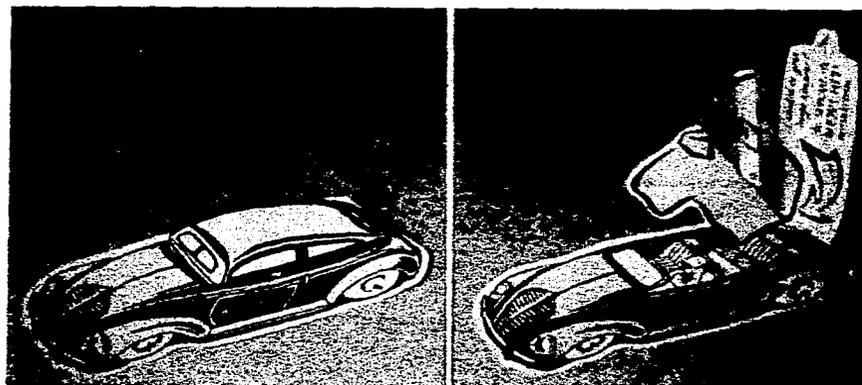
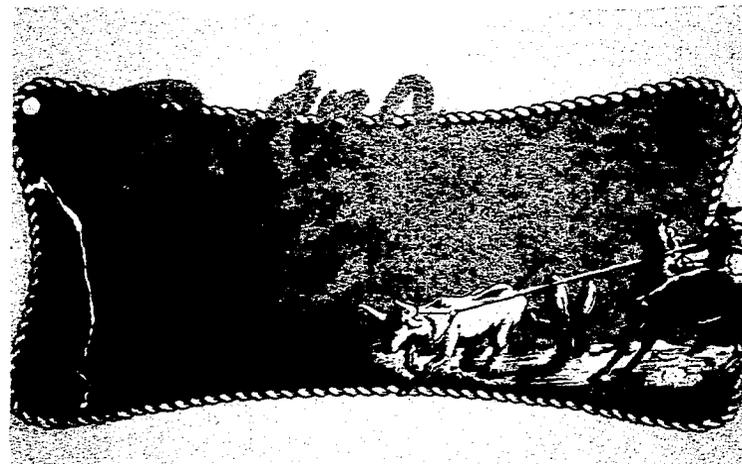


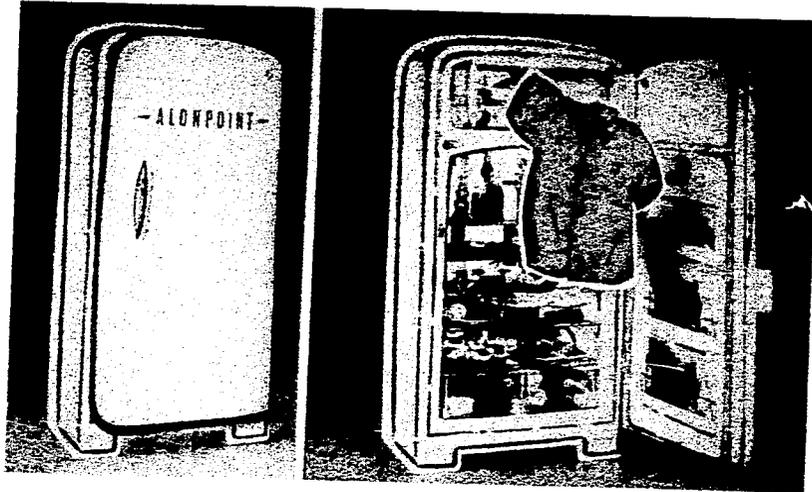
Museo Universitario del Chopo  
México 1993

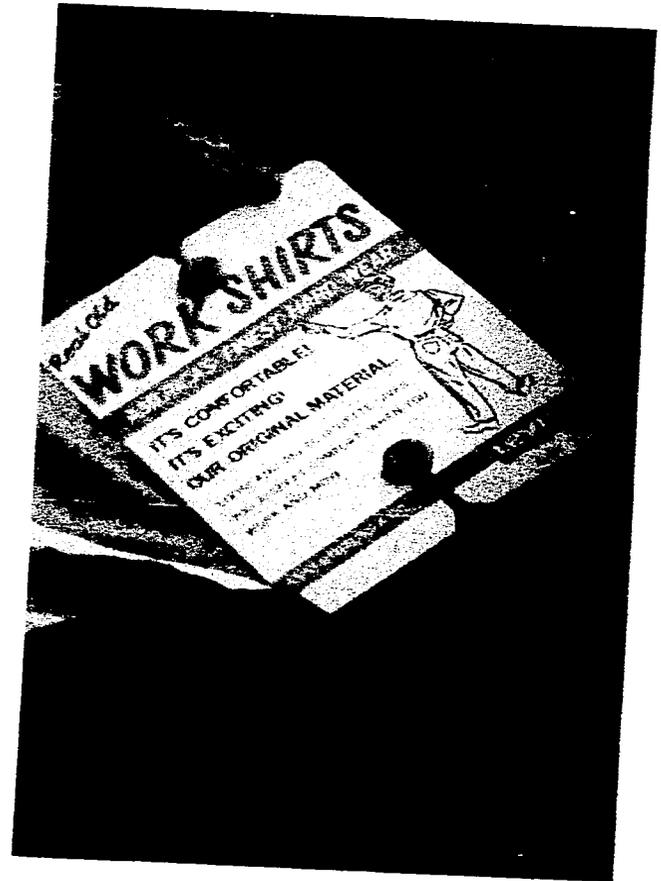
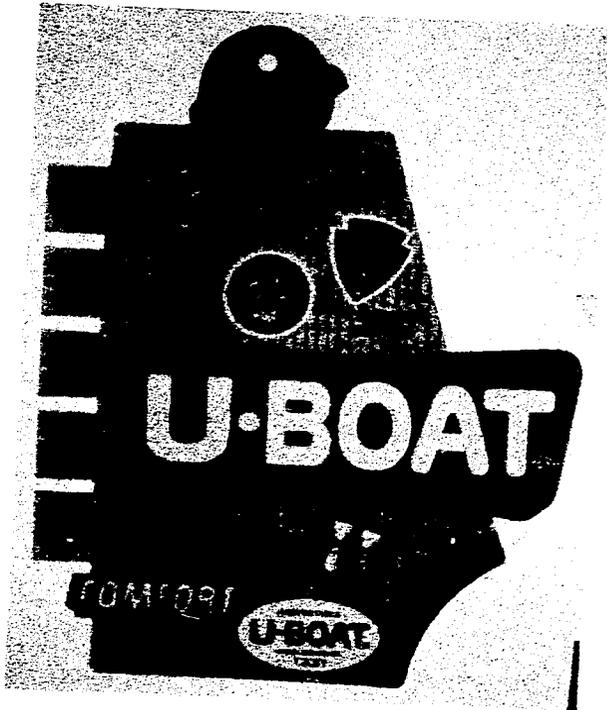
### III.4. ETIQUETAS

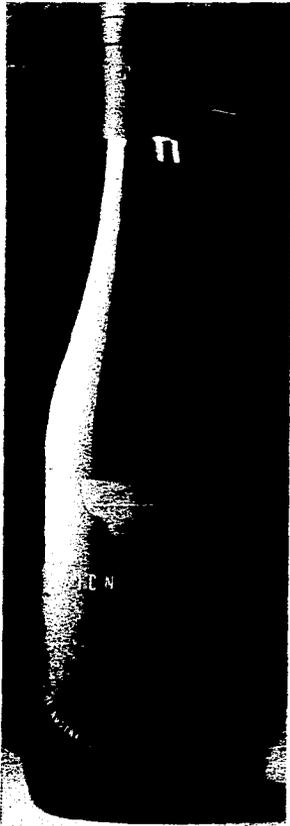
Esta ha sido una de las áreas del diseño en donde el suaje siempre ha estado presente y comprende la realización del formato para las etiquetas de ropa, alimentos enlatados, frutas, bebidas y una gran variedad de otros productos, dentro de los cuales sobresale la realización de etiquetas para prendas de vestir. Este tipo de etiquetas sobresale por mostrar formas más dinámicas, tanto en los diseños como en los formatos que presenta al público, a diferencia de otros productos en donde es más común el uso de las formas geométricas cotidianas, como lo son los formatos rectangulares, cuadrados, circulares, triangulares y ovalados.

Esto no quiere decir que dentro de estos productos los diseños sean malos.









DES PACHO: Brian Sadgrove y Associates  
DISEÑADOR: Brian Sadgrove. Australia 1989



DES PACHO: Barrie Tucker Design Pty., Ltd  
DISEÑADOR: Barrie Tucker  
Australia 1985

### III.5. TARJETAS DE PRESENTACION

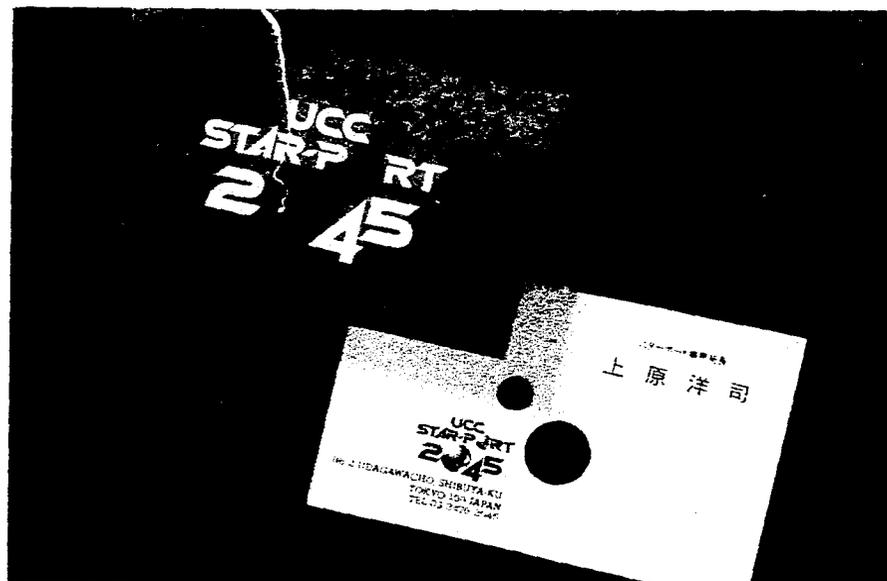
Generalmente cuando se piensa en el diseño de una tarjeta de presentación nos ponemos a pensar en colores, papeles e imágenes que serán distribuidas en formatos ya establecidos. En general la mayoría de las tarjetas de presentación tienen la misma medida de formato, ya sea vertical u horizontal, pensando en el hecho de que las personas que reciban las tarjetas puedan guardarlas fácilmente y sin que estas les estorben.

Para algunos esto podría representar una limitante para la creatividad; pero en cuestión de limitantes podríamos llegar a la conclusión de que la única limitante para un diseñador gráfico es la falta de creatividad.

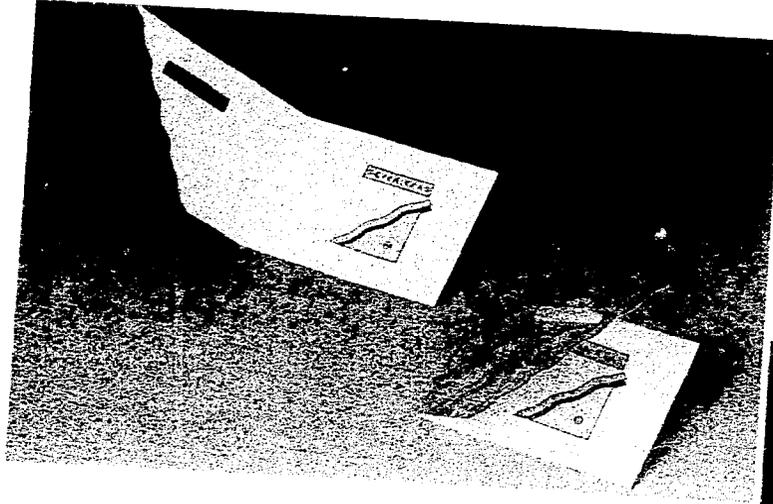
A continuación presentamos algu-

nas opciones que, a través de los suajes, nos permiten solucionar la limitante del formato y no solo eso sino que nos permiten crear un efecto de tri-dimensionalidad en nuestros trabajos.

En algunos casos partiendo del respeto del formato tradicional se pueden realizar cortes internos con los que se juega con el espacio y los huecos que se crean.



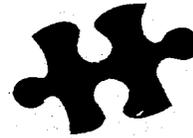
DISEÑADOR: Tomoko Uui  
Japón 1992



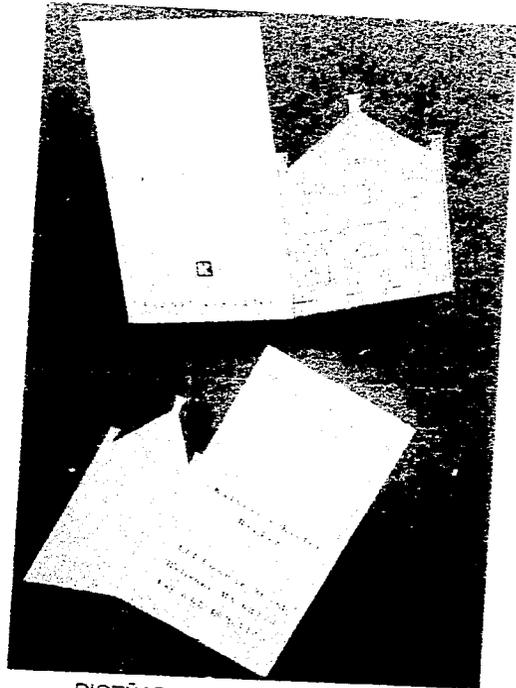
DISENADOR Linnea Gruber  
Estados Unidos 1990

MIKE HERNACK  
Mystery Writer

2787 STATE STREET  
SAN DIEGO, CA 92103  
619 542-8962  
FAX 297 8695



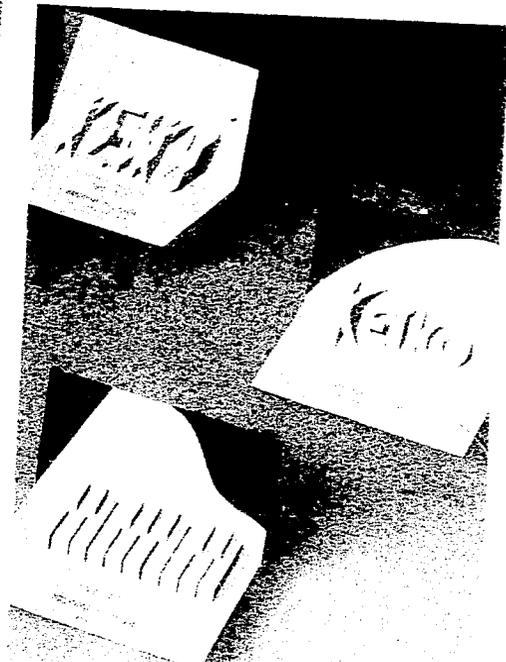
En otros casos los mecanismos lúdicos y los dobleces nos proporcionan un efecto de tri-dimensionalidad.



DISEÑADOR: Glenn Scott Johnson  
Estados Unidos 1991



DISEÑADOR: Melanie Lowe  
Estados Unidos 1994

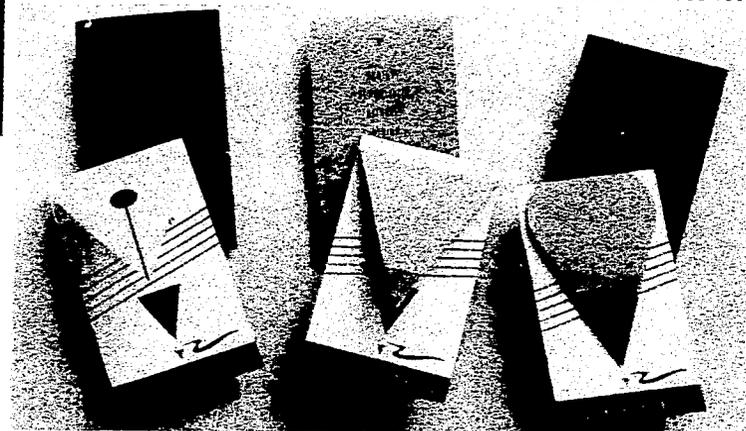


DISEÑADOR: Keiko Nakazawa  
Japón 1987



DISEÑADOR: Keiko Nakazawa  
Japón 1987

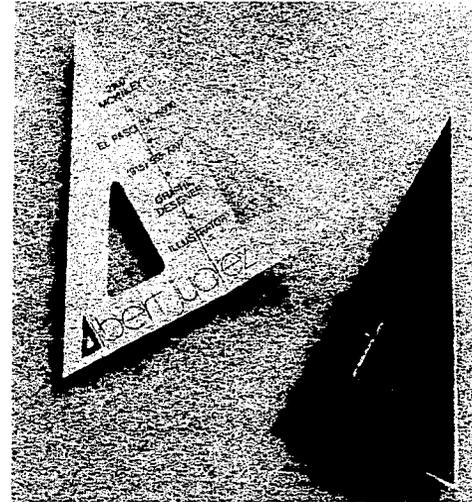
DESPACHO: Vista Graphics  
DISEÑADOR: Regina Cheong, Kai Sang Toh  
Estados Unidos 1994



DISEÑADOR:  
Arthur John L'hommedieu  
Estados Unidos 1994

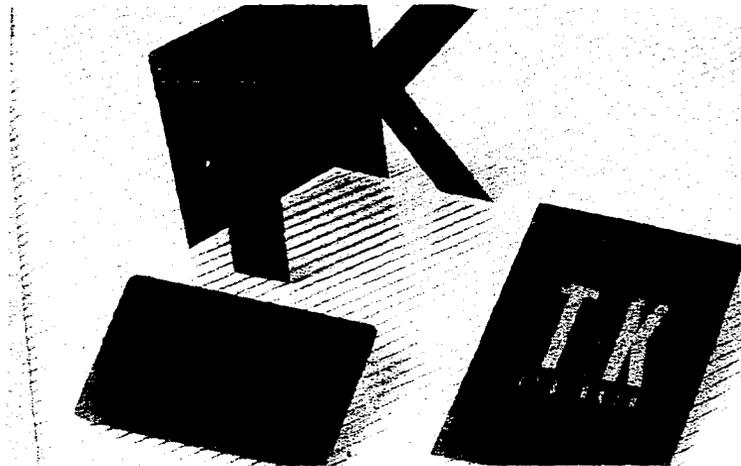


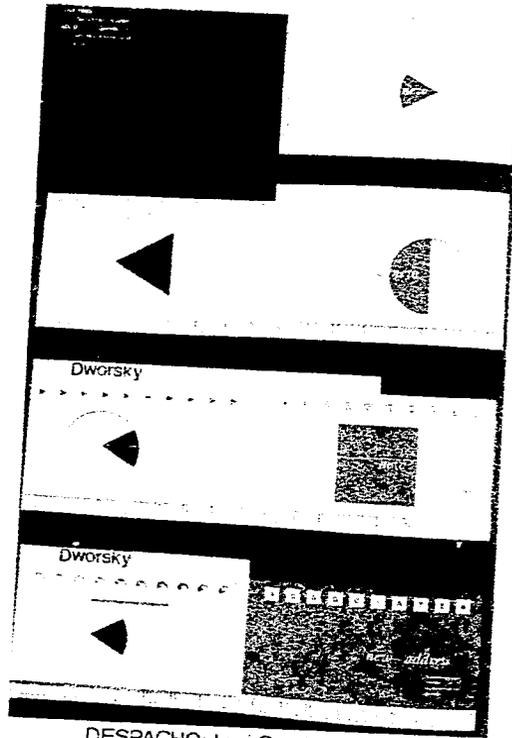
Por último podemos ejemplificar aquellas propuestas en donde el diseñador nos presenta algo que va mas allá de una tarjeta de presentación.



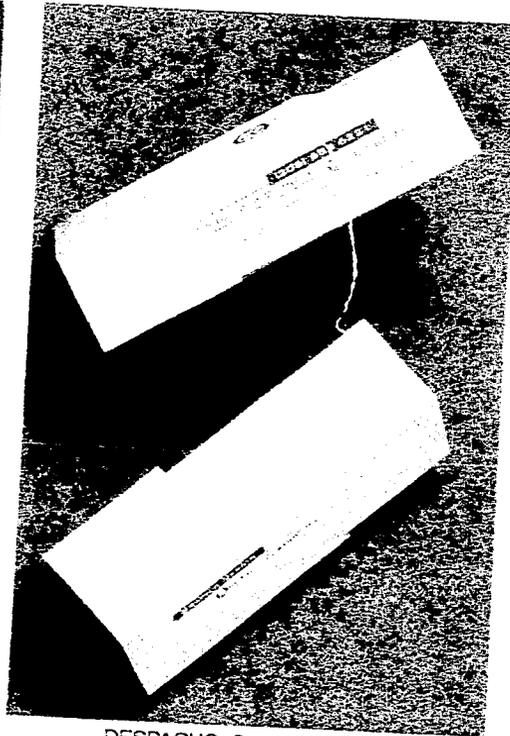
DISEÑADOR: Albert Juarez  
Estados Unidos 1992

DISEÑADOR:  
Yuicki Nakagawa  
Japón 1988

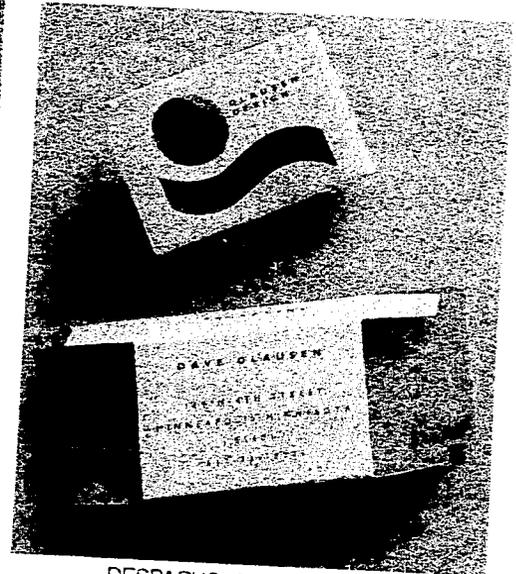




DESPACHO: Luci Goodman Studio  
 DISEÑADOR: Luci Goodman  
 Estados Unidos 1988



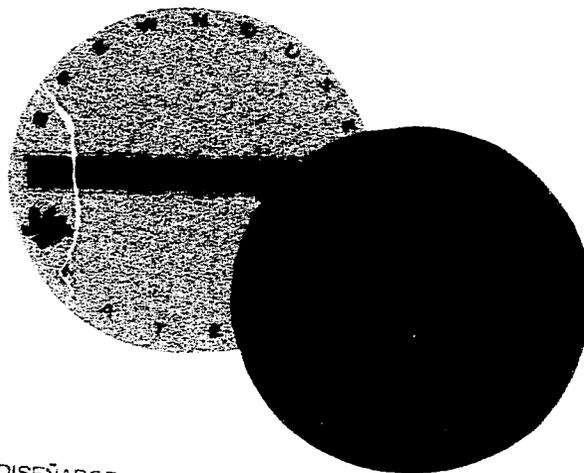
DESPACHO: Studio M.D., Inc.  
 DISEÑADOR: Glenn Mitsui  
 Estados Unidos 1992



DESPACHO: Olausen Design  
 DISEÑADOR: Dave Olausen  
 Estados Unidos 1993



DESPACHO. Punch Design Ink.  
DISEÑADOR: Rick Korab  
Estados Unidos 1994



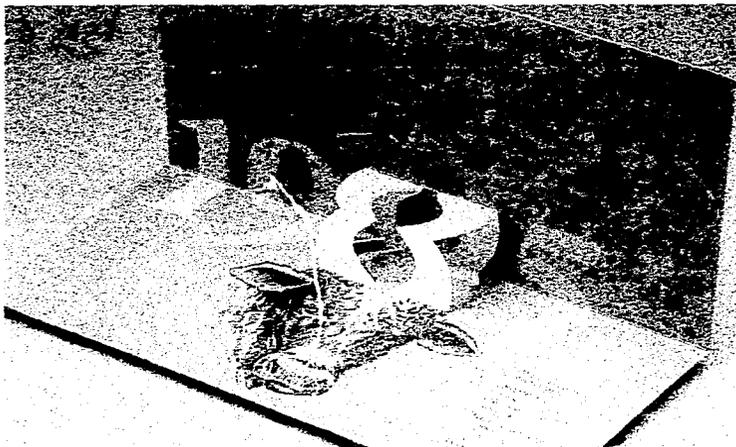
DISEÑADOR: Rick Tharp, Colleen Sullivan y  
Sandy Russell  
Estados Unidos 1994

### III.6. OTRAS PROPUESTAS PARA EL USO DE LOS SUAJES

El suaje como elemento que cuenta con su propia personalidad y que nos brinda la opción de utilizarlo como herramienta auxiliar en el diseño gráfico puede ser utilizado para casi cualquier cosa que nosotros imaginemos dándonos así la oportunidad de experimentar en diversas áreas del diseño y desarrollar nuestra creatividad.

Dentro de las propuestas aquí presentadas sobresale la realización de juguetes fabricados completamente con cartón y cuyas partes son realizadas por medio de los suajes.

Como podemos observar la acción de crear a través de los suajes nos permite experimentar con las formas y el volumen, algo con lo que el diseñador gráfico no está acostumbrado a trabajar cotidianamente.



DESPACHO: Design  
focus international  
DISEÑADOR: Jack Elder  
Estados Unidos 1985

DESPACHO:  
Julia Tam Design  
DISEÑADOR:  
Julia Tam  
Australia 1992



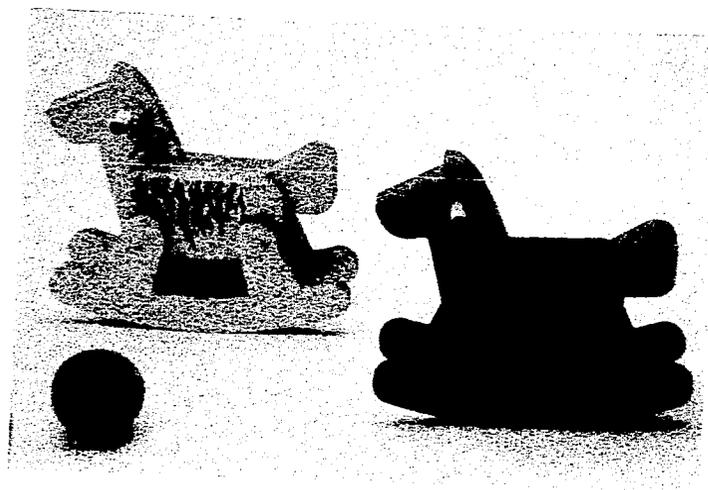
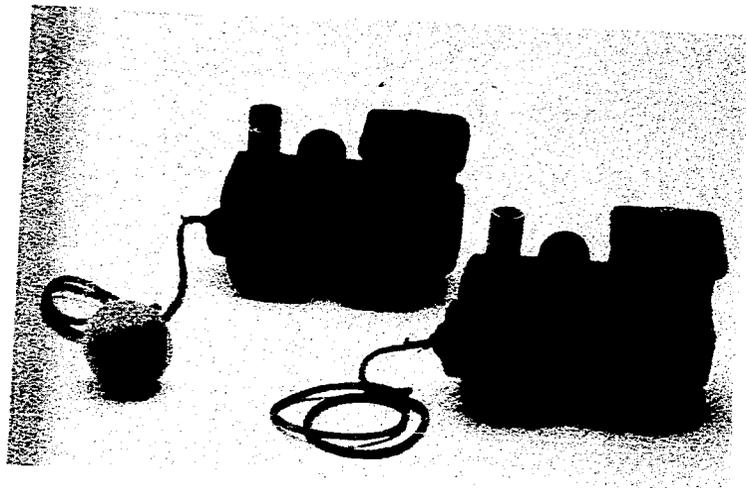


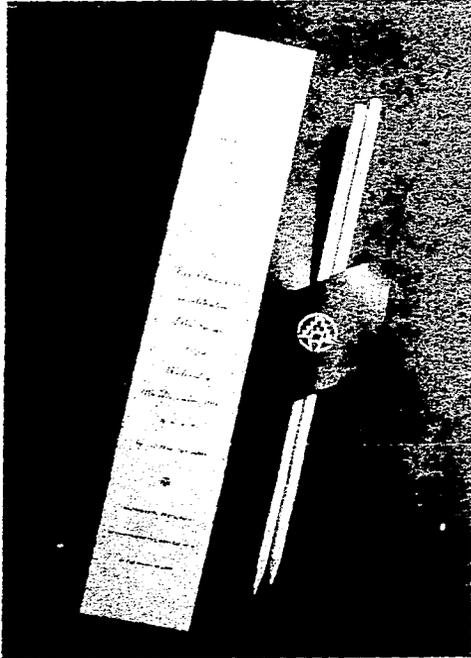
FIRMA: Newsweek, New York City  
DISEÑADOR: Nike Luckovitch  
Estados Unidos 1992



DESPACHO: Hands  
DISEÑADOR: George Lang  
Reino Unido 1988







DESPACHO: Annette Harcus Design  
DISEÑADOR: Annette Harcus, Trevor Crump  
Australia 1994



DESPACHO: The Javier  
Romero Design Group  
DISEÑADOR:  
Pablo Olmos, Elizabeth  
Murphy, Martin Fitzpatrick,  
Suzanne Andrade, Gary  
Saint Clare.

# CAPITULO IV

## PROPUESTA DE UN DISEÑO REAL CON LA UTILIZACION DE SUAJES

Durante el desarrollo del presente trabajo se pudo constatar la riqueza que nos brindan los suajes y los efectos que podemos crear a través de ellos.

Uno de los motivos por el cuál se presenta éste trabajo fue el estudio de las variantes que los suajes nos brindan dentro del diseño bi-dimensional y los atributos tri-dimensionales que se le pueden otorgar al mismo.

Y como lo menciono en uno de los capitulos anteriores, podemos explotar cualquier área dentro del diseño gráfico y nos daremos cuen-

ta del gran campo que encontraremos en relación al uso de los suajes.

### IV.1. SELECCION DEL PROYECTO.

El trabajo de aplicación de suajes, se ubica dentro de una de las áreas del diseño bi-dimensional mas comunes pero también una de las mas complejas esta es el diseño de papelería.

Se podría pensar que el uso de los suajes dentro del diseño de una papelería es algo muy arriesgado por el hecho de que no es común ver

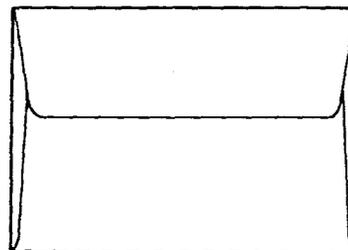
hojas membretadas, sobres, folders y tarjetas de presentación con suajes; generalmente el público esta más familiarizado con el uso de otro tipo de acabados, dentro de los diseños de las papelerías, tales como grabados en ciego, barnices, sellos de agua o plastificados que, en contraste con el uso de el suaje como elemento artístico y parte fundamental de una composición, son más comunes.

#### IV.1.1. SOBRES Y FOLDERS

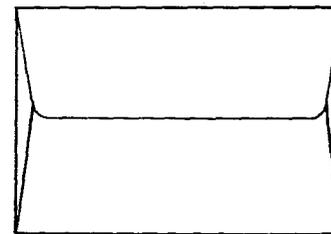
En relación a los sobres y a los folders nos podemos dar cuenta que, independientemente del forma-

to que estos tengan, la obtención de los mismos es por medio de los suajes.

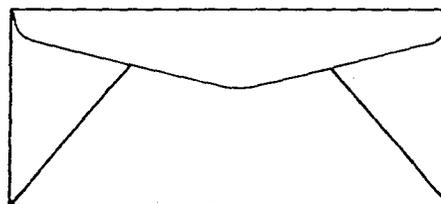
El estilo de sobres que algunas empresas utilizan para enviar la correspondencia a sus clientes contienen una ventana a través de la cual se puede verificar el nombre de la persona a la que se dirige dicho documento. Esto nos habla de la funcionalidad que se puede crear a través de los suajes, por el hecho de pensar que, en vez de tener que membretar una gran cantidad de sobres, se utiliza el membrete del documento interior mostrándolo a través de la ventana.



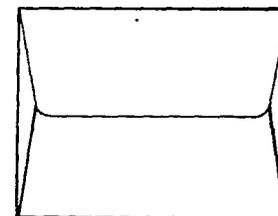
A7 (5¼" x 7¼")



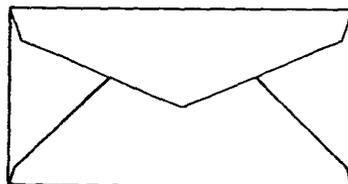
A6 (4¾" x 6½")



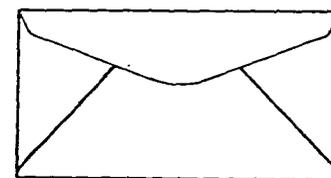
No. 10 (4¼" x 9½")



A2 (4¾" x 5¾")



3 1/8 (3 1/8" x 7 1/2")

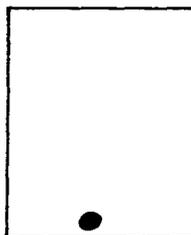


6 3/4 (3 3/8" x 6 1/2")

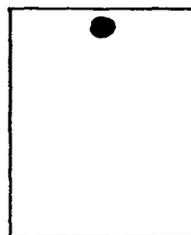
#### IV.1.2 PAPEL MEMBRETADO

Generalmente el papel membretado nunca sufre variaciones en el formato que utiliza y dentro de este espacio se juega con la distribución de los elementos. Podríamos decir que para la distribución de los datos y las imágenes ya existe un cierto código que nos muestra cuales son las áreas mas comunes para la distribución de los mismos.

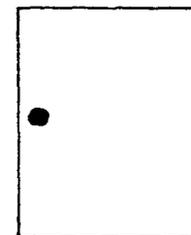
Pero podemos combinar ambas posibilidades y poder jugar tanto con nuestro formato y al mismo tiempo con la distribución de nuestros elementos de diseño.



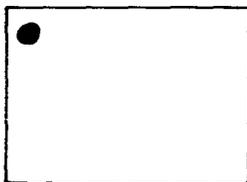
INFERIOR CENTRADO



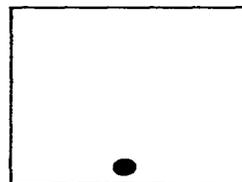
SUPERIOR CENTRADO



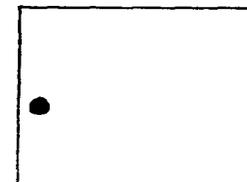
MARGEN IZQUIERDO CENTRADO



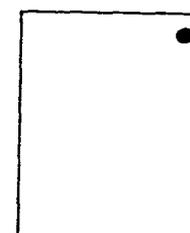
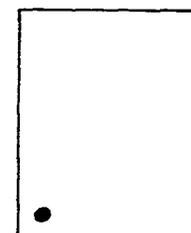
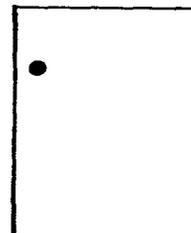
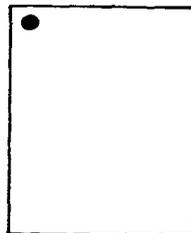
HORIZONTAL SUPERIOR IZQUIERDO



HORIZONTAL INFERIOR CENTRADO



HORIZONTAL MARGEN IZQUIERDO CENTRADO



Variantes del formato vertical

#### IV.1.3. TARJETAS DE PRESENTACION

Partiendo del hecho de que una tarjeta de presentación contiene una serie de datos que, en conjunto, nos permitirán difundir un mensaje el cual tiene la función de dar a conocer a alguien que brinda su servicio.

Las tarjetas de presentación son pequeños diseños en los que tenemos el compromiso de causar un completo impacto visual a través de estas y así llamar la atención del público

Si fragmentamos una tarjeta nos daremos cuenta que existen dentro de ella una serie de elementos que actúan individualmente, y que en conjunto no lo percibimos de este modo. Estos elementos los clasificaremos de la siguiente manera:

- Datos de la persona o compañía
- Arte: Refiriéndonos con esto únicamente al logotipo y los atributos que se le dan al mismo.
- Diseño: Poniendo aquí todos los requerimientos técnicos en relación a las características de la tarjeta; tales como orientación, formato y si será una impresión por uno o ambos lados.
- Estilo: Todas las características en relación a la tipografía que utilizemos.
- Papel y tinta: Englobando aquí la variedad de tintas y papeles que se seleccionen aprovechando las características que estos nos pueden brindar.
- Efectos gráficos: Como podría ser el uso de suaje, grabados, barnices, etc.

Como nos podemos dar cuenta, son muchos los elementos que debemos considerar para el diseño de una tarjeta y todos estos elementos son básicos en el desarrollo de los mismos. En cierta forma la utilización de tanta información dentro de un formato tan pequeño es uno de los primeros obstáculos a los que nos enfrentamos en la realización de una tarjeta.

En primera instancia pensaríamos que no cualquier estilo de tarjeta nos permite la utilización de los suajes; pero el hecho es que, mientras se utilice bien el elemento, el suaje podrá ser empleado desde una tarjeta de un diseñador; en donde se podría considerar que los estilos de composición son mas libres y se prestan mas para la experimentación e innovación en el uso de algunos elementos, hasta la tarjeta de un doctor o un abogado, en donde se trata de reflejar un estilo

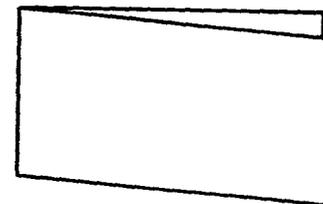
mas clásico de composición. Lo que se intenta es reflejar la personalidad de la persona o empresa mediante un diseño que mezcle los suajes dentro de la composición de la misma.

Recordemos que el diseño que se utilice debe de representar a la persona o empresa y esta sentirse plenamente identificada con esta imagen.

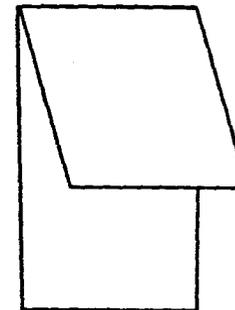
Podríamos, también, mencionar que dentro del diseño de tarjetas de presentación existen formatos ya establecidos, con medidas estándar a nivel internacional.

Es a través de los suajes y dobleces que han podido ser concebidos estos formatos, pero no son los únicos que podemos utilizar y de la misma forma nosotros podemos innovar y volvernos mas propositivos en relación a los formatos que

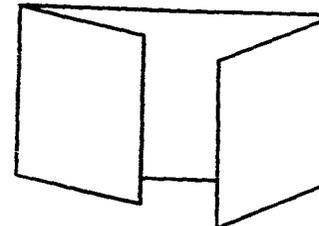
utilicemos para nuestras tarjetas. Cuidaremos, obviamente, de que nuestras propuestas no dejen de ser manejables, prácticas, y funcionales.



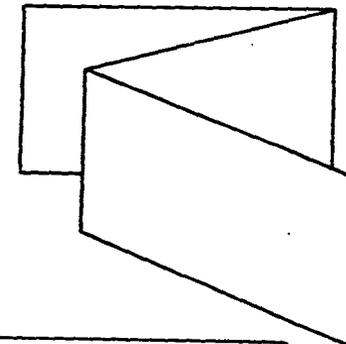
PLEGADO DE LIBRO



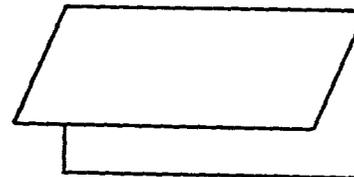
PLEGADO VERTICAL CORTO



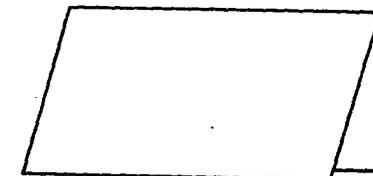
PLEGADO EN PUERTA



PLEGADO "Z"



PLEGADO HORIZONTAL CORTO



PLEGADO DE TIENDA

## IV.2. DATOS DEL PROYECTO

Los elementos que se mencionaron anteriormente; sobre, hoja y tarjeta de presentación, son los tres componentes clásicos de una papelería; el folder es un elemento adicional que fue agregado por las necesidades de algunas empresas.

De esta forma continuo con la descripción del proyecto de aplicación, el cuál es el desarrollo de los suajes dentro del diseño de papelería, el grupo cuyo imagen será utilizada para trabajar es "MYR CONTADORES ASOCIADOS".

MYR es una asociación que se crea en el año de 1987 por un grupo de contadores que emprenden el proyecto de instalar su propio despacho con el propósito de brindar un servicio administrativo tanto a pequeña, mediana y grande empresa.

Las siglas del nombre de MYR surgen de la unión de las iniciales de los apellido paternos de los fundadores de la asociación, Melo Salazar Jorge y Reyes Chalico M<sup>a</sup> Araceli.

Los servicios que dicha asociación brinda, a grandes rasgos y dividiéndolos en cuatro grupos, son:

- a) AUDITORIA:Financiera  
Operacional
- b) CONTABILIDAD:Implantación de sistema contable  
Registro de operaciones  
Elaboración de estados financieros  
Elaboración y presentación de obligaciones fiscales
- c) ASESORIAS:Contables  
Administrativas
- d) OTROS SERVICIOS:Depuración de cuentas  
Elaboración de declaraciones

Cuando el proyecto arranco como tal no se pensó en el desarrollo de una imagen que los representara. Actualmente, el proyecto ha crecido y debido a su difusión se ve obligado a pensar en el desarrollo de su identidad corporativa y de su papelería.

## IV.3. DESARROLLO Y JUSTIFICACION DEL PROYECTO.

El objetivo del proyecto es crear una imagen que en conjunto con los suajes nos permita mostrar un concepto que le permita al cliente darse a conocer por medio de una imagen agradable, dinámica y que refleje en lo posible la personalidad que la persona o grupo al que se representa quiere proyectar.

#### IV.3.1. DISEÑO DE LA IMAGEN PARA EL CLIENTE

Primeramente realizamos una serie de propuestas dentro de las cuales podemos experimentar o plantear todas clase de ideas para después seleccionar, dentro de este grupo, dos o tres que consideremos apropiadas para nuestro cliente.

Dentro de este grupo se hace una selección tomando en cuenta el estilo y la imagen que nuestro cliente quiere proyectar.



Una vez seleccionadas dos o tres propuestas continuamos trabajando sobre estas para afinar detalles y presentárselas a nuestro cliente para que el seleccione la que considere mas apropiada para sus fines.

Se realizarán toda clase de variantes dentro de estas propuestas, pero sin perder el concepto total de la idea original, porque esto nos podría ocasionar confusión dentro de una falsa planeación del proceso de diseño.

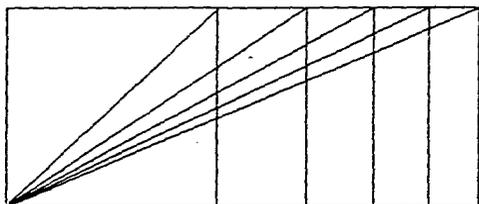
Dentro de estas opciones se selecciona la que se considera más apropiada y se le afinan detalles.

Con la selección de una sola idea procedemos a realizar la justificación de la construcción de la imagen, el espacio que ocupa y sus medidas; esto con la finalidad de que, en futuras ocasiones que dicha imagen quiera ser reproducida, pueda ser manejada con facilidad y su reproducción sea idéntica. También, con nuestra imagen justificada, podremos adaptarla a cualquier formato o soporte que nosotros queramos y si en un futuro nuestro cliente requiere de un rediseño o de nuevas aplicaciones le será mas fácil realizarlas a través de la diagramación de la idea original.



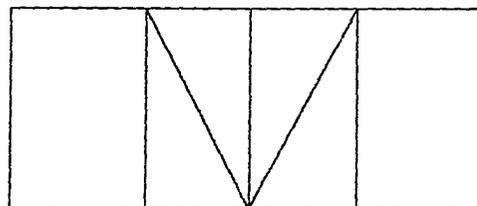
#### IV.3.2. JUSTIFICACION DE LA CONSTRUCCION DEL LOGOTIPO

Para poder justificar la construcción del logotipo primero procedemos a colocarlo dentro de un espacio determinado, y nos damos cuenta que el espacio que ocupan nuestros dos caracteres (MR), con las características del estilo seleccionado, son iguales a la construcción de un rectángulo raíz de seis.

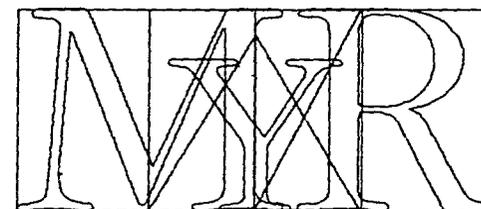


RECTANGULO RAIZ DE 6

Para la obtención del espacio que está ocupando el triángulo; nuestro rectángulo es transformado en un rectángulo de doble sección aurea en donde el triángulo tendrá las dimensiones de la unidad.

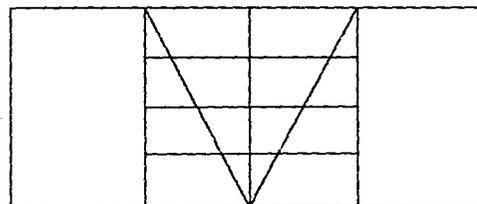


RECTANGULO DE DOBLE SECCION AUREA



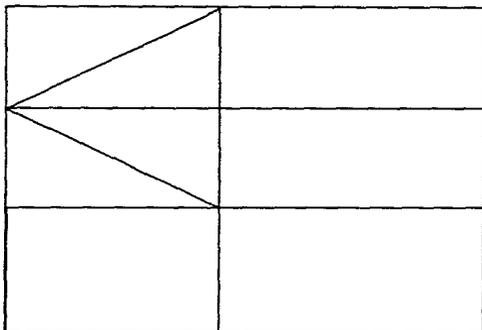
POSICION DE LOS ELEMENTOS DEL LOGOTIPO

El cuadro, a su vez, es dividido en cuatro porciones iguales para delimitar la altura que tendrá el caracter "Y".



DIVISION DEL CUADRADO CENTRAL

Para la introducción de la leyenda "contadores asociados" se obtiene la sección aurea de la altura de los caracteres "MR" dentro de el área que surge se juega con los espacios



MARCADO DEL AREA UTILIZADA PARA INCLUIR LA LEYENDA "CONTADORES ASOCIADOS"

entre caracteres para originar un rectángulo que tendrá, en su base, las misma dimensión que tiene el logo en su base.



DIAGRAMACION FINAL DE TODO EL LOGOTIPO

**MR**  
**CONTADORES**  
**ASOCIADOS**

DISEÑO FINAL DEL LOGOTIPO

De esta forma queda trazada la construcción de nuestro logotipo y procedemos a aplicarlo dentro de nuestra papelería con la utilización de los suajes.

#### IV.4. APLICACION DE LOS SUAJES CON LA IMAGEN DENTRO DEL DISEÑO DE LA PAPELERIA DEL CLIENTE

Una vez teniendo seleccionada la imagen final procedemos a pensar en las variantes que esta nos podría brindar sobre los distintos soportes que componen una papelería y la forma en que esta imagen puede ser combinada con el uso de los suajes.

##### IV.4.1. DISEÑO DE LA TARJETA DE PRESENTACION

Podríamos considerar que la tarjeta de presentación es la pieza fundamental de la papelería de cualquier empresa o compañía; es el primer medio para iniciar la relación con un cliente y la que da a conocer nuestra imagen. El resto de la papelería es solo soporte para reafirmar-

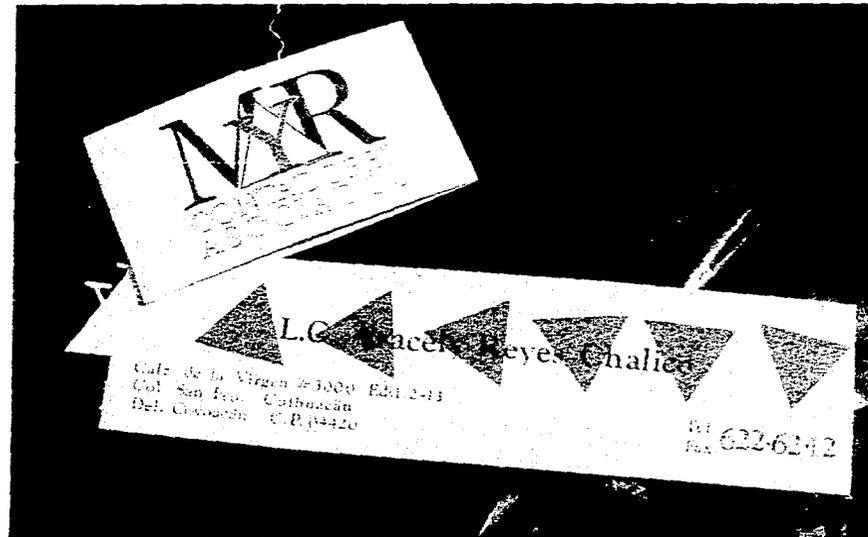
le al cliente el concepto y la calidad del servicio que se le brinda.

Dentro de la propuesta se juega con la composición de la imagen, convirtiéndola de una imagen completamente bi-dimensional a una composición con atributos tri-dimensionales.

El formato utilizado es denomina-

do como plegado en puerta, esto con el fin de que el extremo que tiene el suaje tenga un poco de protección y la tarjeta pueda ser guardada en el espacio común de 5x9 cm.

El marcado de los suajes dentro del original mecánico se realizo de la siguiente manera.



Y



Calz. de la Virgen #3000 Edif.2-13  
Col. San Fco. Culhuacan  
Del. Coyoacan C.P. 04420

Tel:  
Fax: 622-62-12

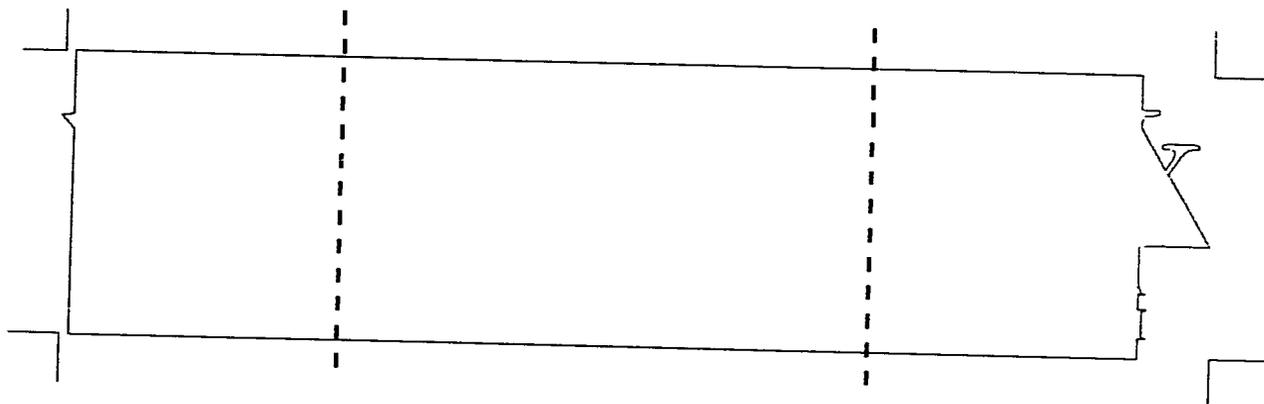
R

DORES  
ADOS

M

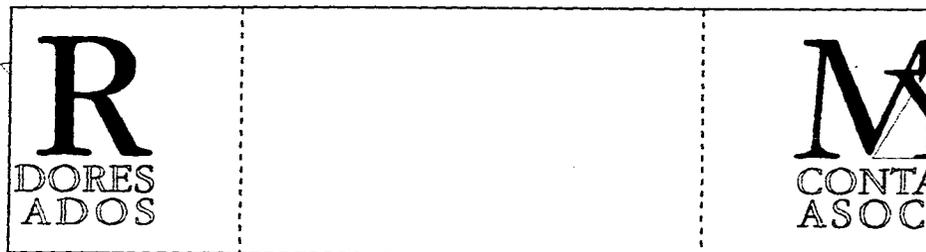
CONTA  
ASOCI

**L.C. Araceli Reyes Chalico**

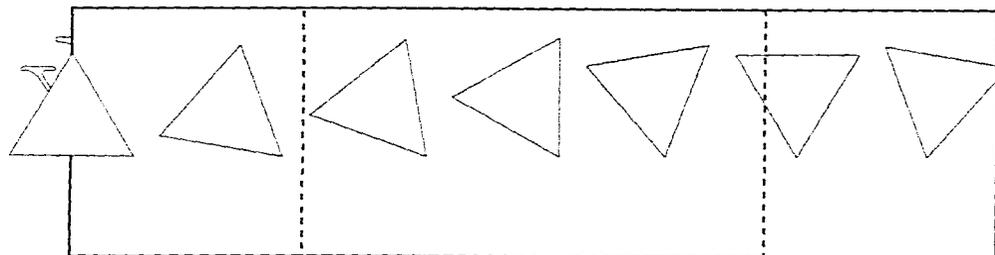




TARJETA DOBLADA



CARA EXTERIOR



CARA INTERIOR

#### IV.4.2. DISEÑO DEL PAPEL MEMBRETADO

El uso de los suajes dentro del diseño de papeles membretados es nulo. La única variante que se utiliza dentro de las hojas membretadas esta en el uso de diversos formatos.

Por lo anterior mi propuesta se basa en la posibilidad de poder transformar los formatos ya establecidos. Esto quiere decir, que partiendo del hecho de que se cuenta con tamaños de hojas ya conocidos y con funciones específicas dentro del uso cotidiano, como lo son el formato carta, oficio, doble carta, A3, A4, A5 y B5, nosotros podremos hacer una combinación de dichos formatos a través de los suajes.

Dentro de la papelería que se maneja dentro de el grupo MYR, y como se maneja en algún otro tipo de instituciones, cuando se ofrece

un servicio a alguna persona o empresa se redacta una carta de presentación para dicho cliente. En el caso de "MYR CONTADORES Y ASOCIADOS", se le presenta al cliente una carta propuesta en la cual se le especifican al cliente los siguientes datos:

- Servicios a proporcionar
- Tipo de informes o reportes que se presentaran
- Periodicidad de asistencia
- Información proporcionada por la empresa
- Personal que llevará a cabo el trabajo
- Personal de la empresa con que se tendrá comunicación
- Honorarios profesionales

La presentación de la carta propuesta es siempre la misma y el único elemento que cambian, son los datos del cliente; entonces, partiendo del hecho de la repetición del

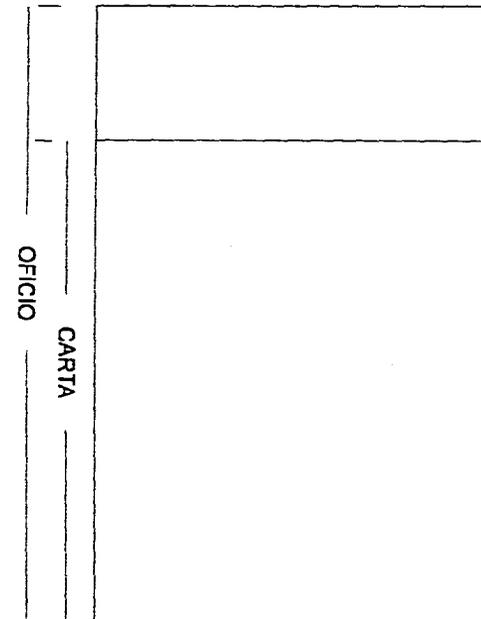
En el primer caso, por considerar que es un papel o documento de uso continuo, si se le aplica un suaje podríamos perder la facilidad del manejo del mismo.

Por el contrario en el segundo caso es mas un documento de presentación, por lo cual podemos darle otro tipo de acabado.

El diseño de la carta propuesta esta basado en la combinación de dos formatos. Si comparamos todos los formatos ya establecidos que conocemos, ya sea horizontal o verticalmente, nos daremos cuenta que el concepto es el mismo y que todos

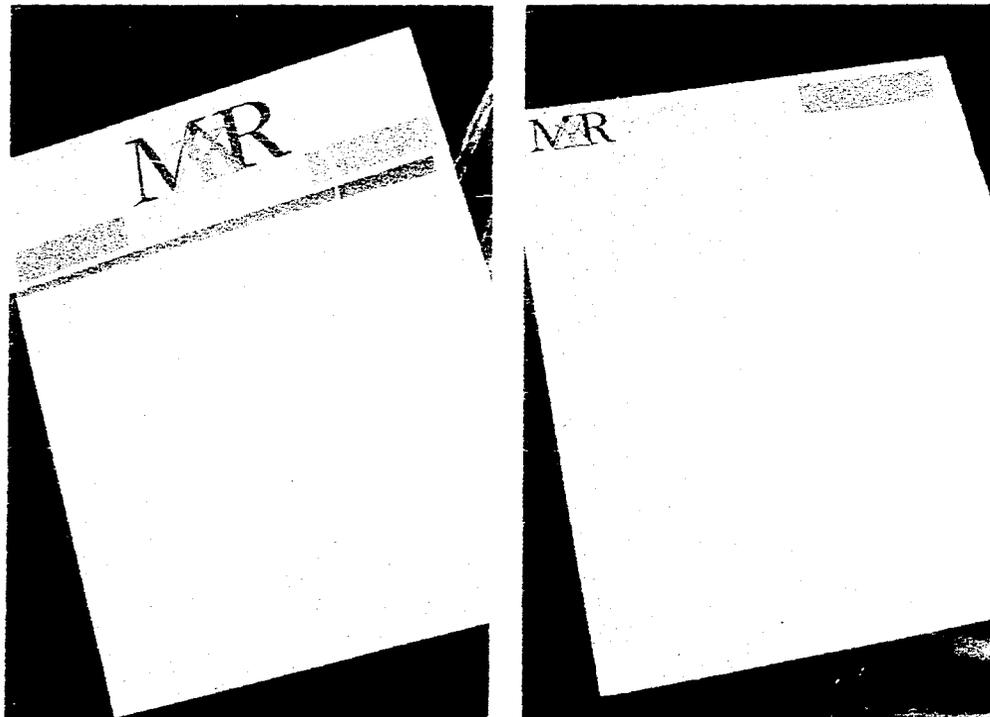
documento proponemos la utilización de dos estilos de hojas membretadas: 1º la hoja tradicional, la cual puede tener diversos usos dentro de la compañía, y 2º la hoja que se utilizará para la realización de las cartas propuesta.

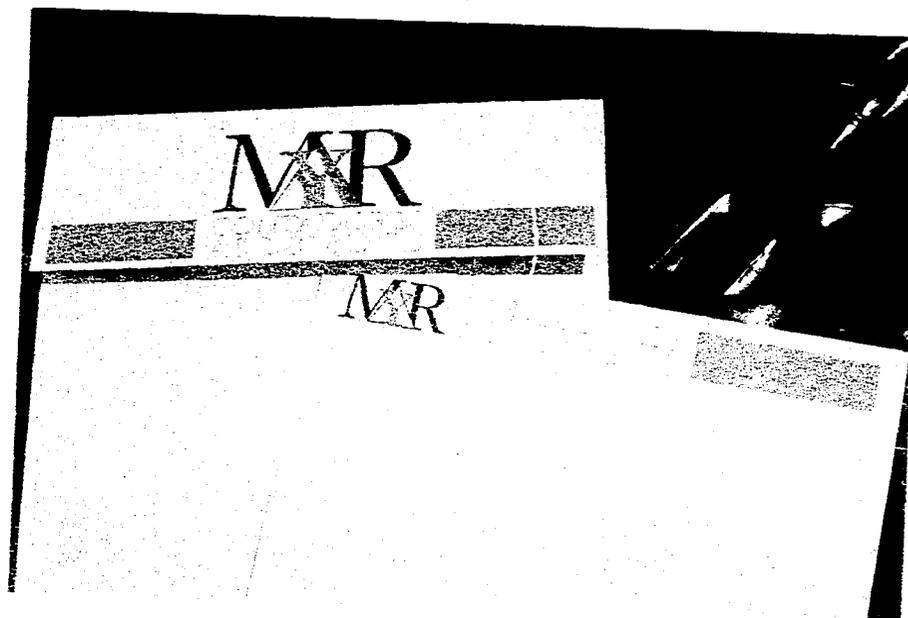
los formatos son rectángulos propuestos en distintas proporciones; entonces, si seleccionamos dos formatos y al mayor le doblamos la o las partes que tiene como sobrante en relación al formato menor obviamente obtendremos como resultado el tamaño del formato menor.

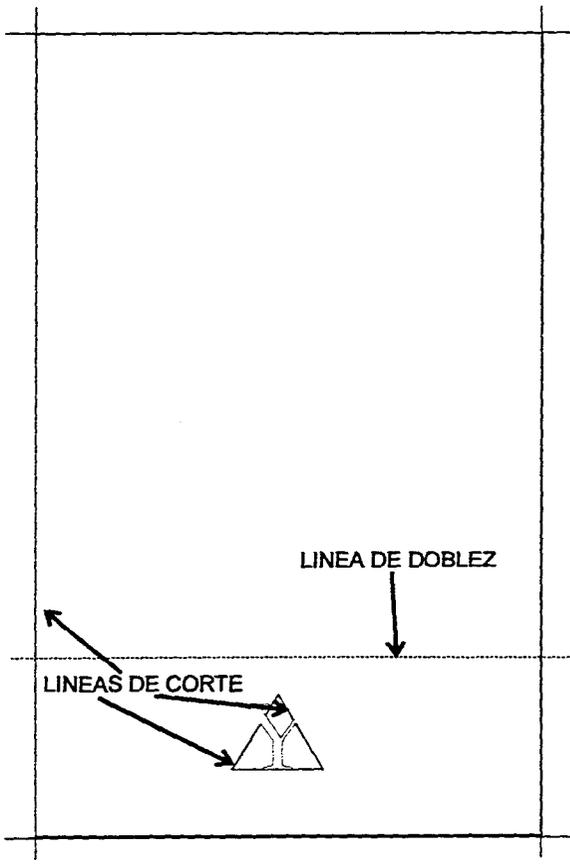
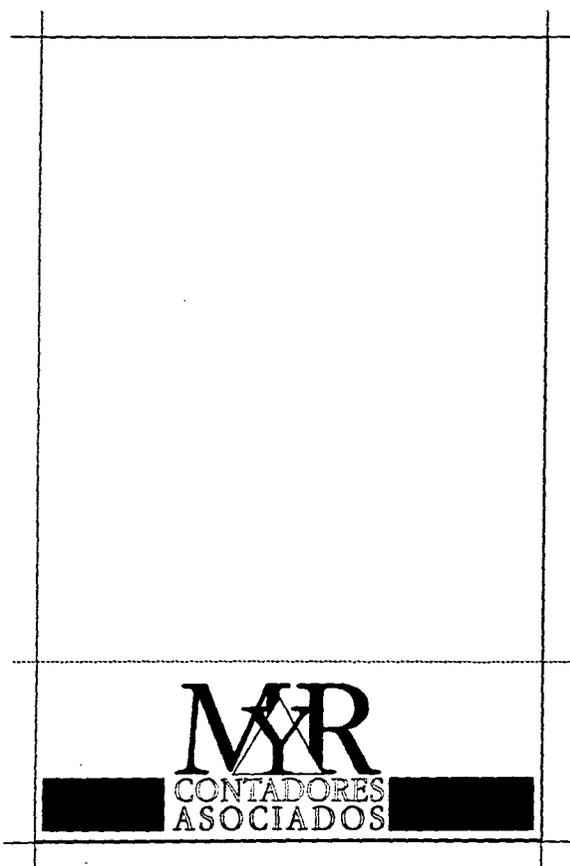


Pero la finalidad de este ejercicio no es descartar las zonas que podríamos considerar como sobrantes, si no aprovecharlas para crear algún efecto de volumen, profundidad, o formar con esta alguna pleca o viñeta que sirva como adorno.

Es de esta forma como esta planteado el resultado del diseño de la carta propuesta. Partiendo de la selección de un formato oficio adaptado a un formato carta y con la parte que resulto como sobrante es el espacio que utilizaremos para crear el efecto a través de el suaje y el dobléz.



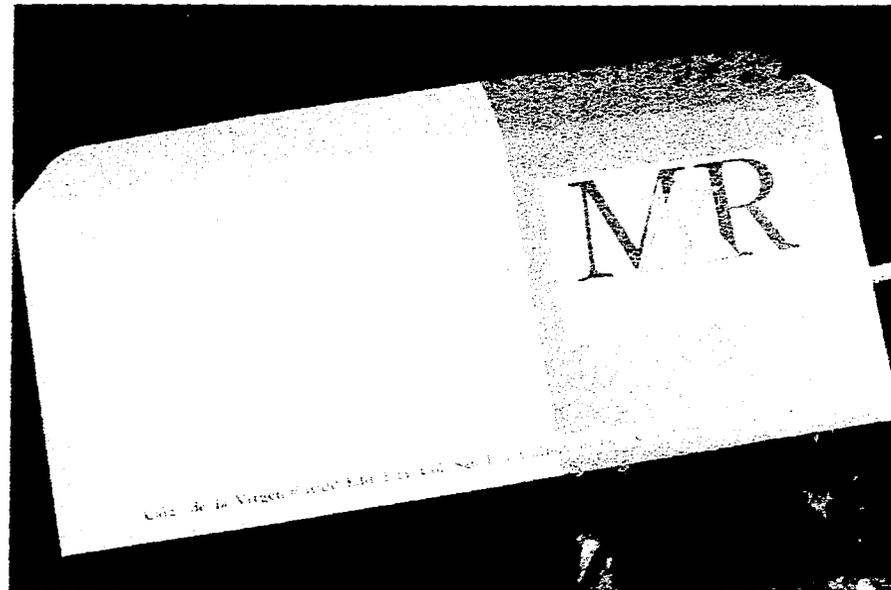




#### IV.4.3. DISEÑO DEL SOBRE

En relación al diseño del sobre se pensó en la selección de un tamaño en el cuál entrara fácilmente el papel membretado y en la distribución de los elementos de identificación sobre el mismo.

El uso que aquí se le da al suaje no es como elemento artístico o decorativo, aquí se trata de utilizarlo como un elemento técnico para la fabricación de los mismos ya que el formato que utilizemos también forma parte de la composición y está cumpliendo una función dentro de el diseño.

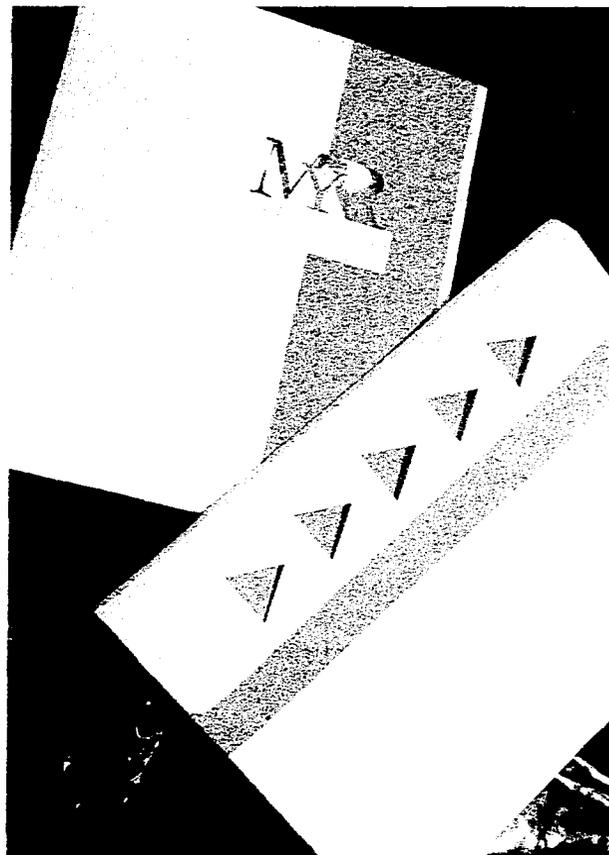


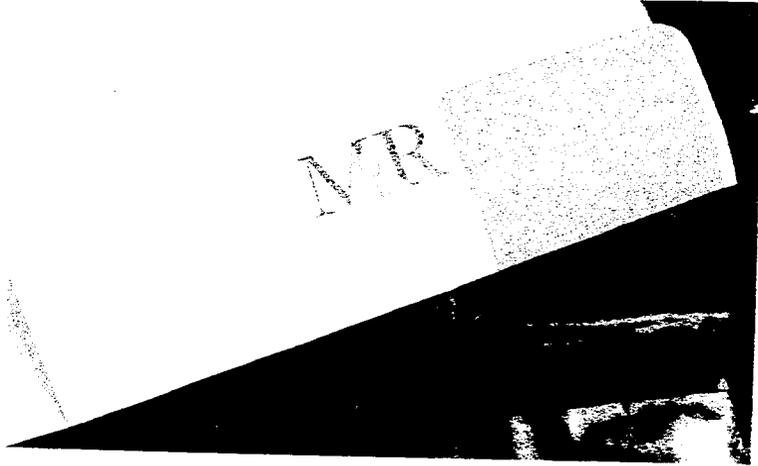
#### IV.4.4. DISEÑO DEL FOLDER

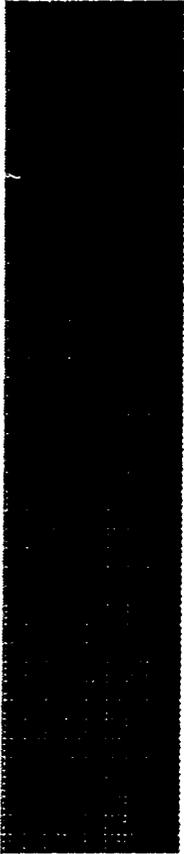
Dentro del diseño del folder, aparte de seleccionar de la posición que consideramos ideal para la colocación del logotipo de nuestro cliente, y la utilización de los suajes sobre el mismo, se pensó en agregarle dos alas o pestañas que nos permiten darle mas protección a la documentación que se guarde dentro de este.

Esta solución es por el hecho de que dentro de los folders convencionales, cuando se guarda dentro de ellos una gran cantidad de documentos el folder se vuelve insuficiente.

Aquí se experimento con el efecto que pueden producir los suajes combinando la impresión con una imagen que funciona como ventana.

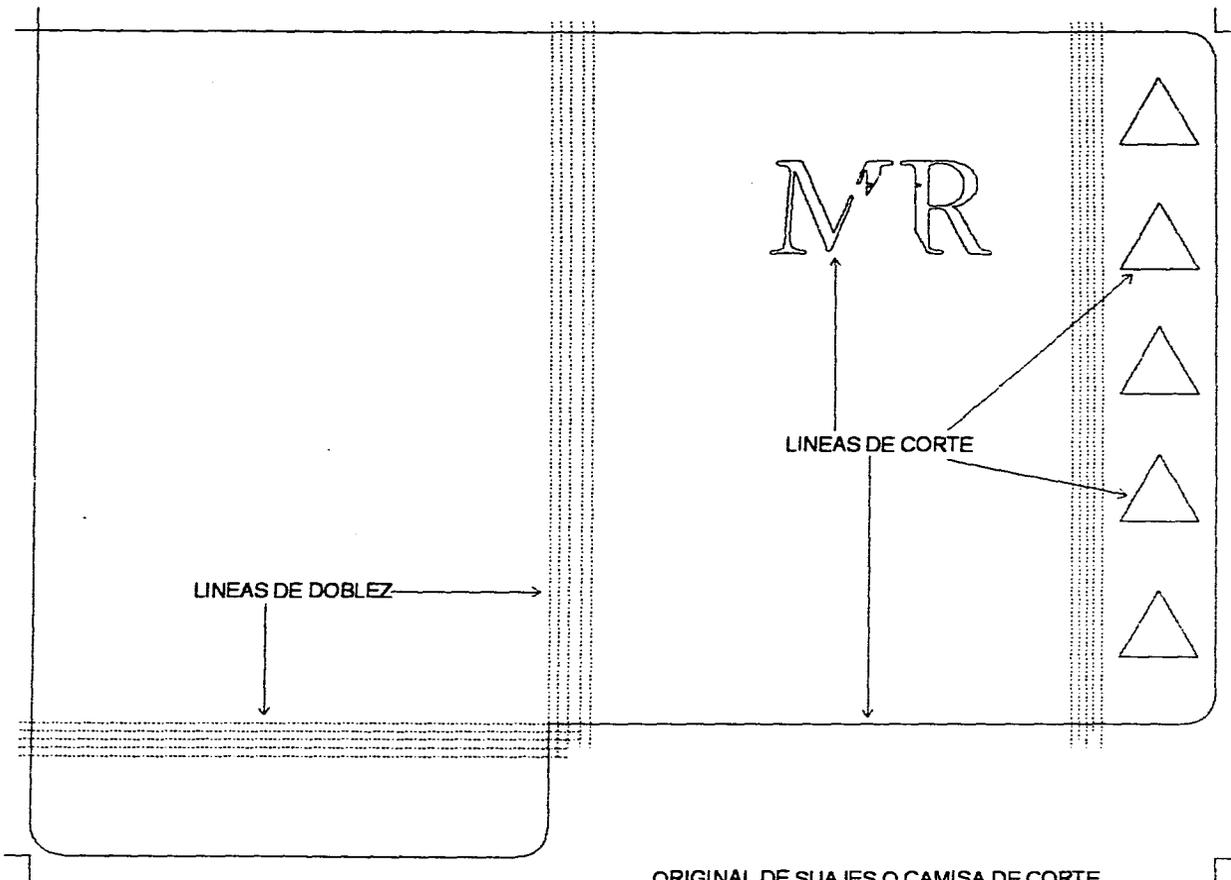






**YR**  
CONTADORES  
ASOCIADOS

**YR**  
CONTADORES  
ASOCIADOS



ORIGINAL DE SUAJES O CAMISA DE CORTE

#### IV.5. PRESENTACION DEL TRABAJO FINAL

Como se puede observar, al contemplar en conjunto todos los elementos que componen la papelería, nos damos cuenta que el uso del suaje como elemento gráfico, nos presenta un resultado diferente en cada uno de los soportes que lo componen. Pero a pesar de estas diferencias se mantiene una constante dentro de nuestro conjunto total porque esas variantes están planeadas desde la realización del diseño de cada uno de los soportes realizados.

La idea de planear el diseño con estas variantes es por el hecho de que se trato de explotar la mejor combinación entre formato y suaje, y no seleccionar un solo estilo de suaje para adaptarlo a todos los soportes de la papelería.



# CONCLUSIONES

Como se constató durante el desarrollo del presente trabajo, el suaje no es un elemento nuevo dentro de la gráfica universal. La invención y el uso de los suajes es un arte que se hereda desde las culturas antiguas y se perfecciona a través de los años hasta nuestros días.

Durante todos los períodos de existencia del suaje se pueden observar cada una de las cualidades que ofrecen estos como elemento artístico, a pesar de que su uso ha sido mayormente como un elemento más técnico que artístico.

Porque el suaje, aunque generalmente está actuando como complemento dentro de la composición, cuando actúa como elemento único puede proyectar todo un concepto y

lograr transmitir una idea. Esto nos habla de como el suaje no solo es una herramienta para el diseñador y que por si solo puede tener tanto valor estético como cualquier técnica de ilustración.

Es grato ver como con un simple doblez; corte o movimiento, los diseños pueden adquirir atributos compositivos y perceptuales. Por eso este trabajo muestra las posibilidades que nos brinda el suaje, un elemento que quizás la mayoría de la gente conoce y mantiene un constante contacto con ellos, pero no saben como se origina o como fue producido.

Otra de las cualidades del suaje, y de la mayoría de los elementos que como diseñadores utilizamos cotidianamente, es el aprovechamiento de la tecnología en beneficio del

usuario.

También se observa que el desarrollo del suaje ya no es un elemento exclusivo para determinadas áreas del diseño, como es el caso de los envases y los embalajes. Diariamente podemos encontrar al suaje en una gran cantidad de objetos que manejamos constantemente.

Otro punto que es conveniente mencionar es que algunas personas descartan el uso del suaje por considerarlo un elemento de alto costo; de hecho la utilización de los suajes puede duplicar o hasta triplicar el costo de la producción de nuestro trabajo. Pero el costo de los suajes es tan relativo como el costo de cualquier otro producto. Por ejemplo el costo de las computadoras, paquetería, sus aditamentos y el

mantenimiento de la misma implican una gran inversión de dinero, los clientes lo saben y lo pagan por considerarlo necesario y porque saben la importancia que la computación va adquiriendo en todas las áreas de trabajo y desarrollo social del ser humano.

Con esto no quiero decir que el suaje en un largo o corto plazo llegará a ser una herramienta tan primordial para el diseñador o para los clientes de los diseñadores, como lo es la computadora, lo que trato de decir es que cuando se plantea el uso de los suajes es porque se considera que esa es la mejor solución y que el dinero que se invierte en el proyecto no será un gasto infructuoso y sin sentido.

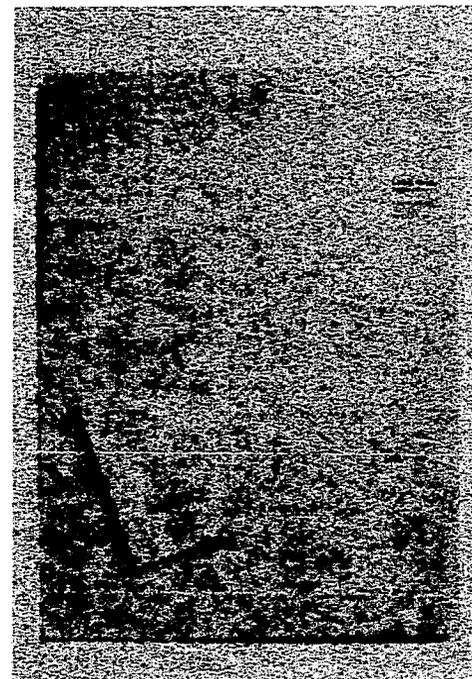
Así el único impedimento real para el desarrollo de los suajes es la falta de creatividad o el miedo a la experimentación por parte del diseñador

gráfico.

Por eso en este trabajo no se trata de imponer un sistema o una metodología y así simplemente mostrar un elemento de gran valor estético y todas las variantes que este nos brinda.

Los suajes, como herramienta de diseño, nos brinda una gran cantidad de opciones para su desarrollo en envases, embalajes, diseño editorial y todas las áreas del mismo.

Las limitantes para la utilización de los suajes la encontramos dentro de los materiales; si tratamos de aplicarlos sobre un papel demasiado delgado nuestro trabajo no resultara y el material se maltratará y se romperá durante la realización de el suajado. También no podemos utilizar materiales demasiado rígidos tales como plásticos duros, maderas o metales porque esta clase de

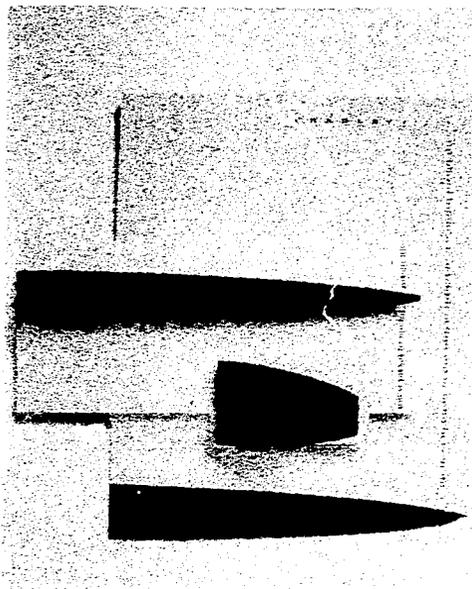


DESPACHO: Total Design Solution  
DISEÑADOR: Paul Jickers  
Francia 1990

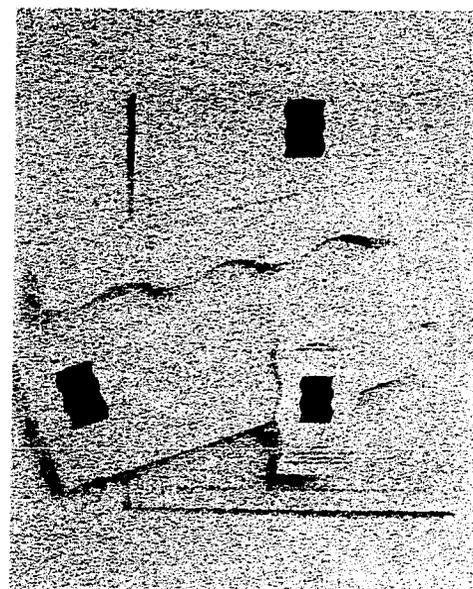
materiales no son cortados con el método tradicional de suajado y utilizan máquinas especiales.

Así el suaje como tal y trabajado sobre un material adecuado nos permitirá crear grandes diseños y, como se observa en los ejemplos mostrados en esta tesis, le da grandes atributos a los objetos sobre los que se emplea.

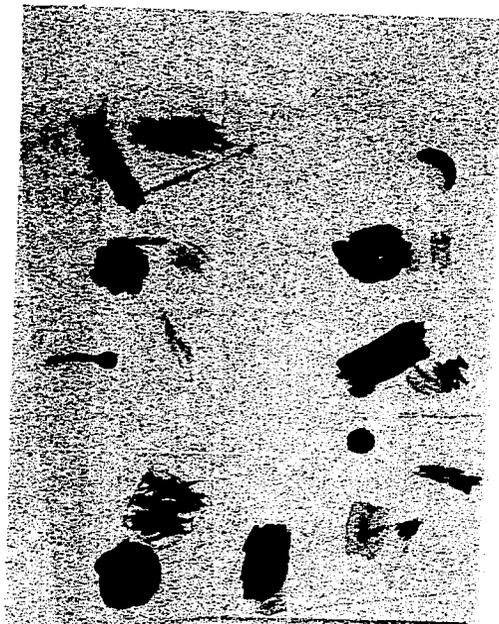
En relación al tema sobre el que se trabajó la aplicación podemos constatar que la utilización de los suajes dentro de el diseño de papelerías no es algo nuevo dentro del diseño gráfico y podemos encontrar ejemplos donde se puede apreciar la habilidad de los diseñadores para lograr un buen resultado para sus clientes y obtener creaciones donde el cliente puede confiar plenamente en la imagen que proyecta a través de su papelería.



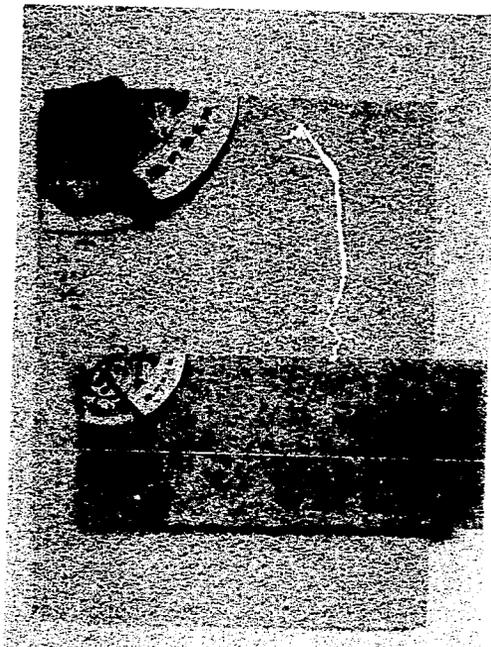
DESPACHO: Margo Chase Design  
DISEÑADOR: Margo Chase  
Estados Unidos 1992



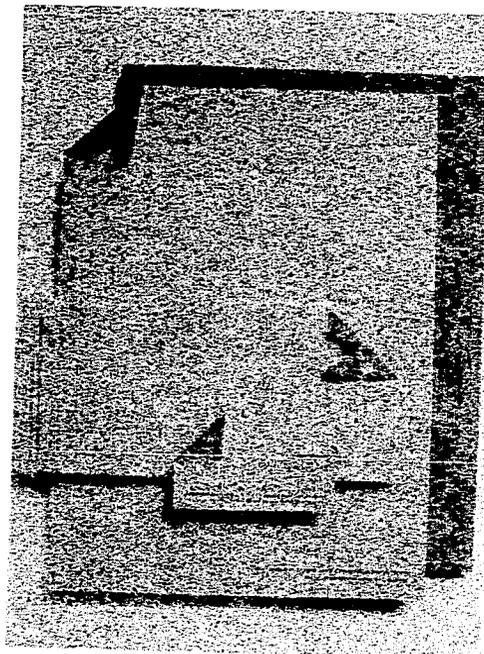
DESPACHO: Murnie Lienhart Rysner Associates  
DISEÑADOR: Jim Lienhart  
Estados Unidos 1990



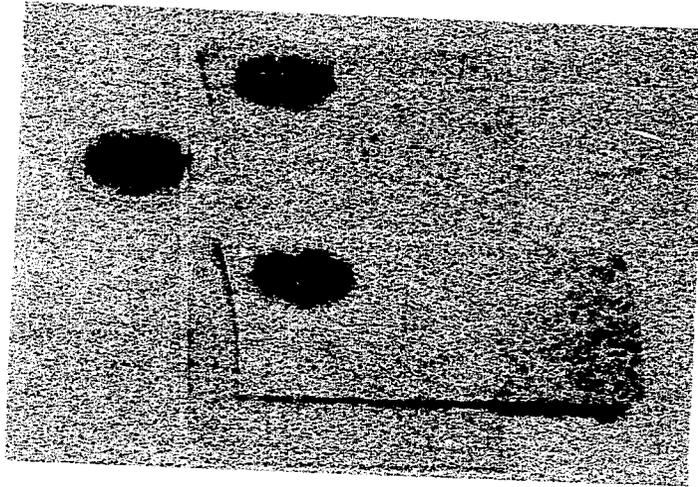
DESPACHO Advico Young and Rubicam  
DISEÑADOR Alan Flatch  
Suza 1992



DESPACHO Carton-Blue  
DISEÑADOR Marie Paule Antoine  
Francia 1993



DESPACHO Scope Creative Marketing  
DISEÑADOR Darlene Daley  
Gran Bretaña 1993



DESPACHO Adrian Duey Design  
DISEÑADOR Adrian Duey  
Canada 1994

Bien sabido es que la imagen que proyectemos puede ser la llave que nos puede abrir o cerrar puertas para nuestro desarrollo profesional.

Por eso si desde que nos presentamos nuestra tarjeta de presentación logra interesar a un cliente en nuestros servicios podemos estar seguros de que la imagen que seleccionamos para que nos represente esta cumpliendo con su misión de comunicar.

# GLOSARIO

**COLOTIPIA:** Es un método similar al sistema litográfico en offset la única diferencia es que los medios tonos se adquieren directamente y no por medio de pantallas o tramas. Las placas utilizadas en este método tienen una capa de gelatina sensible a la luz que repele la tinta en las partes donde no la quema la luz y la recibe en las áreas en donde la quemo la luz. Dependiendo de la cantidad de luz que les de será mayor o menor la cantidad de tinta que recibirán o repelerán.

**DISPLAYS:** Pequeñas maquetas realizadas generalmente de cartón que sirven para anunciar algún producto o evento, o como exhibidores. Los displays pueden ser de dos clases: "punto de venta" y "toma uno".

**DUMMY:** La presentación final de un trabajo en la forma y los colores que

se le asignan al mismo. La pieza artística realizada manualmente y de donde se sacará el molde para la reproducción en serie de nuestro trabajo.

**EMBALAJE:** Es la pieza que servirá de contenedor para un conjunto de envases el cual tiene una función de proteger y facilitar su transportación.

**EMPAQUE:** Antigua denominación que se le daba a los contenedores de los productos ya fueran bolsas o cajas. Esta terminología fue sustituida por el termino envase.

**ENVASE:** La palabra con la que se identifica a la caja o bolsa que contiene algún producto. La diferencia entre envase y embalaje es que el envase esta en contacto directo con el producto y el embalaje no.

**FLEXOGRAFIA:** Es una variante del sistema tipográfico de relieve y consiste en que, en vez de la utilización

de placas metálicas, utiliza placas de caucho las cuales son colocadas en el cilindro de impresión de las maquinas rotativas.

**LUZ DE CORTE:** Es la medida que tiene la navaja de una guillotina longitudinalmente. La zona que es utilizable de la guillotina.

**REFILE:** El proceso de eliminar los sobrantes de papel de las impresiones para adaptarlos al formato planeado.

**TERMOGRAFIA:** Es una proceso por medio del cual se le da un efecto de relieve a las impresiones por medio de calor. La impresión se realiza en offset o por medio del sistema tipográfico de relieve con una tinta especial de secado lento, posteriormente se le agrega un polvo que a través de calor se mezcla con la tinta y da el efecto de relieve.

# BIBLIOGRAFIA

## LIBROS

- BENNETT, Jim.  
**CREATIVITI 20**  
New York, Estados Unidos. Ed. Art Direction Book Comp. 1991.
- BUCHANANN, Carol.  
**THE BEST OF BUSINESS CARD DESIGN**  
Massachusetts, Estados Unidos. Ed. Rockport Publishers. 1994.
- CAPETTI, F.  
**TECNICAS DE IMPRESION**  
Barcelona, España. Ed. Don Bosco. 1975.
- CROY, Peter.  
**GRAPHIC DESIGN AND REPRODUCTION TECHNIQUES**  
Londres, Inglaterra. Ed. Focal. 1992.
- DONDIS, D. A.  
**LA SINTAXIS DE LA IMAGEN**  
México. Ed. G.Gilli. 1992.
- HICKS, Donna E.  
**BUSINESS CARD DESIGN**  
New York, Estados Unidos. Ed. Art Direction Book Company. 1991.
- FINK, Joanne.  
**GREETING CARD DESIGN**  
New York, Estados Unidos. Ed. PBC International. 1992.

- FUKUDA, Setsuko.  
**CLASSIC GREETING CARDS**  
Japón. Ed. Graphic Publishing. 1991.
- IGARASHI, Takanebu.  
**GREETING CARDS**  
Japón. Ed. Graphic-sha Publishing. 1989.
- JOHN, Lynn.  
**COMO PREPARAR DISEÑOS PARA LA IMPRENTA**  
México. Ed. G.Gilli. 1988.
- MARTIN, Diana y Mary Cropper.  
**FRESH IDEAS IN LETTERHEAD AND BUSINESS CARD DESIGN**  
Cincinnati, Estados Unidos. Ed. North Light. 1993.
- MARTIN, Euniciano.  
**ARTES GRAFICAS INTRODUCCION GENERAL**  
Barcelona, España. Ed. Don Bosco. 1975.
- MURRAY, Ray.  
**MANUAL DE TECNICAS**  
Barcelona, España. Ed. G.Gilli. 1980.
- PEDERSEN, Martin B.  
**GRAHPIS LETTERHEAD 2**  
New York, Estados Unidos. Ed. Graphis Press Corp. 1993.
- ROTH, Lászlo y WyBenga.  
**THE PACKAGING DESIGNER'S BOOK OF PATTERNS**  
New York, Estados Unidos. Ed. Van Nostrand Reinhold. 1991.

SAITOH, Hideo.  
**SHOPPING BAG DESIGN**  
Tokyo, Japón. Ed. Bijutsu Shuppan-Sha. 1988.

SAITOH, Hideo  
**SHOPPING BAG DESIGN 2**  
Tokyo, Japón. Ed. Bijutsu Shuppan-Sha. 1991.

SHA, Rikuyo.  
**GRAPHIC DESIGN IN JAPAN VOL.II**  
Japón. Ed. Dai Nippon Printing Co. Ltd. 1991.

SWANN, Alan.  
**BASES DEL DISEÑO GRAFICO**  
Barcelona, España. Ed. G. Gilli. 1990.

SWANN, Alan.  
**COMO DISEÑAR RETICULAS**  
México. Ed. G. Gilli. 1990.

TURNBULL, Arthur T. y Baird.  
**COMUNICACION GRAFICA**  
México. Ed. Trillas. 1990.

WONG, Wucius.  
**FUNDAMENTOS DEL DISEÑO BI Y  
TRI-DIMENSIONAL**  
Barcelona, España. Ed. G. Gilli. 1979.

## **CATALOGOS Y DICCIONARIOS**

**BUSINESS CARD GRAPHICS**  
Tokyo, Japón. Ed. P.I.E. Books. 1990.

**BUSINESS CARD GRAPHICS 2**  
Tokyo, Japón. P.I.E. Books. 1991.

**COVER TO COVER**  
Tokyo, Japón. P.I.E. Books. 1992.

**DICCIONARIO ENCICLOPEDICO DE LAS ARTES E  
INDUSTRIAS GRAFICAS**  
Barcelona, España. Ed. Don Bosco. 1981.

**IMPRENTA-MAQUINARIA Y APARATOS CATALOGOS**  
México, Ed. Paper and Type company. 1968.

**LABELS AND TAGS**  
Tokyo, Japón. Ed. Rockport Publishers. 1992.

## **REVISTAS**

### **DESIGN WORLD No. 25**

Australia. Ed. Design Editorial Pty. Ltd.  
Noviembre/Diciembre 1992.

### **HOW The bottomline design magazine No. 7**

Estados Unidos. Ed. Advisory Board.  
Septiembre/Octubre 1993.

### **HOW Te bottomline design magazine No. 9**

Estados Unidos. Ed. Advisory Board.  
Julio/Agosto 1994.