

872731

7
2 es

UNIVERSIDAD DON VASCO, A.C.
Incorporada a la Universidad Nacional Autónoma de México



ESCUELA DE DISEÑO GRAFICO



guía práctica para la realización y uso de la
ESTILIZACION

Tesis Profesional que para obtener el título de
Licenciado en Diseño Gráfico Presenta:

FALLA DE ORIGEN **Adán Lara Arévalo**

Uruapan, Michoacán. Junio de 1995.



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 está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

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

Dedicatoria

A Dios por su regalo, el Alma.
A mis Padres por la vida.
A la Naturaleza por mi cuerpo.
Al tiempo por su paciencia.
A quien ha sido mi segundo padre.
A quien ha sido mi segunda madre.
A los Maestros por sus enseñanzas.
A los Libros por sus conocimientos.
Al Destino que es mi camino.
Al Camino que es mi profesión.
Y a las personas que influyeron en lo logrado.

MIL GRACIAS !!

Agradecimientos

A Dios por todo.

A mis Padres Angel Lara y Hilda Arévalo, por sus esfuerzos y sufrimientos, por hacer de aquel niño un hombre.

A mi Padrino Daniel Senoret, que ha sido mi segundo padre, y por estar siempre pendiente de mi educación.

A mi tía Alicia Arévalo, por ser mi segunda madre y por sus consejos.

A Angel René y Daniel Alejandro Lara Arévalo, por ser mis hermanos.

Indice

PRIMERA PARTE

Introducción 11

CAPITULO UNO

Problemática y Objetivos 15

CAPITULO DOS

Un poco de Historia 19

Inicios de la Comunicación

- La Comunicación Visual en la Prehistoria 20

- La Marca 21

- La Letra y el Trazo 22

El Proceso de la Comunicación

- La Comunicación 25

- Elementos del Proceso de Comunicación 26

- Las Funciones de los Elementos 26

CAPITULO TRES

El Signo

- El Signo y el Significante 29

- La comunicación Significado-Significante 29

Características del Signo

- La Codificación 30

- La Motivación 30

- Monosemia y Polisemia 30

- Denotación y Connotación 31

- Materia, Sustancia y Forma 31

El signo como Representación			
- Las Formas del Signo	32		
- El signo y sus Formas	32		
- Los Niveles del Signo	33		
- Los Códigos Lógicos	33		
- Semiótica	34		
- Funciones	34		
Funciones del Signo			
- Funciones	35		
- Clasificaciones Semióticas	36		
- El Signo	36		
- La Señal	37		
- La Lengua	37		
CAPITULO CUATRO			
Estilo en las Civilizaciones			
- Abstracción	41		
- Estilo	41		
- Prehistoria	41		
- Edad Antigua	42		
- Edad Media	46		
- América	48		
- Oriente	48		
- Edad contemporánea	49		
CONCLUSIONES	51		
CAPITULO CINCO			
El Manual			55
Algo de Historia del Diseño Gráfico			
- Historia del Diseño Gráfico			56
- Definición de Diseño			57
- A que denominamos Diseño			58
- Concepto de Diseño			59
Características de las Artes Visuales			
- Fundamentos de Apoyo			61
- Relaciones Visuales y Estructurales			61
- El Contraste, Sostén de la Forma			62
- Razgos de las Sensaciones Visuales			63
Percepción Tonal o Contraste			
- Cualidades Tonales			65
- Textura Visual			65
- Estructura en nuestro Campo Visual			66
- Cerramiento			68
CAPITULO SEIS			
Las Representaciones de la Forma			
- La Forma			71
- La Forma como Punto			71
- La Forma como Línea			71
- La Forma como Plano			72
- Formas Positivas y Negativas			73
- La Forma y la Distribución de Color			73
- Interrelación de Formas			73
- Módulos			74

Las Formas Repetidas

- Tipos de Repetición	75
- Variaciones en la Repetición	75
- El contorno	76
- Dirección	76
- Dimensión	77

CAPITULO SIETE

Area Gráfica

- Diseño	81
- El Objetivo del Diseñador	81
- Etapas del Proceso Creativo	82
- Investigación del Campo	82
- Toma de una Decisión	82
- La Imagen Creada	83
- Organización de los Elementos del Diseño	83
- Diseñar con Estilo	83
- Un problema de Diseño	84

Simplificación de la Imagen

- Estilización	85
- Los Tipos de Estilización	86
- Elementos Extras	86
- Niveles de Estilización	87
- La Representación	87
- El Simbolismo	87
- La Abstracción	87
- Algunas características de los Mensajes Visuales	89

CAPITULO OCHO

El color y la Técnica

- Percepción del Color	93
- Los Colores de acuerdo a su Temperatura	94

Técnicas de Ilustración

- El Dibujo a Lápiz	95
- El Sombreado	96
- Rayado a 45°	96
- Dibujo a Pluma	97
- Tipos de Rayado	97
- El Isograph ó Estilógrafo	98
- El Tiralíneas	98
- Lápiz de Color	99
- La Tiza de Pastel	99
- Acuarela	99
- Pintura Acrílica	100
- El Pulverizado ó Aerógrafo	100

CAPITULO NUEVE

Diseño Editorial

- Diseño Editorial	103
- Tamaños y Formas de Papel	103
- La Ayuda que Brindan las Reticulas	104
- El Diseño de Libros	105
- Anatomía de una Página	106

Surgimiento de la Imprenta

- La Imprenta y sus formas de Impresión	
a) La Composición de Texto	112
b) La Composición en Caliente	113
c) Composición en Frio ó Fotocomposición	114
d) El Offset	114

SEGUNDA PARTE

PROCESO DE DISEÑO

APORTACION

INDICE DE APORTACION

Introducción	7
¿Qué es una Estilización?	9
¿Qué se puede estilizar?	10
¿Para qué creamos las Estilizaciones?	13
La vida de la Estilización	15
¿Donde es empleada la Estilización?	19
La Estilización en el Cartel	20
La Estilización en las Portadas	22
La Estilización dentro de la Señalización	23
Los Grados de la Estilización	25
Los Recursos de los que se vale la Estilización	33
La Metodología dentro de la Estilización	44
El Procedimiento para crear una Estilización	47
Las Reticulas dentro de las Estilización	53
La disposición de la Imagen Estilizada	59
Lo que representa la Tipografía	63
Como podemos elegir la Tipografía	67
Fusión Imagen-Tipografía	71

119	Una segunda Tipografía	72
	El Color dentro de la Estilización	75
139	Conclusión	79
	Bibliografía	81
	Libros de Apoyo	83
	Créditos	84

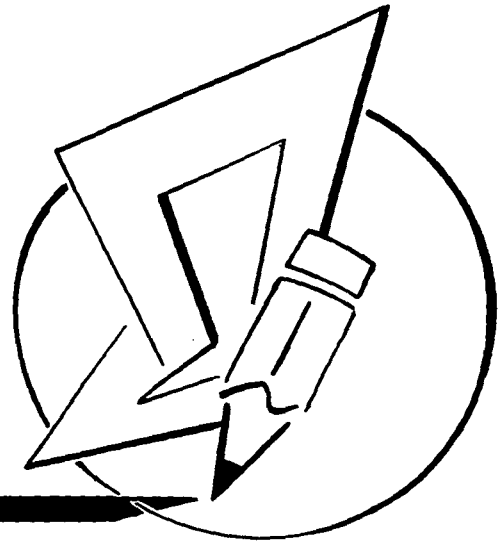
	CONCLUSIONES DE LA SEGUNDA PARTE	141
--	---	------------

	BIBLIOGRAFIA	143
--	---------------------	------------

	LIBROS DE APOYO	144
--	------------------------	------------

	CREDITOS	145
--	-----------------	------------

***PRIMERA
PARTE***



Introducción

El hombre en su larga evolución intelectual a necesitado de diversos factores, como lo es el habla, la escritura, sus manifestaciones sonoras, y su gran variedad de formas representativas de la misma idea.

Las imágenes que representan palabras o ideas tiene la finalidad de reforzar el proceso comunicativo; como la vista de percibir las figuras.

Atendiendo estos tres factores he buscado solucionar uno de los problemas más palpables que existen en los procesos de comunicación y de esta forma aportar un manual-guía que servirá como libro de texto, para alumnos y público en general que tiene una estrecha relación con el campo gráfico, el cuenta con un pilastro de conocimiento para su rápida ubicación dentro del campo para ayudara comprender lo que puede representar una imagen de acuerdo a su manipulación y los lleve a la creación de logotipos, los cuales deberán satisfacer de manera amplia a

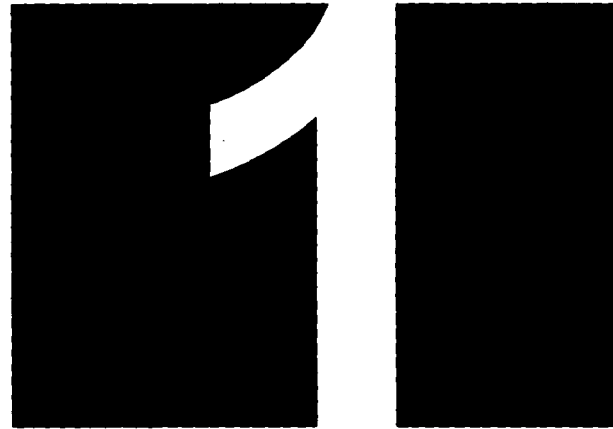
las expectativas que se han deseado alcanzar y en ocasiones ir más allá de las mismas. Pero teniendo muy en cuenta que la imagen no debe romper con el estereotipo del proyecto o idea de acuerdo con las características que se deberán respetar, para evitar imágenes conservadoras para productos modernos, imágenes modernas para productos conservadores, en sí imágenes que no tienen ninguna relación con respecto a lo que se desea satisfacer. Esto es a lo que llamamos el sentido común del diseñador el cual permite valorar la imagen de acuerdo con su finalidad.

A lo largo de este manual, se muestra un panorama sobre las imágenes que han permitido un proceso de comunicación completo y claro, como lo fué en sus inicios en la prehistoria hasta la actualidad, como su evolución, su integración en los propositos de información e imágenes representativas. Sin olvidar el gran apoyo que le han brindado otras ramas como la semiótica, gene-

sa y fotografía de las cuales ha tomado gran cantidad de conceptos que le permiten satisfacer los problemas de diseño gráfico.

Una vez asimilada la información plasmada en este manual las personas con una estrecha relación en este campo sabrán como simplificar imágenes obtenidas de fotografías, así como valorarlas y emitir un juicio sobre cual cumple mejor, con el propósito de comunicación e identificación.

CAPITULO



Problemática y Objetivos

La estilización es un proceso de creación con carácter propio, con bases en niveles de abstracción que tienen como finalidad cumplir un proceso de comunicación dentro de grupos sociales y culturales. Para esto es de vital importancia que exista un emisor, un mensaje, un receptor y sobre todo la retroalimentación debido que con la falta de cualquier parte de este proceso la comunicación no cumple su cometido.

La muestra más palpable la encontramos en las pinturas rupestres dentro de las cavernas, donde observamos que con simples trazos y una gama de dos colores como mínimo lograron representar a la perfección un proceso de abstracción, que va de una cacería hasta la lucha con otros grupos.

Todo esto ha sido posible por el alto grado de observación que poseían, así los individuos deberán fomentar la misma, para simplificar imágenes sin perder

la idea principal evitando que se preste a confusiones.

Por consiguiente, este manual tiene la finalidad de ser una guía para personas involucradas en el campográfico, debido a que no existe un manual o libro que nos hable, y muestre específicamente todo el proceso de creación de nuevas imágenes simplificadas obtenidas a partir de la observación de un dibujo, fotografía, objetos reales o imaginarios.

El objetivo primordial de éste es ser una guía para individuos con estrecha relación en procesos de creación de imágenes gráficas, mostrando paso a paso el proceso de estilizar, así como los niveles en que se clasifican, y sobre todo de los recursos que lo auxilian.

Pretendiendo formar en individuos un nivel elevado de aprendizaje y estilo propio, el cual a su vez aumenta la percepción, y retenimiento de imágenes con la finalidad encausada en poder emitir juicios que les permitirán

saber si la imagen cumple su cometido o cae en confusión.

CAPITULO

2

Un poco de Historia

Se desconoce con precisión cuando y donde surgió la especie pensante - conciente: el Homo Sapiens. Las investigaciones no precisan el origen, al contrario paso a paso se remontan a períodos tardíos.

Las investigaciones señalan que descendemos de una especie que habitó en el sur de África, con el paso del tiempo se vió obligada a emigrar a las llanuras y buscar refugio en las cavernas por consecuencia de que los bosques desaparecían lentamente, de esa parte del mundo.

El hábitat los obligó a buscar formas de defenderse, sobre todo para poder alimentarse, lo cual ocasionó que éstos seres iniciaran el proceso de articulación necesaria, con el objeto de sostener ramas que utilizaban como armas. Así inició el periodo de fabricación de objetos necesarios que era la fabricación de una lanza de madera hasta una piedra en forma poligonal con las puntas semiredondeadas por golpes con otras piedras para conseguir una herramienta de corte, como la punta de una lanza, claro que para lograr esta punta tuvo que transcurrir un largo tiempo, el cual marca un hito en el proceso de evolución de la especie humana.

Los importantes avances en su desarrollo le permitieron la capacidad de organizar una comunidad, así como de lograr en cierta medida, controlar su destino. Entre los avances más sobresalientes esta el habla, que es la habilidad que tiene el ser humano para producir, sonidos que persiguen, un proceso de comunicación, esto los ayuda a identificar animales, aves, o temores de acuerdo al sonido impuesto por ellos mismos.

"La escritura es el complemento del habla. Las marcas, los símbolos, las imágenes y las letras escritas o dibujadas sobre una superficie se convirtieron en un complemento gráfico de la palabra hablada y del pensamiento no expresado".

La palabra se vió limitada por la capacidad de memoria de los individuos de esa época, en su contraparte la expresión tomo un camino lento pero seguro; el lenguaje visual tiene sus más remotos orígenes en imágenes sencillas, que se observan en dibujos de imágenes y los trazos de los signos de la escritura, ambas son maneras naturales de comunicar ideas, para transmitir información.



Inicios de la Comunicación



LA COMUNICACION VISUAL EN LA PREHISTORIA

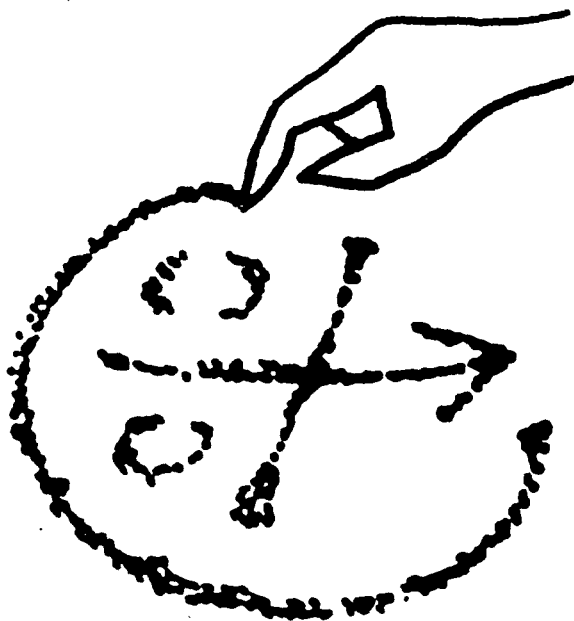
Abarcó la era paleolítica a la neolítica (35.000 a.C., a 4000 a.C.) los pueblos primitivos de África y Europa dejaron palpables muestras de sus pasos dentro de cavernas, como las famosas grutas de las Lascaux, en el sur de Francia.

La paleta del hombre primitivo estuvo compuesta con pigmentos mezclados con grasas. Estos comienzan en el negro sustraído del carbón de leña, así como de una gama de tonos cálidos que abarcan el amarillo claro hasta el marrón, logrado de ocre rojos y amarillos que están plasmados en imágenes en las paredes de lo que habían sido canales de agua subterránea y después sirvieron de refugios para los hombres y mujeres de esa época.

Se pintaron imágenes de algunos animales y cazadores, pero no se sabe con seguridad si pintaron o untaron el pigmento con los dedos o lo parecido a un pincel, de cerdas o paja para pintar; eso no fue el comienzo, sino el inicio de la comunicación visual creada para la necesidad de sobrevivencia y con fines prácticos rituales.

Una muestra es la presencia de lo que parecen ser marcas de lanza en un costado de algunas imágenes de animales que son contempladas como un rito mágico representado para lograr el éxito en la cacería sucesiva. Pero también es posible que servían como muestras auxiliares didácticas para instruir a los jóvenes en la cacería, y enseñarles que es la cooperación de fuerza en grupo.

"No solo se encuentran imágenes en las pinturas rupestres sino también signos geométricos como puntos, cuadrados y otras configuraciones; sin embargo no se sabe si éstos representan objetos hechos por el hombre o si constituye una "protoescritura"; y jamás se sabrá con certeza".



El artista del paleolítico se vió en la necesidad de simbolizar y estilizar imágenes, las cuales se volvieron cada vez más sencillas y fueron expresadas con un número mínimo de líneas. Lo cual llevó algunos petroglifos y pictografías a parecer letras.

Las pictografías son pinturas, elementos o bosquejos que representan las cosas descritas.

Los petroglifos son signos esculpidos o raspados, o simples figuras en las rocas.

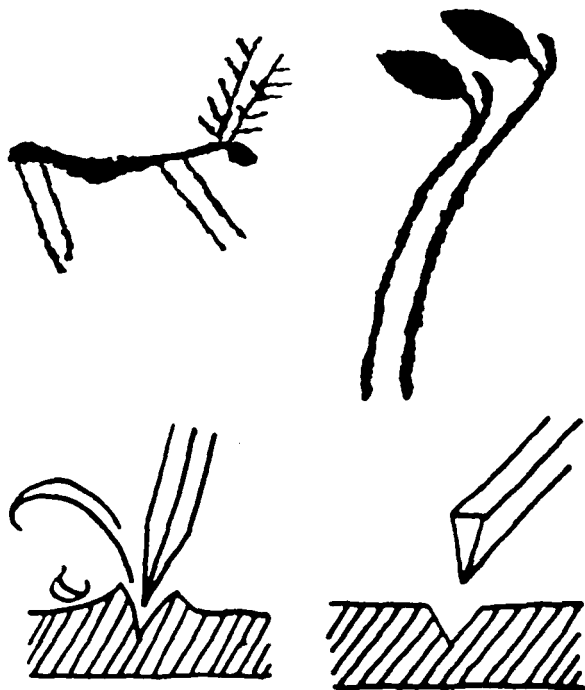
Las ideografías son las representaciones de símbolos que muestran ideas o conceptos.

MARCA

La marca es la representación de una señal individual o grupalmente. Qué surgió por la necesidad de identificar elementos y tener mejor control de ellos, por ejemplo se marcan animales, vehículos o productos lo cual permite un mejor control.

Marca es el hecho y el resultado de sellar, incidir, estampar, acuñar o imprimir, es decir, de transferir una señal determinada; en forma de una inscripción, un razgo distintivo, una figura, sigla, emblema o pictograma simbólico lo cual existe desde el siglo V a.C.

El industrialismo occidental descubrió la marca como un factor fundamental en el desarrollo de los negocios, y en el siglo XX con el impulso de la imprenta, el transporte y la distribución la marca tomaría su estatuto económico privilegiado y sus posiciones en el sistema de la sociedad de consumo. Además la marca refuerza al producto ya que los hace conocer, reconocer y memorizar, afirmar la identidad, garantizar la autenticidad, el origen, la procedencia y la calidad de los productos.



"Desde el punto de vista gráfico los esquemas básicos de las marcas más antiguas que se conocen no han variado sustancialmente en la relación con las marcas actuales. Existe una morfología geométrica fundamental que subyace a las más variadas transformaciones de la marca: el círculo, el cuadrado, el triángulo, la cruz y la estrella".

La marca como señal no ha variado intrínsecamente, ni en su forma básica, ni en su cometido, lo que ha variado radicalmente es el uso que hoy se hace de las marcas.

LA LETRA Y EL TRAZO

"El trazo como emanación gestual de un complejo movimiento energético y creativo del hombre, es el tronco común del que emergen sus dos formas voluntad de comunicación: el Dibujo y la Escritura".

Cada una de estas grandes modalidades del trazo expresivo se desarrollará en el tiempo por su parte.

Trazo icónico imitativo será el origen de todos los modos de representación visual (o representación perceptiva) y por otra parte, el trazo esquemático o abstracto será el punto de partida de todos los códigos de representación conceptual (o de notación simbólica).

El dibujo y la escritura se bifurcarán de su tronco común, separándose para siempre en dos líneas de universo que ya serán diferentes, no por su raíz antropológica, que es la misma, sino por su vinculación al mundo visual y perceptual el primero, y al mundo conceptual y mental el segundo.

La letra, es la unida signíca irreductible de la escritura alfabética; esta partícula visual mínima de la grafía de una palabra, convierte el sonido breve de la voz humana - en un sonido que se emite, desaparece paulatinamente para siempre en su misma emisión

sonora - en un trazo visible que permanecerá sobre la superficie de su soporte físico. Por eso mismo, el mensaje que encierran esos trazos es restituible a los ojos y a la mente del lector a través del tiempo. Pero hay aquí un doble código: el de la lectura visual y el de la lectura oral, lo cual no sucede en las lenguas naturales o habladas.

Esta transcodificación de un enunciado verbal, del que el texto escrito es su transcripción en el código alfabético, no vuelve indefectiblemente a convertirse en materia verbal. La opción de verbalizar un texto escrito depende del lector, sin que esta opción pueda modificar la comprensión del mensaje escrito.

Se comprende que si el código fonético sirve a la voz humana desde la emisión de palabras hasta su recepción auditiva, el código gráfico sirve a la visión, desde la inscripción de la palabra sobre una superficie duradera hasta la percepción óptima del lector.

La escritura diversifica la capacidad del ser humano de expresión de sus ideas en dos códigos: oral y gráfico. Y al mismo tiempo hizo posible de retener el discurso oral en signos visuales lo cual ayudó a una mayor comprensión en el momento de compartir la información.

Por consiguiente la palabra escrita e imágenes son para la vista y las palabras sonoras para el oído.

La palabra es la obra que realiza la mano que escribe uniendo letras y conforma palabras a lo largo de una o varias líneas.

La historia de la letra, y en su dimensión mayor de la Escritura, revela toda la lucha del hombre incipiente, y a través de su evolución, para lograr pensar, explicarse el mundo y apropiárselo de alguna manera; para retener y fijar las cosas huidizas de su entorno, de memoria, de su experiencia y de su imaginación; para retener todo eso en un espacio - tiempo inmediato, pero del que él ignoraría su permanencia fuera de su tiempo real y su envergadura cultural anterior.

א ב ג ד ה ו ז ח ט י כ ל מ נ ס
ש ת ט ר ק צ ם ן ף ץ
Ψ ✻ -⋈⋈⋈⋈⋈ ⋈⋈ ⋈⋈ ⋈⋈ ⋈⋈ ⋈⋈ ⋈⋈ ⋈⋈ ⋈⋈ ⋈⋈
-⋈⋈ ⋈⋈⋈⋈⋈ ⋈⋈⋈⋈ ⋈⋈ ⋈⋈ ⋈⋈⋈⋈ ⋈⋈ ⋈⋈ ⋈⋈ ⋈⋈ ⋈⋈ ⋈⋈ ⋈⋈ ⋈⋈ ⋈⋈

كُلُّ فَتْوَةٍ مَعْلُومَةٌ مِنْهُ فَكُلُّ مَنَافِعٍ مَمْلُومَةٌ مِنْهُ فَكُلُّ كَلِمَةٍ كَلِمَةٌ
تَوْقِيَّةٌ فَمَا حِكْمَةٌ مَعَهُ فَكُلُّ حَيْبَةٍ فَكُلُّ نَافِلَةٍ مِنْهَا مَنْفَعَةٌ

ཉི་ལྔ་མ་དེ་མང་ནས་མཁའ་འོག་ནས་སྐུ་བ་ལ་མཚན་བར་འགྲུབ་རོ།
*ཤམ་ན་ཞལ་ཆད་ཀྱི་དམིན་པ་བཀའ་བྱིན་སྐྱེས་མཚན་བཅས་འདིར་

من واضعي أسس فن الخط عند العرب الريحاني

یکی از آرزوهای دیرین بشر ، که آثار آن در

ひらかな	紫式部	活躍した	平安朝	主として	使われ	和歌	これでは	もともとは	一字一音の	万葉	できたもの
かな	や		のはじめ	婦人	れ	文は	書かれ	は		仮名の	のです
は	和泉式			用			ま			の	草略

El empeño por expresar conlleva en causa a un proceso pensado de abstracción que desemboca en la fijación material de fragmentos de sus percepciones y experiencias sobre un soporte físico duradero.

La gran evolución humana es haber establecido una serie de códigos de comunicación y plasmar con ellos las percepciones, las experiencias y las ideas".

El trazo muestra de la expresión gráfica. El hombre había ya descubierto cómo la presión de sus pies sobre el barro marcaba su copia en negativo de igual forma observó que con el efecto de la luz se reflejaba su sombra, que lo llevó a descubrir las imágenes.

Descubrió también cómo la incidencia de una piedra o un objeto duro sobre una superficie dejaba en ella una señal, un trazo o un relieve, a menudo pigmentado. "Y como este trazo mostraba la aparición de color, adquiría una presencia especial. De esta forma el hombre había descubierto e inventado el trazo, "El trazo como producto de su gesto y de su voluntad", que daría el primer paso para la expresión gráfica".

Por consiguiente la letra es la representación de signos gráficos de la escritura alfabética, que ofrecen dos ventajas que son de la mayor economía de los signos utilizados y su amplio campo combinatorio. La esquematización progresiva del signo abstracto dió origen a la letra, que cuenta con autonomía en su trazo gráfico, adquirió significado convencional fonético y el número incalculable ciertamente de sus evoluciones formales desarrolladas a lo largo del tiempo. La letra la debemos recordar por su presencia como elemento puramente gráfico o estético, como signo significante, como textura o como simples juegos de letras y palabras, manipulaciones caras a los dadaístas, los hipergrafistas de arte plástico y los compositores de la poesía visual.



El Proceso de la Comunicación

LA COMUNICACION

Se entiende como comunicación al proceso o acto de relación que existe entre dos o más sujetos, en donde el lenguaje debe tener el mismo significado. Es la transmisión de un mensaje que se hace entre un emisor y un receptor por medio de un canal, el mensaje es la combinación de signos y señales que dan por resultado un significado.

Por significado tomaremos la terminología de Ferdinand De Saussure, que es aquello que nos representa mentalmente un significante el cual es percibido por cualquiera de los sentidos y evoca un concepto; y el significante es la palabra, gesto, sabor, olor y algo suave o aspero que se denota con los sentidos.

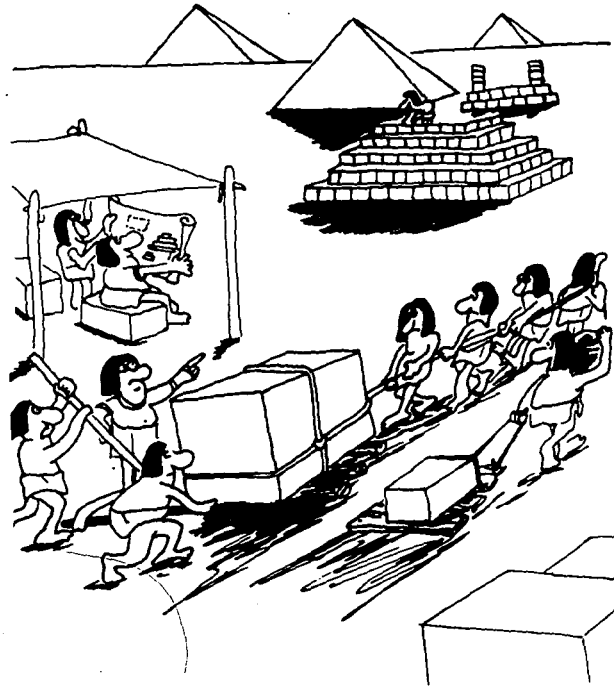
La combinación del significado y significante es el signo, el cual es la representación material de una cosa, dibujo, figura o sonido que tiene carácter convencional. Este es auxiliado por el indicio y la señal.

Indicio es el signo aparente que informa sobre la existencia de algo.

Señal es la marca que se pone en algo para distinguirlo.

Para lograr una mayor comunicación es de vital importancia que los dos polos tengan una percepción similar de los conceptos utilizados en el proceso. Por ejemplo cuando canta un gallo, gracias a las experiencias similares puede evocar la imagen, dos o tres individuos aunque no hablen el mismo idioma o lenguaje.

Cuando se tiene el mismo lenguaje, tenemos un mismo tipo de codificación de la realidad y, aunque éste pueda tener muy diversos matices, y por consiguiente nos será más fácil evocar el mismo concepto o figura en común. Pero no olvidemos que los hombres pueden evocar en común algunas cosas y otras no; y aún lo evocado puede tener distintos sentidos.





ELEMENTOS DEL PROCESO DE COMUNICACIÓN

Fuente -- Emisor -- Canal -- Mensaje -- Canal -- Receptor
 ----- RETROALIMENTACION -----

Fuente, es la persona o grupo de personas con un objetivo y una razón para ponerse en comunicación.

Mensaje, traducción de ideas, propósito e intenciones en un código, en un conjunto sistemático de símbolos.

Emisor - Codificador: es el encargado de tomar las ideas de la fuente y disponerlas en un código expresado, así el objetivo de la fuente en forma de mensaje.

Canal, es un medio portador de mensajes (conducto) puede ser llamado el receptor de la comunicación.

Receptor - Decodificador, es el conjunto de facultades sensoriales de receptor.

Feed Back o mensaje de retorno, solamente puede partir del que lo recibe. El mensaje mismo puede ser fuente de retroalimentación.

El mensaje contiene un contenido, una énfasis y una intensidad.

LAS FUNCIONES DE LOS ELEMENTOS

La función del emisor consiste en enviar el mensaje.

La función del receptor consiste en recibir el mensaje.

El canal es el medio de transmisión del mensaje.

El mensaje es la información total transmitida en circunstancias determinadas sujetas a un marco referencial.

CAPITULO

3

EL SIGNO Y EL SIGNIFICANTE

"Un signo es un estímulo - es decir una sustancia sensible - cuya imagen mental está asociada en nuestro espíritu a la imagen de otro estímulo que ese signo tiene por función evocar con el objeto de establecer una comunicación".

LA COMUNICACION SIGNIFICADO - SIGNIFICANTE

El signo será siempre la marca de una intención de comunicación, ya que en esta necesitamos signos (palabras o un código preestablecido), para lograr el proceso de comunicación, debido a que sin éste la comunicación no es clara y mucho menos extendible para el receptor.

El signo es la muestra de una intención de comunicación pero esta intención en ocasiones puede ser inconciente, lo que amplía considerablemente el campo de la semiología.

Las manifestaciones del inconciente son un modo de comunicación y un lenguaje, como ejemplo tomamos un anuncio subliminal que actúa en el individuo como un impulso regido por el inconciente y no por el consciente como puede ser la adquisición de algo sin necesitarlo.

Todo signo siempre implicará al significado y al significante.



Significado

CASA

Significante

El significado es el concepto o idea mental de x cosa; y el significante es la palabra que la mente crea de lo que oímos.



Características del Signo

LA CODIFICACION

Es la estrecha relación que existe entre el significante y el significado, y ésta puede ser convencional. La convencionalidad puede ser implícita o explícita.

Explícito = claro.

Implícito = está incluido dentro de algo sin la necesidad de expresarlo.

La convencionalidad tiene tres graduaciones:

- más o menos fuerte.
- más o menos unánime.
- más o menos constructiva.

LA MOTIVACION

La motivación es la relación que existe entre el significante y el significado, y la cual tiene una naturaleza: sustancial en su forma. La cual es analógica en su primer caso y homológica en el segundo.

Analogía es la utilización de una cosa para lo que fue hecho aunque puede ser creada para otros procesos.

Homólogo es la utilización de diversos objetos para cumplir una tarea determinada como clavar un clavo con una piedra, un lapicero, un martillo, un pedazo de madera, un clavo.

En pocas palabras son las diversas cosas u objetos que puede desempeñar la misma función.

MONOSEMIA Y POLISEMIA

"Teóricamente la eficacia de la comunicación postula que a cada significado corresponde un significante y uno solo, e inversa-



mente, que cada significado se expresa por medio de un solo significante.

Monosemia, es la correspondencia de signo a significado.

Polisemia, es la correspondencia del signo con dos o más significados.

DENOTACION Y CONNOTACION

La denotación está constituida por el significado concebido objetivamente. Es lo que se percibe a simple vista, lo que observamos al instante.

Connotación, expresa valores subjetivos atribuidos al signo debido a su forma y a su función. Es el estudio con detenimiento de lo que observamos.

De estos dos conceptos se fundamenta la polisemia y la monosemia. La monosemia obedece a un solo significado y la polisemia a un contexto socio-cultural.

MATERIA, SUSTANCIA Y FORMA

Un signo contiene sustancia y una forma, por ejemplo un disco rojo en una señal de tráfico (semáforo).

- El disco rojo que define el signo en sí mismo constituye a la sustancia.

- En cuanto a la forma es la relación de esta señal con las otras, luz amarilla, verde y roja que conforman un sistema.

- La materia es el vehículo que obedece a la indicación del disco en su momento.

La percepción es una comunicación cuando se le dá importancia a los signos.



El Signo como Representación

LAS FORMAS DEL SIGNO

EL SISTEMA:

Un sistema es un conjunto de signos estables y constantes. Que en ocasiones son interdependientes.

Hay dos formas de sistemas: asistemático y sistemático.

- Asistemático: tiene libertad de ubicación, no tiene forma establecida, (Necesario).

- Sistemático: Está instituido, en su razón de ser y busca su mejor ubicación (Funcional).

LA ARTICULACION:

Un mensaje es articulado cuando es desmontable en elementos significantes.

HOMOLOGIA:

Es una analogía estructural debido a que los significantes mantienen entre sí la misma relación que los significados, mientras que la analogía es sustancial.

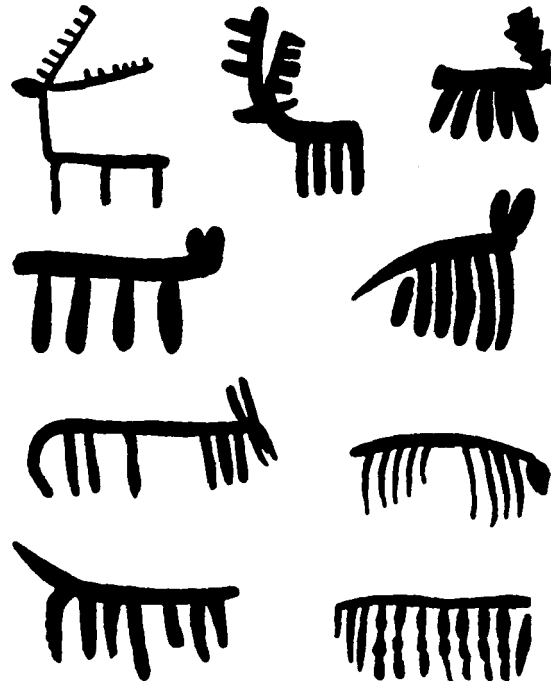
La homología no excluye a la analogía, al contrario puede combinarse.

EL SIGNO Y SUS FORMAS

Es la combinación del concepto y la imagen acústica. Combinación del significado y significante.

Las formas del signo son: Arbitrario y Convencional.

Arbitrario, es cuando no es ser congruente con lo que hace y se dice. Es arbitrario por ejemplo: a este objeto se le puso lápiz por que no se le pudo poner de otro modo; no hay relación entre el objeto (su imagen) y el nombre.



Convencional es cuando parte de la unificación de la significación de los signos en una sociedad, cuando es común.

LOS NIVELES DEL SIGNO

El signo tiene tres niveles:

Icono - Signo determinado por su objeto dinámico en virtud de la naturaleza interna. Es lo que exhibe las mismas cualidades del objeto denotado.

Icono --- Imagen real

Objeto real --- Foto, pintura, ilustración, etc., (es concreto)

Índice - Signo determinado por su objeto en virtud de la relación real que mantiene con él. Es un signo que se encuentra en continuidad con el objeto denotado.

Símbolo - Signo determinado por su objeto dinámico solamente en el sentido en el que será interpretado.

LOS CODIGOS LOGICOS

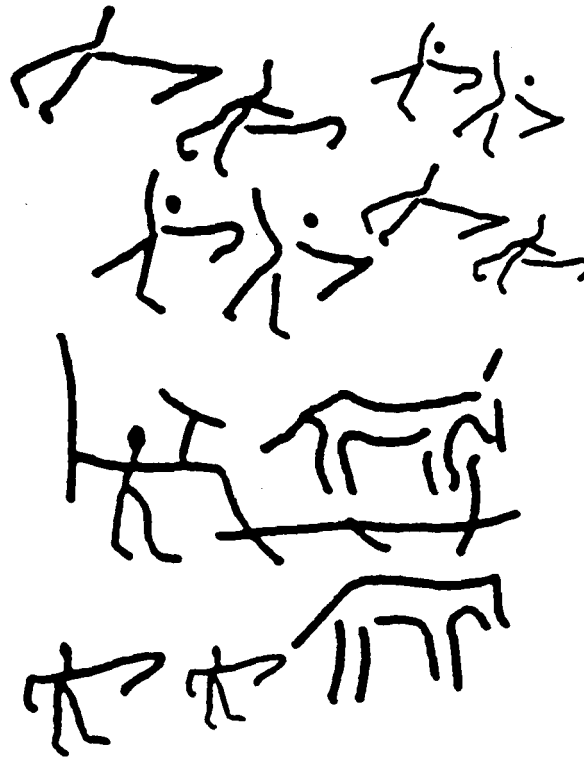
Estos consisten en significar la experiencia objetiva y la relación del hombre con el mundo.

Los códigos lógicos se dividen de la siguiente manera:

1.- Los relevos del lenguaje: En éste se ubican los diferentes alfabetos (la escritura alfabética, el morse, el braille, el sistema marino de señales con banderas, etc.).

2.- Los sustitutos del lenguaje: Son los signos que evocan conceptos como casa, árbol, nube, etc.

3.- Los auxiliares del lenguaje: Estos son las expresiones que



el ser humano hace con su cuerpo como las expresiones de la cara para representar enojo o alegría.

4.- Código prosódico: Variaciones de elevación, cantidad, intensidad del habla; el lenguaje conocido para expresarse claro y conciso.

5.- Código kinésico: Géstos y mímicas (cultura, ubicación, geografía).

6.- Código proxémico: Espacio entre emisor y receptor (social y cultural) asociado al kinésico.

SEMIOTICA

Es la ciencia que estudia las diferentes clases de signos, así como las reglas que gobiernan su generación y producción, transmisión e intercambio, recepción e interpretación.

FUNCIONES

El signo tiene la función de comunicar ideas por medio de un mensaje. En este proceso están involucrados el emisor, el mensaje, el receptor, un código y un medio; éstos unidos con la finalidad de ejercer el proceso de comunicación, y una retroalimentación satisfactoria para ambos polos.

CODIGO
 Medium Medium
 Emisor ---- Mensaje ---- Receptor
 ----- Retroalimentación -----



Funciones del Signo

FUNCIONES

1.- La función referencial: Es la base de todo proceso de comunicación, esta función define las relaciones entre el mensaje y el objeto del cual se hace referencia. Tiene como finalidad proporcionar una información verdadera, es decir objetiva, observable y verificable.

2.- La función emotiva: En la cual se definen las relaciones entre el mensaje y el emisor, teniendo su origen en las variaciones estilísticas y en las connotaciones, con la virtud de ser afectivas y subjetivas.

3.- La función connotativa o conminativa: En ésta se define la relación entre el mensaje y el receptor debido a que toda comunicación tiene por objeto obtener una reacción del receptor.

La conminación, tiene la opción de dirigirse a la inteligencia o a la afectividad del receptor, y encontramos, en este nivel la misma distinción objeto - sujeto, cognositivo - afectivo que opone a la función referencial con la función emotiva.

Del primer caso se derivan los códigos de señalización y los programas operativos que persiguen un objeto, el cual es organizar una acción en común.

Y el segundo caso proviene de los códigos estéticos y sociales, que persiguen la participación del receptor dentro del proceso de comunicación.

4.- La función poética o estética: Es la relación del mensaje consigo mismo, la cual es la función estética por excelencia.

Por ejemplo " en las artes, el referente es el mensaje que deja de ser el instrumento de la comunicación para convertirse en su objeto".

5.- La función fática: La cual tiene por objeto afirmar, mantener o detener la comunicación.

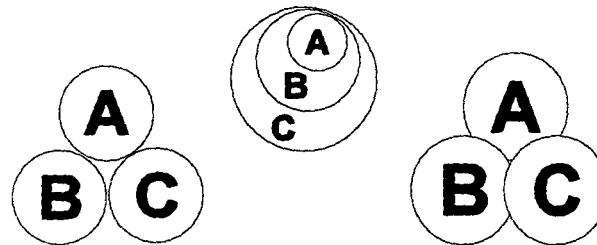
Esto es cuando en la comunicación el concepto de codificado por el receptor no corresponde al codificado por el emisor. Y a lo único que lleva, es a una comunicación o conversación prolongada.

"La función fática desempeña un papel muy importante en todos los modos de comunicación: ritos, ceremonias, discursos, conversaciones familiares, amorosas, donde el contenido de la comunicación tiene menos importancia que el hecho de la presencia y de la reafirmación de adeptación al grupo".

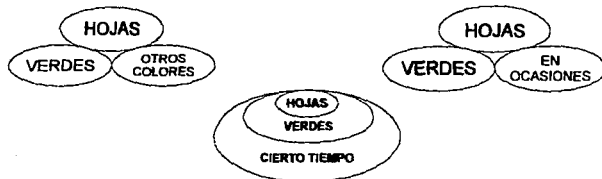
6.- La función metalingüística: Esta tiene el objeto de definir el sentido de los signos que corren el riesgo de no ser comprendidos por el receptor en el proceso de comunicación.

7.- Comprender y sentir: Hace referencia al claro entendimiento del mensaje captado por el receptor. La comprensión se ejerce sobre el objeto y la emoción sobre el sujeto.

8.- Sentido e información: "Hay tres tipos de códigos según si los signos se encuentran en una relación lógica de exclusión, de inclusión o de intercepción que corresponden, respectivamente a las funciones: diacrítica (o distintivas), taxonómica (o clasificatoria), y semántica (o significativa)".



En este ejemplo nos podemos referir a decir que todas las hojas son verdes en el cual encontraremos los tres códigos dependiendo al punto de referencia.



9.- Atención y participación: En esta el receptor se encarga de descodificar el mensaje, o sea reconstruir el sentido del mensaje a partir de signos, en los cuales cada uno contiene un significado y función característico con relación a otros signos. Los signos pueden ser palabras, imágenes, etc., que funcionan como un rompe cabezas, el cual toma el receptor y reconstruye para entender el significado.

CLASIFICACIONES SEMIOTICAS

"La semiótica se clasifica en tres formas naturales:

- Lo positivo y sin relación con cualquier otro ente que exista.
- La relación de un ente con respecto a un segundo ente.
- El ente que establece una relación entre un segundo y un tercer ente.

Un signo puede ser considerado bajo cada una de estas tres categorías:

- Una relación monódica consigo mismo: material, color, textura, volumen, etc.

- Una relación diádica hacia el objeto, al cual se designa.
- Una relación triádica que se establece entre el receptor del signo (interpretante) y el objeto designado, pero normalmente no con el objeto original existente".

LAS DIMENSIONES DE LA SEMIOTICA:

- Dimensión sintáctica: En esta se considera la relación signo a signo.
- Dimensión semántica: En esta se considera la relación signo y sus significados.
- Dimensión pragmática: En esta se considera la relación entre el signo y sus usuarios.

En cada una de estas dimensiones el signo se puede someter a una relación más detallada.

EL SIGNO

Se puede presentar en tres aspectos de acuerdo a su estructura formal.

- La cualidad material (su textura, su color, etc.).
- La formación individualizada (su especie, intensidad, su determinada magnitud, etc.).
- El arquetipismo de su forma (su pertenencia a un sistema).

Cuando se investiga el signo en su relación diádica, es decir, en la relación al objeto al que se refiere, se originan tres tipos de signos:

a) El ícono, que se forma a imagen del objeto y que por tanto tiene ciertas características comunes con el objeto como la silueta de un peatón en una señal de tráfico.

b) El índice que representa la relación directa con el objeto y circunstancia (como la indicación "5T" en un disco de prohibición de

circulación a camiones de más de cinco toneladas de peso).

c) El símbolo que representa al objeto independiente de las características externas o materiales según una norma convencional (como la colocación de un triángulo rojo en una señal para indicar peligro).

Si por último se investiga el signo en su relación triádica, es decir, en su conexión global pueden considerarse tres posibilidades desde el punto de vista de su interpretación:

- La interpretación permanece todavía abierta (como las señales de tráfico que no son utilizadas y están en un depósito).

- La interpretación puede concluirse (por ejemplo, las señales de tráfico que tras su colocación en un cruce es interpretable).

- La interpretación está completa en tanto el signo es comprendido como perteneciente a un sistema global de otros signos.

Las representaciones del signo se dan en 10 formas por las combinaciones que se dan en él.

1.- Icono que representa cualidad material con interpretación abierta, ejemplo: a color.

2.- Icono que representa forma individual con interpretación abierta, ejemplo: un dibujo de una flor.

3.- Icono que representa forma arquetípica con interpretación abierta, ejemplo: un pictograma de un peatón en una señal de tráfico (silueta estandarizada).

4.- Índice de información individualizada con interpretación abierta, por ejemplo: la eflorescencia en una pared, cuya causa podría ser la presencia de humedad en este lugar.

5.- Índice de formación individualizada con interpretación concluyente, por ejemplo: determinado indicador en un punto concreto de una red de carreteras.

6.- Índice de forma arquetípica con interpretación abierta, por

ejemplo: flecha indicadora de dirección en una pared.

7.- Índice de forma arquetípica con interpretación concluyente, por ejemplo: alarma de incendios.

8.- Símbolo de forma arquetípica con interpretación abierta, por ejemplo: el triángulo para indicar "peligro", el círculo la "prohibición" y cuadrado para "indicaciones".

9.- Símbolo de forma arquetípica con interpretación abierta, por ejemplo: distintivo rojo en el grifo para "agua caliente".

10.- Símbolo de forma arquetípica con interpretación completa y sistemática, por ejemplo: sistemas de signos alfabéticos.

LA SEÑAL

La señal tiene la finalidad de comunicar e informar a individuos dentro de su habitat social. La señal puede funcionar al 100% cuando el código utilizado en la señal a sido creado para dicho grupo en el que se utiliza, ejemplo:

- Las señales de los vagabundos forman un código "supralingüístico" por que unidades completan la información.

LA LENGUA

Es la comunicación que consiste en emitir e interpretar señales. Las señales forman parte de un código o sistema y esto nos permite entenderlas.

1.- Las señales de los sordomudos son un código (lenguaje mímico).

2.- Las señales en calles y carreteras son un código (lenguaje gráfico).

3.- El alfabeto es un código (lenguaje oral o escrito).

Estilo en las Civilizaciones

ABSTRACCION

Es la acción y efecto de abstraer imágenes y símbolos de manera, que representan una idea o tema.

Es otra forma de representar elementos de la realidad y se vale la simplificación, el estilo y desfiguración.

ESTILO

Definimos estilo como la manera de expresar, escribir o hablar. Donde salen a relucir uno o varios detalles particulares de un individuo, un grupo, periodo histórico cultural.

PREHISTORIA

ESTILO DE LAS CULTURAS PREHISTORICAS

EDAD DE PIEDRA.

Paleolítico:

"Durante toda la evolución paleolítica el arte esta extraordinariamente ligado a la transcripción de las formas naturales. Es un arte eminentemente naturalista, basado en una aguda observación del modelo, y una extraordinaria habilidad manual en la transcripción de las formas animales.

Una muestra la encontramos en las pinturas del Levante español, ya que es éste estilo en que se advierte, por primera vez una mayor capacidad de estilización, y con ello se marca una tendencia hacia la ornamentación abstracta.

Especialmente en los objetos de hueso del Paleolítico se observan una decoración puramente geométrica de líneas en zigzag, líneas dentadas, espirales y arcos.

Neolítico:

Durante este periodo se construyeron los megalíticos, que son las llamadas tumbas de cúpula. En varias de estas construcciones se han encontrado ídolos de singular interés por sus incisiones ornamentales.

Este periodo se caracteriza por una artesanía altamente desarrollada. Es en el arte cerámico donde el hombre neolítico desenvuelve plenamente su sentido de decoración. Crea vasijas de bellas formas y las cubre de abundante y hermosa ornamentación con bardas horizontales, incisiones, hundidos, trazos, estrías, etc.

Edad de Bronce:

En esta edad se subraya el carácter ornamental que se manifiesta, especialmente en los grabados rupestres de representaciones esquemáticas o de signos por completo abstractos y cuya significación desconocemos.

Edad del Hierro:

"Desde el punto de vista decorativo las figuras de bronce y las púnicas de barro son las muestras de esta edad. Donde aparecen claras influencias egipcias y donde, entre los motivos zoomórficos encontramos la esfinge; las figuras humanas llevan collares, diademas con perlas y rosetas".

PUEBLOS PRIMITIVOS ACTUALES

ESTILOS DE LOS PUEBLOS PRIMITIVOS

"El mundo de las imágenes del hombre primitivo se forma por contacto directo, en modo alguno sistemático con los fenómenos naturales, lo cual se traduce en una visión mágica religiosa de la naturaleza.

Las formulaciones artísticas de este mundo de las imágenes es, pues, más intuitiva que intelectual, e imbuida de animismo y ligado a

CAPITULO

4

fetiches y tótems, crea un mundo plástico ricamente articulado.

La decoración ornamental depende, en parte, del material y de la técnica, pero además, existen decoraciones añadidas libremente, con intención simbolista. Las armas y los objetos de uso diario se adornan con motivos de significación totémica; las formas primigenias más sencillas de la ornamentación (espirales, círculos, signos simbólicos para conjurar las fuerzas protectoras e impedir el poder de los espíritus diabólicos que atemorizan constantemente al hombre primitivo".

EDAD ANTIGUA

ESTILO EGIPCIO

"Las representaciones pictóricas y los relieves están ejecutados con los convencionalismos siguientes: las figuras se representan con la cabeza, los brazos y las piernas de perfil, mientras que los ojos, el torax y los hombros se representan de frente.

Este estilo permitió, más que nada, la claridad expositiva. Los relieves acostumbran ser muy planos, de muy poco resalto, unos cinco centímetros a lo sumo". Y se valieron de tres técnicas distintas:

- Rehundido que servía para el grabado de los jeroglíficos.
- Resaltado que es el relieve que conocemos.
- Perfil rehundido y figura resaltada que es la combinación de los dos anteriores. Muchas de las muestras las encontramos en piedra pulida.

ESTILO MESOPOTAMICO:

"Se caracterizó por una cerámica con decoración abstracta policroma, en el primer periodo, en el segundo por una cerámica con motivos geométricos sencillos de muy buen gusto, en tonos negros y



pardos. El tercer periodo y cuarto por la arquitectura".

Los relieves decorativos serán constantes motivos de repetición, donde se observa el rey y la reina sentados sobre el trono, con vasijas en las manos, mientras reciben, rodeados de servidores y de músicos, el homenaje de sus cortezanos.

El arte decorativo, de raíz naturalista, culminó en las representaciones de animales. Las representaciones humanas poseen en cambio una mayor estilización.

ESTILO ASIRIO Y PERSA:

Estilo Asirio:

Lo más importante son los relieves, en parte pintados los cuales cubren las paredes de ladrillo, con la misión de glorificar al rey narrando sus hazañas. Las formas son exageradas y estilizadas, pero en la ejecución de los detalles y en el esquema compositivo se advierte un alto sentido ornamental. Más tarde las formas se hacen algo más suaves.

Estilo Persa:

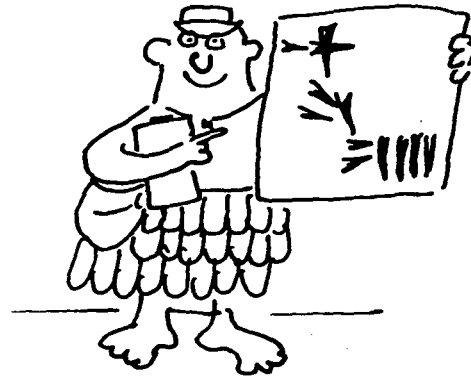
Es fundamentalmente cortesano, toma diversos elementos del estilo Egipcio, Mesopotámico, Griego y Asirio. Su estilo se refleja en las esculturas ricamente ornamentadas, como en las fachadas.

ESTILO CRETENSE Y MICENICO:

Estilo Cretense:

En esta aparecen ornamentos geométricos, sobre todo espaciales, pero también la decoración llamada naturalista, en base de motivos tanto animales como vegetales.

Uno de sus rasgos es observable en la cerámica que está decorada en blanco y rojo, sobre fondo negro, con los motivos completamente abstractos e intensamente dinámicos.



Estilo Micénico:

La decoración cerámica fue más tectónica y simétrica, descomponiendo y geometrizando los motivos minoicos, trazos geométricos sencillos.

ESTILO GRIEGO:

La ornamentación griega se caracteriza por un notable equilibrio entre naturalismo y abstracción, por el orden matemático y por su íntima relación con la arquitectura.

Los motivos principales son: el meandro, las postas, las lacerías, las antenas o fajas de flores que constan de palmetas, los cálices florales enlazados por vástagos y las hojas enlazadas.

Este estilo impulsó dos tendencias en la arquitectura que se reflejan en la actualidad (estilo dórico, jónico y corintio).

ESTILO ETRUSCO Y ROMANO:

Estilo Etrusco:

Este estilo estuvo conectado desde sus comienzos con las asombrosas manifestaciones de las culturas griega y oriental. La prueba de esto se refleja en sus pinturas murales. En sus principales lugares de reunión social o familiar.

Los motivos de su decoración son naturales (agua, peces, sacrificios, danzas, etc.).

Estilo Romano:

La pintura aparece en el estilo pompeyano utilizando las paredes de sus palacios donde representan paisajes incorporados, o figuras.

La ornamentación denominada grotesca consiste en una serie de motivos de ramajes, hojas y frutas, ora naturalista, ora estilizados, que alternan con candelabros, vasos, mascarar o seres humanos o





animales más o menos fantásticamente conformados, todo ello colocado con gracia y formando ritos ágiles y juguetones.

El arte de mosaico es otra muestra donde lograron una rara perfección.

ESTILO PALEOCRISTIANO:

La decoración paleocristiana muestra abundante influencia de diversas culturas. En cuanto al estilo el arte paleocristiano abandona los ideales de la belleza realista, predominantes en Grecia, para buscar una estilización más fuerte, tratando de ajustarse más íntimamente al marco arquitectónico y procurando expresar con una mayor intensidad las preocupaciones místicas. Utilizaron un lenguaje simbólico. Un ejemplo, es en las pinturas encontradas en las catacumbas, en ellas aparecen muchos signos oscuros, que solo los cristianos podían decifrar, entre los signos figuran las cruces gamadas, el pez o el pastor, el pavo real, símbolos de Cristo, la paloma, etc.

ESTILO BIZANTINO:

En la decoración pictórica bizantina se busca más bien el contenido espiritual, y hasta el mosaico como tantas veces, ayuda a los mayores efectos suntuosos y decorativos. La ornamentación no buscó los efectos de profundo claroscuro, sino el efecto plástico logrado con la ayuda del color.

ESTILO CELTA, GERMANO Y NORDICO:

Estilo Celta:

El arte celta se caracterizó por una idealización de la figura humana. Al mismo tiempo, al realismo de influjo mediterráneo por una extraordinaria suavidad y elegancia. Esto propino a ser un estilo decorativo muy elegante basado en un juego de líneas abstracto.

Figuras en forma de extrañas vejigas natatorias de pez se unen y entrelazan en una finísima red de gráciles ritmos, que dan conjunto a un carácter dinámico y original.

Estilo Germano:

Con la tendencia de un horror al espacio vacío, donde la ornamentación cubre la totalidad de las superficies de objetos. Utilizaron figuras en forma de zigzags donde lo que llama la atención es una serie de figuras como jinetes y animales.

ESTILO ESCANDINAVO

Esta decoración presenta muestras abstractas, rítmicas y más o menos simétricas.

EDAD MEDIA

ESTILO ISLAMICO:

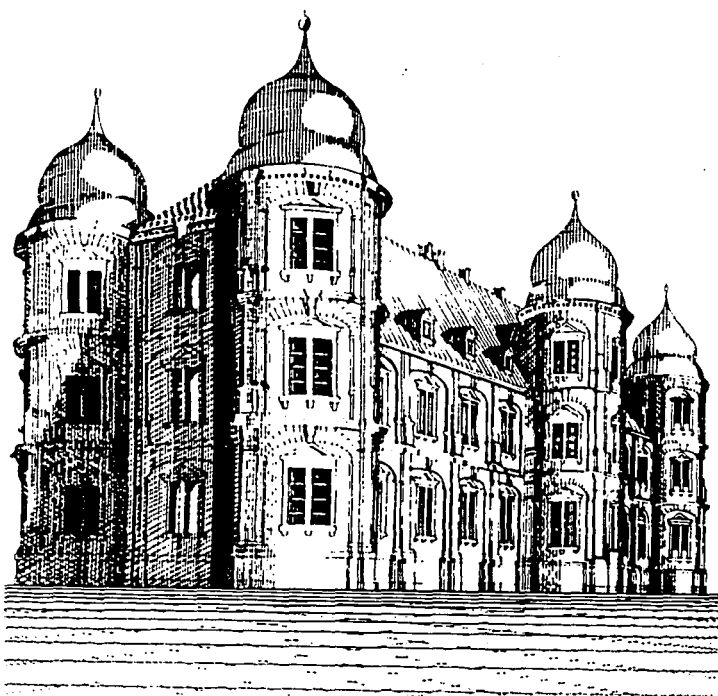
Los árabes no emplean la pintura como arte independiente, sino como medio de ornamentación, ya que los musulmanes, en su mayoría, interpretaron de manera rigurosa el precepto coránico que reza: las representaciones de los seres vivos son una abominación inventada por satanás; absteneos de ella y seréis felices.

En este estilo decorativo el color desempeña un importante papel y, con muy acertado sentido cromático realizado por hábiles dorados, los más fascinantes efectos decorativos de la historia humana.

ESTILO PREROMANICO:

La decoración consistió en elementos zoomorfos o fitomorfos a veces acompañados de figuras humanas o de animales fantásticos, todo ello muy estilizado. La decoración más genuinamente visigótica está integrada por temas geométricos: círculos, tangentes con rosetas





(inscritas), rombos y cruces.

Los temas vegetales están muy estilizados como en el tema de la vid donde cuyos sarmientos se enroscan formando círculos, cada uno de los cuales contiene un racimo o una planta.

ESTILO ROMANICO:

El artista decorador románico goza, para realizar su cometido, de una libertad mucho mayor que sus colegas grecoromanos.

Las formas ornamentales preferidos son las geométricas, las fitomorfas y las zoomorfas. Entre las formas geométricas aparecen frecuentemente dientes de sierra, ajedrezados, billetes, zigzags, círculos y rosetas, en infinitas variaciones.

Entre las formas fitomorfas aparecen las cedas, los tejidos de mimbre, la mallas diversas, los acantes, las palmetas, las zarzas, las enredaderas, los cordones, etc., estas formas naturales suelen estar muy estilizadas.

Los motivos zoomorfos son inagotables, se emplearon como símbolos religiosos.

ESTILO GOTICO:

Las decoraciones en los interiores solían ser figuras alegóricas, revestidas con tapices. Los elementos que se utilizaron en la arquitectura eran pináculos, cangrejos, rosetas, tracerías, flores, gárgolas, gabletes, cayados vegetales o frondas, rosetones, florones, etc., con la función de decorar.

La pintura de ser mural paso a plasmarse en vidrio para conformar una vidriera; que es uno de los elementos que perduran y se usan en la actualidad.

AMERICA

ESTILO PRECOLOMBINO:

Los indios fueron maestros en el arte de la cerámica, a pesar de desconocer el horno y los barnices; su cerámica es enormemente variada, tanto en las formas como en la ornamentación de vasijas. Y es donde encontramos las mejores muestras de pintura mural.

La pintura india carece de perspectiva y de modelado. El color, lo empleaban a tintas planas dentro de bien definidas líneas de contorno, y las figuras que juzgaban estar más cercanas al espectador las dibujaban en la zona inferior y en mayor tamaño que las situadas encima, las cuales juzgaban más alejadas.

Los Mayas empleaban abundante decoración en sus edificios, elementos zoomorfos y filomorfo se entremezclan con los puramente geométricos, en hojas horizontales en las que se advierte el deseo de cubrir toda la superficie con ornamentos, los artistas mayas sienten horror por el espacio vacío y por la superficie sin decorar.

Signo diferencial de la decoración precolombina es la escases de líneas y curvas.

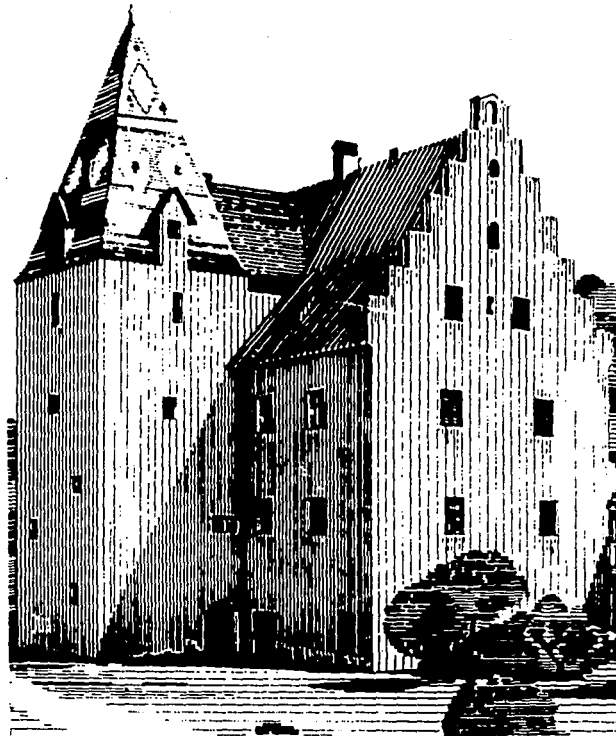
Los Incas basan la decoración en temas vegetales y animales, pero tienden a estilizarlos de tal modo que a menudo los convierten en puras formas geométricas.

ORIENTE

ESTILO INDO, CHINO Y JAPONES:

Estilo Indo:

Aparece con caracteres plásticos, en grado eminente, con una riqueza inagotable de formas y elementos decorativos los cuales cubren las fachadas de sus templos.



Estilo Chino:

Se inspiró más en la escultura donde representaban animales guardianes como leones alados y dragones, que producen una impresión poderosa con su estilización fuertemente acentuada.

Estilo Japones:

La pintura fue un elemento que los caracteriza, como sus casas, donde se observa la fascinación por los elementos naturales y su convivencia con sus semejantes.

En los trazos se muestra la facilidad de representar las ideas y rasgos del tema. El color es un elementos indispensable con la tendencia de tonos tenues y oscuros.

EDAD CONTEMPORANEA

LOS ESTILOS DEL SIGLO XIX:

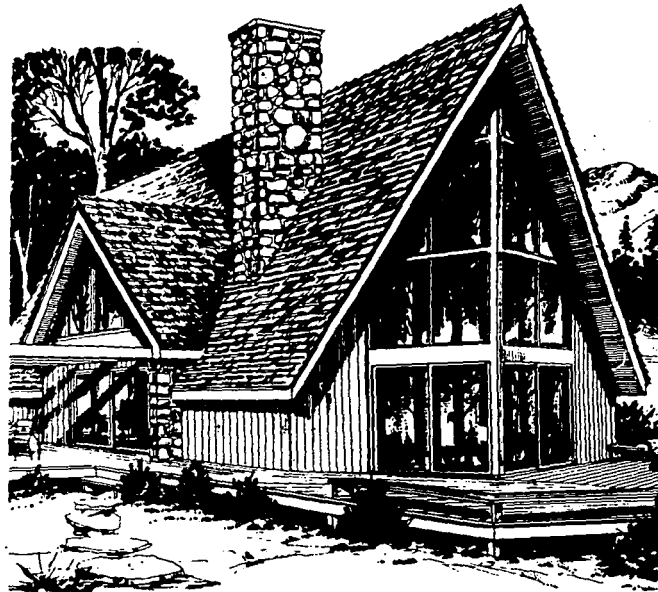
Los motivos decorativos siguen inspirandose en el mundo antiguo: se continúa empleando las palmetas, los follajes, las quimeras. Domina en general, la línea recta, pero en los contornos y en los remates empiezan a dibujarse algunas curvas.

ESTILO JUGENA O MODERNISMO:

La ornamentación modernista es rica y variada; se basa, principalmente, en la decoración en madera mediante relieves y molduras, en las paredes se utiliza estilos, esgrafiados, pinturas o aplicaciones cerámicas.

ESTILO FUNCIONAL:

Tiende a ser funcional en la arquitectura.



Conclusiones de la Primera Parte

La finalidad perseguida en este trabajo es establecida a causa de los problemas palpables en los estudiantes con estrecha relación en el campo gráfico, por consiguiente el crear un libro-guía con el tema de La Estilización en el cual se encuentra la historia, su evolución, su concepto y las herramientas que le permiten estar presente; atendiendo al problema de la poca información que encontramos en algunos libros sobre el tema, lo cual crea un abismo entre el alumno y el diseño gráfico, debido a que, generalmente los logotipos se apoyan en figuras reales, y es donde la estilización entra en un proceso de simplificación con la finalidad de representar de forma más simple la idea.

De esta forma me dispongo a mostrar a los alumnos y público en general uno de los diversos estilos para realizar los trabajos (estilo personal), pero sin olvidar la gran ayuda que brindan las ramas con estrecha relación con el campo gráfico. El

cual es auxiliado de manera importante por la observación, debido a que sin tal, un proceso de comunicación sería inútil, esto es cuando se invade el campo del ser visible, el individuo en sus cinco sentidos.

El diseño gráfico ha demostrado la gran ayuda que proporciona en los procesos de comunicación, fuerza y dentro de nuestra sociedad, con fines políticos, institucionales o empresariales. Anunciando productos, auxiliando campañas visuales y reforzando empresas con una o varias imágenes representativas, en la cual su finalidad es ser lo que la empresa ofrece al consumidor, "imagen corporativa".

Dentro de la investigación de campo se ha proporcionado de manera breve una semblanza de la historia del hombre primitivo como ser, con necesidades y la forma de solucionarlas, que son dos puntos de interés para poder ubicar el comienzo de la simplificación de imágenes obtenidas

de una idea ilusoria en el cerebro, y concretizada en una imagen representativa.

En esta primera parte se muestran ejemplos de originales de línea, en los cuales se observan las imágenes simplificadas, aisladas o integradas con tipografía en sus tres diferentes niveles: representativo simbólico y abstracto.

1.- Teniendo en cuenta que los individuos no conocen el campo del diseño a profundidad, se han tomado varias reglas elementales de los procesos de comunicación como lo es un formato carta, utilizado de forma horizontal con dos columnas con opción a cuatro.

2.- Una tipografía de 10/12 puntos que es lo más adecuado para una lectura en los libros, justificada a ambos lados y que por sus características permiten legibilidad y fluidéz de la misma y como refuerzo imágenes de los temas.

3.- Los títulos son de 24 puntos y justificados a los lados,

los subtítulos en mayúsculas y respetando la sangría para facilitar la lectura.

La forma de utilización de este libro deberá de ser en clases debido a que mucha de la información deberá ser aplicada por los profesores encargados del tema, para aclarar las dudas que surgen en su transcurso, esto es atendiendo cuando el alumno no conoce mucho del tema y los términos.

Cuando el alumno logra captar y comprender la información contenida en esta parte, observa un panorama más amplio sobre el tema y por consiguiente tendrá un dominio de los fundamentos gráficos de apoyo.

CAPITULO

5

El Manual

PROPOSITO DE LOS MANUALES:

Los manuales tienen como propósito principal proporcionar en una forma ordenada y sistemática, la información referente, sobre el tema tratado, como la historia, sus antecedentes, los objetivos que planea alcanzar, las funciones que ofrece y la manera de satisfacer el propósito.

DEFINICION DE MANUAL:

Un manual se puede definir como la guía técnica para llegar a un resultado satisfactorio el cual debe perdurar y servir a futuros lectores con problemática sobre el tema, esto es por el contenido y la solución que proporciona de acuerdo a una metodología y una técnica muy particular.

Estructura de un manual:

Un manual al igual que un libro presenta dos estructuras: una física y otra interna o de contenido.

*La estructura física es la forma del libro, sea externa como interna y ambas requieren de un amplio conocimiento técnico.

*El contenido del manual, es el producto de una recopilación de datos sobre el tema específico, además de una aportación para resolver un problema que afecta a grupos de individuos con estrecha relación con el tema.

En cuanto a la estructura física nos referimos a dos formas: interna y externa.

*Las partes externas del manual son:

1.-Cubierta: Es el papel, cartulina o cartón que cubre el libro a la rústica y el cual incluye el título de la obra.

2.-Lomo: Es la parte que une las dos tapas del libro, es el dorso,

pudiendo ser redondo o plano.

*Las partes internas del manual son:

Comprenden desde la hoja de Respeto o Guarda Inicial hasta la Guarda Final.

Todo trabajo contiene tres grandes divisiones: Los preliminares, el texto o cuerpo de la obra y las partes finales.

1.- En las preliminares, tenemos los siguientes:

- Hoja de respeto o guarda inicial.

- Título.

- Página titular o portada interna.

- Frontispicio (Portada).

- Dedicatoria.

- Prólogo, prefacio, presentación, reconocimiento, palabras del autor, o agradecimiento.

- Introducción.

- Índice general, contenido o sumario.

- Glosario.

2.- Inmediatamente el texto o cuerpo del manual, desglosado de acuerdo al criterio del autor en partes: capítulo, subcapítulos, secciones, subsecciones y párrafos.

3.- Las partes finales son:

- Conclusión, recomendaciones o sugerencias.

- Apéndices o anexos.

- Índice bibliográfico o bibliografía.

- Colofón (datos del impresor).

- Guarda final.

Algo de Historia del Diseño Gráfico

HISTORIA DEL DISEÑO GRAFICO

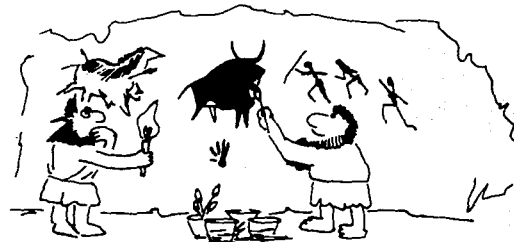
Remontándonos unos cuantos siglos atrás el diseño gráfico era producido por los artesanos, miembros de gremios de impresores y rotulistas. Elaborando los trabajos en grupos para obtener las producciones en grandes cantidades.

Pero otros siglos más atrás, durante el período de la prehistoria el hombre de ese entonces, desarrollo un proceso de comunicación con sus semejantes, siendo en un principio sonoro, ruidos y exclamaciones de alegría, furia o dolor, enseguida estos sonidos fueron designados por los hombres prehistóricos, para indicar tipos de animales, disgustos, temores, etc. Con la evolución del intelecto a poco porcentaje, no al grado nuestra actualidad, buscó otras formas de comunicación como el lenguaje con las manos en un grado más puro, la articulación de las mismas le permitieron sujetar objetos que después utilizaría par trazar imágenes que observaba, como las huellas de animales, aves de su período e incluso las suyas mismas.

Gracias al alto grado de observación, realizaron infinidad de dibujos simplificados, he aquí donde podemos ubicar el primer término de diseño gráfico: este término en la actualidad lo conocemos como la cualidad que cultiva un individuo para comunicar ideas concientemente con un estilo propio, esta definición no permite el negar que el hombre primitivo no diseño gráficamente, concientemente; debido a que tuvo que pensar en la imagen para trazar o expresar acontecimientos de cacería en grupo, con estilo propio.

Actualmente el término de Diseño Gráfico proviene del movimiento de artes y oficios fundado por William Morris, en 1884. El lo definió como el estilo o forma de impresión y reproducción utilizado en los libros, papeles tapiz y telas.

El Arte Nouveau (Arte Nuevo) se fundamentó en el estilo de



curvas y líneas de Moris, aplicándola en las decoraciones de objetos.

La influencia más importante en el diseño Contemporáneo fue la de Bauhaus establecida en Alemania, después del término de la Primera Guerra Mundial. Siendo su fundador el arquitecto, diseñador y maestro Walter Gropius, que mostró los fundamentos del diseño funcional.

En Estados Unidos el diseño gráfico ganó aceptación debido a la producción y publicación masiva, junto con el cine. Lo que obligó a tener diseñadores especializados para satisfacer aún más los diseños y tratar de alcanzar las expectativas del mismo.

Unos de los ejemplos más notables fue cuando Lester Beal con la inquietud de satisfacer una necesidad creó una imagen que satisficiera los problemas de comunicación con el público, y diferenciarla de otras empresas. Cartepillar es el ejemplo de un logotipo que fue creado como imagen representativa adoptada como logotipo institucional que perdura.

Ampliando el panorama de la importancia del campo gráfico y del sujeto que lo ejecuta, con la intención de representar por medio de una imagen corporal el esfuerzo de un grupo de personas.

DEFINICION DE DISEÑO

"Definiciones y descripciones sobre el diseño:

- El descubrimiento de los verdaderos componentes físicos de una estructura física (Alexander, 1963).
- Una finalidad - un problema controlado - una actividad resuelta (Archer, 1965).
- La elaboración de una decisión de cara a la incertidumbre con grandes penalizaciones para el error (Asimow, 1962).
- Simular lo que queremos construir (o hacer), antes de construirlo (o



hacerlo), tantas veces como sea necesario para confiar en el resultado final (Booker, 1964).

- El factor que condiciona aquellas partes del producto que toman contacto con la gente (Farr, 1966).

- El diseño técnico es la utilización de principios científicos, información técnica e imaginación en la definición de una estructura mecánica, máquina o sistema que realice funciones específicas con el máximo de economía y eficiencia (Fielden, 1963).

- La relación de un producto con su situación con objeto de satisfacerla (Gregory, 1966).

- La realización de un complejo acto de fe (Jones, 1966).

- La solución óptima de un conjunto de verdaderas necesidades en un particular conjunto de circunstancias (Matchett, 1968).

- El salto imaginativo desde la realidad presente a las posibilidades futuras (Page, 1966).

- Una actividad creativa, que supone la consecución de algo nuevo y útil sin existencia previa (Reswick, 1965)".

A QUE DENOMINAMOS DISEÑO GRAFICO

Se ha otorgado el nombre de diseño gráfico al proceso de transformación de ideas y conceptos en un orden estructural y visual.

El término diseño gráfico fue utilizado en el año de 1922, la adjudicación de este término es para William Addison Dwiggins, debido a que fue quien unió las palabras y las dio a conocer en sus escritos.



CONCEPTO DE DISEÑO:

El diseño es un acto fundamentalmente humano. Por consiguiente diseño es toda acción creadora que cumple su finalidad, manifestándose con la transmisión de ideas, mensajes, afirmaciones visuales y en ocasiones estética pura.

El diseño contiene dos problemas que debemos distinguir:

a) ¿Cómo distinguimos si es un acto creador?

b) ¿Cómo establecemos si cumple su cometido?

Debemos comprender primero estas dos cuestiones las cuales nos muestran cuando algo es un diseño que satisface necesidades humanas de comunicación o comodidad.

El acto creativo satisface las necesidades humanas.

a) ¿Cómo distinguimos si es un acto creador?. Lo distinguimos cuando produce algo nuevo pero no satisface al problema por completo.

La creación no existe en el vacío, forma parte de un esquema humano, personal y social. Hacemos algo por que lo necesitamos, esto es, si somos creadores. Es esta la única elección que cabe en la vida (limitamos nuestros deseos y necesidades para adaptarnos a lo que las circunstancias nos ofrecen, o bien utilizamos toda nuestra imaginación, conocimiento y habilidad para crear algo que responda a dichas necesidades). Como individuo, nuestra elección es en forma independiente y como grupo social, la decisión es en conjunto.

Las necesidades humanas son siempre complejas. Todas ellas presentan dos aspectos: uno funcional y otro expresivo los cuales varían según las necesidades.

El proceso del diseño:

b) ¿Cómo establecemos si cumple su cometido? lo establecemos cuando analizamos lo que ocurre cuando diseñamos y de esta



forma sabemos si cumple con su cometido.

Este proceso encierra cuatro causas:

- Causa primera: es aquella, sin la cual, no habría diseño. Es la semilla, por así decirlo, de lo que surge el diseño. Cuando lo expresamos en esta forma, resulta evidente que no cabe esperar que comprendamos o juzguemos un diseño sin conocer la causa primera.

- Causa Formal: En ésta nuestro diseño empieza a adquirir forma en nuestra mente. Es muy probable que tomemos un lápiz y papel y bocetemos para ayudar a nuestras imágenes mentales. Vemos su forma preliminar, tenemos una idea acerca de los materiales que emplearemos y el resultado que obtendremos.

Ocurre en ocasiones que no podemos lograr una imagen mental detallada de lo que queremos hacer, y la única solución es comenzar a trabajar directamente con los materiales, con la única guía de ideas y sentimientos más o menos vagos, los cuales nos indicarán el camino a proseguir.

- Causa Material: Nuestro diseño alcanzado la etapa en la que visualizamos su forma. Pero el dibujo es simplemente la representación de la idea, que se realizará en el material más conveniente.

No es factible imaginar una forma real sino es, en algún material, ya que no puede existir aparte de éste.

- Causa Técnica: Puesto que inicia de la naturaleza de los materiales es la manera en que podemos darles forma, lo que hemos dicho acerca de ellos también es válido para los técnicos.

Esta causa engloba la forma del proceso de realización, del diseño como las herramientas y materiales utilizados. Debido a que el material elegido sugerirá herramientas y técnicas apropiadas.

Si la forma creada satisface la causa primera, si se expresa a través de los materiales apropiados, si son los más adecuados para el diseño y sin la totalidad se realiza con economía y elegancia, po-



dremos afirmar que es un diseño que satisface todas las expectativas para lo que fue creado y diseñado.

Características de las Artes Visuales

FUNDAMENTOS DE APOYO

ARTES VISUALES:

Las condiciones especiales que implican las artes visuales son:
Todo esto es la primera condición del diseño visual que debemos tener en cuenta.

Pensemos en algunas como la pintura, arquitectura, diseño de modas y gráfico, escultura, tipografía, cinematografía, ilustración, etc. Se enlistan de tres relaciones visuales:

- Las artes como la pintura, la tipografía, la ilustración, y el diseño gráfico son, desde el punto de vista físico, bidimensionales, aún cuando ofrecen una ilusión de profundidad, son físicamente planas.

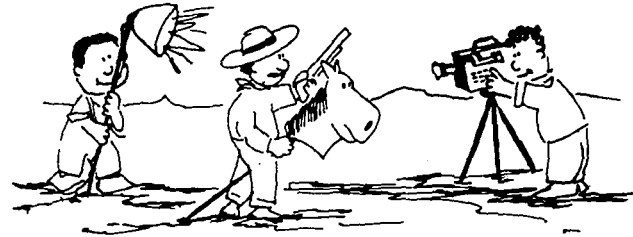
- La arquitectura, el diseño de modas y la escultura son tridimensionales, de modo que algunas artes visuales tienen dos dimensiones y otras tres.

- El cinematógrafo y artes similares como la danza, el teatro, la ópera y la música, poseen una dimensión temporal (secuencia y duración en tiempo).

RELACIONES VISUALES Y ESTRUCTURALES

Es la segunda condición del diseño visual.

Las relaciones visuales existen por que las vemos. Si no podemos verlas, no son visuales, por lo que nos debemos apoyar en algo objetivo, y ello es el sistema de relaciones estructurales que



mantienen unida la obra y que son completamente independientes del hecho de que las vemos.

Por ejemplo en un diseño, el tamaño, la forma, su capacidad de reflejar la luz, la disposición de las partes y la forma en que están unidas, constituyen dicho sistema, que percibimos al mirar el diseño, y nos permitan valorarlo.

Las relaciones estructurales siempre son específicas y la única manera de captarlas es estudiar diseños particulares: por ejemplo cuando examinamos un elemento determinado del diseño. Que actúa en forma subjetiva de nuestras percepciones sensoriales y nuestra mente.

Las relaciones estructurales son de carácter absolutamente concreto y específico.

Las relaciones visuales son de carácter general y relativamente universal.

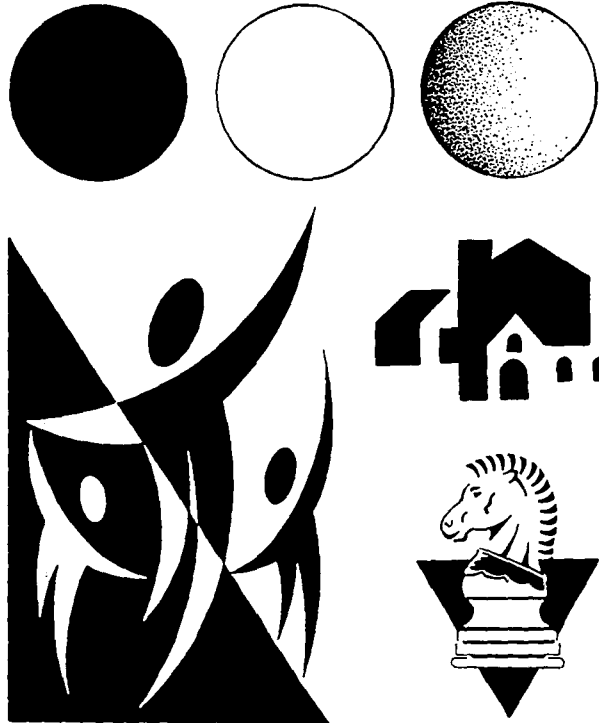
EL CONTRASTE - SOSTEN DE LA FORMA

CONTRASTE: Es la percepción de la forma en base a un campo visual.

Cuando percibimos una forma, significa que deben existir diferencias en el campo, las que nos permiten observar la resistencia del contraste. Esta es la base de la percepción de la forma.

Por ejemplo, si iluminamos una pelota blanca que coloreamos delante de una pantalla blanca, por ambos lados, observamos que prácticamente desaparece. Los contrastes en el campo visual son tan leves que nuestra percepción de la forma circular de la pelota resulta muy débil.

Ahora bien, si movemos una luz de tal modo que ilumine la pelota pero no la pantalla, y ubicamos la otra para que de sobre la



pantalla pero no sobre la pelota, observaremos un difuminado de claro a oscuro y de oscuro a claro. Que mostrará el contraste que permite la luz; por consiguiendo la silueta de la pelota.

RASGOS DE LAS SENSACIONES VISUALES

Nos enfrentamos a la causa natural objetiva de lo que causa las sensaciones visuales. En lo que concierne a la visión la causa es la luz: debido a que sin luz no hay sensación.

Las dimensiones físicas que presenta la luz son dos: amplitud y longitud de onda.

- Amplitud significa la cantidad de energía radiante; es la dimensión cuantitativa.

- La longitud de onda es cualitativa, y determina el tipo de energía radiante. Un pequeño grupo de longitudes de onda entre el calor y la radiación ultravioleta afecta los receptores visuales y producen la sensación de visión.

Gracias a que percibimos las distintas amplitudes como diferencias de luminosidad de la luz, y las diferencias de longitud de onda, como diversos matices, permiten al ojo filtrar una información al cerebro que proporciona una imagen al individuo de lo que observa, todo esto lo conocemos como el estímulo compuesto.

El estímulo compuesto origina dos cualidades que percibimos en la luz: luz acromática y lo que denominamos saturación. Consideremos ahora la primera. Si se estimula de igual manera todas nuestras sensibilidades básicas al matiz, en lugar de color, vemos luz blanca, que es una luz incolora, cuyo nombre técnico es luz acromática.

Las dos clases distintas de sensación visual que tenemos son:

- Cromática (con matiz).
- Acromática (sin matiz).



Si se estimulan todas nuestras sensibilidades básicas al matiz, pero no en igual medida, estamos frente a un nuevo tipo de sensación, que posee ambas características: cromáticas y acromáticas, que llamaremos la saturación del color que nos permitirá observar el color en un cierto porcentaje de su esencia vital (pureza del matiz), por ejemplo el rojo de la luz de tránsito en un semáforo esta en su grado más alto de saturación y con respecto a un tono o matiz rosado está a una mínima saturación.

De todo esto distinguimos cuatro cualidades en la percepción de la luz:

- 1.- Que sea cromática o acromática.
- 2.- Luminosidad, que se aplica a ambas.
- 3.- Matiz.
- 4.- Saturación.

El matiz y la saturación solo se aplican a la luz cromática. Una variación en cualquiera de estas cualidades o alguna combinación entre ellas provocará un contraste en nuestro campo visual. De tales contrastes surgirá nuestra percepción de la forma.

Las diferencias en el campo visual dependen de dos factores:

- Las cualidades de la luz.
- El carácter reflectante de los objetos en el campo.

A veces captamos cualidades en la luz misma, pero en general percibimos las diferencias como cualidades de las cosas. Esto es lo que observamos es gracias a la luz que refleja.



Percepción Tonal ó Contraste

CUALIDADES TONALES

En nuestra experiencia tonal existe igualmente una división entre los grupos: cromático y acromático.

Todo lo que presenta matiz es cromático, mientras que los neutros incluyendo negro y blanco son acromáticos.

- Valor: Es el nombre que damos a la claridad y oscuridad de los tonos.

Valor significa realmente la cantidad de luz que pueda reflejar una superficie. El blanco está en el extremo superior mientras que el negro en la inferior. Y los demás tonos, cromáticos y acromáticos están ubicados entre ambos extremos.

- Matiz: Significa la diferencia que hay entre un color y otro, por ejemplo: azul y rojo, rojo y amarillo, amarillo y azul, y otras combinaciones. Esto es posible de observar en los objetos gracias a las longitudes de ondas que absorben y las que retachan.

- La Intensidad: Corresponde a la saturación. Que es la pureza de matiz que puede reflejar la superficie de un objeto, por ejemplo cuando un cuerpo refleja un tono rojo puro su intensidad es máxima.

Pero cuando su tono es afectado su intensidad está neutralizada. Su intensidad es afectada a un mínimo.

TEXTURA VISUAL

No solo responde a la cantidad y el tipo de luz que reflejan las superficies, sino también a la manera en que la reflejan. Esto es apreciable gracias al sentido visual: apagado, brillante, opaco, transparente, metálico y iridiscente; y también de forma táctil: aspero, suave, duro y blando. Por ejemplo: esto se observa en un pedazo de damasco (tela con grabado o tejido de una figura como una rosa). La superficie brillante, ofrece contraste con el tejido común, que es



contraste); corresponde a lo que percibimos como fondo. Este posee tamaño y forma debido al contraste con lo que no es página del libro o la imagen.

Lo impreso establece un marcado contraste tonal con el fondo y se convierte en figura y en el centro de la atención. Cada letra, cada palabra, cada línea o imagen tiene forma a causa de su relación de figura con respecto al fondo.

Cuatro son los puntos que debemos recordar:

- 1.- El fondo debe ser más grande que la figura y por tal más simple.
- 2.- La figura se percibe habitualmente en la parte superior o delante del fondo. No obstante, en ocasiones es perforado.
- 3.- El fondo puede percibirse como una superficie o como un espacio.
- 4.- Pensamos naturalmente en la forma de la figura.

Las áreas de fondo también tienen forma, si bien se trata de la forma negativa del espacio no ocupado. Tanto la forma positiva como la negativa tienen importancia en el diseño, y tendríamos que ejercitarnos en adquirir sensibilidad a una y a otra. El fondo puede percibirse como superficie o como espacio.

- 1.- a) Fondo simple.
b) Fondo complejo.
- 2.- a) Figura sobre fondo.
b) La figura perfora el fondo.
- 3.- a) Fondo percibido como superficie.
b) Fondo percibido como espacio.



apagado y a través de tal contraste podemos ver el dibujo.

El color blanco constituye por sí mismo un ejemplo de textura visual. Esto es comprobable cuando lo examinamos con un microscopio y descubrimos las partículas de pigmentos blanco, veremos cristales diminutos. La apariencia blanca es debido a la forma en que descomponen la luz.

ESTRUCTURA EN NUESTRO CAMPO VISUAL

La luz que reflejan los objetos de nuestro campo visual, llega a la retina con una trama de diferentes cualidades y cantidades. Dicha trama inicia la respuesta nerviosa correspondiente, que el cerebro registra como esquema de energía. Todo esto constituye la base de nuestra percepción.

Las partes de baja energía o contraste débil se funden y constituyen lo que los psicólogos llaman fondo. Las partes de energía más alta y mayor contraste se organizan en lo que se denomina figura.

Esta última constituye el interés central, pero el fondo es igualmente importante por que ambos elementos son necesarios para la percepción de la forma.

Todo lo que vemos y posee forma se percibe en esta clase de relación. No importa que los objetos observables sean bi o tridimensionales, puesto que la estructura pertenece al esquema de energía en el cerebro. Como tales esquemas dependen del contraste en el campo, podemos aplicar directamente al diseño la idea de la relación figura - fondo.

RELACION FIGURA FONDO

Consideremos la página de un libro o papel en donde se traza una imagen. Los espacios vacíos tienen la misma cualidad tonal (sin



EL CUERPO SE CONVIERTE EN FIGURA

Si trazamos una figura o imagen sobre una hoja de papel, observamos que algo extraño ocurre. El papel encerrado en la línea es físicamente idéntico al resto de la hoja, pero, después el punto de vista psicológico, es en todo distinto. No vemos la línea en la figura o la imagen como algo en sí misma, sino como el borde de una superficie. El área encerrada se ha convertido en figura.

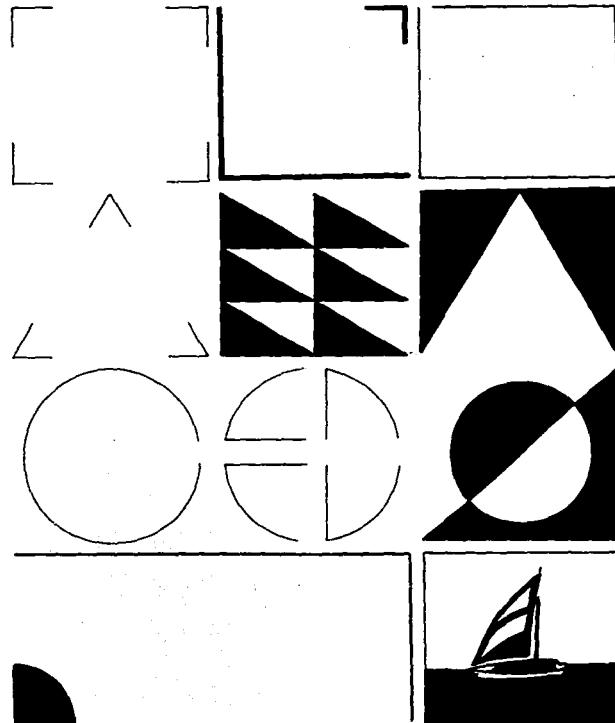
CERRAMIENTO

"No es necesario encerrar por completo un área para transformarla en figura. Idéntico efecto se logra si hay bastante sugestión de cerramientos como para que el ojo pueda completarla. Un cuadro constituirá un buen ejemplo para demostrarlo. Si trazo dos lados adyacentes de un cuadro, las líneas comienzan a definir un espacio, pero no muy claramente. Ahora bien, si coloco un acento donde tendría que estar el ángulo diagonal, vemos un cuadrado. Mentalmente suplimos los dos lados ausentes. Hasta podríamos reducir las indicaciones a cuatro puntos ubicados en los sitios correspondientes a los ángulos y obtener aún así cierto grado de cerramiento.

También se pueden conseguir dicho efecto usando los bordes de áreas tonales para definir el fondo. Cuando se da a un área de fondo una forma bastante definida y buena por medio del cerramiento, se convertirá en parte del esquema de la figura".

- Esquema Reversible de figura - fondo:

Es cuando el campo está dividido casi exactamente en dos tonos, de modo que ambos constituyen formas buenas, con frecuencia podemos ver como figuras cualquiera de los tonos y según como miremos el tono podrá ser figura o fondo.



CAPITULO

6

Las Representaciones de la Forma

LA FORMA

Todos los elementos visuales que percibimos constituyen generalmente lo que llamamos "forma". La cual se presenta con tres características: tamaño, color y textura.

La manera en que una forma es creada, construida y organizada junto a otras formas, es gobernada por la disciplina que denominamos como "estructura".

Los elementos conceptuales no son visibles. Por lo tanto el punto, la línea o el plano, cuando son visibles se convierten en forma.

Por pequeño que sea; en ocasiones presentandose como un diseño bidimensional -volumen imaginario, como en los casos de la línea y el plano.

LA FORMA COMO PUNTO

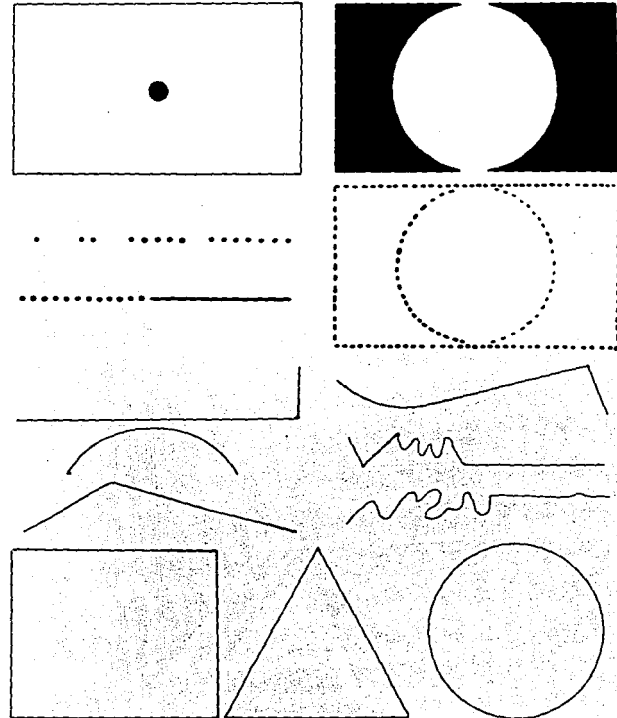
"Una forma es reconocida como punto por pequeño que esta sea. La pequeñez, desde luego, es relativa. Debido a que una forma parece bastante grande cuando esta contenida dentro de un marco pequeño, pero la misma forma puede parecer muy pequeña si es colocada dentro de un marco mucho mayor.

La forma más común de un punto es la de un círculo simple, compacto, carente de ángulos y de dirección. Sin embargo, un punto puede ser cuadrado, triángulo, oval o incluso de forma irregular".

LA FORMA COMO LINEA

"Una forma es reconocida como línea por dos razones:

- a) Anchura que es extremadamente estrecha.
- b) Su longitud es prominente.





Una línea, por lo general, transmite la sensación de delgadez, que es semejante a la de pequeñez.

Una línea tiene tres aspectos:

- a) La forma total: Se refiere a su apariencia general, que puede ser descrita como recta, curva, quebrada, irregular o trazada a mano.
- b) El cuerpo: Como una línea tiene un ancho, su cuerpo queda contenida entre ambos bordes, y la relación determina la forma del cuerpo. Los bordes son lisos y paralelos pero en ocasiones afilado, nudoso, vacilante o irregulares.
- c) Las extremidades: Estas pueden carecer de importancia si la línea es muy delgada. Pero si la línea es ancha, la forma de sus extremos puede convertirse en prominente. Pueden ser cuadrados, redondos, puntiagudos o de cualquier otra forma.

LA FORMA COMO PLANO

“Una forma plana esta limitada por líneas conceptuales que constituyen los bordes de la forma. Las características de estas líneas conceptuales, y sus interrelaciones, determinan la figura de la forma plana”.

Las formas planas tienen una variedad de características y por lo tal se clasifican como:

- a) Geométricas: Construidas matemáticamente.
- b) Orgánicas: Rodeadas por curvas libres, que sugieren fluidez y desarrollo.
- c) Rectilíneas: Limitadas por líneas rectas que no tienen una relación matemática entre si.
- d) Irregulares: Limitadas por líneas rectas y curvas que no están relacionadas matemáticamente entre si.
- e) Manuscritas: Caligráficas o creadas a mano alzada.

f) Accidentales: Determinadas por el efecto de proceso o materiales especiales, u obtenidas accidentalmente.

FORMAS POSITIVA Y NEGATIVA

"Por regla general, a la forma se le ve como ocupante de un espacio, pero también puede ser vista como un espacio blanco, rodeado de un espacio ocupado.

Cuando se le percibe como ocupante de un espacio, la llamamos forma "positiva". Cuando lo percibimos como un espacio en blanco rodeado por un espacio ocupado, la llamamos forma "negativa".

LA FORMA Y LA DISTRIBUCION DE COLOR

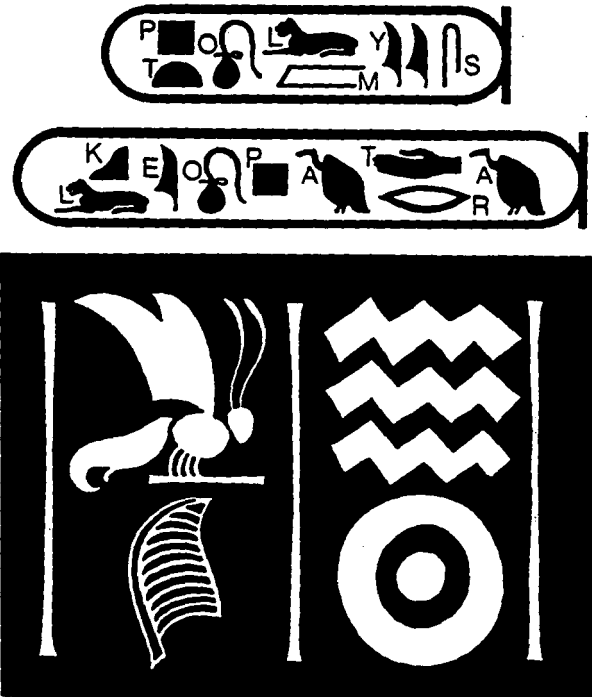
Teniendo una forma y un marco, con el blanco y el negro se pueden hacer cuatro formas de distribución del color.

- Forma blanca sobre fondo blanco.
- Forma blanca sobre fondo negro.
- Forma negra sobre fondo blanco.
- Forma negra sobre fondo negro.

INTERRELACION DE FORMAS

Se da de ocho maneras debido a la superposición:

- Distanciamiento: Separación entre sí.
- Toque: Con el acercamiento comienzan a tocarse.
- Superposición: Donde una esta por encima de la otra.
- Penetración: donde se entre mezclan y surge otra figura.
- Unión: Las dos unidas conforman una unidad.



f) **Sustracción:** Cuando una forma visible se cruza con una no visible.

g) **Intersección:** Cuando dos formas invisibles se cruzan muestran el punto de cruce.

h) **Coincidencia:** En donde la imagen coincide y sólo se observa una.

Con el conocimiento que hemos leído y visto acerca de la forma, nos ayuda a comprender la cantidad de formas que hay en una figura, así como al grado que pertenecen.

Otra auxiliar para mostrar una figura o forma es la línea en forma:

- a) Enfatizada.
- b) Radial.
- c) Divergente.
- d) Convergente.
- e) Paralelos.

MODULOS

"Cuando un diseño ha sido compuesto por una cantidad de formas, las idénticas o similares entre sí son formas unitarias o módulos que aparecen más de una vez en el diseño".

Los módulos dentro del diseño lo unifican, y son fácilmente de localizar, debido a que son simples, y no complicados.

La repetición de módulos suele aportar una inmediata sensación de armonía dentro del diseño; pero cuando los módulos son en pequeña cantidad y gran tamaño, el diseño parecerá simple y audaz.

La repetición de módulos de poco tamaño sirven como textura visual. Y cuando la repetición es de grande a chico sucesivamente se obtiene un ritmo dado.



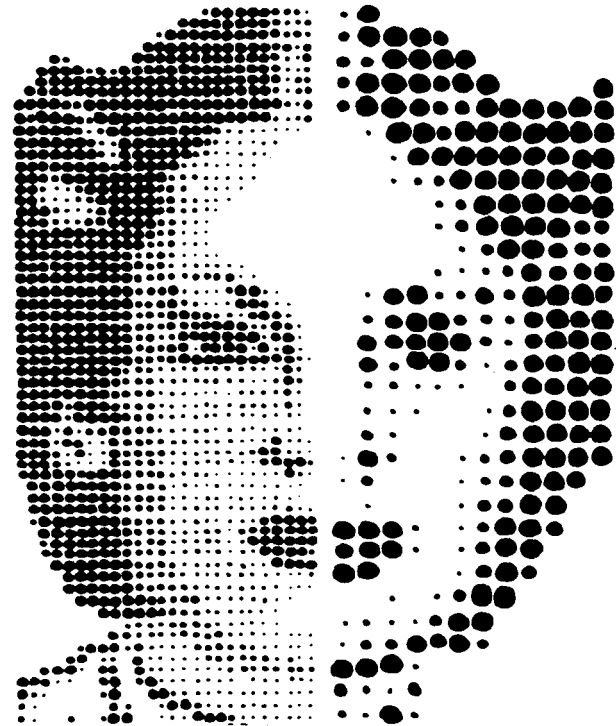
La Forma Repetida

TIPOS DE REPETICION

- a) Repetición de figura: El tamaño y color puede cambiar mientras no cambie la figura.
- b) Repetición de tamaño: El tamaño es importante, lo variable es el ángulo mientras no se pierda la esencia de la figura.
- c) Repetición por color: Conserva siempre el mismo color, sin importar la forma de la figura, pero si el tamaño.
- d) Repetición por textura: Lo importante es la conservación de la textura en las figuras.
- e) Repetición por dirección: Esto solo es posible cuando las formas muestran un sentido definido de dirección.
- f) Repetición por espacio: Es el uso de las figuras positivas en un espacio determinado.
- g) Repetición por posición: Cuenta el acomodo simétrico de las diversas figuras en un espacio.
- h) Repetición por gravedad: Produce efectos de peso, livianidad y estabilidad.

VARIACIONES EN LA REPETICION

- a) Direcciones repetidas: Tomandose en cuenta el tamaño, la dirección de corte y el corte.
- b) Dirección indefinida: Lo importante es el tamaño y el corte aunque la dirección sea a diversos ángulos.
- c) Dirección alternativa: Conserva el corte, tamaño de la figura y la lógica frecuente o ritmo.
- d) Dirección en gradación: En esta el tamaño y el corte son iguales pero el ángulo de inclinación diferente.



e) Direcciones similares: Conserva el mismo corte en todas las figuras mientras el ángulo sea menor de 90° pero con diversas direcciones.

GRAVEDAD:

Es una sensación psicológica.

EL CONTORNO

La línea describe un contorno. Dentro de las artes visuales existen tres tipos de contornos: el cuadrado, el círculo y el triángulo equilátero. Cada uno de ellos tienen su carácter específico y rasgos únicos, y a cada uno de ellos le atribuimos gran cantidad de significativos una vez mediante la asociación, otras mediante una adscripción arbitraria y otras, a través de nuestra propia percepción psicológica por ejemplo:

Al cuadrado: Torpeza, honestidad, rectitud y esmero.

Al triángulo: El conflicto y la tensión.

Al círculo: Infinitud, calidez y la protección.

DIRECCION

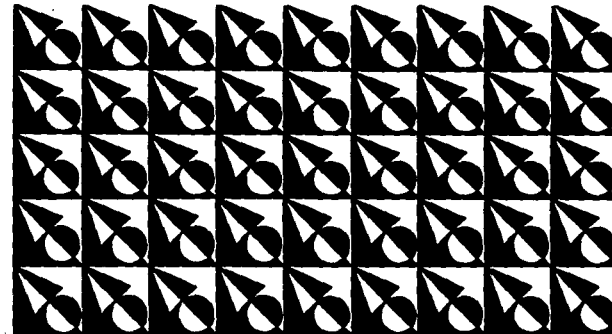
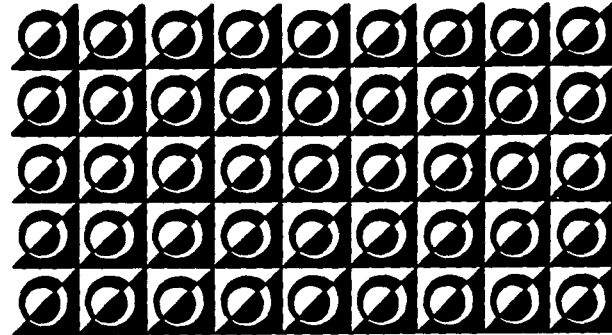
Todos los contornos básicos expresan tres direcciones visuales básicas y significativas:

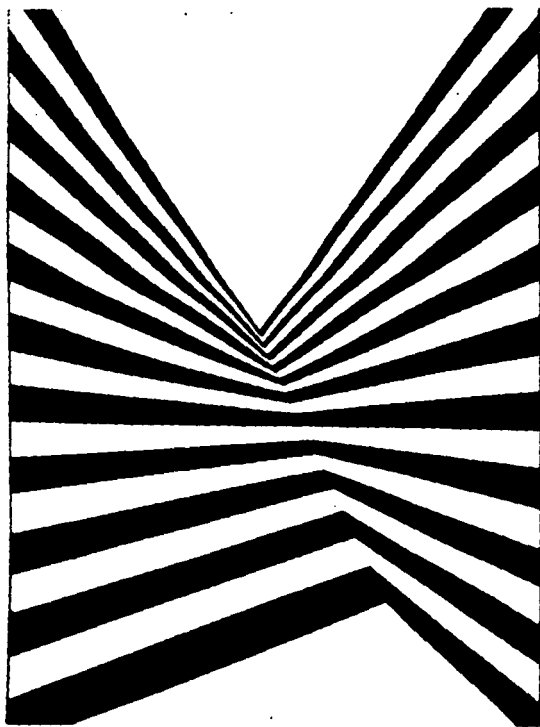
El cuadrado: La horizontal y la vertical.

El triángulo: La diagonal.

El círculo: La curva.

Cada una de las direcciones visuales tienen un fuerte significado asociativo y es una herramienta valiosa para la confección de mensajes visuales.





DIMENSION

La representación de la dimensión o representación volumétrica en formatos visuales bidimensionales dependen también de la ilusión.

La dimensión existe en el mundo real. No solo podemos sentirla sino verla con ayuda de nuestra visión estereoscópica biocular. Pero a ésta la ayuda la perspectiva para su mayor comprensión en el mundo real.

Los efectos que producen la perspectiva pueden intensificarse mediante la manipulación tonal del "claroscuro" que son luces y sombras en los objetos o figuras.

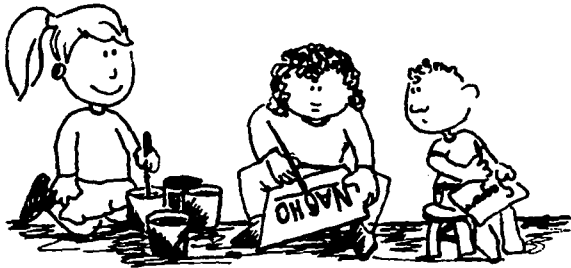
CAPITULO



**ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA**

MESA
SPRINKLER^{INC.}

 **Balboa
Instruments**
Incorporated



DISEÑO

El diseño es la expresión planificada de un propósito, poniendo el acento de esta definición, tanto en la idea de "planificación" y de proceso, como en la de "expresión" material y el "sentido", resultante de lo anterior.

El proceso de diseño no es un proceso lineal, sino alternativo.

Es un constante regresar al principio o alternativamente a las etapas intermedias, hasta conseguir la certidumbre, la consistencia de la solución que se está desarrollando.

EL OBJETIVO DEL DISEÑADOR

Es transmitir ideas, mensajes, afirmaciones visuales y en ocasiones estética pura.

ETAPAS DEL PROCESO CREATIVO

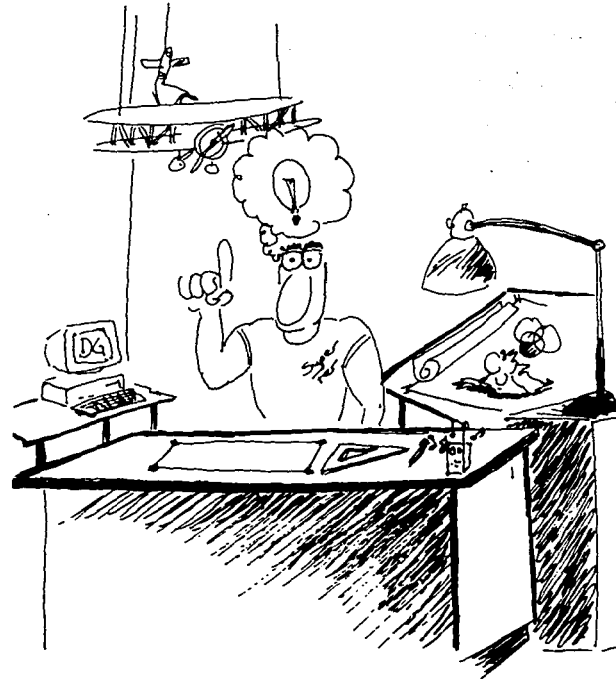
- 1.- Información: Documentación recogida de los datos.
 - 2.- Digestión: Elaboración "subconsciente", tentativas en un nivel mental difuso.
 - 3.- Idea Creativa: Iluminación. Descubrimiento de soluciones originales posibles.
 - 4.- Verificación: Desarrollo de las diferentes hipótesis creativas, formulaciones, comprobación objetiva, Correcciones.
 - 5.- Formalización (puesta en forma): Visualización, prototipo original, mensaje como modelo para su producción y difusión.
- El diseño no es el mensaje. El diseño es una actividad múltiple y compleja que no se limita a la forma externa, la solución de la forma externa no es más que la expresión visible de un proceso creador.
- Por lo tanto, el diseño no debe confundirse con la forma estética exterior, debido a que la finalidad y los requisitos previos constituyen los criterios que determinan la forma exterior.

INVESTIGACION DE CAMPO

Es un elemento importante, que proporciona información valiosa para delimitar las características específicas que debe tener el diseño, a la vez que nos muestra la aceptación que tendrá el trabajo de acuerdo al grupo o grupos que se bombardea con un medio visual.

TOMA DE UNA DECISION FINAL

"La decisión a la que llega el diseñador es siempre subjetiva. No existen decisiones correctas o erróneas: tan solo existen aquellas que sirven al tema", al cliente y al propio juicio creativo. Siempre existen



opciones alternativas, y por ello conviene presentar más de una idea para cada trabajo".

LA IMAGEN CREADA

Debe contener proyección. Esta sólo es una imagen irreal cuando se encuentra en la mente. Proyección es la representación: imagen - gráfica con utilidad - empresa la cual será la más correcta y acertada de acuerdo a la realidad. Esta realidad se observará habitualmente en el estilo y el formato de los documentos internos e incluso en los objetos pertenecientes de la empresa, o persona solicitante del servicio.

ORGANIZACION DE LOS ELEMENTOS DEL DISEÑO

El diseño gráfico es fundamentalmente una actividad bidimensional que consiste principalmente en la disposición de formas en una superficie, habitualmente plana, limitada por cuatro lados.

"Dentro de esa superficie aparecen palabras e imágenes. El número de palabras pueden ir desde una sola hasta un texto de varias líneas. Las imágenes pueden ser fotografías, dibujos o formas abstractas con poco o ningún sentido fuera del contexto preciso de esa superficie".

DISEÑAR CON ESTILO

Consiste en diseñar de la mejor forma un cartel o folleto el cual debe cumplir con su cometido, lo cual es buscar la armonía correcta entre los elementos de acuerdo al mensaje que se desea transmitir.



UN PROBLEMA DE DISEÑO

Es el tamaño y el color por ejemplo en la creación de una imagen simplificada. Estos dos son los únicos, existen dos elementos que no son la superficie y la información.

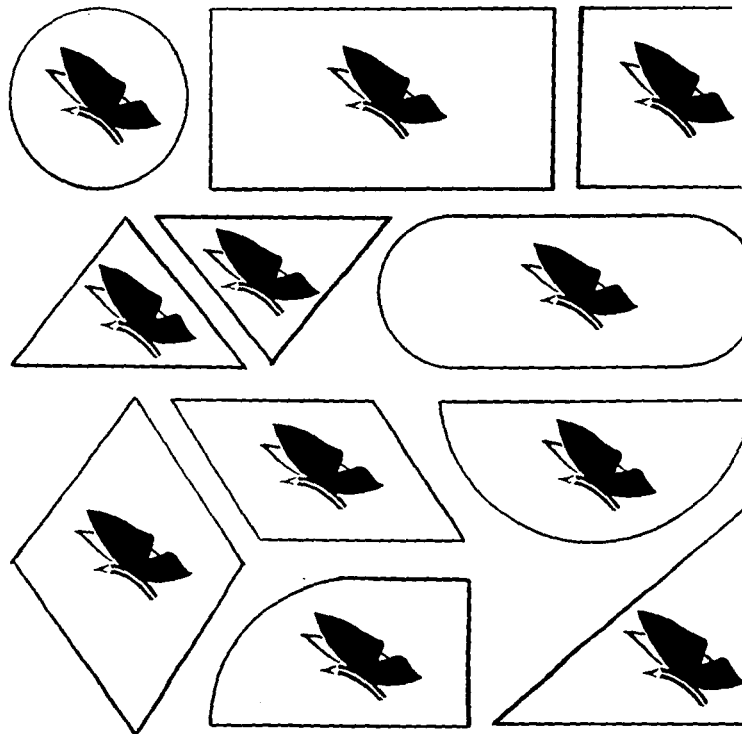
1.- Superficie: Será escogida la que más cumpla con la finalidad que se persigue.

- a) Rectángulo vertical.
- b) Rectángulo horizontal.
- c) Triángulo con dirección hacia abajo.
- d) Triángulo con dirección hacia arriba.
- e) Círculo.
- f) Cuadrado.

2.- Información o imagen: Esta refuerza a la elección de la superficie.

3.- Tamaño: Lo fundamental, es la pregnancia que se desea lograr en los individuos.

4.- Color de la información: Refuerza a la idea debido a que el color constituye una parte fundamental para la mejor captación de la idea y el mensaje plasmado y transmitido.



Simplificación de la Imagen



ESTILIZACION

FUNCIONALIDAD

Una estilización debe funcionar como marca o logotipo institucional; el cual tiene dos misiones fundamentales:

- Distinguir la empresa, el producto o el servicio.
- Diferenciar la empresa, el producto o el servicio de otros similares y hacerlo de un modo apropiado, atractivo y capaz de quedar protegido legalmente.

Las estilizaciones que funcionan como marcas o logotipos son arraigados en el mercado nacional, tendrán los mismos valores en los mercados internacionales. Esto es semejante a la Universalidad de imágenes preestablecidas en la mayor parte del globo terráqueo.

Pero de igual forma como una planta llega a su fin una estilización usada como logotipo puede sucumbir, rara será la imagen que perdura y esto es debido a que es adoptada como un sello de garantía en un producto, en los diferentes grupos sociales, el ejemplo más claro es la imagen de fuego, peligro, etc.

Una estilización también puede ser de gran utilidad para planes de promoción a largo, mediano o corto plazo durante el cual deberá reforzar la idea o el producto en dado caso.

LOS TIPOS DE ESTILIZACION

- Silueta: Figura o fondo (positivo - negativo).
- Delineado: Grabado, grosor de línea, cerramiento.
- Sintetizar rasgos: Los más importantes.
- Cerramiento: Partes separadas pero visualmente unidas.
- Anchura: Textura.
- Caricatura: Estilo propio.

ELEMENTOS EXTRAS

- Tipografía
- Figuras geométricas (regulares e irregulares).
- Marco - textura.



TRIPLEX LLOYD



NIVELES DE ESTILIZACION

- 1.- Representación: Fotográfica, ilustraciones.
- 2.- Simbólica: Estilizado, delineado, rasgos simplificados.
- 3.- Abstracto: Máxima simplificación, se conserva solo la idea.

LA REPRESENTACION

La finalidad, es reproducir imágenes semejantes a la natural, con sus rasgos característicos, que lo hacen fácil de reconocer.

EL SIMBOLISMO

"La abstracción hacia el simbolismo requiere una simplicidad última, la reducción del detalle visual al mínimo irreducible".

El símbolo para poder ser el más adecuado, no solo deben verse y reconocerse sino también recordarse y reproducirse.

El símbolo debe ser sencillo y referirse a un grupo, una idea, un negocio, una institución o un partido político, lo cual lo hace ser de uso más amplio, adoptando un significante universal y una simbolización reconocible.

Los símbolos son de utilidad en muchos campos profesionales y medios sociales; los utilizan ingenieros, arquitectos, constructores, etc.

LA ABSTRACCION

"La abstracción no tiene el porqué guardar relación alguna con la simbolización real cuando el significado de los símbolos se debe a una atribución arbitraria.

La reducción de todo lo que vemos a elementos visuales simplificados constituye también un proceso de abstracción que, de hecho tiene mucha más importancia para la comprensión y estructuración de los mensajes visuales”.

La abstracción es una simplificación tendiente a un significado más intenso y destinado. Que es la reducción de la información representacional al mínimo.

La estilización la podemos emplear en una infinidad de imágenes como:

- Estilización de animales activos o pasivos.
- Estilización de personas, figura completa.
- Estilización de personas realizando algún deporte.
- Estilización de objetos.

En la estilización se elige, si la imagen saldrá completa o solo una parte. Esta elección es determinada por el grado de estilización que presenta la imagen, debido a que hay imágenes que no siendo completas representan la idea a la perfección.

La estilización presenta un amplio campo de aplicación debido a que es utilizado como un elemento independiente en el caso de un logotipo, una caricatura o una figura, y esto es porque su esencia de comunicar no se ve alterada con respecto a la idea que representan y quieren dar a conocer.

Las marcas y logotipos son algo más que simples palabras o imágenes porque:

- Identifican un producto, un servicio o una organización.
- Lo diferencian de otros.
- Comunican información acerca del origen, el valor y calidad.
- Añaden valor, al menos en la mayor parte de los casos.
- Representan potencialmente, haberes valiosos.
- Constituyen propiedades legales importantes.





ALGUNAS CARACTERISTICAS DE LOS MENSAJES VISUALES

"Es perfectamente comprensible la propensión a conectar la estructura verbal con la visual. Una de las razones es natural, los datos visuales presentan tres niveles distintos e individuales: el input visual que consiste en una mirada de sistemas de símbolos; el material visual representacional que reconocemos en el entorno y que es posible reproducir en el dibujo, la pintura, la escultura y el cine; y la infraestructura abstracta, o forma de todo lo que vemos, ya sea natural o esté compuesto por efectos intencionados.

Existe un vasto mundo de símbolos que identifican acciones y organizaciones, estados de ánimo, direcciones; símbolos que van desde los de gran riqueza en detalles representativos a los completamente abstractos y por tanto irrelacionados con la información reconocible de modo que deben ser aprendidos de la misma manera que nosotros aprendemos el lenguaje".

En el nivel representacional de la inteligencia visual está gobernado intensamente por la experiencia directa que va más allá de la percepción. Aprendemos de las cosas que no podemos experimentar directamente gracias a los medios visuales, que influyen constantemente en la vida diaria.

El último nivel de inteligencia visual es posiblemente el más difícil de describir y quizás sea, el más importante para el desarrollo de la alfabetidad visual. Conocido como el nivel abstracto (mensaje visual puro).

CAPITULO

8

El Color y la Técnica



PERCEPCION DEL COLOR

"Muchos colores transmiten mensajes internacionalmente reconocidos y simbolizan diversas acciones, advertencias o productos de todo el mundo: por ejemplo, el código utilizado en la circulación vehicular en donde el rojo indica alto, el verde seguir o continuar y el amarillo advertencia. Pero no siempre el color es estándar en las culturas como el negro de luto en México y el blanco en Japón.

Las propiedades que posee el color son: volúmen, valor emotivo, temperatura y valor simbólico.

- El volúmen reside en su dominación (hasta que punto parece saltar hacia quien los observa), o en su tendencia al retroceso.

Los colores dominantes, o pesados, son agresivos mientras que los colores recesivos, o más pálidos, son pasivos.

- La palabra emotivo puede hacer referencia a un peligro, un riesgo, una advertencia o un temor, por ejemplo: el color rojo y naranja se emplean para indicar peligro, veneno y productos químicos mortales o explosivos.

- Temperatura del color como la que representan los colores amarillos, naranja, rojo, púrpura y rosa de algo cálido o caliente, según su combinación, mientras que el azul y el verde son fríos.

No obstante, los tonos de cada color del espectro pueden tener una temperatura opuesta a la de su color puro como un amarillo pálido, un rosa pálido, etc.

- Las propiedades simbólicas de los colores son las que se reconocen con mayor facilidad por ejemplo el verde claro transmite la sensación de tranquilidad y calma, el azul significa agua e higiene, el naranja y el amarillo evocan al sol, el púrpura tiene connotaciones de pompa y ceremonia, y los marrones son los colores de la cosecha.

El color tiene un valor simbólico en:

- La medicina natural.
- La medicina científica.
- La política.
- Los deportes.
- En campañas psicológicas, etc.

LOS COLORES DE ACUERDO A SU TEMPERATURA

- Los colores femeninos, pueden dar la idea de amabilidad y atención, y se pueden asociar con la femineidad y la maternidad. Los tonos son pastel como los rosas, azules y amarillos claros, a menudo con un poco de gris, para configurar una paleta básica.

- Los colores frescos, como el nombre lo indica muestran frescura y son los tonos azules, verdes y amarillos vivos. Que gracias a una buena combinación sugieren vitalidad y alegría.

- Los colores saludables, no todos los productos dietéticos se promocionan con colores vivos. Como consecuencia de las tenden-



Técnicas de Ilustración

cias actuales hacia unos hábitos alimenticios saludables.

El diseñador emplea colores ocres y marrones para la presentación de productos tradicionales y provocar nostalgia.

- Colores vibrantes, siempre ocuparán un lugar específico en el gusto de la juventud por lo que representan como fuerza, libertad, belleza, etc., y sus tonos son variantes, en rojos, azules, y amarillos que combinados surgen los verdes, naranjas y púrpuras.

- Colores excitantes, el uso del color nuevo y atrevido puede abrir nuevas puertas, y sugerir estados de alegría, frivolidad o excitación. Pero se corre el riesgo de encontrar un desequilibrio, pérdida de claridad y contraste en lo que se aplican. Pero si su empleo es correcto crean tensión y emoción.

- Colores masculinos, reflejan masculinidad y en ocasiones sofisticación. Pero para lograrlo usan un estereotipo anhelado y refuerzan con una frase corta y precisa el mensaje para el público al que es dirigido el producto.

Los tonos utilizados deben representar varonilidad y por lo general es el color negro, blanco, gris, sepia, beige, dorado y azul.

- Colores sofisticados, son en su mayoría el dorado y el plateado que sugieren al consumidor elegancia y caché.

TECNICAS DE ILUSTRACIÓN

EL DIBUJO A LAPIZ

El lápiz es uno de los materiales de dibujo más antiguos, baratos, apreciados y universales. Sólo se necesita sacarle punta y comenzar a rellenar, difuminar o rayar de diversas formas o ángulos.

El lápiz nos brinda el ejercitar con facilidad los grabados más elementales, como también las reproducciones realistas más refinadas.



El lápiz es un elemento indispensable para el diseñador debido a que le facilita el proceso de sombreado rápido que es semejante al de una fotografía en blanco y negro con sus diversos tonos, que van del gris, hasta el negro intenso.

EL SOMBREADO

El sombreado nos permite conseguir resultados demasiado realistas, esto es utilizando lápices de colores y carbones. De lo que trata el sombreado en el papel, es de que el tono sea fluido y que no se produzca brusquedad.

En el proceso de sombreado el lápiz experimenta una fricción mayor que cuando se dibuja con él. Al afectar la fricción únicamente resulta coloreado en primer plano el papel de forma superficialmente, las profundidades y los poros permanecen claros. Mediante una aplicación continua del lápiz y la presión ejercida sobre él, alcanza las profundidades medias, y la máxima saturación del color.

Si se desea que la tonalidad sea demasiado oscura es necesario tener el lápiz lo más horizontal posible, realizando movimientos en espiral, y se podrá observar que el ennegrecido intenso es el resultado de múltiples pasadas.

Pero si se desean sombrear partes claras e intermedias solo basta en utilizar el lápiz de forma que el contacto sea lateral. Que el lápiz sobre el papel forme un ángulo muy agudo, lo cual permite que el deslizamiento sea suave de un lado a otro.

RAYADO RAPIDO A 45°

El rayado a 45°, corresponde a los trazos lineales que ejecuta la mano cuando es apoyada en el papel, las líneas no deben ser mayores de lo que permite la mano sin despegarla de la superficie y sin curvarlas, generalmente la longitud de cada raya es de 2 o 3 cm.



Para realizar este tipo de ilustración es necesario una fotografía y un papel traslúcido, se apoyan en una superficie rígida y se comienza a trazar del extremo superior izquierdo al extremo inferior derecho de la imagen.

La primera pasada del rayado debe ser muy ligera, de tal modo que no se originen contrastes entre las zonas claras y las oscuras. Para controlar el contraste es necesario poner una hoja blanca entre el papel transparente y la fotografía.

Durante el rayado no deberá modificarse el ángulo de rayado para que los trazos tengan una armonía. Para lograr oscuros es necesario cambiar la intensidad del lápiz.

DIBUJO A PLUMA

Para este basta un portaplumas de madera que tenga un orificio para plumas de dibujo grandes y finas.

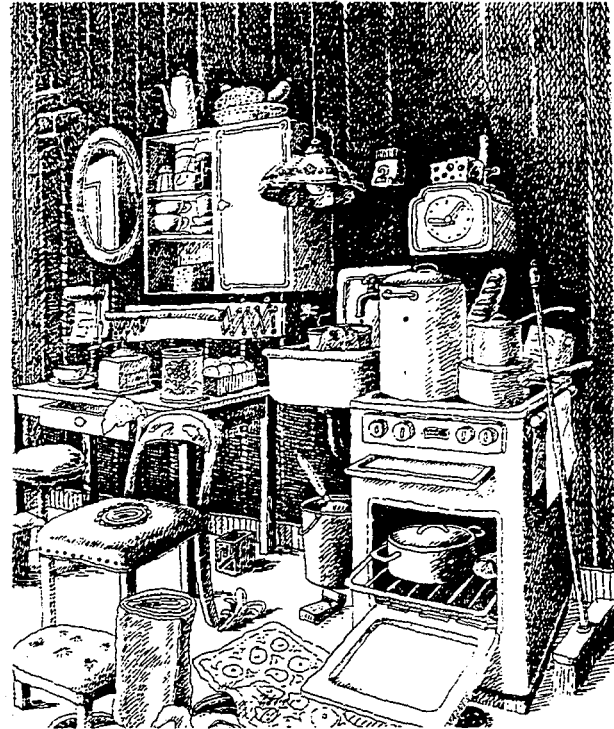
Probando con los diversos tipos, debe hayarse antes del trabajo propiamente dicho una pluma que se adapte a la propia mano y al fin para el que se emplea.

Quien quiera dibujar con firmeza y rapidéz hará bien en usar plumas Sleno y de escribir grandes que discurren sin esfuerzo por el papel y cuyas líneas pueden ensancharse fácilmente con una mayor presión.

Si se prefieren las formas de representación sutiles se elegirán plumas de dibujo finas y claras, que tienen que ser conducidas cuidadosamente sobre el papel, porque la punta se dará con facilidad y la tinta china salpica.

TIPOS DE RAYADO

Los rayados son líneas paralelas trazadas con regla o a pulso. Con los rayados se representan grises. Cuando más próximas se





encuentren las líneas, tanto más intenso será el tono del gris, hasta que, en el límite, aparece como negro integral o si se utiliza otro color, como tono pleno. Los oscuros se logran por consiguiente con la aproximación recíproca de las líneas, pero también cruzándolas o aumentando su espesor.

EL ISOGRAPH O ESTILOGRAFO

Es un cargador con una punta en forma de tubito, cuyo espesor normalizado tiene valores comprendidos entre 0.14 y 2.00 mm. Para cada espesor de línea hay una cabeza intercambiable. En lo fundamental, estos elementos se emplean en dibujo técnico y arquitectónico, dibujos con regla y aquellos cuyas anchuras de línea tienen una determinada significación. El isograph debe mantenerse todo lo vertical que sea posible y aplicarse a lo largo de la regla con suavidad. Dado que se puede utilizar en cualquier momento, también es usado ampliamente en el dibujo a pulso, si bien en tal caso debe emplearse una tinta especial, pues de lo contrario es inutilizable.

El isograph es especialmente adecuado para punteados realizados a mano o para tramados de puntos.

EL TIRALINEAS

Presenta la ventaja de poder ser utilizado con colores acuarela, tinta china, gouache, color al temple, acril así como color al aceite.

Este método se aplica siempre que se precisen delimitaciones exactas, rectas, curvas o en los colores de superficies cromáticas, o bien donde hay que trazar líneas de color.

El color se prepara en una cazoleta pequeña con tal grado de fluidez que comience a gotear del pincel. Para dar con la dilución adecuada deben trazarse líneas de prueba. Si el color se desprende difícilmente del tiralíneas, la dilución no es suficientemente intensa; si



el tiralíneas produce borrones con la tinta, el color se ha diluido demasiado.

LAPIZ DE COLOR

En cuanto a su aplicación debe ser con suavidad, sin hacer mucha presión, los colores más claros sobre la hoja se pueden difuminar a los colores oscuros siempre y cuando se tenga un cuidado constante.

Es importante evitar desde el principio tonos demasiados oscuros porque después será difícil corregirse fallas en el tono.

La aplicación del color se repite hasta que se han alcanzado los tonos más intensos, en ocasiones se requieren hasta veinte pasadas para conseguir el color.

LA TIZA DE PASTEL

La tiza de pastel nos permite trabajar en diversos materiales, consiguiendo colores muy intensos y de gran poder cubriente.

El difumino hace posible una manera de trabajar muy precisa.

Las tizas se encuentran sobre la superficie del papel casi exclusivamente en forma de polvo y se emborronan muy fácilmente.

Por ese motivo deben fijarse, pero sin demasiado fijador, pues lamentablemente la viveza del color es afectada.

ACUARELA

Los colores se diluyen en agua y según el grado de dilución pueden acuarelarse de forma transparente o cubriente.

Esta técnica logra buenos resultados en fondos de trabajos, retoques sobre el prisma color o pinturas de paisajes.

El atractivo de los colores a la acuarela está en la luminosa transparencia de sus delicados tonos y en su vigorosos tonos oscuros.

PINTURA ACRILICA

Brinda un apoyo indiscutible como auxiliar de otras técnicas o como técnica sola para la presentación de trabajos.

El color acrílico se diluye con agua y se puede usar con pincel, espátula o tiralíneas.

EL PULVERIZADO O AEROGRAFO

Esta técnica da una excelente calidad en los trabajos y por lo general se usa como técnica sola, la cual permite reproducir objetos con la calidad de una fotografía.

Esta técnica se emplea en el retoque de fotografías.



CAPITULO

9

Diseño Editorial

DISEÑO EDITORIAL

Se define como el diseño pensado a conciencia, de acuerdo a composición, ubicación de un espacio predestinado, armonía en cuanto a imágenes con tipografía y tamaño de la misma.

Todo esto ligado da vitalidad al cuerpo del texto e imágenes en un campo visual, destinado a cumplir un proceso de comunicación que puede ser utilizado en revistas, libros, folletos, etc.

TAMAÑOS Y FORMAS DE PAPEL:

Se deben de hacer las consideraciones necesaria para elegir el tamaño más adecuado del papel para impresión. Debemos de tomar en cuenta el uso económico del papel, sobre todo en el caso de tiradas largas.

Existen dos tamaños básicos: el métrico (europeo) y el imperial (anglosajón).

El impresor utiliza generalmente el tamaño mediano en las impresiones de todos los días, el cual es el A4 conocido como formato europeo, para la producción de folletos y prospectos; su equivalente se imperial es el formato folio.

Una vez decidido el tamaño y forma del papel, se puede empezar a pensar en el proceso de desarrollo, la retícula más adecuada que deberán cumplir las expectativas del diseño y la originalidad para tal.

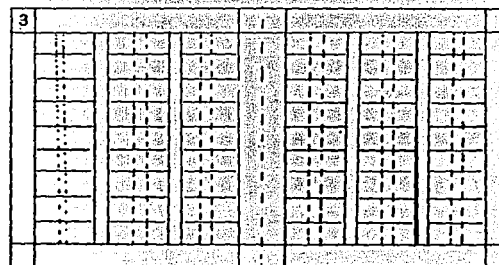
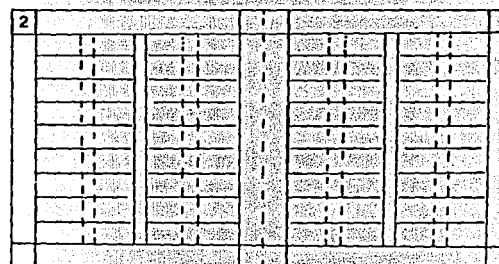
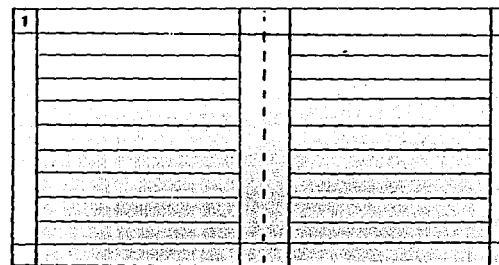
LA AYUDA QUE BRINDAN LAS RETICULAS

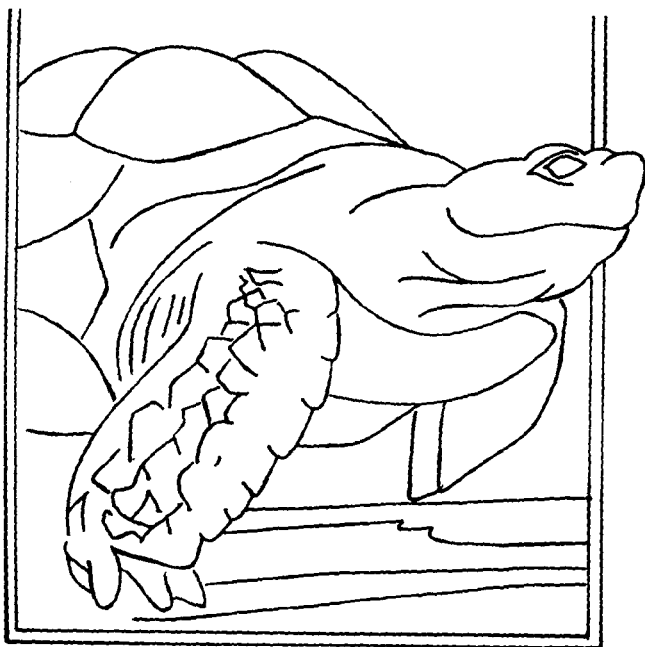
Las retículas son una ayuda inestimable para la creación de composiciones consistentes y exactas, incluyen características comunes para todos los formatos repetitivos como los propios de paneles de exposición, páginas de prensa, folletos, circulares, etc.

Para poder seleccionar la retícula mas conveniente para la finalidad que perseguimos, es fundamental conocer la cantidad de texto que ocupamos, las imágenes, el título o subtítulo según corresponda o ambos, y sobre todo que es lo que realizamos (revista, libro, folleto, etc.).

Un estilo de diseño de retícula, en una serie de publicaciones, nos da una identidad propia, dentro de una publicación. Lo que conocemos como estandarización de presentación, para evitar esto se debe procurar pensar bien el tipo de retícula que se emplea y saber la flexibilidad de juego que ofrecen las columnas que en ella se encuentran.

Pero si las retículas existentes no son las convenientes, habrá un surgimiento de otra con mayor número de columnas, lo que llamamos evolución de retículas.





Por lo general la retícula se crea a doble página.

Se pueden diseñar retículas de una a seis columnas con sus respectivas variaciones, por ejemplo la retícula de una se divide en dos, la de dos en cuatro, y la de tres en seis, y así sucesivamente.

Tradicionalmente se considera que la retícula de tres columnas es una opción acertada para los folletos. Esta retícula le proporciona anchas y legibles columnas de texto, y la flexibilidad adicional de poder subdividirse y convertirlas en seis.

La razón es bastante sencilla. El número par de columnas permite al diseñador mantener una distribución pareja y equilibrada en la página. Por otra parte, las retículas con un número impar de columnas, como cinco, siete o incluso una doble página con un número impar de columnas encarado con un número par, darían un estilo diferente al concepto global.

Las retículas de tres columnas a menudo se encuentran subyacentes bajo la composición de revistas, hojas informativas y cierto material publicitario. Y las que contienen tres y seis columnas en páginas adyacentes pueden crear un interesante equilibrio visual.

Las retículas de dos y de cuatro columnas pueden emplearse con gran elegancia. La disposición estratégicamente equilibrada de los elementos de diseño y las ilustraciones le permiten crear composiciones tanto formales como informales.

EL DISEÑO DE LIBROS:

"El diseño acostumbrado en la publicación de libros varía desde los formatos más simples hasta los formatos de retícula más compleja, flexible e intercambiable".

La mayor parte de los libros caen en la categoría que denominamos como formato de retículas de una sola columna.

Como el material impreso para la lectura, los libros y las revistas se leen a poca distancia, el cuerpo del texto y el tamaño de las ilustraciones se acomodan a lo legible en esas condiciones. Donde la letra tiene dos características que la clasifican como la más adecuada que es la rapidez con la que se capta y la armonía que proporciona en la página con respecto a separación entre líneas, imágenes, títulos o subtítulos.

Por otra parte el tipo de letra empleado, debe ser estudiado con cuidado para saber si cumple con la función que se le encomienda, la cual es comunicar, clara y rápida la información a los individuos.

ANATOMIA DE UNA PAGINA

- 1.- Título.
- 2.- Subtítulo (actúa en capítulos como introducción a nuevas secciones).
- 3.- Margen (zona en blanco que rodea el material impreso).
- 4.- Medianil (margen interior de una doble página abierta).
- 5.- Filete (línea vertical y horizontal que crean diferenciaciones visuales).
- 6.- Impactos (puntos que señalan fragmentos del texto).
- 7.- Sangría (el primer renglón de la columna se empieza más adentro que los otros de la plana).
- 8.- Pie de figura (texto explicativo que se imprime junto con la ilustración).
- 9.- Línea corta (última línea del párrafo que no suele alcanzar la anchura de columna).
- 10.- Folio (número de la página).

Sacar partido al autofocus

EQUIPO

Antes el sueno de los fotógrafos era conseguir imágenes muy bellas, más que antes el ser hecho de sacar un buen. Ahora la tendencia es por los sistemas de autofocus en las cámaras compactas, en las réflex, en las cámaras puente e incluso en las cámaras de revelado instantáneo.

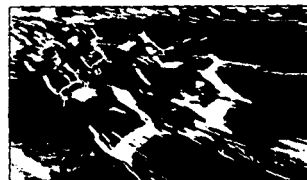
Cualquiera que haya pasado horas preparadas el momento del disparo y probando el enfoque para conseguir una instantánea nítida sobre cualquier tiempo se puede llegar a emplear en ella. Con un poco de suerte el resultado de tantas molestias valdrá la pena.

Enfocar y disparar
El autofocus (AF) ha revolucionado el mercado de las cámaras fotográficas. Su tecnología es más sofisticada, pero por fortuna esto no se nota en el momento de utilizarlo. En la actualidad, conseguir fotografías de acciones muy rápidas es sólo un problema de enfocar, gracias a los avances de la tecnología de la cámara y al sistema de disparador. Así, la creatividad puede centrarse exclusivamente en la composición.

Los profesionales de las cámaras réflex prefieren enfocar manualmente, pero para la mayoría de los fotógrafos, también para sus modelos las cámaras con autofocus son como un sueño hecho realidad.



En la actualidad, las cámaras son fáciles de manejar y responden con la suficiente rapidez como para captar las imágenes de acción que se mueven muy rápidamente en la dirección de la cámara.



Cualquier cámara con autofocus puede conseguir buenas imágenes de acción. Ahora ya no es necesario configurar la cámara para captar imágenes de acción. Basta con que la cámara enfoca y disparar para obtener una buena instantánea.

LA CALIDAD DEL NEGATIVO

Si se desea lograr efectos especiales de iluminación en la impresión final, es necesario cuidar la exposición y los factores del proceso que influyen en la reproducción tonal.

La cámara y su lente

El grado de ampliación influye en la calidad de una fotografía, de manera que si se desea una impresión grande, se debe comenzar por usar una cámara de tamaño adecuado. (Por supuesto, la elección de una película de grano fino ayuda a reducir al mínimo la granulosidad de una ampliación.)

La mayoría de las cámaras de buena calidad tienen magníficos lentes, que deben cuidarse y mantenerse en buenas condiciones. El polvo, las huellas digitales y la suciedad de la atmósfera sobre un lente causarán reflejos indeseables y harán disminuir el contraste y la definición de las fotografías. El polvo debe eliminarse con una brocha suave especial para lentes. Nunca debe haber huellas digitales ni suciedad en un lente, pero si eso sucede, hay que eliminarlas con papel para limar lentes o con un algodón suave ligeramente humedecido con Limpiador KODAK para Lentes. Las huellas que se dejan en un lente óptico suave pueden raspar el vidrio. Por otra parte, si se limpia el lente con demasiada frecuencia, ya sea con papel o con tela, se producen rayones finos en el vidrio. En este caso, es mucho mejor prevenir que remediar, por lo que cuando no se usa la cámara resulta conveniente tapar el lente.

Exposición del negativo

La exposición correcta del negativo es uno de los pasos que conducen a la buena calidad fotográfica. Es muy conocida la consigna de "exponer para las sombras y revelar para las altas luces". En la fotografía en blanco y negro esto es especialmente cierto. La densidad se controla mediante la exposición adecuada del sujeto. Las exposiciones insuficientes provocan una reducción de densidad general, que a su vez causa pérdida de detalle en las sombras. Una impresión hecha a partir de un negativo subexpuesto presentará áreas de sombras preponderantemente negras, con pocas gradaciones tonal. Si bien las sombras oscuras deben verse negras en la impresión, las sombras menos acentuadas deben tener cierto detalle para que la fotografía se vea natural. Incluso las fotografías de bajo contraste deben tener detalle en las sombras.

La sobreexposición produce varios efectos indeseables. Si las áreas de sombra reciben demasiada exposición, se puede perder algo del efecto de luz y sombra del sujeto. La granulosidad aumenta con el grado de sobreexposición, al mismo tiempo que se reduce la definición. El uso de exposímetros debe eliminar prácticamente los errores de exposición, pero cuando se tengan dudas es mejor tender a una ligera sobreexposición que *immergirse o subexponer la película*. Los detalles que se pierden en las sombras al subexponer nunca pueden recuperarse, pero una sobreexposición de medio paso o de un paso casi nunca provoca problemas graves de calidad. Tenga presente que los números de sensibilidad de las películas están basados en la exposición mínima necesaria para brindar un detalle adecuado en las sombras.

INTERLINEADO:

Llamamos interlineado a la separación que existe entre dos líneas bases que se encuentran ocultas en cada renglón. Siendo de vital importancia para la clara legibilidad y la visibilidad del texto.

Lo más conveniente para elegir el interlineado es un 20% del tamaño de la letra por ejemplo si usamos una tipografía de 10/12, siendo este el tamaño apropiado para libros y revistas o de 9 y 12 puntos (9/11 y 12/14).

EL TAMAÑO Y EL TIPO:

Para elegirlo no existe una regla determinada, para eso el diseñador debe considerarse el puntaje adecuado de acuerdo a la necesidad del trabajo teniendo en cuenta la armonía, la legibilidad y la comprensión. Esto es porque el tamaño o altura de x varía en las diferentes familias tipográficas.

Encontramos letras de ocho puntos con un cuerpo de x grande, que tiene un parecido con una de 12 puntos, con un cuerpo de x pequeño.

CALCULO TIPOGRAFICO:

Emplea la siguiente fórmula:

Golpes/caractères x picas/ancho de columnas = línea x interlineo = puntos/12 = picas. Que sirve para calcular la cantidad de espacio que ocupará el texto.

TITULOS:

Los tipos recomendados generalmente son los que conocemos como de palo seco por su legibilidad y elegancia. Y debemos tomar en cuenta el estilo de la tipografía del texto elegida.

La pintura de bambú del *Album de ocho hojas* de Li Fang-Yin (1695-1754) muestra la forma en que las pinceladas, vívidamente descriptivas, realizadas con un pincel de bambú, conjugan la caligrafía y la pintura, el poema y la ilustración en una sola comunicación. La naturaleza es la inspiración de ambas. A cada trazo y a cada punto se le brinda la energía de un ente viviente.

siguiente, con el sistema Phonofilm se varios cortos hablados y se exhibieron to, de Nueva York. En 1924 se hizo una alhaba d'ónico apuntes el presidente Cal-die pronunciando un discurso durante fa de reelección. Ese mismo año, el *ba-urcélagu*, de Balleiff, fue filmado en lor con una pista sonora; en 1925 fue la eticia en color, con el sonido impresor, que se exhibió en Inglaterra. También la Compañía Phonofilm de Forest pro-*Gentlemen*, una comedia corta con

stundo las de experimentos condujeron a fil-227 *El cantante de jazz*, de la Warner con su recién elaborado sistema Vitas-unque contenía muy poco diálogo l secuencias habladas contienen sólo ras— y el acompañamiento musical preso en disco, su enorme éxito le n lugar en la leyenda popular como ra” película hablada. amente, uno de los primeros textos dos que pronunciaba Jolson en la pe-“Amigos, todavía no han oído na- ta expresión se convirtió en el sím- i época del cine hablado, también veces cine parlante.

oo. El cantante de jazz, i por primera vez en 1927, se como el primer filme hablado , aunque no fue el primero.



ASESINATOS INDIRECTOS

r de que el budismo (reli- andado por Buda) prohíbe los budistas de otras tiem- veían alguna vez en la ne- d de ejecutar a los malhe- . Para no pecar, algunos si creaban ingeniosos me- para matar sin tener que directamente el golpe fatal. l Tibet, con mucha frecuen- budistas encerraban a sus

víctimas en calabozos —como la famosa Cueva de los Escorpiones, en el palacio del Potala, en Lha- sa—, o las arrojaban a un oscuro pozo y las abandonaban a su suerte, como ocurrió con el misionero cristiano Sundar Singh a principios de siglo.

En otras ocasiones los budistas metían al culpable en una piel de yak mojada y la cosían; cuando la

piel se secaba al sol y se encogía, el desdichado prisionero se achizaba o quedaba comprimito y moría. Ajar los brazos y piernas de la víctimas y arrojarlas a un río era otro método de ejecución.

Tal brutalidad es difícil de conciliar con la doctrina budista, res- pectuosa de la vida, pero hacía que los tibetanos se mantuvieran den- ero de la ley.

TIPS PARA COMBINAR TIPOGRAFÍAS:

- Contraste de tamaño: O s
- Contraste grueso - delgada: H H
- Contraste rígido - suave: R R
- Contraste ancho - delgado: Mundo
- Contraste vertical - inclinada: Gato
- Contraste sólido - delineado: Rojo
- Contraste palo seco - serif (con patines): Soldado

PIE DE FOTO:

Son unas pequeñas líneas que hacen alusión a la foto, su estilo es diferente a la del texto general, y por lo general es itálica, negrita, cursiva, o condensada y de igual forma más pequeñas en puntaje.

LA IMAGEN:

Es el elemento que refuerza al texto, y tiene la opción de ocupar parte de una página o toda la página.

Dentro de lo que cabe en una parte la foto puede tener la longitud de una columna a las convenientes, para el diseño agradable de la página. Y con respecto a toda la página pueden servir como fondo de la tipografía.

La imagen puede también saltar los márgenes definidos con la retícula, para convertirse en ocasiones en fotografía o imagen rebasada.

LA FUNCION DE LA PLECA:

Es decorar y hacer resaltar una información.

Enfatizar más la información.

Guiar la mirada del lector de una página a otra.

Separar los elementos de la información.

Instrucciones operativas

Llamadas en texto	Signo en margen	Significado
signo corrector pruebas		Suprimir
signo corrector pruebas		Aproximar: suprimir espacio
signo corrector pruebas		Suprimir y unir
signo corrector pruebas		Intercalar espacio
signo corrector pruebas		Igualar espacio entre palabras
corrector/signo/pruebas		Transponer
signo corrector pruebas		Anulada corrección
signo corrector pruebas		Añadir texto
signo corrector pruebas		Alinear
signo corrector pruebas		Alinear
signo corrector pruebas		Entrar 1 cuadratín
signo corrector pruebas		Aumentar el interlineado
signo corrector pruebas		Añadir letra que falta
signo corrector pruebas		Alinear tipos
signo corrector pruebas		Alinear
signo corrector Para		Punto y aparte
signo corrector Para eliminar		Punto y seguido

La pleca se presenta como una línea o la repetición de un gráfico relacionado con el tema tratado. De igual manera que el texto, las imágenes, los títulos, los folios debe tener una justificación en base a la retícula para que el lector siga un orden lógico.

FOLIO:

Es el número ubicado en una página, que funciona como elemento referencial o de búsqueda para la localización de un tema o apartado dentro de un libro o revista.

Con respecto a su ubicación es conveniente ubicarla en estas partes, donde:

- Se equilibra el diseño con la página.
- Da una composición asimétrica siendo en un sentido horizontal y vertical.
- No es muy común pero en ocasiones resulta ser aventurero y agradable por estar en continuidad con el texto.
- Este folio nos atrae por estar colocado en un eje central pero puede confundirse con algunos títulos.

ALINEADO:

Un texto está alineado cuando esta compuesto de forma que queden en una misma vertical. Las dos formas de alinear: alineado a la izquierda y alineado a la derecha.

ALTURA DE X:

Es la altura de las letras de caja baja, sin tomar en cuenta las astas ascendentes ni descendentes.

ASTAS ASCENDENTES Y DESCENDENTES:
Son las partes de la letra de caja baja que asoman sus salientes sobre el cuerpo.

CAJA BAJA:
Esta caja contienen la las letras pequeñas de una familia utilizada por oposición a las letras mayúsculas o de caja alta.

LOS CARACTERES:
Es una palabra usada en tipografía para designar letras y signos de puntuación.

COLUMNA:
Es la parte en que se dividen los fragmentos de texto de forma vertical y separación entre sí.

CUADRATIN:
Se le denomina cuadratin a la unidad de medida de los cuadros y espacios tipográficos que tienen tantos puntos de lado como el cuerpo a que pertenecen.

ILUSTRACION:
Este término se usa para describir una imagen dibujada, en oposición a una imagen fotográfica.

MARCAS DE COINCIDENCIA:
Marcas grafiadas en la lámina, "camisas" transparentes, películas, etc., para facilitar la correcta y precisa situación de las imágenes y conseguir que cada pieza o película queden perfectamente alineadas.

Instrucciones tipográficas

Llamadas en texto	Signo en margen	Significado
Signo corrector pruebas	≡ c.a.	Hacer mayúscula la minúscula
Signo corrector pruebas	/ c.b.	Cambio a minúscula
signo corrector pruebas	≡ v.b.	Componer en versalitas
signo corrector pruebas	≡ n.g.b.	Componer en negritas
signo corrector pruebas	≡ c.a.	Componer en cursiva
signo corrector pruebas	≡ c.a.	Componer en caja alta
signo corrector pruebas	7 c (c.b.)	Sustituir por tipo correcto
signo corrector pruebas	l e x	Recomponer letra rota
signo corrector pruebas	l 3	Invertir (tipo al revés)

Instrucciones de puntuación

signo corrector pruebas	↓ ;	Intercalar coma
signo corrector pruebas	Γ " } "	Comillas voladas
signo corrector pruebas	T << T >>	Entrecorillar
signo corrector pruebas	7 .	Punto
signo corrector pruebas	Γ ¿ ↓ ?	Interrogación
signo corrector pruebas	δ ;	Punto y coma
signo corrector pruebas	λ :	Dos puntos
signo corrector pruebas	↓ —	Guión largo

REFERENCIA

INFORMACION DE KODAK



QUE ES LA CALIDAD EN BLANCO Y NEGRO... y como lograrla

MARCAS DE CORTE:
Marcas de guía, para indicar el lugar de corte de la página impresa.

MARGEN ESCOLAR:
Es el espacio destinado en el borde exterior de una página, donde el lector puede hacer anotaciones relativas al texto.

MARGEN INTERIOR:
Espacio comprendido entre el área impresa y la zona de cosido de las hojas de un libro o revista.

MARGEN DE SEGURIDAD:
Área que se deja, tomando como referencia las marcas de corte.

PICA:
Es la medida utilizada para determinar la anchura de las columnas.

PUNTO:
Medida utilizada para describir el tamaño de los tipos y espacios.

RETICULA:
Guía para el acomodo y justificación del texto, las imágenes, títulos y subtítulos en publicaciones.

TIPOMETRO:
Es una regla en la que las divisiones están calculadas utilizando el sistema de puntos, picas y centímetros.

Surgimiento de la Imprenta

LA IMPRENTA Y SUS FORMAS DE IMPRESION

LA COMPOSICION DE TEXTO:

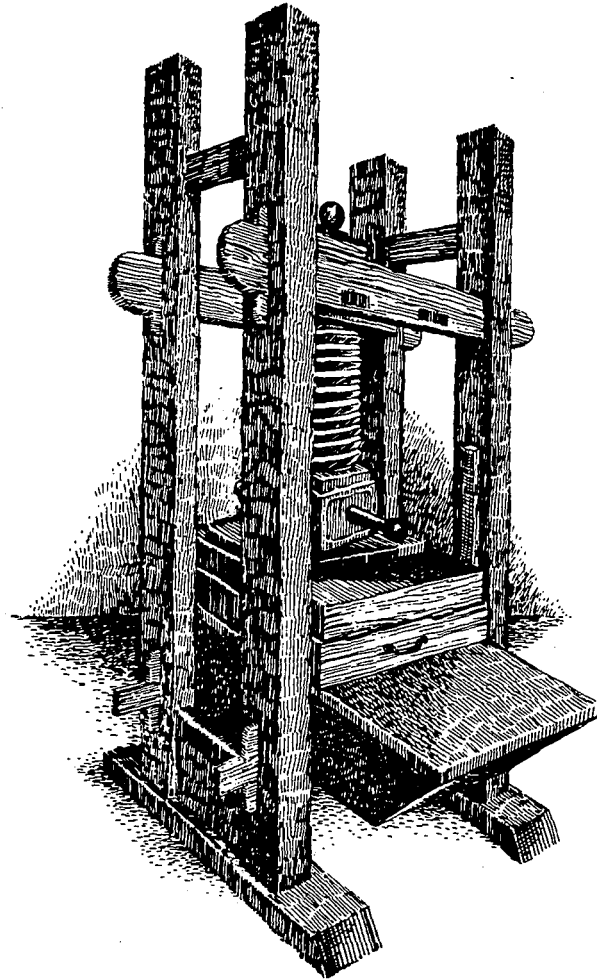
La conquista mayor para la imprenta fue el descubrimiento de los caracteres móviles. Esto permitió la composición y la descomposición de una página y la realización de los mismos caracteres para componer otro.

Los chinos ya usaban en el siglo VII bloques de barro cocido que llevaban en relieve los monogramas de la escritura china y que, usados como tampones, servían para componer la escritura.

En Europa se considera que el inventor de los caracteres móviles fue Johannes Gensfleisch, llamado Gutenberg, nacido en Alemania, el 24 de junio de 1347, su invento permitió la impresión del primer libro "La Biblia" que contenía 42 líneas por página y ocupó tres millones de caracteres.

Los primeros libros fueron impresos en caracteres góticos. La necesidad de medir los cuerpos, los caracteres, los espacios y las páginas obligó a Pierre Simone Fourier a dividir en seis partes el carácter mas pequeño de los usados. Así nació el punto tipográfico: doce puntos forman un cicero. Y para establecer el valor del punto hubo que esperar el congreso internacional de fundidores de caracteres de 1879, donde se decidió adoptar el punto de Ambrose Didot propuesto en 1755. El punto equivale a 0.376 mm.

Los grandes cambios se han venido dando en los últimos tiempos. Solo hace una década componer texto era distinto de lo que hoy se hace.



Lo que denominamos composición en frío ocupó lo que un día fue la composición en caliente.

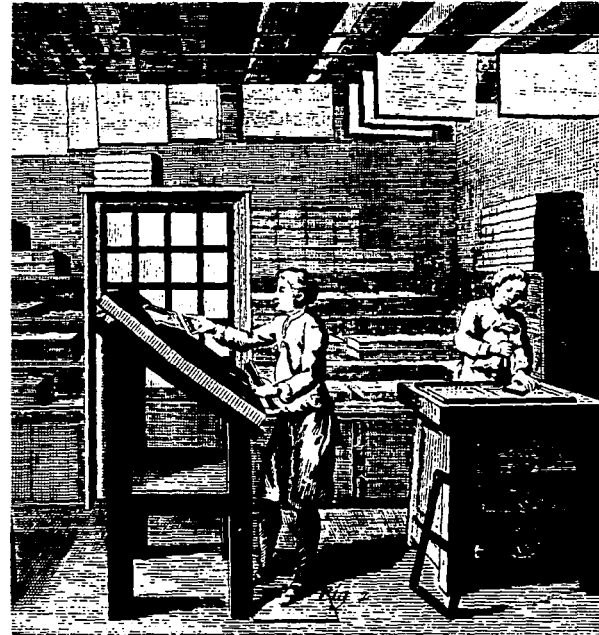
LA COMPOSICION EN CALIENTE:

Consiste en la composición con tipos, que permitieron la realización de los mismos para trabajos posteriores, los tipos eran colocados en cajoneras, lugar en el cual se encontraban el alfabeto completo, con mayor número de tipos de las letras más usadas y menos de las menos empleadas el compositor conocía perfectamente sus disposición en las cajoneras lo que permite tomar los caracteres sin verlos y componer el texto.

La linotipia nació en 1884 de la mano de un ex-relojero, Ottmar Mergenthaler, que aportó, diversas modificaciones, después de haber trabajado en los talleres del industrial Moore, quien fue considerado el inventor práctico de la máquina se difundió rápidamente por Estados Unidos en 1890 llegando a Inglaterra y Francia. Para 1900 era utilizada en todo el mundo.

Esta máquina ha sido el sistema de composición más perfecto en la industria mecánica. Dotada de un teclado de 90 teclas, la cual necesitaba de un operario para oprimir las teclas, la máquina abría unas ventanas que hacían caer la matriz del depósito situado arriba sobre la máquina.

Al caer las matrices formaban una línea, que mediante un curso con brazo se alineaba y se llevaba a la ventanita del crisol. Las matrices al acercarse levantan una exclusiva que permitía descender el metal fundido, La ración de plomo, eslabo y antimonio; el metal rellenaba las matrices y formaba de este modo el bloque de composición de toda la línea. Este caía sobre un plano inclinado llamado galerín, donde esperaba a las otras líneas.



La monotipia por su parte, es una máquina menos importante, pero el que conviene mencionar. Fue perfeccionada entre 1887 y 1900 por estadounidense Lauslene, contaba con un teclado de 276 botones, que accionaban unos punzones destinados a perforar una tira de papel especial. La tira se presenta como una película cinematográfica.

Cuando un orificio del cilindro coincide con otro de la cinta, un chorro de aire comprimido bloquea el bastidor y un chorro de plomo fundido se proyecta sobre la matriz. Las letras aisladas hacen referencia a su nombre.

COMPOSICION EN FRIO O FOTOCOMPOSICION:

Al principio, las maquinas componían utilizando la técnica de la fotografía, utilizando un disco matriz con caracteres en negativo, que por medio de luz se impresionaban en un papel fotosensible. Después se revelaba el papel y obtenía un original compuesto.

Una de las dificultades que presentó fue, cuando se tenía que corregir una palabra, debido a que esta forma se hacía por páginas.

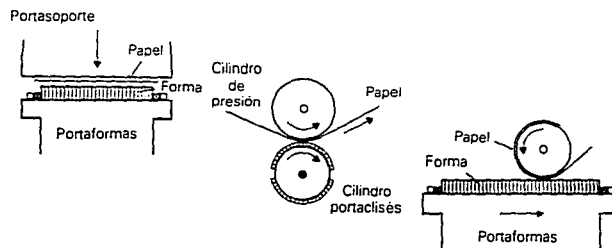
Los avances dotaron de una memoria a las máquinas que les permitían revisar primero el texto compuesto para luego imprimirlo.

Poco después el sistema computarizado desarrollado permitió memorizar la composición de un original entero e imprimir fragmentos separados. Posteriormente el ordenador permitió grabar un diskette con el texto organizado, que era entregado a otra máquina con la capacidad de descodificar los input y transformarlo todo en película.

EL OFFSET:

Este término significa "cesión", "compensación". Esta máquina se basa en sistemas rotativos y esta compuesta por tres cilindros: el cilindro porta plancha, el cilindro porta caucho y el cilindro de presión.

El cilindro de presión, transporta la hoja, al interior de la máquina, apretando la hoja contra el cilindro porta caucho, mientras



otros dos se regulan a función de este. Una regulación bastante delicada, ya que es necesario que a cada vuelta la impresión regie rigurosamente sobre el mismo sitio en el caucho, para evitar reborde de la tinta que el soporte no evita nunca completamente en el caucho.

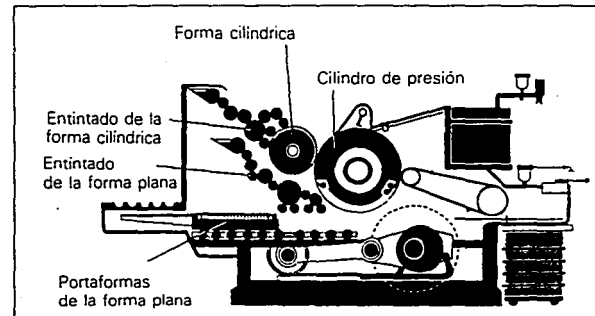
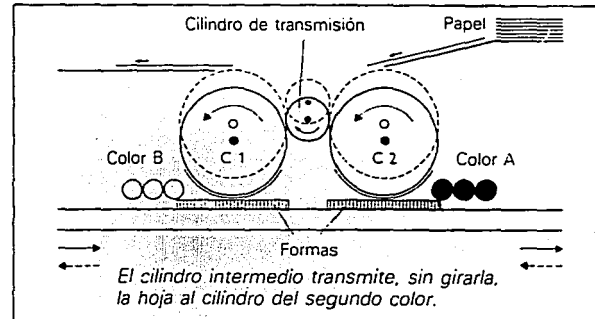
Las máquinas de offset de bobina:

Sustituyen a las alimentadas por pliegos y producen más rápido, mas cantidad y mas económicamente.

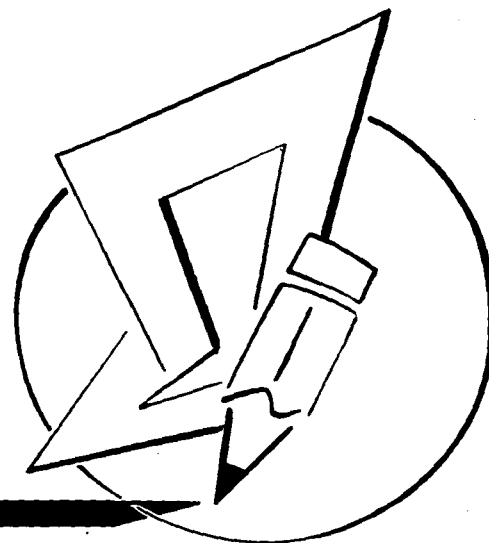
Esta máquina con sus evoluciones en la actualidad imprimen fácilmente en colores y a dos caras al mismo tiempo; con un registro perfecto, además pliega y corta los pliegos.

Una máquina de pliegos elabora 6 000 impresiones en una hora mientras que la de bobina o rollo de papel realiza 500 mts del mismo en un minuto (50 000 hojas en una hora).

Una máquina offset ofrece la opción de imprimir dos trabajos a la vez, donde uno puede llevar tres tintas y otro cuatro tintas. Esto es porque contiene siete rodillos.



***SEGUNDA
PARTE***



Proceso de Diseño



LA PROPUESTA

Mi propuesta a un problema real es realizar un libro que contenga la mayor cantidad de información y aclaraciones a un problema.

El problema que encuentre, ha sido la falta de información especializada sobre el tema de la estilización. Este problema es a consecuencia de que los pocos libros que tratan este tema, sólo dedican de una a tres páginas.

Y la información opcional que obtienen los alumnos es la que proporcionan los profesores.

La intención de este libro es despejar todas las dudas de los alumnos y personas involucradas con este tema. Es así que esto es el principal soporte para mi propuesta de tesis.

Observando a futuro es un libro que podrá ser utilizado como libro de consulta para los alumnos y como libro de apoyo para las clases de los profesores sobre el tema, estoy seguro que los adentrará más en el tema y les permitirá obtener mejores resultados que antes de consultar el mismo.

ELECCION DEL TEMA

Como saber que tema elegir, es una muy buena pregunta, debido a que se debe tomar muy en cuenta que el tema elegido debe satisfacer una necesidad, la cual lo hará útil.

Mi propuesta es mostrarle a los alumnos como es la simplificación de la imagen para lo cual, debo buscar un título apropiado para un libro, el cual a su vez deberá ser una guía que mostrará como realizar simplificaciones de las figuras "estilizaciones".

Pero por que un libro que muestre como simplificar imágenes, por dos razones la primera: no existe un libro que hable únicamente de lo que es la simplificación de la forma; y la segunda razón, parte de la primera, que por no haber un libro que les muestre a los alumnos como simplificar las figuras de acuerdo a una necesidad, crea

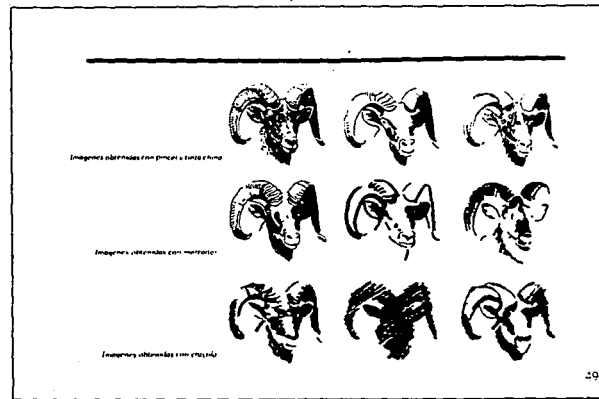


en ellos una duda, la cual con el tiempo va siendo más grande, al grado, que el alumno no sabe que hacer, y la poca información que tiene es la que los profesores le pudieron proporcionar.

Es así que atendiendo estos dos puntos mi propuesta es crear y realizar un libro-guía que muestre a los alumnos: que es una imagen simplificada, donde están, para que sirve, como se crean, como se clasifican, etc. Para lo cual debo buscar un nombre apropiado y no el de simplificación de la imagen, es así que lo cambiaremos por el nombre de la estilización, y aparecerá en el libro como "guía práctica para la realización y uso de las estilizaciones". El cual deberá mostrar todos los secretos de las estilizaciones con la intención de disipar las dudas de los alumnos de diseño gráfico, a la vez de ser un libro de texto y consulta para el propio alumno y maestro.

ELABORACION DEL CONTENIDO

Como elijo el contenido que debe llevar mi libro guía, muy fácil, primero realizo una encuesta entre alumnos relacionados con el campo gráfico a los cuales les pregunto, que les gustaría saber de la estilización y que saben, una vez realizada esta encuesta, relaciono los cuestionamientos y realizo unas listas de las inquietudes que tienen los alumnos sobre este tema el cual debe ser la base primordial para realizar el contenido que llevará mi libro guía. Debido a que si no resuelve las dudas de los individuos, el libro guía será un fracaso y es por eso que debemos tener muy en cuenta que toda propuesta, para que sea funcional, debe satisfacer un problema de actualidad y despejar de todas las dudas que giraban con anterioridad en su alrededor, las cuales ahora se disiparán al grado de el individuo podrá realizar mejor sus trabajos.



Este libro en todo su contenido debe mostrar paso a paso

el proceso que se sigue para crear una estilización como a su vez, el enseñarle a los alumnos de diseño gráfico el como y donde emplearlas, y no sólo eso, sino también como integrarlas con otros elementos como: con la tipografía, con las formas o espacios, y con el color.

De donde obtendré mi información sobre la estilización, únicamente de los libros que se han publicado de diseño o que se relacionan con este campo y no de otros campos, por el simple motivo que se puede caer en confusión, y por que no inventar la información de los temas, por un motivo, no sería creíble y acertada la información. Es así que lo mejor como se mencionó primero, de libros relacionados con el diseño gráfico o de diseño gráfico, y para eso es necesario leer toda la información que se recibe con la única intención de pensar cual será la más acertada con el tema, cual sólo hay que modificar, cual reducir y cual aumentar.

No debemos olvidar que en este punto debemos emplear los elementos del proceso de diseño que son:

- 1° Saber cual es el problema.
- 2° Recopilar información.
- 3° Analizar la información.
- 4° Plantear una o dos soluciones.
- 5° Mostrar las soluciones.
- 6° Someterlas a juicio.
- 7° Elegir la más favorable

y pulirla para después mostrar nuestra propuesta para resolver el problema.

Debemos de tener muy en cuenta siempre que la información que estará contenida, en este caso en el libro-guía deberá despejar las dudas en los estudiantes con respecto al tema, y les mostrará la importancia del mismo dentro del campo gráfico lo cual les permitirá realizar mejor sus trabajos y por tal mejores propuestas y soluciones para sus trabajos profesionales.

guía práctica para la realización y uso de la **ESTILIZACION**



Adán Lara Arévalo


INVESTIGACION

La investigación es una parte primordial, pues sin esta no sería posible saber cual es el problema que se va a satisfacer. En la investigación se comienza a recopilar la mayor cantidad de información que nos puede servir para la satisfacción de nuestro problema.

Ya teniendo toda la información que más se pudo recopilar lo siguiente es analizarla, para así saber cual es la que nos sirve y la que no se desecha y esto se hace por un proceso de selección.

Una vez seleccionada y analizada, se redacta de una manera y estilo apropiado, con la intención de lograr que los individuos se interesen, y de esta manera, la puedan comprender con facilidad, ya que de no ser así en vez de resolver un problema y dejar sus dudas, sólo las ampliamos más.

Efectos especiales por superposición



Antes de presentar la transición de la forma y de la falta gradual del programa, el diseñador debe tener una idea clara de los efectos que se desean lograr. Esto puede lograrse a través de una cuidadosa selección de los materiales de los que se va a trabajar.

Con la superposición de imágenes se crean efectos especiales que se utilizan en películas de terror y en programas de televisión. Los efectos especiales se crean al superponer imágenes de diferentes momentos de un mismo programa de televisión o de diferentes programas de televisión.

La superposición de imágenes se puede lograr de varias maneras. Una de ellas es superponer una imagen sobre otra. Otra manera es superponer una imagen sobre una imagen que ya ha sido superpuesta.

Una técnica muy utilizada es la de superponer una imagen sobre una imagen que ya ha sido superpuesta. Esto se logra al superponer una imagen sobre una imagen que ya ha sido superpuesta.

Una técnica muy utilizada es la de superponer una imagen sobre una imagen que ya ha sido superpuesta. Esto se logra al superponer una imagen sobre una imagen que ya ha sido superpuesta.

Simbolos y logotipos

Lo más importante de un simbolo o un logotipo es la sencillez, a pesar de que con frecuencia materializan ideas muy complejas y contienen una considerable cantidad de informacion. Aunque cumplen la misma función, un simbolo no es lo mismo que un logotipo. Un simbolo es básicamente una imagen que representa una idea, mientras que un logotipo o logo es un grupo de letras o una palabra completa que se utilizan como una imagen.


SIMBOLOS Y LOGOTIPOS

cuando usar una lista de todos los nombres que tengan algo que ver con el asunto, entender, electricidad, microcomputers, etc. hasta aquí todas las posibilidades. A continuación se hace un dibujo sencillo abstrao o copia una de ellas y se trabaja sobre esa abundante informacion visual hasta dar con una buena representación simbólica. Como siempre, las mejores ideas son las más sencillas. Un simbolo debe captar en un instante, si se presta a interpretaciones erróneas, si se vuelve fácilmente a la que representa, si se puede con la abstracción o la que representa, si se puede con la abstracción o la que representa, si se puede con la abstracción o la que representa.

Hay otros tipos de simbolos, quizá no muy elegantes, pero sí muy eficaces. La refinada representación pictórica que caracteriza a las señales de tráfico o a otros simbolos, como el de los Juegos Olímpicos, por ejemplo, demuestran lo económicamente que un buen diagrama puede comunicar una idea compleja.

¿POR DONDE EMPEZAR?


Una selección de las mejores superposiciones para diseñar un simbolo es fundamentalmente como sigue:



El primer paso es el de definir el problema. Hay que tener en cuenta los objetivos, el presupuesto, el tiempo, el espacio, etc. Una vez definido el problema, se debe buscar una solución que sea sencilla, clara y que se pueda comunicar con un lenguaje gráfico de diseño.

En la mayoría de los casos, el primer paso es el de definir el problema. Hay que tener en cuenta los objetivos, el presupuesto, el tiempo, el espacio, etc. Una vez definido el problema, se debe buscar una solución que sea sencilla, clara y que se pueda comunicar con un lenguaje gráfico de diseño.

Elección de una forma con que trabajar



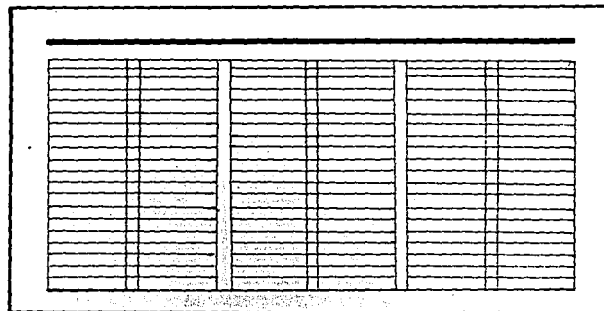
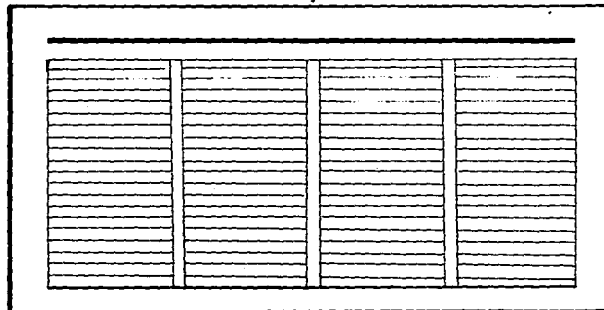
La elección de una forma con que trabajar es una de las decisiones más importantes que se toman en el diseño. Una buena elección puede hacer que un proyecto sea más atractivo y más fácil de entender.

La elección de una forma con que trabajar es una de las decisiones más importantes que se toman en el diseño. Una buena elección puede hacer que un proyecto sea más atractivo y más fácil de entender.

DISEÑO EDITORIAL

En este punto lo siguiente es realizar un buen Diseño Editorial del libro, el cual consiste en darle una armonía en cuanto ubicación de texto, imágenes y otros elementos, lo cual se consigue de la siguiente manera: Realizando un número apropiado de bocetos sobre el acomodo y cantidad de columnas, así como el lugar para otros elementos como pleca o franjas-líneas decorativas, lugar de folio y espacio en blanco. Una vez obtenido esto lo siguiente es elegir cual nos brinda la opción más favorable y permite satisfacer nuestro problema.

La manera en que se puede evaluar esto es armar una retícula que se prefirió así como también en las elgidas, esto se hace para aprender mediante la observación. Lo cual nos brinda una valiosa información, como también permite y anticipa posi-



bles errores en los cuales puede incurrir.

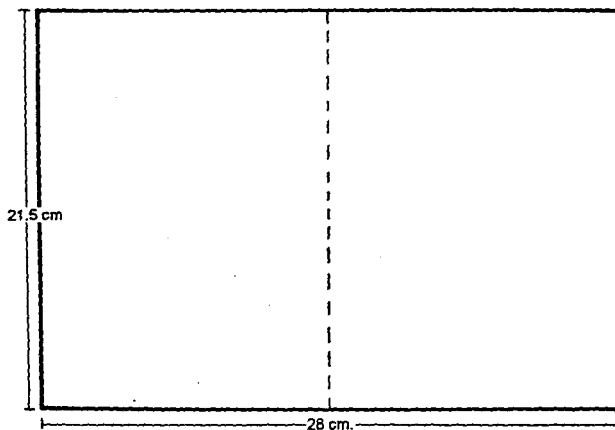
Pero el Diseño Editorial no termina aquí, fítan otras partes importantes que son la portada y contraportada, así como la portadilla, aquí la retícula que se emplea es diferente a la empleada en el acomodo de la información de las páginas del libro. Esta nos permite el jugar bocetando sobre posibles soluciones para la cara de nuestro libro, y de todas se tendrá que elegir la más favorable, para lo cual hay que tener en cuenta que una portada nos debe invitar, inducir y seducir para interesarnos en el libro, para invitarnos a abrir el libro al grado de sumergirnos en él.

Un buen diseño editorial es lo que logra que un libro se venda y lo que lo hace valioso es la información que contiene. Esto lo podrás observar en los estantes vacíos de las librerías en comparación de los estantes libros con polvo y telarañas.

FORMATO

El formato es el tamaño y forma de la publicación, el cual tiene las medidas de 14 cm. de ancho por 21.5 cm. de largo, estas medidas corresponden a la mitad de una hoja tamaño carta, lo cual evita el desperdicio excesivo de los sobrantes del papel.

Por qué este formato y no otro más grande o más pequeño. Es importante mencionar que la cantidad de información que se tenía fue parte fundamental para la elección del mismo. Debido a que un formato más grande daría como resultado un libro de menos de 50 páginas, lo cual entre hacerlo parecer como una revista también lo haría bromoso en cuanto a las medidas. Por qué no $\frac{3}{4}$ de carta por una razón semejante además que la tipografía en un puntaje mayor sería adecuada para un libro de niños de primaria, y en este segundo el desperdicio de papel es bastante cuando su medio de reproducción es por fotocopias tamaño carta.



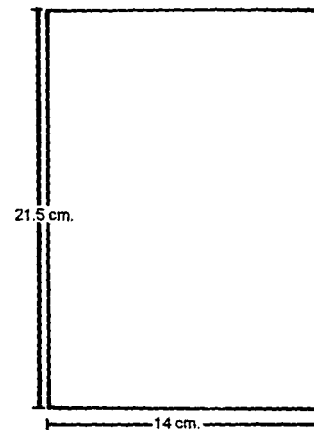
Y por qué no un tamaño menor de $\frac{1}{2}$ carta, por la simple razón que la información y los ejemplos más reducidos lo haría inapropiado para ser un proyecto de tesis.

Pero por qué sí el tamaño de $\frac{1}{2}$ carta, por las razones que anteriormente se explicaron sobre el no desperdiciar papel además de que este formato hace

de este libro un libro práctico, fácil de manejar y fácil de transportar.

El engargolado propuesto en una parte logra que el libro se abra y extienda a tamaño carta que es de 21.5 x 24 cm., ó que se extienda a dos cartas por media carta 43 x 14 cm.

El engargolado en el primer caso, obedece a ser lo-



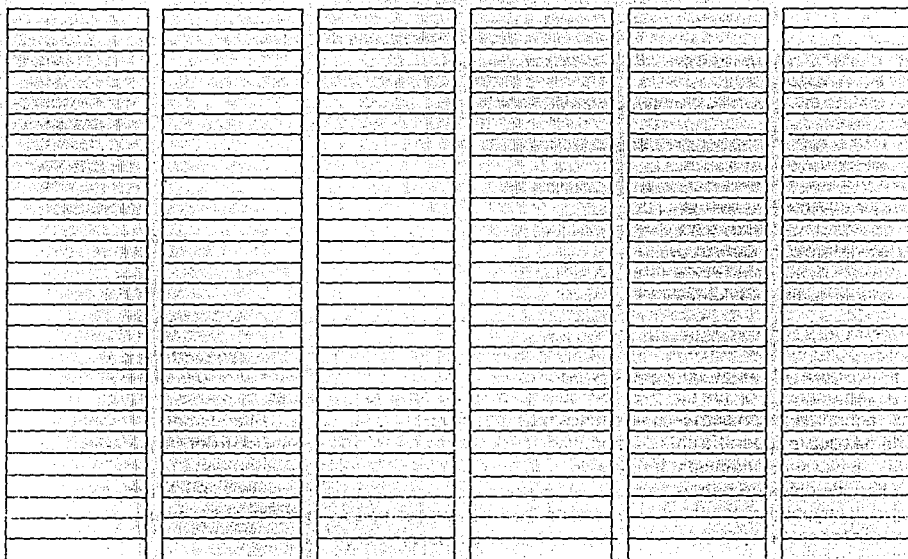
calizado en la parte de arriba del libro, y en el segundo caso en la parte izquierda del libro.

Otra opción de unión entre las puntas de un extremo del libro es el empastado el cual, dará mayor presentación al libro y por consiguiente su costo aumenta en comparación del método de engargolado.

RETICULA

La retícula es la base primordial y la guía para el acomodo de la información que nos permite una composición de página agradable. Para este proyecto se utilizó una retícula de 6 columnas que nos permite un juego en el acomodo de la información y los ejemplos dentro de las columnas.

Es esta la razón por lo que no se eligió una retícula con menos columnas, y el ejemplo más claro lo observamos en el momento en que es armada una página.



ANCHURA DE COLUMNA

La anchura de columna es de 2.6 cm. de largo por 10.4 cm. de alto.

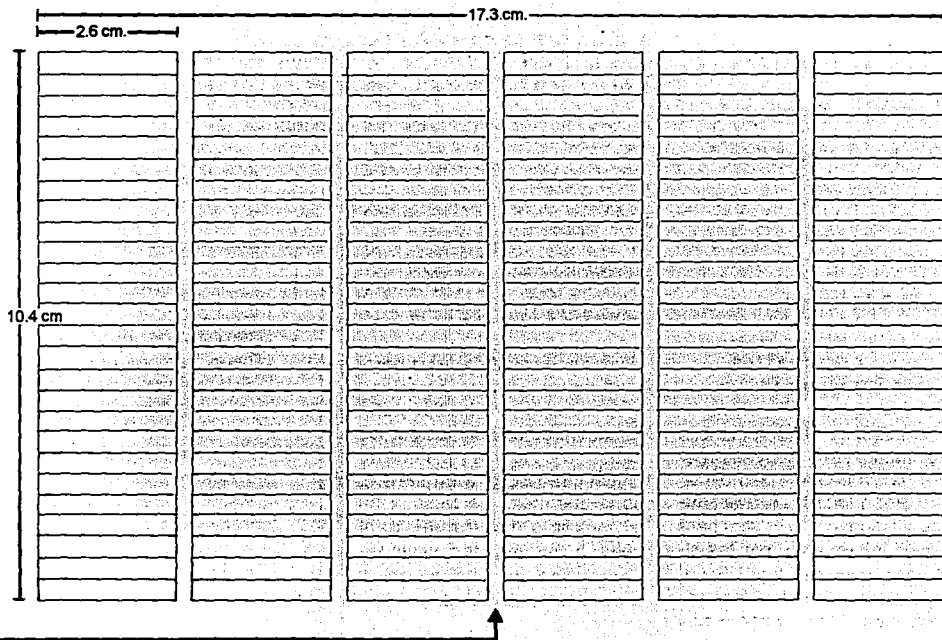
Las columnas son las partes que componen una retícula, las cuales en el momento de armar páginas son las guías primordiales.

Sin una retícula con columnas no es posible armar las páginas de un libro o revista, de manera armoniosa.

La unión de las 6 columnas nos dan un área de diseño de 17.3 cm. de ancho por 10.4 cm. de alto.

EL MEDIANIL

Se le conoce como medianil a la separación que se observa entre cada columna, el cual a su vez indica los extremos de la columna.



Souvenir MEDIUM

ABCDEFGHIJK
LMNOPQRSTU
VWXYZÆŒÇ£
Ø abcdefghijklm
nopqrstuvwxyzø
æœçß12345678!
90\$ç&%?({«»:;+/*)

LAS TIPOGRAFÍAS EMPLEADAS

Las tipografías empleadas en el manual son Souvenir medium y la Avant Garde bold itálica.

Por qué la tipografía souvenir medium de 10 puntos para el texto informativo, por las siguientes razones: legibilidad, modernidad y continuidad que ofrece para el texto y por lo cual

Avant garde MEDIUM

ABCDEFGHIJK
LMNOPQRSTU
VWXYZÆŒØ
Ç abcdefghijk
lmnopqrstuvß
wxyzœœçøç
1234567890&\$
£\$%?!({«»:;+/*)

se ajusta a la medida de las perspectivas que se plantean resolver.

Ahora por qué la tipografía Avant Garde bold itálica par los títulos de los temas y por qué no alguna otra tipografía. En primera, es la que mejor se ajusta y no rompe con la imagen que le da al texto. Y en segundo lugar las tipografías que se emplean proyectan modernidad.

INTERLINEADO

El interlineado entre la tipografía del texto de la aportación es de 10/12 puntos, el cual empleado con la tipografía elegida aflora un texto apropiado para jóvenes universitarios.

Un puntaje mayor no fue tomado en consideración debido

a que sería menor la cantidad de información entre cada línea como de igual manera la cantidad de texto apropiado por página.

Y un puntaje menor se rechazó por la demasiada cantidad de espacio en blanco que se observaría en las páginas, además que la mancha tipográfica sería débil.

La elección de una tipografía para integrarla a la estilización, no es un proceso sencillo y para esto necesitamos conocer las características de cada familia tipográfica, así como lo que representan, en los entornos socio-culturales de los individuos.

La tipografía es la otra forma de representar a la imagen y para eso debemos tener cuidado; ya que si la elección es inapropiada, la elección elegida salta a la vista; Pero si es la más apropiada, se integrará a la perfección y como tal no habrá competencia entre ambas. Esto es lo que se busca en la creación y el diseño de una imagen corporativa.

¿QUE ES UNA ESTILIZACION?



A la estilización la definimos como una simplificación de la forma, la cual no debe perder su código, lenguaje e idea a la que representa.

La concebimos como:

- La simplificación de la cantidad de trazos
- La depuración de trazos
- La simplificación de las formas en conjunto
- La abstracción de la imagen al grado deseado
- La concretización de la idea
- La simplificación de la imagen

ELEMENTOS AUXILIARES

Los elementos auxiliares son los adornos que complementan la página, como flecos decorativos, líneas, franjas, etc.

FOLIO

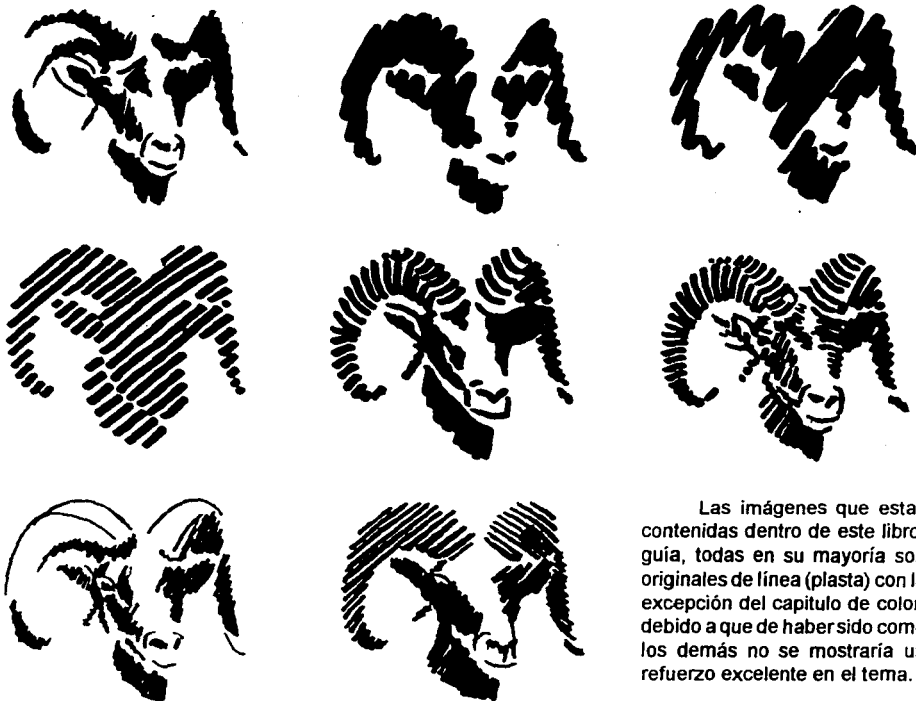
El folio es el número que lleva cada página, el cual por su posición debe ser funcional y fácil de localizar. En este caso se colocó en un lado en la parte inferior.

9

EJEMPLOS E IMAGENES

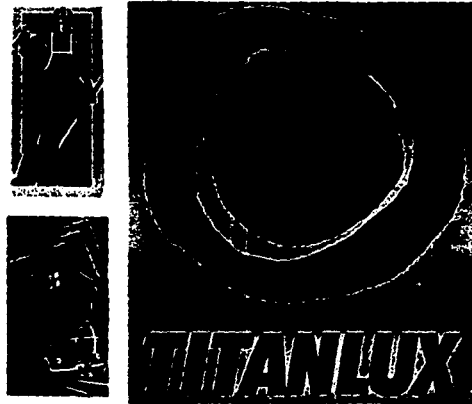
Una vez obtenida la información que contendrá el libro-guía, lo siguiente es una parte primordial, la cual es la selección de imágenes o ejemplos que acompañarán y reforzarán a la información con la intención de evitar incurrir en confusiones.

Y es por eso que la imagen es parte primordial dentro de las hojas de los libros. Si te imaginas un libro con texto y sin imágenes, observarás que es cansado y no interesante, a medida que en lugar de mostrar soluciones con imágenes te deja igual que como partiste. Ahora un libro con imágenes y texto es más factible por el hecho que te habla del problema y te muestra ejemplos sobre el problema que analizas lo cual despeja las dudas que se tenían. Y ahora sabe porque se dice que una imagen dice más que mil palabras.



Las imágenes que están contenidas dentro de este libro-guía, todas en su mayoría son originales de línea (plasta) con la excepción del capítulo de color, debido a que de haber sido como los demás no se mostraría un refuerzo excelente en el tema.

EL COLOR DENTRO DE LA ESTILIZACION



Debemos ser cuidadosos, en el momento que elegimos el color, que adoptará nuestra estilización o dentro de un diseño, porque desde ese momento el color será una característica importante de identificación, la cual presentará resultados inmediatos en cuanto a la identificación de imagen corporativa con su color, y producto o servicio, que ofrece para lo que fue creada.

75

FOTOGRAFIA

Las fotografías que en él se contienen sólo están presentes en el último capítulo que habla del color, se optó por fotografía a consecuencia que imprimir en selección o fotocopias a color, es una causa principal que aumenta drásticamente los costos de producción.

PORTADA

La portada es el primer grito de la publicación, y de ella depende en gran medida el éxito que la publicación sea vendible.

En la realización de la primera portada al igual que en las otras propuestas se realizó primero un número considerable de propuestas de portadas, en las cuales se observó un acomodo variado en cuanto a los elementos que componen la portada. Finalmente se selecciona cual es la posible solución.

En esta se observa un diseño de imagen rústica, debido a que tiene como elementos una mano plasmada la cual con la composición de un cuadro delineado, y los datos sobre el nombre del libro y autor, presentan una composición agradable pero no completamente funcional para el tipo de libro de acuerdo a su contenido.

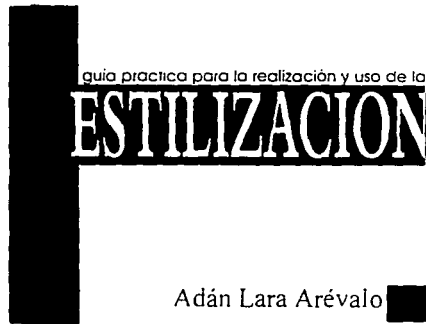


Los colores que se proponen son blanco y negro los cuales muestran una portada sencilla y atractiva. Pero dan a entender que es un libro de símbolos.



En la segunda portada al igual que en las otras dos, primero se necesito un bocetaje amplio, para después seleccionar la más apropiada, que funcionara como portada.

Ya obtenida es analizarla y el resultado es valorado, lo único que resulta es que es una portada no funcional para el título del libro como a la vez no muestra de lo que trata el libro y sugiere el ser una portada de tipografía.



Y en esta tercera portada, al igual que las dos anteriores el trabajo aplicado ha sido igual o mayor para obtener una portada que satisficiera las expectativas que se desean alcanzar en su realización.

Como se puede observar esta tercera portada es la que mejor cumple con su proposito. Ya que ella refleja el contenido del libro, y es reforzado por las tres imágenes, estilizadas como también por el título y el color.

El color que se propone es el azul cobalto para la tipografía de estilización y nombre como para las líneas que conforman los recuadros. En color terracota van la tipografía que esta encima de la palabra estilización como las imágenes.

Estos dos colores son impresos sobre cartulina de color beige, con la única intención de reforzar la imagen del libro.



El papel que se utilizó en la portada es la cartulina canson que tiene las medidas de 75 x 100 cm. de la cual se obtienen 6 pastas completas por pliego.

Y el papel que se utilizó para el contenido es bond el cual se encuentra en el mercado en 4 presentaciones: tamaño carta, oficio, doble carta y pliego. Optándose por el tamaño carta por ser más favorable en el fotocopia y se evita desperdicio. Pero para evitar este desperdicio los originales que se arman en tamaño carta contienen dos páginas pares o nones, pero no par y non, esto se hace para en el momentos de fotocopiar por un lado y el otro coincida la numeración y sean gillotinas por la mitad.

CONTRAPORTADA

Es la página que se pone frente a la portada con el nombre de la serie a que pertenece y otros detalles sobre el mismo; la mayor cantidad de veces sólo hay imágenes.

guía práctica para la realización y uso de la **ESTILIZACION**



Adán Lara Arévalo

TECNICAS DE IMPRESION Y ACABADOS

- La impresión de las pastas se propone en serigrafía, por la calidad de impresión que se obtiene.

- Y el contenido en dos técnicas de acuerdo a la cantidad de ejemplares que se utilizan:

a) La primera es el offset, la ventaja que ofrece es muy buena calidad de impresión tanto en contenido, imágenes y platas. Y es sumamente económica su impresión cuando el manejo de libros es de más de 300 libros.

b) La segunda opción de reproducción es el fotocopiado, en este para tener un buen término de impresión, es muy importante buscar la resolución de copiado que dan las máquinas copiadoras de las diferentes marcas. El costo de este sistema es económico cuando la cantidad de volúmenes son menos de 300 libros.

- Encuademación:

Se propone de manera mecánica (engargolado) por las ventajas que ofrecen: como el manejo rudo, el poder observar dos páginas a la vez, y el doblar el libro como un cuaderno.

PRESUPUESTO

El presupuesto que a continuación se pone a consideración es hasta Agosto de 1995.

Impresión de 100 portadas en serigrafía a tres tintas, tienen un costo de N\$ 200.00

Impresión de 250 portadas en serigrafía a tres tintas, tienen un costo de N\$ 250.00

Impresión de 100 libros, de 50 originales mecánicos y cada uno conteniendo 2 páginas en papel bond blanco en una tinta en offset, tiene un costo de N\$ 3,000.00

Impresión de 250 libros con las mismas características mencionadas antes tienen un costo de N\$ 4,500.00.

Impresión de 100 libros de 50 originales mecánicos y cada uno conteniendo 2 páginas en fotocopias en blanco y negro sobre papel bond, tienen un costo de N\$ 1,250.00.

Impresión de 200 libros con las mismas características mencionadas antes tienen un costo de N\$ 2,925.00.

guía práctica para la realización y uso de la

ESTILIZACION



Adán Lara Arévalo

guía práctica para la realización y uso de la

ESTILIZACION



Adán Lara Arévalo

INDICE

Introducción	7
¿Qué es una Estilización?	9
¿Qué se puede estilizar?	10
¿Para qué creamos las Estilizaciones?	13
La Vida de la Estilización	15
¿Donde es empleada la Estilización?	19
La Estilización en el Cartel	20
La Estilización en las Portadas	22
La Estilización dentro de la Señalización	23
Los Grados de la Estilización	25
Los Recursos de los que se vale la Estilización	33
La Metodología dentro de la Estilización	44

El Procedimiento para crear una Estilización	47
Las Retículas dentro de la Estilización	53
La disposición de la Imagen Estilizada	59
Lo que representa la Tipografía	63
Como podemos elegir la Tipografía	67
Fusión Imagen - Tipografía	71
Una segunda Tipografía	72
El Color dentro de la Estilización	75
Conclusión	79
Bibliografía	81
Libros de Apoyo	83
Créditos	84

INTRODUCCION

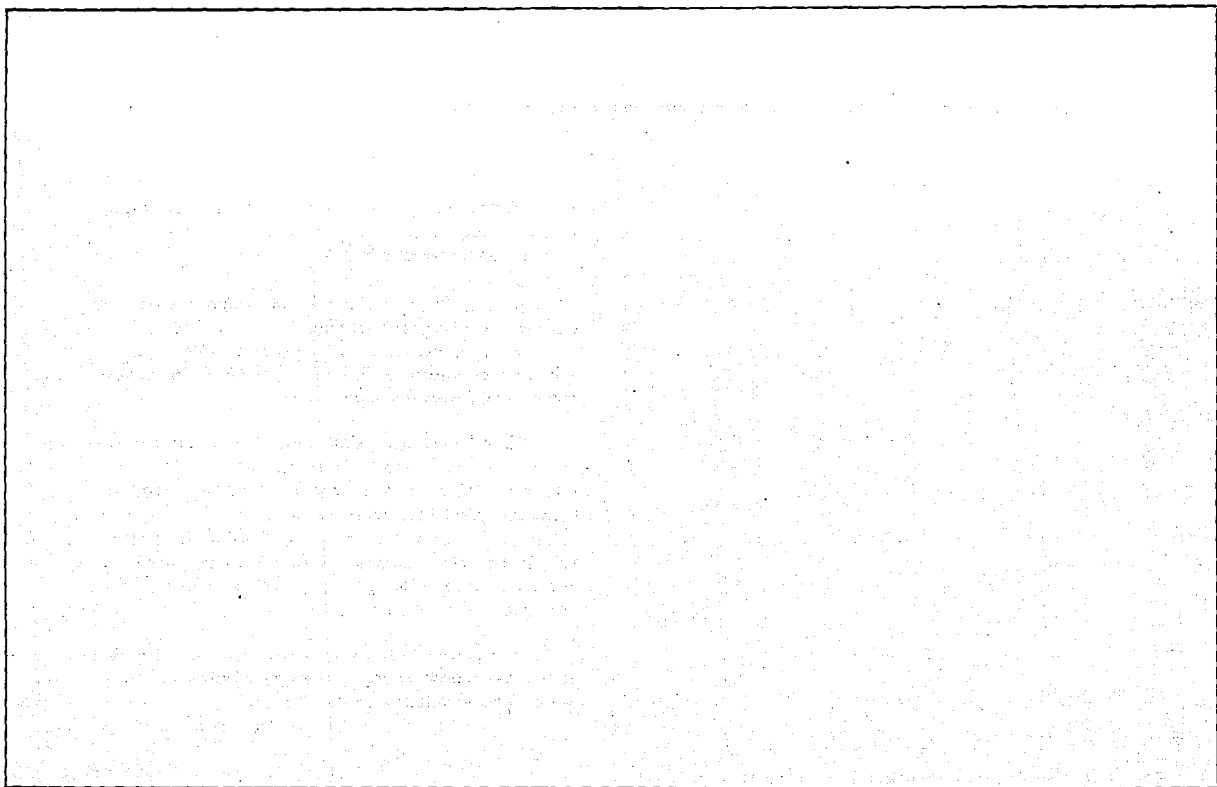
El presente proyecto se realizó fundamentándose en dos puntos detectados y los cuales se tomaron en cuenta para su realización:

1.- La falta de un libro o manual sobre el tema, ya que no existe uno especializado.

2.- El problema arraigado en los estudiantes de no saber como simplificar la forma, a causa del problema que se menciona en el primer punto.

En este manual los alumnos ó las personas relacionadas con el campo gráfico conocerán: lo que es una estilización, la información que se necesita para su creación, como son creadas finalmente, su ubicación en un espacio determinado, que tipografía se acopla mejor a las exigencias de la imagen estilizada y el color que mejor refuerzan al conjunto imagen-tipografía, de acuerdo a las expectativas que se desean alcanzar.

Todo el contenido de este manual influirá al grado en que los alumnos y personas relacionadas con el campo gráfico podrán emitir un juicio seguro.



¿QUE ES UNA ESTILIZACION?



A la estilización la definimos como una simplificación de la forma, la cual no debe perder su código, lenguaje e idea a la que representa.

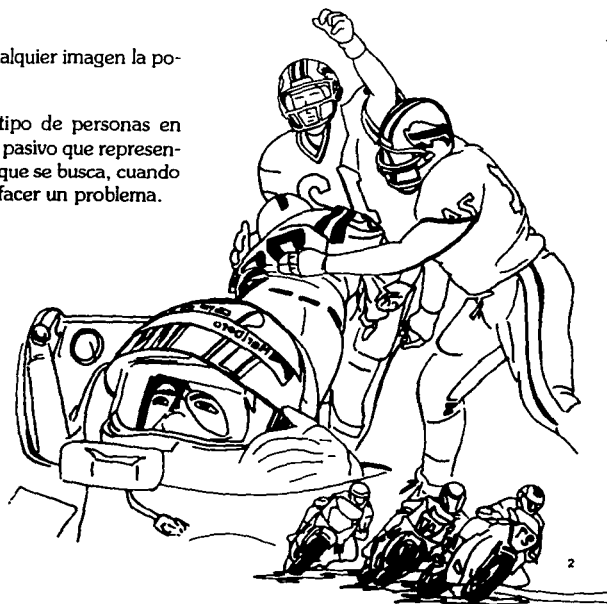
La concebimos como:

- La simplificación de la cantidad del trazos
- La depuración de trazos
- La simplicidad de las formas en conjunto
- La abstracción de la imagen al grado deseado
- La concretización de la idea
- La simplificación de la imagen

¿QUE SE PUEDE ESTILIZAR?

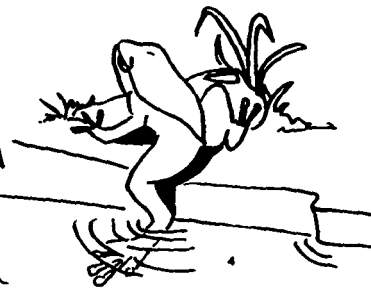
En sí, cualquier imagen la podemos estilizar.

- Todo tipo de personas en estado activo o pasivo que representa la idea de lo que se busca, cuando se intenta satisfacer un problema.

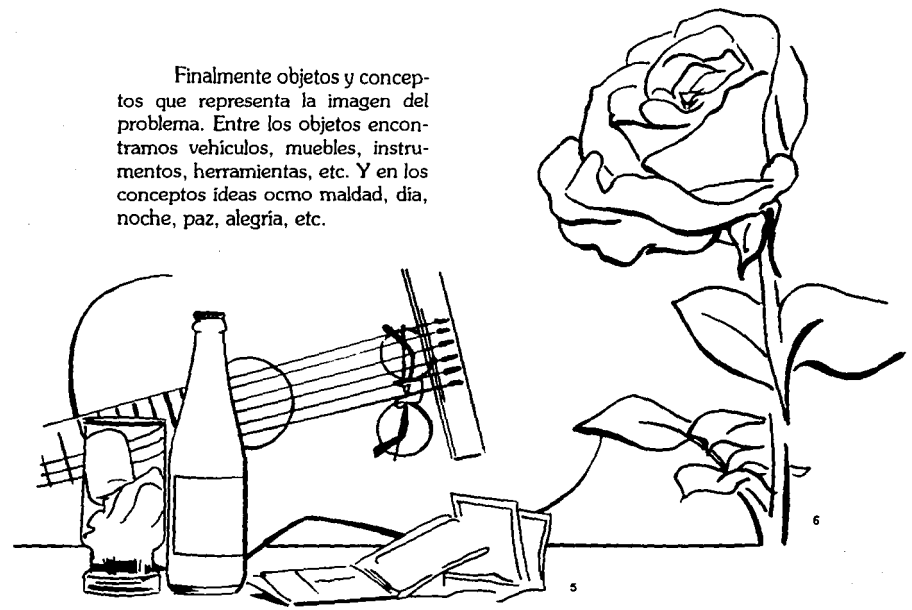




- Todo tipo de animales, aves, reptiles, peces, anfibios e insectos en estado activo o pasivo que de igual manera la imagen estilizada satisface un problema como lo que se observa en los ejemplos.



Finalmente objetos y conceptos que representa la imagen del problema. Entre los objetos encontramos vehículos, muebles, instrumentos, herramientas, etc. Y en los conceptos ideas como maldad, día, noche, paz, alegría, etc.



¿ PARA QUE CREAMOS LAS ESTILIZACIONES ?



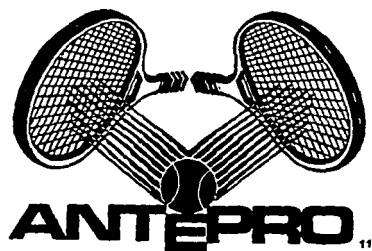
Las estilizaciones son creadas con la intención inmediata, de ser una imagen simplificada, que representará a la perfección, una idea o concepto.

Teniendo dos misiones de importancia:

- a).- Distinguir
- b).- Representar

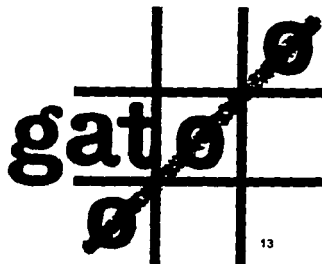
Esto es por que una imagen estilizada debe ser el reflejo de lo que ofrece, dentro del proceso informativo o proceso comunicativo.

Las estilizaciones que funcionan como imágenes representativas en los medios de comunicación se arraigan en el mercado nacional, y después en el mercado internacional. Esto es, por que presentan los mismos valores y ofrecen lo mismo.



Una estilización es más que una simple imagen por que en combinación de un nombre, título o frase:

- Identifica un producto, servicio, organización, evento, etc.
- Diferencian.
- Comunican, informan.
- Añaden valor.
- Representan potenciales.
- Constituyen propiedad (Marcas).



LA VIDA DE LA ESTILIZACION

Las estilizaciones lamentablemente también sucumben, pero con la diferencia que unas duran más que otras y por eso es importante su clasificación.

1.- La Vida Momentánea: En este lapso de vida una estilización dura tan solo días, semanas o meses. Donde la podemos observar es en eventos culturales, sociales, etc.

2.- La Vida Corta de la Estilización: Este lapso de vida es de un año a cinco años, se emplea para empresas, que inician.

3.- La Vida Media de la Estilización: Abarca un tiempo que va de cinco a quince años y es la imagen que sustituye a la imagen de vida corta. Conocida como la 2ª imagen que continua con las nuevas expectativas de la empresa.

4.- La Vida Larga de la Estilización: En esta parte la imagen modernizada tiene un tiempo de vida que va de quince a veinticinco o cincuenta años.





Pero no por estas clasificaciones, debemos creer que la imagen estilizada solo pertenece a una clasificación específica, esto es debido a que algunas imágenes pasan al nivel siguiente, a causa de que en estos casos una nueva imagen representa para la empresa, el volver a comenzar, y por consiguiente enfrentar una vez más, los mismos o mayores obstáculos.

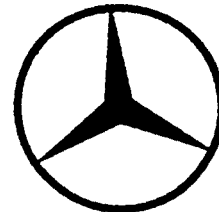
Lo anterior explicado es lo que hace una imagen universal.





22

*Evolución de la Imagen Estilizada de
la marca de automóviles Berliet*



23

Evolución de la imagen Mercedes

Recordemos:

- Que la imagen que perdura, es a causa de la publicidad que ocupa, y que cumple con lo que ofrece.
- Asocia a la perfección la imagen con las expectativas que originaron su creación.
- Relaciona bien al producto con respecto a la imagen estilizada.



24

B A R



La Troje

25

¿ DONDE SE EMPLEA LA ESTILIZACIÓN ?

La estilización es empleada en los diversos medios de comunicación visual, como lo es en:

- Un cartel
- Una portada
- Un volante
- En un sistema de señalización.

Con el fin de dar a conocer:

- Un producto
- Un servicio
- Un evento
- Una empresa
- Una campaña publicitaria.



26



27



Reaching
ALL
Students

29



28



CAMPESTRE

30



31

Telexsa



Plaza Bosques

32



33



34

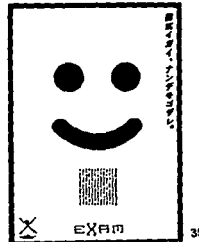
LA ESTILIZACION EN EL CARTEL

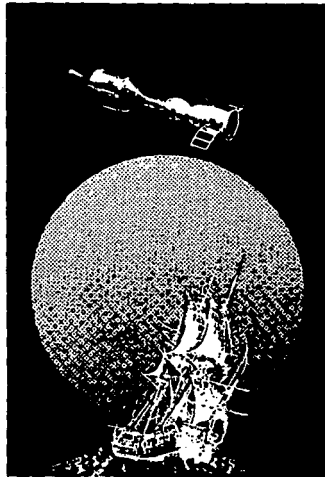
El cartel es uno de los medios de comunicación visual más importante, debido a que su fuerza radica, en ser un grito en la pared dirigido a un grupo determinado de individuos de acuerdo a la información que comunica, y por lo mismo necesitan de un lugar estratégico, el cual les permita realizar su cometido.

De acuerdo a su información se clasifican en:

- Culturales
- Musicales
- Históricos, etc.

Todos con la intención de recordar un suceso o anticipándolo.





Cartel de René Azcuy



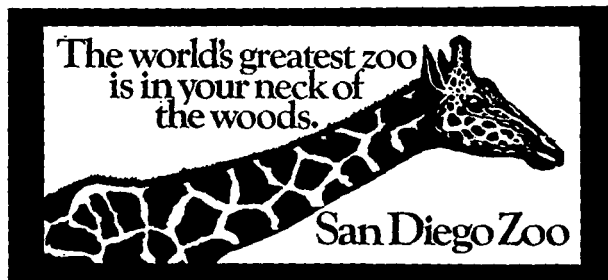
Cartel de Rafael López Castro



Cartel de Kurth Wirth

LA ESTILIZACION EN LAS PORTADAS

Su finalidad de comunicación es semejante a la que se persigue en un cartel. La estilización misma muestra el tipo de información que tiene un libro o revista, en los CD's el tipo de música que contiene, y en las etiquetas de productos la imagen que desean proyectar o su lugar de origen.



41



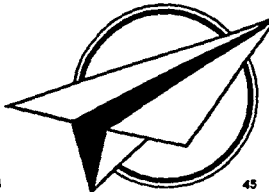
42



43



44



45



46

LA ESTILIZACION DENTRO DE LA SEÑALIZACION



47

La estilización dentro de los sistemas de señalización es de vital importancia, ¿porqué?, por el simple hecho de que si no se empleara ésta, imagínate el caos que habría para los individuos cuando están en el aeropuerto, en un hotel, en una competencia, en un lugar turístico, etc. Se ha hecho tan indispensable al grado que esta en nuestro alrededor como:

- En señalamientos de tránsito
- En instalaciones deportivas
- En instalaciones de trabajo
- En instalaciones comerciales
- En material didáctico
- En los diversos productos.

Y funcionan como símbolos:

- a) De advertencia ó peligro
- b) De áreas específicas
- c) De lugares recreativos ó turísticos.



23



Símbolos Olímpicos

Símbolos de Servicios



Símbolos Médicos

Símbolos Informativos

48



LOS GRADOS DE LA ESTILIZACION

Las estilizaciones se encuentran contempladas dentro de tres niveles ó grados:

- a) Nivel Representativo
- b) Nivel Abstracto
- c) Nivel Simbólico.

- Nivel Representativo:

Este nivel o grado contempla la semejanza de la imagen obtenida con la fotografía real. En la cual se observan solo unos pequeños cambios: como son la falta de todos los razgos, de todas sus líneas, y todos sus detalles.

En sí lo importante en este nivel es que la imagen obtenida conserve la mayor parte de sus razgos característicos y no muestre deformación.



- Nivel Abstracto:

Este nivel de estilización tiene como resultado imágenes con mayor utilidad dentro de la publicidad ya que son utilizadas como imágenes representativas en una empresa, una marca, un producto, una campaña, etc. Lo importante es, que los trazos conservan la silueta o la insinúan pero con menor cantidad de líneas, platas o figuras. Y lo concebimos como la reducción de todo lo que vemos, a elementos visuales simplificados, y no siempre fáciles de reconocer hasta que se observan detenidamente.



50



- Nivel Simbólico:

La estilización en este nivel es más de siluetas fácilmente reconocibles, que no muestran muchos detalles y sí la idea o concepto que pretenden comunicar de inmediato.

Muchos de los símbolos dentro de este nivel se encuentran disponibles y se utilizan:

- En algunos campos profesionales.
- En todo tipo de instalaciones y áreas.
- En todo tipo de productos.

Con el único fin de informar.



Grado Representativo



Grado Abstracto



Grado Simbólico

52

53

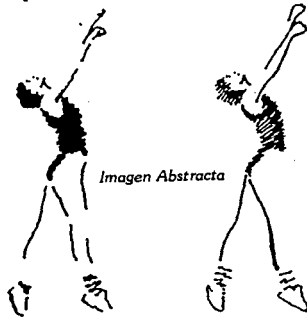


Imagen Abstracta

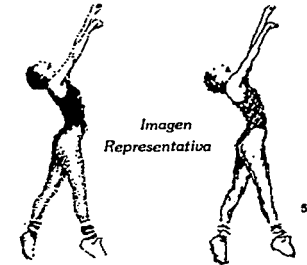
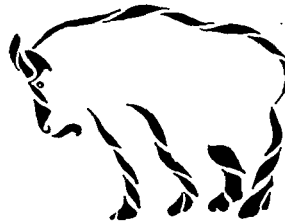


Imagen Representativa

54



Grado Representativo



Grado Abstracto



55



56

Grado Simbólico



57



58



61

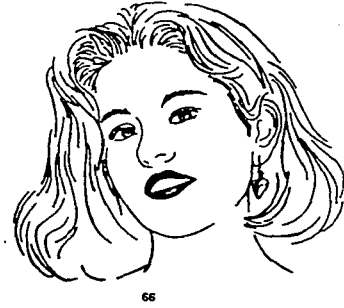
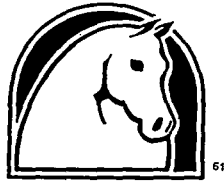


59



60

No debemos olvidar que en ocasiones solo una parte de la imagen estilizada puede representar a la perfección la idea satisfaciendo todas sus expectativas de comunicación.





67



68



69



69



70

LOS RECURSOS DE LOS QUE SE VALE LA ESTILIZACION



Los elementos que nos permiten realizar estilizaciones son:

- Las líneas paralelas.
- Las líneas enfatizadas.
- Las líneas divergentes.
- Las líneas convergentes.
- Las líneas radiales.
- Las líneas que contornean a la figura.
- Las plastas que muestran a la figura.



Las líneas paralelas.

Muestran de tres formas las estilizaciones:

1.- Cuando las líneas muestran a la figura por dentro de ella.

2.- Cuando las líneas muestran el contorno de la imagen.

3.- Y cuando las líneas paralelas cruzan un espacio en blanco y al tocar la figura se interrumpen dentro de él, siguiendo paralelamente: esto es la combinación de las dos anteriores.



83



84

Las líneas enfatizadas.

Son líneas paralelas que atraviesan a la figura y parte de un espacio, mostrando de dos formas a la imagen.

1.- Cuando las líneas paralelas atraviesan la figura, muestran otro grosor.

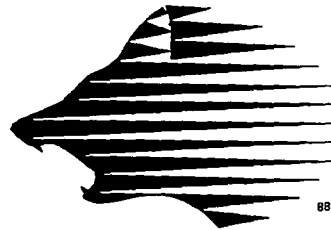
2.- Cuando las líneas paralelas que contornean engruesan.



85



86

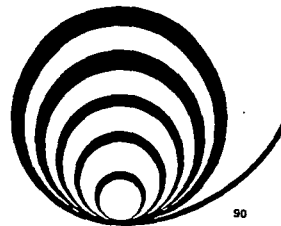
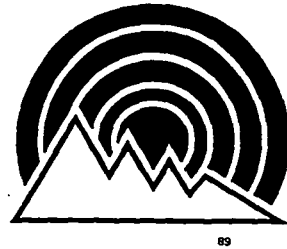


Las líneas divergentes:

Son líneas que parten de un grosor mínimo y donde cruzan o interceptan una parte de la figura aumentan su tamaño (trazo).

Las líneas convergentes:

Estas líneas manejan su concepto al contrario de las líneas divergentes, comenzando en un grosor mayor para terminar en un grosor más pequeño.



Las líneas radiales:

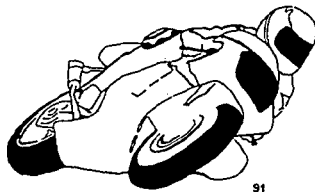
Que muestran un centro o margen imaginario, y sugieren ritmo. Podemos nombrar de dos tipos:

- 1.- Líneas de grosor variado paralelas o enfatizadas.
- 2.- Líneas divergentes y convergentes.

Las líneas que contornean a la figura.

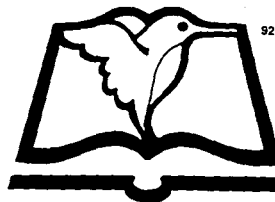
Dentro de las líneas que contornean a la figura encontramos tres tipos:

1.- Las líneas que únicamente contornean la figura.



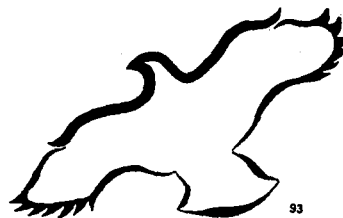
- Las líneas que únicamente muestran el contorno de la figura y no existe ninguna separación de la línea, parecen que comienzan y terminan donde mismo.

2.- Las líneas que muestran los principales rasgos de la figura.



- Las líneas que solo muestran los principales rasgos de la figura, tiene el cometido de mostrar todos o solo algunos trazos que existen dentro de la figura, (estas líneas muestran el volumen que existe en las figuras).

3.- Las líneas con cerramiento.



- Las líneas con cerramiento, cuya primordial característica es al igual que las dos anteriores con la diferencia de que sus trazos no están unidos, mostrando una mínima separación.

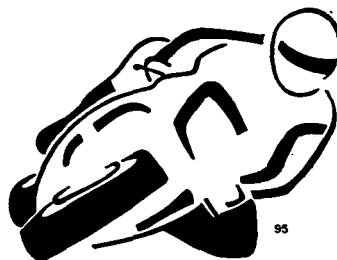


Las plastas que muestran a la figura:

Su finalidad es mostrar mediante figuras geométricas o caóticas las imágenes estilizadas.

- Las figuras geométricas son a base de trazos lineales o círculos utilizando instrumentos de precisión.

- Las figuras caóticas son figuras sin una geometría exacta, que parecen estar trazadas a mano alzada.



Ahora conozcamos algunos conceptos de la forma que nos pueden ayudar dentro de la estilización:

*Pero antes debemos saber que todos los elementos visuales que percibimos constituyen generalmente lo que llamamos "forma", la cual se presenta con tres características que son:

- a) Tamaño
- b) Color
- c) Textura

Una forma es reconocida como línea por dos razones:

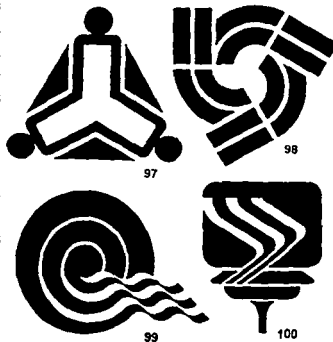
- a) Anchura
- b) Su longitud

Una línea tiene tres aspectos:

a) La forma total: Que se refiere a su apariencia general, que puede ser descrita como recta, curva, quebrada, irregular o trazada a mano.

b) El cuerpo: Como una línea tiene un ancho, su cuerpo queda contenido entre ambos bordes, y la relación determina la forma del cuerpo. Los bordes son lisos y paralelos pero en ocasiones afilado, nudoso, vacilante o irregulares.

c) Las extremidades: Esta puede carecer de importancia si la línea es muy delgada. Pero si la línea es ancha, la forma de sus extremos pueden convertirse en prominente. Pueden ser cuadrados, redondos, puntiagudos o de cualquier otra forma.



Las formas planas tienen una variedad de características y por lo tal se clasifican como:

a) Geométricas: Construidas matemáticamente, con instrumentos de precisión.

b) Orgánicas: Que son líneas curvas libres, que sugieren fluidez y desarrollo.

c) Rectilíneas: Limitadas por líneas rectas que no tienen una relación matemática entre sí.

d) Irregulares: Limitadas por líneas rectas y curvas que no están relacionadas matemáticamente entre sí.

e) Manuscritas: Que son caligráficas o creadas a mano alzada.

f) Accidentales: Determinadas por el efecto de proceso o materiales especiales, u obtenidas accidentalmente.

Las formas presentadas como positivas o negativas.

Donde por regla general, a la forma se le ve como una figura que ocupa un espacio en positivo o negativo.

La denominamos positiva, cuando es al contrario.



La interrelación de formas dentro de la Estilización se da de ocho maneras, de acuerdo a la superposición:

a) Distanciamiento: Separación entre sí.

b) Toque: Con acercamiento, comienzan a tocarse.

c) Superposición: Donde una figura se encima sobre otra.

d) Penetración: Cuando se entre mezclan y surge otra figura.

e) Unión: Es cuando dos unidades conforman una unidad.

f) Sustracción: Cuando una forma visible se cruza con una no visible.

g) Intersección: Cuando dos formas invisibles se cruzan, muestran el punto de su cruce.

h) Coincidencia: Es cuando la imagen coincide y sólo se observa una.



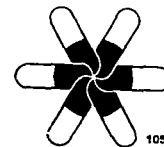
102



103



104



105



106



107



108



109



110

111



112



113



114



115

Cuando una estilización ha sido compuesta por una cantidad de formas, idénticas o similares entre sí, son formas unitarias o módulos que aparecen más de una vez en la estilización.

Los módulos dentro de la estilización, se encargan de unificar los trazos para dar un solo concepto o idea. La repetición de módulos suele aportar una inmediata sensación de armonía dentro de la imagen simplificada (estilizada); pero cuando los módulos son en pequeña cantidad y gran tamaño, la imagen parecerá audaz y simple. Y cuando la repetición es de grande a chico sucesivamente se obtiene un ritmo.



116

117



118

villas
de la reforma



119

COMUNIDAD DE
PROPIETARIOS SA DE CV



120

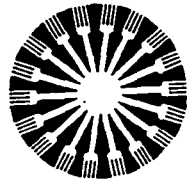


121

MEXICO



122



123



124

Tipos de Repetición:

a) Repetición de figura: Puede cambiar el tamaño y color mientras no cambie la figura.

b) Repetición de tamaño: Puede cambiar el color, mientras el tamaño de la figura no.

c) Repetición de color: Lo único que se conserva es el color.

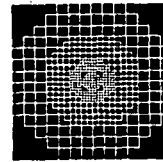
d) Repetición por textura: Lo importante es conservar la textura en las figuras.

e) Repetición por dirección: En este las figuras muestran un sentido o dirección definido.

f) Repetición por espacio: Es el uso de las figuras positivas en un espacio determinado.

g) Repetición por posición: En este cuenta el acomodo simétrico de las diversas figuras en un espacio.

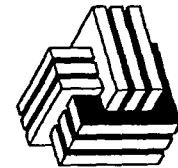
h) Repetición por gravedad: Producen efectos de peso, liviandad y estabilidad.



125



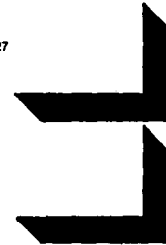
127



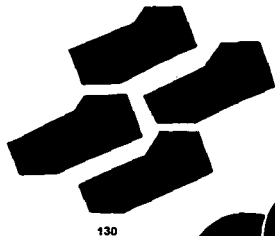
128



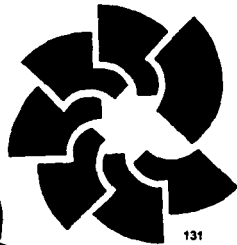
126



129



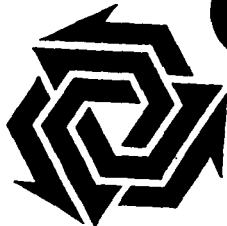
130



131



132



133



134

Y las variantes en la Repetición son:

a) Direcciones repetidas: Donde se toma en cuenta el tamaño, la dirección o base visual y rasgos personales de las figuras.

b) Direcciones indefinidas: Lo importante es el tamaño y los rasgos característicos, y sólo cambia el acomodo visual.

c) Direcciones alternativas: Estas conservan las características, y el tamaño de la figura en una lógica frecuente o rítmica.

d) Dirección en gravedad: En esta el tamaño y las características de la figura se deben conservar, lo único que cambia es el acomodo visual.

e) Dirección similar: Aquí lo importante es tener un punto de partida de las figuras.



135



136



137



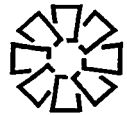
138



139



140



141



142



143



144



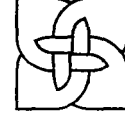
145



146



147



148



149



150



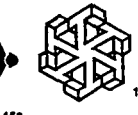
151



152



153



154

LA METODOLOGIA DENTRO DE LA ESTILIZACION

La metodología que se emplea para la creación de una imagen estilizada, es la misma que se utiliza en el diseño de marcas, logotipos o símbolos.

Por qué?

Por la simple razón, que una imagen estilizada tiene la misma función que las mencionadas y conocidas como imágenes representativas.

1.- Definir el problema: En este apartado debemos conocer cual es la necesidad y las expectativas.

2.- Recabar información: Que consiste en buscar las imágenes del objeto, animal o persona de acuerdo al problema que se satisficera.

3.- Organizar y Analizar la información: Aquí hay que seleccionar las imágenes y observar detenidamente para escoger solo tres.



g r u p o
invertierra

G R U P O
Invertierra

GRUPO
INVERTIERRA

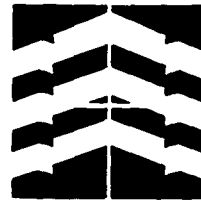


GRUPO

INVERTIERRA

G R U P O

INVERTIERRA



G R U P O
INVERTIERRA

4.- Objetivo: Una vez seleccionadas las imágenes que mejor pueden cumplir, hay que analizar cual es la más factible.

5.- Previsualizar: Consiste en imaginar que tipo de estilización cumple mejor las expectativas.

6.- Anteproyectos: Una vez previsualizados hay que plasmarlos y trabajarlos hasta conseguir diversos bocetos con diversas opciones de estilización. Y en seguida someter los mejores a una encuesta.

7.- Retroalimentación: Consiste en mostrarle al cliente los resultados obtenidos, para saber si son de su total agrado. En esta parte es importante mostrarle al cliente los resultados bien trazados, como originales.



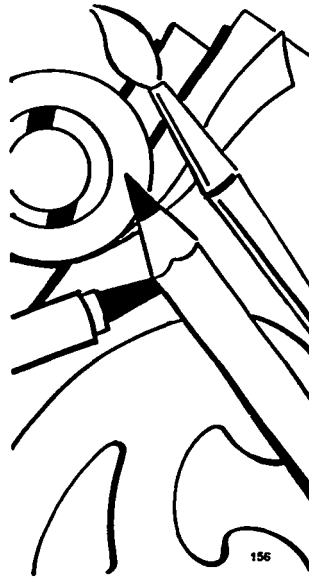
8.- Producción ó arte final:
Que es el trazo final de las imágenes
en forma de originales de impresión.

9.- Trabajo con impresores:
En este apartado el diseñador debe
saber que impresores dominan la
impresión en diversos materiales con
el fin de mandar el trabajo o reco-
mendarle al cliente. Esto es con el fin,
de proteger el diseño (imagen estili-
zada) y no sea alterada.

10.- Medir resultados: Es el
saber si la imagen diseñada cumple
todas sus expectativas.



EL PROCEDIMIENTO PARA CREAR UNA ESTILIZACION



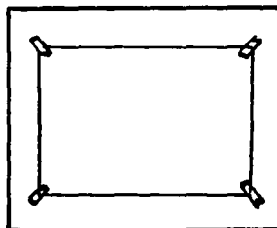
El procedimiento para obtener estilizaciones necesita los siguientes materiales:

- Una superficie plana
- Cinta adhesiva
- Papel translúcido (albanene de preferencia)
- Marcadores de diversos grosores en color negro.
- Pinceles, crayolas, etc.
- Instrumentos de trazo (escuadras, plantillas de figuras, pistolas de curvas, etc).
- Y fotografías o imágenes de lo que deseamos estilizar.

El procedimiento es el siguiente:

En la superficie plana se coloca la imagen, sujetándola con cinta adhesiva de igual forma el papel translúcido. El papel translúcido nos permiten observar la imagen.

Y de aquí en adelante comienza la labor creativa del diseñador gráfico que consiste en evocar conceptos de figura, forma, contenidas en semiótica y conceptos de diseño, esto permite obtener un sin número de bocetos de la misma imagen.



Los instrumentos de trazo son valiosos elementos de apoyo en el proceso creativo, debido a que sin estos no podríamos trazar líneas firmes y seguras a diferencia de las que nos proporciona el proceso de mano alzada. Los marcadores de diversos grosores nos permiten observar un grado de penetración visual diferente.

Una vez realizado este procedimiento, es bueno ahora trazar con un pincel y tinta, después con crayolas, y de esta manera con otros materiales para poder ver los resultados que arrojan y evaluar su aplicación.

Imágenes obtenidas con pincel y tinta china.



Imágenes obtenidas con marcador.



Imágenes obtenidas con crayola.



157

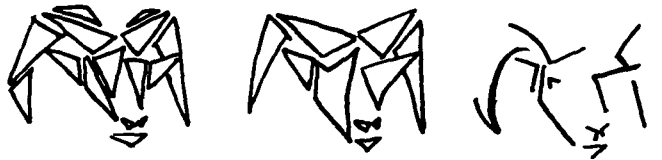




Imágenes obtenidas con lápiz



Imágenes obtenidas con círculos y ovals



Imágenes obtenidas con triángulos

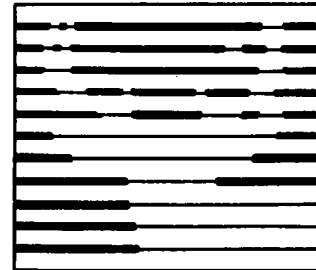
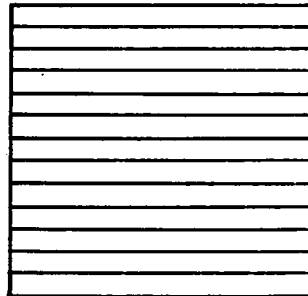


RETICULAS EN LA ESTILIZACION

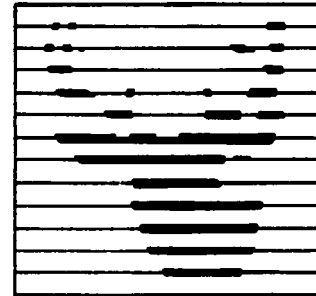
Las redes dentro de la estilización son de importancia, debido a que nos facilitan el proceso de trazo a mano alzada, en los momentos en que se desea proporcionar las figuras, y jugar con las mismas.

Hay una gran variedad de retículas que nos ayudan a trazar las estilizaciones y para usarlas debemos tomar en cuenta que podemos jugar con el tamaño del grosor del marcador como se muestra en los ejemplos siguientes dependiendo la retícula que se utilice.

- Reticula de líneas paralelas horizontales, las cuales se pueden obtener figuras con líneas que muestran la figura o el contorno; la unión de las dos formas muestran figuras con líneas enfatizadas mostrando el contorno o la figura y proyectan estabilidad.

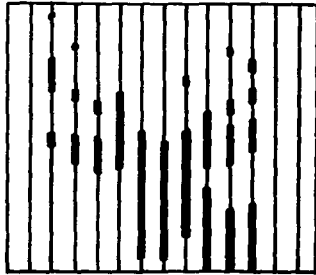
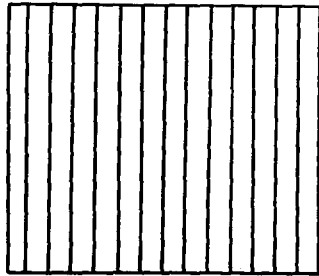
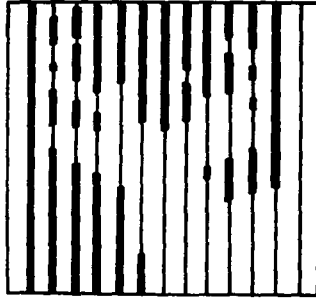


158



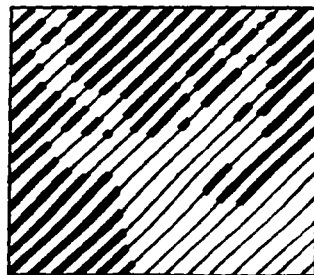
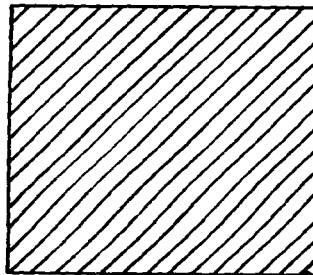
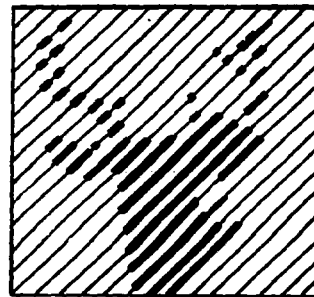


- Reticula de líneas paralelas verticales, su función es semejante a lo mencionado en las retículas con líneas paralelas horizontales.



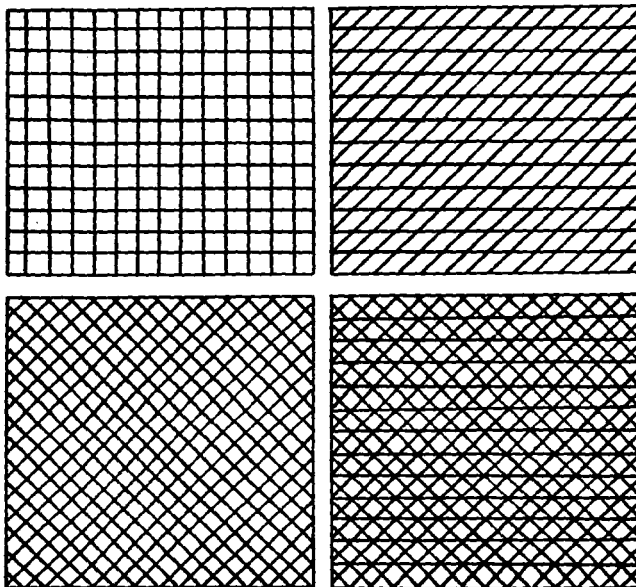
- Reticula de líneas paralelas inclinadas a la izquierda o a la derecha con ángulos de inclinación semejante entre línea y línea se utilizan de la misma manera que las líneas horizontales explicadas en el principio.

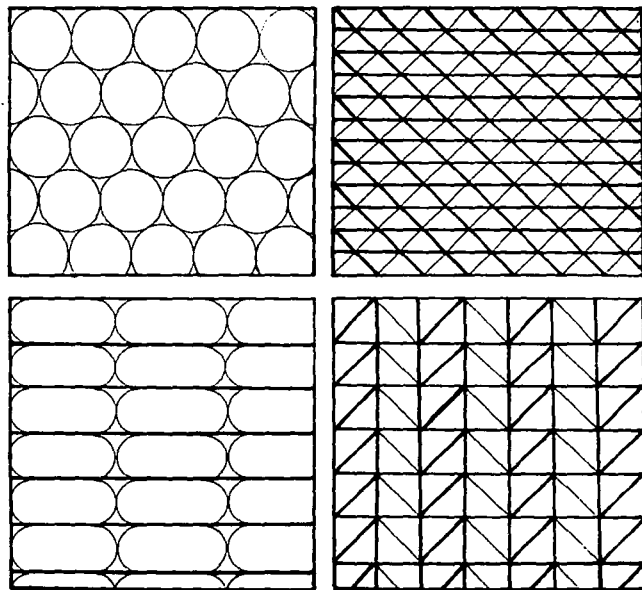
Las imágenes obtenidas de éstas proyectan dinamismo.



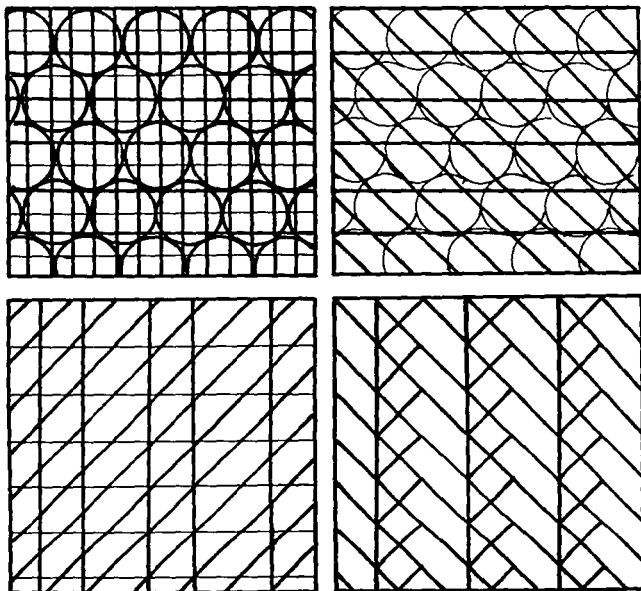
Y así hay gran cantidad de retículas que son conformadas con la combinación de las mismas y como resultado dan nuevas opciones de retículas:

- Reticulas con líneas paralelas y horizontales.
- Reticulas con líneas paralelas e inclinadas.
- Reticulas con líneas inclinadas a ambos sentidos.
- Reticulas con la combinación de ambas.





Pero estas no son las únicas retículas que se pueden obtener, debido a que se dispone también de figuras circulares, triangulares y ovaladas.



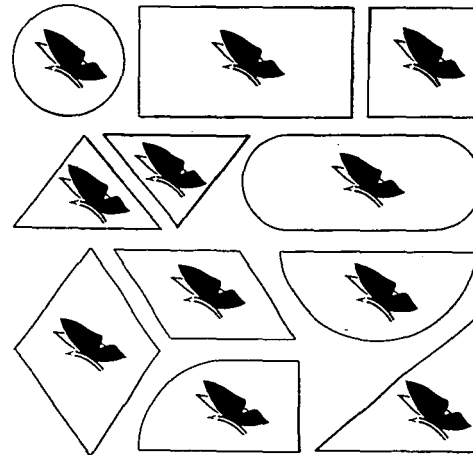
La combinación de estas últimas con las retículas de las líneas primeras y segundas dan un nuevo origen a nuevas retículas.

LA DISPOSICION DE LA IMAGEN ESTILIZADA

La persona creativa debe tener en cuenta la forma, el tamaño y las proporciones del área en la cual se ubicará la estilización. ¿Por qué? es muy simple, el diseñador debe considerar la naturaleza del proyecto, lo cual lo orienta para así conocer cuáles serían la forma, el tamaño y las proporciones más creativas para de esa manera satisfacer la naturaleza del problema.

Atendiendo a esto es muy importante que el diseñador experimente con numerosas variaciones de figuras, para que esto le permita seleccionar la más conveniente: Esto en consecuencia permite imponer restricciones, para que la estilización o imagen no sea desnaturalizada de acuerdo con su finalidad y propósito.

Ejemplos de una Estilización ubicada en diversas formas:



Esta variedad de ejemplos, dan una pauta importante que nos permiten, tener un criterio de decisión que es fundamental para el Diseño Gráfico.

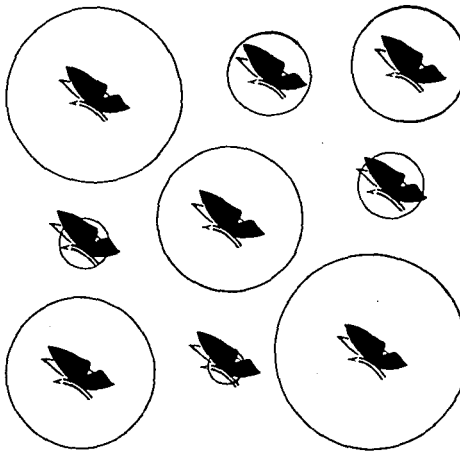
El trabajo del Diseñador no termina, con la disposición de la Estilización dentro de una forma geométrica que aún le falta tomar decisiones importantes como su disposición dentro de un espacio o superficie.

Para este paso nos servimos de las afirmaciones visuales simples y rápidas que representa un estado de ánimo dentro de un público y en nosotros mismos.

Una forma rápida y sencilla es tomar la imagen que seleccionamos, trazarla en papel blanco en diversos tamaños, después recortarlos por sus entornos y comenzar a jugar con ella sobre una superficie en la cual finalmente se encontrará.

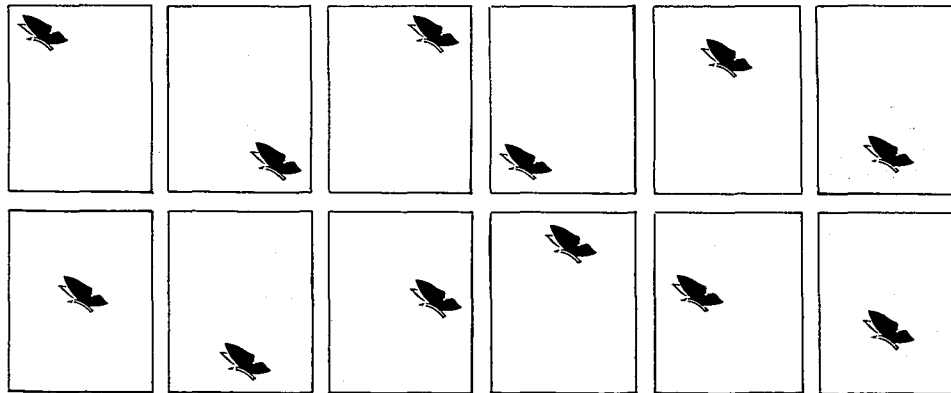
Dentro de este juego encontraremos diversas combinaciones convenientes e inconvenientes, pero solo una o dos que cumplen a la perfección. Esto es porque ofrece la posición más dinámica visualmente, que satisface nuestro problema.

Cartel, portada, página, anuncio, papelería.



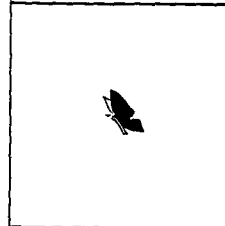
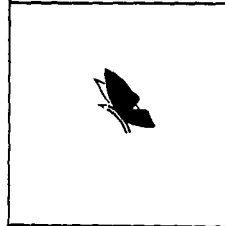
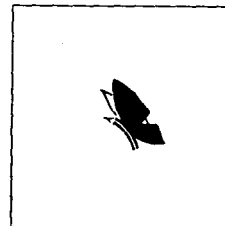
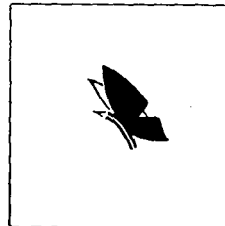
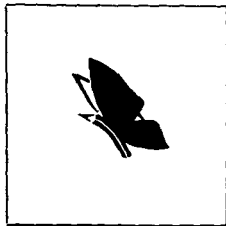
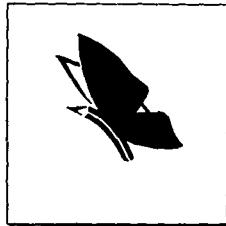
Comenzando un juego dentro de un espacio.

El juego de encontrar el lugar más conveniente para la imagen dentro de un espacio, nos permite escoger la composición más favorable que cumple con expectativas.



Ahora juguemos con el tamaño de la imagen dentro de un espacio.

Este variado juego nos permitirá conocer que tamaño de imagen es más atractivo dentro de un espacio y esto es igualmente importante para seleccionar la imagen dentro del espacio de una tarjeta de presentación, sobre, hoja, folleto, libro o cartel.



Para saber esto, no debemos olvidar que tan representativa debe ser la estilización de acuerdo al concepto o expectativas que deseamos satisfacer.

LO QUE REPRESENTA LA TIPOGRAFIA

Fuerza	Ligera
Agilidad	Gruesa
Alegría	Blando
Velocidad	<i>Elegante</i>
Reducido	<i>Ornamentada</i>
Extendida	Desorden
TRISTEZA	
Condensado	

Ahora como podemos combinar tipografías, que proyectan la imagen de tipos antiguos y modernos, los cuales brinden muy buenos resultados. Pues de la siguiente forma, teniendo muy en cuenta que para realizar esta tarea, tendremos que diseñar con sumo cuidado, tratando de que los trazos característicos que modifiquemos, no cambien la percepción y la imagen de cada letra; porque si sucede esto se perderá la idea, que se desea proyectar lo cual orilla a nuestro diseño a los límites de una imagen moderna o antigua. En caso extremo a un mal diseño con los problemas de un desorden, en cuanto: desagrado visual, una competencia entre rasgos característicos de las tipografías empleadas, y mostrar las deficiencias, carencias del diseñador.

Debemos tener en cuenta que hay tipos que cumplen mejor con la tarea que se le designa para ser empleados en:

- a) Libros
- b) Carteles, folletos y volantes.
- c) Y diseños publicitarios.

para este punto debemos considerar el tipo de individuos que recibirán la información, lo que llamamos nivel Psicosociocultural y económico.

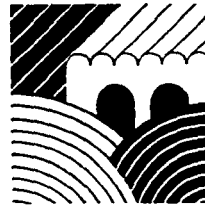


64



Tips de las características de las tipografías.

- Los tipos con patines representan refinamiento, carácter clásico, y nos proporcionan una excelente legibilidad en su lectura. Pero esto se logra si se elige el más apropiado para el trabajo.



RESIDENCIAL ¹⁶³
SAN NICOLAS



- Los tipos sin patines representan dinamismo, libertad, modernidad, juventud de acuerdo a si el tipo es normal, bold, condensada, itálica, etc.

- Los tipos gariboleados representan prestigio, elegancia, rectitud y confianza, pero esto es siempre y cuando las características de las familias no confundan las letras, esto se observa en las familias con demasiados adornos, los cuales impiden la lectura rápida y fluida.



- Los tipos circulares representan juego, novedad y sobre todo características del producto o campaña que refuerzan. Esto es por sus características redondas y suaves en los trazos de los tipos.

Es así, que debemos tener en cuenta, que las características de cada familia tipográfica influyen a tal grado que llegan a hablar de la empresa, producto o actividad.

Tips para combinar tipografías:

- Contraste de tamaño
- Contraste grueso-delgado.
- Contraste rígido-suave.
- Contraste ancho-delgado.
- Contraste vertical-inclinado.
- Contraste sólido-delineado.
- Contraste palo seco-serif (con patines).

No olvidemos:

Que debe haber legibilidad
 Contraste (si se usa color)
 Textura

ifil
167

TELART
168

Repro
169

GOBO
•DISEÑO GRAFICO•
170

Cervera
Tapatía
171

BALSAM
& PROTEIN
172

lady

OSSART
173

trak
juguetes educativos
174

ALC
MANTENIMIENTO Y CONSTRUCCION
175

café de
PARIS
176

OLYMPIC STEEL
177

DANCES WITH WOLVES
178

Queso
IMITACION
Crema
179

GALERIA
ZUL
180



TROPICAL



Tropical



TROPICAL



Tropical



TROPICAL



Tropical



TROPICAL

Que debemos de tomar en cuenta para elegir la tipografía:

- Saber que tipo de mensaje deseamos dar
- Para quién es el mensaje que alberga la imagen corporativa.
- Lo que deseamos que represente, o evoque en los individuos.



TROPICAL



Jesús María

182



Santa María del Obraje

183



LA LOMA

184



mediterráneo

185



Les Amies

Clínica de Dermatología Cosmética

186

Como en una imagen moderna el tipo de la tipografía o sus características deben ser trazos libres, sencillos y claros, en ocasiones no podrá ir toda o solo una parte de la tipografía del título o frase inclinada para reflejar una imagen profesional, fantasiosa y controlada.

En una imagen nostálgica o antigua la tipografía deberá crear un vínculo con el pasado, lo que permite reflejar una idea clásica. En general la tipografía que se utiliza para esta creación tiene las características de tener trazos elegantes, gariboleados y con adornos.

UNA SEGUNDA TIPOGRAFIA

Køkken
SCANDINAVIAN KITCHENS

187



HANSHIN
AIRCARGO

188

Painters
FORUM

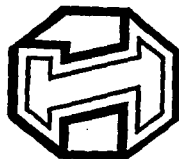
189

ALPINE
SUPER FERRO
PRECISION CASSETTE MECHANISM

190

CRISIS
CARE CENTER

191



CONSTRUCTORA
CHIPEHUA

192

ROK
GRILL

193



YESTERDAYS
FRIENDS

A Unique Resale Shop

194

En el momento en que se decide agregar otra frase a la Estilización, es conveniente saber cual es la más importante y cual es en menor grado. Esto proporciona una información valiosa para considerar el tamaño más conveniente para cada frase o título.

Por ejemplo: si el nombre de la empresa es "X" y su giro es "Y". El nombre "X" por ser considerado más importante tendrá un tamaño mayor que "Y".

¿Por qué?. Porque de no ser de esta manera se presentará confusión, si el tamaño de las dos frases es del mismo tamaño, lo cual nos permite diferenciar y remarcar más el nombre que es "X" en comparación del giro que es "Y".

Y es su forma establecida, en la que "X", es de mayor tamaño y "Y" de menor, nos permiten identificar a simple vista cual es el nombre de la empresa y su giro. (La frase o giro es una leyenda sobre la empresa, producto, actividad o cualidad).



FUSION IMAGEN-TIPOGRAFIA

Para conocer cual es el nombre, título o frase que se integrará a la estilización es conveniente, que éste o ésta, englobe en general a la idea de la que se partió.

¿Por qué?, porque de no ser así al momento de asociar la imagen-estilizada con el tipo de letra, se nota que falta una fusión entre imagen y el tipo de letra que se utilizó, y esto se nota ópticamente de forma que no es agradable, y ocasiona que en lugar de dar una idea fuerte, se dan dos débiles.

Para lograr que la imagen estilizada y el tipo se fusionen totalmente en una sola, es importante que la imagen represente:

- a) 50% el concepto y el tipo el 50% faltante.
- b) 40% el concepto y el tipo el 60% faltante.
- c) 60% el concepto y el tipo el 40% faltante.

Esto genera visualmente una combinación agradable. Para esto es conveniente que el diseñador de antemano seleccione la imagen que mejor representa el concepto y enseguida trabaje el nombre, título o frase con diversas tipografías, y comience a obtener bocetos de la combinación de imagen con diversos tipos, lo cual le permite valorar cual presenta mayor impacto y de igual manera mayor grado de fusión.

Es muy conveniente tener la opinión de otros individuos que tienen o no relación con el diseño gráfico, esto se logra pidiendo su participación en una encuesta, presentando la imagen con diversas tipografías o viceversa, si falta la elección de la imagen. El resultado que arroja la encuesta nos muestra que logotipo (imagen-tipo) cumple mejor el cometido de comunicar, identificar, y distinguir.





PAPELERIA LA PRIMAVERA
197



198



mape's
JUGUETERIA
199



ANAFAM

200



202

201



203



204

BUFFETE DE CAPACTACION II Y PSICOPEADAGOGIA



205

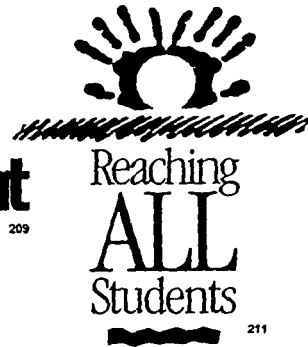


206



207

Estos diversos ejemplos te muestran fusión
de una imagen dentro de una tipografía



Para lograr un equilibrio visual, de la imagen con el primer título, nombre o frase se debe de seguir al pie, las indicaciones que se dan en: Como fusionar la imagen-estilizada con un tipo. Y para lograr el mismo efecto cuando se agrega un segundo título o frase es muy conveniente jugar con los diversas tipografías en tamaño, grosor y extensión.

Como también la ubicación de este segundo título es importante nos tendremos que auxiliar de los tips que se dan en: como ubicar la estilización en un espacio y su tamaño.

En la mayoría de los casos, y comprobado visualmente en infinidad de logotipos, se observa que esta información esta entre dos líneas horizontales de forma circular, semicircular y paralelamente en forma horizontal de acuerdo a una línea base con el logotipo.

Para este punto, es también conveniente someter los bocetos a una encuesta, esto nos permite saber que disposición es mejor.

EL COLOR DENTRO DE LA ESTILIZACION



212



213



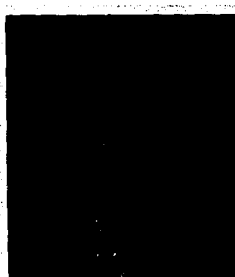
214



215

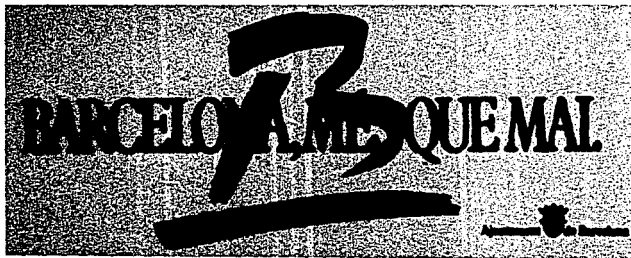
Debemos ser cuidadosos, en el momento que elegimos el color, que adoptará nuestra estilización o dentro de un diseño, porque desde ese momento el color será una característica importante de identificación, la cual presentará resultados inmediatos en cuanto a la identificación de imagen corporativa con su color, y producto o servicio, que ofrece para lo que fue creada.

El color nos sugiere un sin número de características que atribuimos a cada color, las cuales se han adoptado de acuerdo a las percepciones personales de cada individuo y que hoy día las conocemos como atribuciones universales. Por qué universales?. Porque cuando el color se utiliza en una simbología que es usada en diversos medios sociales se establece como una simbología universal, como es el caso de las señales de tráfico, aeronáutica o de peligro.



217

216



76

Las cuales son identificadas universalmente por los individuos de los diversos grupos culturales, y les permite una comunicación efectiva sin conocerse.

217



De esta manera con la experiencia que se tiene de los resultados de las percepciones de cada individuo o de grupos tenemos los siguientes tips:

- El color Rojo representa: fuerza, pasión, agresividad, peligro.
- El color Amarillo representa: soledad o enfermedad.
- El color Azul representa: estabilidad, grandeza, etc.
- El Verde representa: vida, salud, etc.



219



220



221

Pero la asociación del color con una imagen nos representan una idea completa, como lo es enseguida:



222

La combinación de los colores crea una gama extensa de diversas tonalidades, la cual presenta dos divisiones de tonos, conocidos como:

- Colores Cálidos
- Colores Fríos.

Los colores cálidos que es una gama resultado de la combinación de color rojo y el amarillo.

Los colores fríos que es la gama resultante de la combinación de rojo a azul y azul a amarillo.

La característica primordial para su clarificación de tonos fríos en la combinación de azul a amarillo es, de que los tonos oscuros entran dentro de esta clasificación y los tonos claros en los cálidos.



223

Para que son empleados los colores de acuerdo a su tonalidad.

- Los colores fríos que van del azul a tonalidades verdes para promocionar con frecuencia objetos de baño.

- Los colores cálidos u ocres que van del amarillo a rojos para proyectar la imagen de correosidad y clasicismo.

- Los colores brillantes para proyectar un estilo de vida moderna.

- Los colores oscuros que nos permiten evocar o aludir a la sofisticación y la calidad.

- Y los colores que van del azul al blanco para proyectar frescura.

De esta forma concluimos que el color nos permite evocar la sensación de cualquier época.



224



225

CONCLUSION

Toda la información contenida en este libro guía sobre la estilización despejará tus dudas, y te adentrará al tema.

Por lo cual este libro te muestra la simplificación de las imágenes, en sus diferentes grados, como su mejor utilización para resolver un problema de diseño, en el campo profesional.

Esperando que la inquietud que motivo la realización del libro guía sea la misma en los alumnos de Diseño Gráfico. Estoy seguro que su panorama se ampliará más y sus dudas se disiparán al grado que los encausará en la investigación y la práctica. Lo cual los ayudará a resolver diseños con mayor éxito.

BIBLIOGRAFIA

BASES DE DISEÑO GRAFICO

Alan Swann.

HAGA USTED MISMO SU DISEÑO GRAFICO

John Lang.

COMO DISEÑAR MARCAS Y LOGOTIPOS

John Murpchael.

PRINCIPIOS DE DISEÑO EN COLOR

Wuciuos Wong.

MARCAS, SIMBOLOS Y LOGOS DE MEXICO (Dos tomos)

Roberto Iturbe.

TIPO Y COLOR

Michael Beaumont.

LIBROS DE APOYO

MANUAL PRACTICO PARA EL USO DE LA TIPOGRAFIA
TESIS PROFESIONAL DE DISEÑO GRAFICO
José Alberto Galinzoga Esparza.

RECETARIO DISEÑO GRAFICO
Leonard Koren.

FUNDAMENTOS DE LA TEORIA DE LOS COLORES
Harold Koppers.

CREDITOS

- Dennis Mukai: 1, 64.
- Adán Lara Arévalo: 2, 3, 4, 5, 6, 53, 60, 61, 65, 66, 91, 156, 157, 158, 159.
- José A. Gavino Monter: 7.
- Drafft Diseñadores Asociados, S.C.: 8, 123, 163, 164, 183.
- Design Center Asesires, S.C.: 9, 19, 77, 92, 135, 141.
- Rafael Treviño: 10.
- Anzaldo y Anzaldo: 11.
- Para Femalia: 12.
- Carmen Cordera Lasarain: 13, 154, 174, 185.
- Juan Quintero Valladares: 14.
- Laboratorio de Diseño: 16.
- Fernando Mercado: 17, 33, 67.
- Jorge Canales y Asociados: 18.
- Arcoiris, S.C.: 20, 45.
- Historia de Diseño Gráfico/Philip B. Meggs: 21, 22, 23, 52.
- Dennise Ochoa: 24.
- Kenneth Treviño: 25.
- Diseñadores Industriales Asociados, S.A.: 26, 63, 78, 102, 169.
- Begoña Oyamburu: 27.
- Mike Quon, Sam Gunn: 28.
- William J. Kircher, Bruce E. Morgan: 29, 211.
- Alfonso García Reyes: 30, 110, 138, 176.
- Jorge Fernández: 31.
- Fernando Rión: 32, 68, 117, 172.
- Juan Quintero: 34.
- Bases del Diseño Gráfico/Alan Swann: 35, 37.
- Lex Drewinski: 36, 38, 39.
- Juan Manuel Gonzalez: 40.
- Tipo y Color: 41, 223.
- Luis Mauricio Vega: 42.
- Enrique Rivas: 43.
- Arquigrafía: 44.
- Graham Edwards: 46, 57, 60, 160.
- Sistema de signos en la comunicación visual/Otl Aicher: 47, 48.
- Jesús A. Ruiz: 49, 50, 51, 55.
- Fernando Huerta: 54, 69.
- Israel Gutiérrez: 56.
- Victor Yun: 58.
- Javier Talevera: 59.
- Segundo Pérez Cuevas: 61, 161.
- Raúl Ruy Sánchez: 62, 75.
- Andrés Sánchez de Tagle: 68.
- Ann Silver: 70.
- Mauro Manchuca: 71.
- Ernesto L. Miller: 72, 74, 79, 81, 89, 90, 103, 112, 113, 114, 115, 131, 133, 134, 140, 149.
- Lorena Lozo de Novelo: 73.
- Enrique Tapia Faure: 76, 109.
- J&J. Taller Creativo, S.A.: 80.
- Fabiola Licea: 82, 93, 95.
- José Alberto Gómez Desfassiaux: 83.
- Jorge Fernández de la Reguera: 84.
- Luis Efrén Ramírez Flores: 85, 100.
- Dona Martino Rosas/Ma. del Gpe. Valle Cervantes: 86.
- Liliana Espinosa M. de Gómez: 87.
- Javier Caballeros Sandoval: 88.
- Agustín Villanueva: 89, 99, 110.
- Nina de la Riva: 90.
- Anónimo: 94, 144.
- Antonio Sarpa: 96.
- Julio Lagunas: 89.

-Sheri Bireley Burnes/Steven A Barnes: 101.
-Luis Almeida: 104, 127, 147.
-Miguel Angel Arias Olvera: 105.
-Sergio Castillo: 106.
-E. Amaya: 107.
-Emilio Betran V.: 108, 124, 168, 175.
-Inter Design, S.C.: 116.
-Joaquin OrvañanosLascurain: 118, 119, 120.
-Ivonne Murillo: 121, 129.
-Alfredo Jiménez Montaña: 125, 151.
-Renato Gonzalez Salzillo: 126.
-Jesús López Santibañez: 127, 132, 147.
-Roberto Bolaños S.: 128.
-Luis Torreblanca/Juan Tenorio: 130.
-Ana Lilia Burgos: 136, 201.
-Rebeca Martínez: 5, 137.
-Lance Wyman: 139.
-Juan M. Mauleón Aguilar: 142.
-Antonio Portilla del Conde: 143.
-Alejandro Familiar/Jorge de la Reguera: 145.
-Enrique Rivas: 146.
-Angeles Mendoza González: 148.
-Enrique Ortega Villaseñor: 150.
-Rodolfo Mendoza L.: 152.
-Mónica Morales: 154.
-Lorena Iturrioz Sendra: 155.
-Pedro Martínez Osorio: 162.
-Isabel Lasga Montañez: 165.
-Aurea Alicia Icaza Palacio: 166.
-Mónica Medina Mora/Jeremy Bratt: 167.
-Juan Manuel Sánchez Soto: 170.
-Fernando Mercado: 171.
-Jorge L. Ruíz Gonzalez: 173.
-Arcoiris, S.A.: 180.
-S. Jeffrey Prugh: 171.
-Jahe Fattal: 178.
-Mecanorma: 181.
-Elizabeth Milla Dhesa/Ma. del Carmen Acasuso: 182, 206.
-Sara Aroeste Meshoulam: 184.
-José Antonio Amuchustegui: 186.
-Lawrence Zempel: 187.
-Jitsuo Hoashi, Keiji Obata, Peter Muller: 188.
-Tree Trapanese, Peggy Leonard, David Un: 189.
-Robert Hardison: 191.
-Adriana Gómez Magaña: 192, 199.
-Joel Adler: 193.
-Richard M. Seman: 194.
-Kenichi Nishiwaki: 195.
-Javier de León: 196, 202.
-Irena Zabalgaitia Franco: 198.
-Jorge Reyes Villalobos: 200, 203.
-Sergio Castillo S.: 204.
-A. Cruz: 205.
-Jorge Adolfo Ocadiz Hernández: 207.
-Robert Mitchell: 208.
-Miguel Angel Arias: 209.
-A.C.I.: 210.
-Clipper Creative Art Service: 212, 213, 219, 220, 221, 222.
-Imagen Global: 214, 217.
-Step by Step: 215, 218, 224.

guia práctica para la realización y uso de la

ESTILIZACION



Adán Lara Arévalo

Conclusiones de la Segunda Parte

Esta segunda parte muestra la gran importancia que tiene el proceso comunicativo que existe entre los individuos de los diversos niveles culturales.

Y es por eso que esta segunda parte nos muestra todos los elementos que ocupan los individuos para comunicarse tanto visual como sonoramente, dándole mayor importancia a la comunicación visual siendo el principal soporte de apoyo para proponer un trabajo de tesis "Un Libro Guía", con el tema Guía Práctica para la Creación y Uso de la Estilización.

Toda la información contenida en este libro guía tiene la intención inmediata de despejar todas las dudas que surgen en los alumnos de Diseño Gráfico, con respecto al tema, al grado de darles un concepto sobre el tema, mostrarles como crear las estilizaciones, su duración y aplicación.

Bibliografía

HISTORIA DEL DISEÑO GRAFICO

Philip B. Megggs.

IDEOLOGIA Y METODOLOGIA DEL DISEÑO

Jordi Ilovete.

FUNDAMENTOS DEL DISEÑO

Robert Gillam Scott

METODOS DE DISEÑO

CH. Jones.

FUNDAMENTOS DEL DISEÑO BI Y TRIDIMENSIONAL

Wuciuos Wong.

COMO DISEÑAR MARCAS Y LOGOTIPOS

John Murpchael.

HAGA USTED MISMO SU DISEÑO GRAFICO

John Larng.

DISEÑO Y COMUNICACION VISUAL

B. Munari.

INTRODUCCIÓN AL DISEÑO GRAFICO

Peter Bridgewater.

PRINCIPIOS DEL DISEÑO EN COLOR

Wuciuos Wong.

COMO DISEÑAR RETICULAS

Alan Swann.

BASES DE DISEÑO GRAFICO

Alan Swann.

GUIA COMPLETA DE ILUSTRACION Y DISEÑO

Terence Sallet.

MANUAL DE TECNICAS GRAFICAS PARA ARQUITECTOS, DISEÑADORES Y ARTISTAS

Tom Porter / Sue Goodman

LA LETRA

Gerard Blanchard.

SISTEMAS DE SIGNOS EN LA COMUNICACION VISUAL

OH Aicher / Martin Krampen.

SIGNOS, SIMBOLOS, MARCAS Y SEÑALES

Adrian Frutiger.

ATLAS DE LOS ESTILOS ARTISTICOS

R. Fradera Veiga.

COMUNICACION E INFORMACION

J. Antonio Paoli

LA SEMIOTICA

Pierre Guiraud.

Libros de Apoyo

MANUAL PRACTICO PARA EL USO DE LA TIPOGRAFIA
TESIS PROFESIONAL DE DISEÑO GRAFICO
José Alberto Galinzoga Esparza.

RECETARIO DISEÑO GRAFICO
Leonard Koren.

FUNDAMENTOS DE LA TEORIA DE LOS COLORES
Harold Koppers.

Créditos

- Dennis Mukai: 1, 64.
- Adán Lara Arévalo: 2, 3, 4, 5, 6, 53, 60, 61, 65, 66, 91, 156, 157, 158, 159.
- José A. Gavino Monter: 7.
- Drafft Diseñadores Asociados, S.C.: 8, 123, 163, 164, 183.
- Design Center Asesires, S.C.: 9, 19, 77, 92, 135, 141.
- Rafael Treviño: 10.
- Anzaldo y Anzaldo: 11.
- Para Femalia: 12.
- Carmen Cordera Lasarain: 13, 154, 174, 185.
- Juan Quintero Valladares: 14.
- Laboratorio de Diseño: 16.
- Fernando Mercado: 17, 33, 67.
- Jorge Canales y Asociados: 18.
- Arcoiris, S.C.: 20, 45.
- Historia de Diseño Gráfico/Philip B. Meggs: 21, 22, 23, 52.
- Dennise Ochoa: 24.
- Kenneth Treviño: 25.
- Diseñadores Industriales Asociados, S.A.: 26, 63, 78, 102, 169.
- Begoña Oyamburu: 27.
- Mike Quon, Sam Gunn: 28.
- William J. Kircher, Bruce E. Morgan: 29, 211.
- Alfonso García Reyes: 30, 110, 138, 176.
- Jorge Fernández: 31.
- Fernando Rión: 32, 68, 117, 172.
- Juan Quintero: 34.
- Bases del Diseño Gráfico/Alan Swann: 35, 37.
- Lex Drewinski: 36, 38, 39.
- Juan Manuel Gonzalez: 40.
- Tipo y Color: 41, 223.
- Luis Mauricio Vega: 42.
- Enrique Rivas: 43.
- Arquigrafía: 44.
- Graham Edwards: 46, 57, 60, 160.
- Sistema de signos en la comunicación visual/Otl Aicher: 47, 48.
- Jesús A. Ruiz: 49, 50, 51, 55.
- Fernando Huerta: 54, 69.
- Israel Gutiérrez: 56.
- Victor Yun: 58.
- Javier Talevera: 59.
- Segundo Pérez Cuevas: 61, 161.
- Raúl Ruy Sánchez: 62, 75.
- Andrés Sánchez de Tagle: 68.
- Ann Silver: 70.
- Mauro Manchuca: 71.
- Ernesto L. Miller: 72, 74, 79, 81, 89, 90, 103, 112, 113, 114, 115, 131, 133, 134, 140, 149.
- Lorena Lozo de Novelo: 73.
- Enrique Tapia Faure: 76, 109.
- J&J. Taller Creativo, S.A.: 80.
- Fabiola Licea: 82, 93, 95.
- José Alberto Gómez Desfassiaux: 83.
- Jorge Fernández de la Reguera: 84.
- Luis Efrén Ramírez Flores: 85, 100.
- Dona Martino Rosas/Ma. del Gpe. Valle Cervantes: 86.
- Liliana Espinosa M. de Gómez: 87.
- Javier Caballeros Sandoval: 88.
- Agustín Villanueva: 89, 99, 110.
- Nina de la Riva: 90.
- Anónimo: 94, 144.
- Antonio Sarpa: 96.
- Julio Lagunas: 89.
- Sheri Bireley Burnes/Steven A Bames: 101.
- Luis Almeida: 104, 127, 147.
- Miguel Angel Arias Olvera: 105.
- Sergio Castillo: 106.
- E. Amaya: 107.
- Emilio Betran V.: 108, 124, 168, 175.
- Inter Design, S.C.: 116.
- Joaquin Orvañanos Lascurain: 118, 119, 120.
- Ivonne Murillo: 121, 129.
- Alfredo Jiménez Montaña: 125, 151.
- Renato Gonzalez Salzillo: 126.
- Jesús López Santibañez: 127, 132, 147.
- Roberto Bolaños S.: 128.

-Luis Torreblanca/Juan Tenorio: 130.
-Ana Lilia Burgos: 136, 201.
-Rebeca Martínez: 5, 137.
-Lance Wyman: 139.
-Juan M. Mauleón Aguilar: 142.
-Antonio Portilla del Conde: 143.
-Alejandro Familiar/Jorge de la Reguera: 145.
-Enrique Rivas: 146.
-Angeles Mendoza González: 148.
-Enrique Ortega Villaseñor: 150.
-Rodolfo Mendoza L.: 152.
-Mónica Morales: 154.
-Lorena Iturmoz Sendra: 155.
-Pedro Martínez Osorio: 162.
-Isabel Lasga Montañez: 165.
-Aurea Alicia Icaza Palacio: 166.
-Mónica Medina Mora/Jeremy Bratt: 167.
-Juan Manuel Sánchez Soto: 170.
-Fernando Mercado: 171.
-Jorge L. Ruíz González: 173.
-Arcoiris, S.A.: 180.
-S. Jeffrey Prugh: 171.
-Jahe Fattal: 178.
-Mecanorma: 181.
-Elizabeth Milla Dhesa/Ma. del Carmen Acasuso: 182, 206.
-Sara Aroeste Meshoulam: 184.
-José Antonio Amuchustegui: 186.

-Lawrence Zempel: 187.
-Jitsuo Hoashi, Keiji Obata, Peter Muller: 188.
-Tree Trapanese, Peggy Leonard, David Un: 189.
-Robert Hardison: 191.
-Adriana Gómez Magaña: 192, 199.
-Joel Adler: 193.
-Richard M. Seman: 194.
-Kenichi Nishlwakl: 195.
-Javier de León: 196, 202.
-Irena Zabalgoitia Franco: 198.
-Jorge Reyes Villalobos: 200, 203.
-Sergio Castillo S.: 204.
-A. Cruz: 205.
-Jorge Adolfo Ocadiz Hernández: 207.
-Robert Mitchell: 208.
-Miguel Angel Arias: 209.
-A.C.I.: 210.
-Clipper Creative Art Service: 212, 213, 219, 220, 221, 222.
-Imagen Global: 214, 217.
-Step by Step: 215, 218, 224.