



Universidad Nacional Autónoma de México

Escuela Nacional de Artes Plásticas

“La ilustración aplicada a envases para un software de ventas y distribución”

Tesis

Que para obtener el título de:

Licenciada en Comunicación Gráfica.

Presenta:

Claudia Barajas García

30031

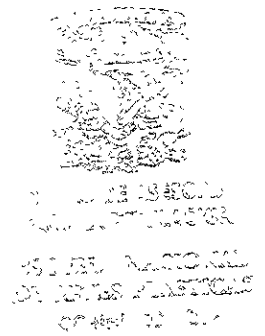
Director de tesis:

Maestro Francisco Plancarte Morales.

Asesora de tesis:

Maestra Ariadne García Morales.

México, D.F., 2001.





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.

Agradecimientos

Agradezco de todo corazón a mis papás, que gracias a su esfuerzo y apoyo, me dieron la gran oportunidad de obtener una educación profesional.

Nunca podré terminar de agradecerles su amor.

Índice

CAPÍTULO 1: DISEÑO Y COMUNICACIÓN

1.1	Definición de comunicación.....	1
1.2	Definición de diseño.....	2
1.2.1	Tipos de diseño.....	2
1.3	Diseño y comunicación.....	3
1.3.1	Comunicación visual.....	4
1.4	Diseño gráfico.....	5
1.4.1	Campo de trabajo.....	6,7
1.4.2	Áreas del diseñador gráfico.....	8,9
	Citas.....	10

CAPÍTULO 2: ILUSTRACIÓN

2.1	Definición de ilustración.....	11
2.2	Antecedentes de la ilustración.....	12,13,14
2.3	Historia de la ilustración.....	15,16,17,18
2.3.1	Antecedentes de La Ilustración en México.....	19,20
2.4	Generos de la ilustración.....	21,22
2.5	Herramientas.....	23
2.5.1	Herramientas para dibujar.....	23
2.5.2	Herramientas de medición y trazo.....	24
2.5.3	Herramientas de precisión.....	25
2.5.4	Instrumentos de corte y afilado.....	26
2.5.5	Herramientas para pigmentos.....	27
2.5.6	Artículos adhesivos y fijativos.....	28,29
2.5.7	Maquinas de luz.....	30
2.5.8	Herramientas accesorias.....	30
2.5.9	Herramientas digitales.....	30,31
2.5.10	Herramientas para impresión.....	32,33
2.6	Técnicas y materiales.....	34
2.6.1	Acrílicos.....	34
2.6.2	Acuarela.....	34
2.6.3	Aerografía.....	35
2.6.4	Aguada.....	36
2.6.5	Carboncillo.....	36
2.6.6	Collage.....	37
2.6.7	Goache.....	37
2.6.8	Grabado en línea.....	38
2.6.9	Grabado en linoleo.....	38
2.6.10	Grabado en madera.....	38
2.6.11	Huecograbado.....	39
2.6.12	Lápiz grafito.....	39
2.6.13	Lápices de colores.....	40
2.6.14	Oleo.....	40
2.6.15	Temple.....	41
2.6.16	Computadora.....	41
2.6.17	Pastel.....	42
2.6.18	Pluma y tinta.....	42
2.6.19	Rotuladores.....	42
2.6.20	Salpicado.....	43

2.6.21	Scratch.....	43
2.6.22	Serigrafía.....	44
2.6.23	Soporte.....	44,45
	Citas.....	46

CAPÍTULO 3: El cliente

3.1	Empresa FROG S.A DE C.V.....	47,48
3.2	Tecnología FROGadn.....	49,50
3.3	Cliente y Usuario.....	51
3.4	La competencia.....	52,53
3.4.1	Análisis gráfico de la competencia.....	54,55
3.4.2	Requerimientos.....	56,57
3.5	El envase.....	58,59,60
3.6	La mercadotecnia y el envase.....	61,62,63
	Citas.....	64

CAPÍTULO 4: El cliente

4.1	Composición.....	65
4.2	Ideas.....	66,67,68,69,70,71
4.3	Técnica y color.....	72,73,74
4.3.1	Proceso digital de las ilustraciones.....	75,76
4.4	Diseño de envase e impresión.....	77
4.5	Comprobación de requerimientos.....	78
	Envase Facturación.....	79
	Envase Liquidaciones.....	80
	Envase Cuentas por cobrar.....	81
	Envase Atención y servicio al cliente.....	82
	Envase Inventarios.....	83
	Conclusiones	
	Bibliografía	



En el infinito mundo de marcas que vemos en tiendas y aparadores, existe una lucha constante por captar la atención del consumidor o usuario, esto es un reto para el diseñador, pues el producto debe hablar por sí mismo y venderse sin la necesidad de alguien más; esto se logra a través de la imagen total del producto en el envase.

El envase debe lograr un cambio de actitud en el consumidor o usuario, este tendrá que llevarlo de una actitud pasiva a una activa, donde logrará de este modo acercarlo al producto y conseguir que lea la información, y evalúe si es el producto que necesita. Su atracción al consumidor es de vital importancia al momento de elegir su compra.

Particularmente en México cuando escogemos un producto en las tiendas funciona de forma diferente que en otros países, ya que nuestra situación económica en la mayoría de las veces no da para escoger por marcas, y esto nos lleva a consumir productos "marca libre", en la cual el diseño y la marca es lo que menos importa. Por este motivo el consumidor mexicano representa un gran reto para los diseñadores. El envase tendrá como objetivo transmitir al comprador no sólo las características del mismo, también deberá conseguir que su imagen penetre y se posicione en la mente del consumidor, y lograr mostrarle que este producto es mejor que los de su competencia, los cuales al mismo tiempo estarán luchando por captar su interés

Lo primordial para lograr que el comprador elija nuestro producto a través de un imagen, es lograr captar las necesidades de nuestro mercado. Es detectar los móviles que conducen a su compra, éstos pueden ser de carácter práctico donde resuelve necesidades inmediatas y específicas; o de carácter subjetivo, donde cubrirá estados mentales de las personas en convivencia con la sociedad. La evaluación correcta de estos factores logrará que su resultado tenga mayores probabilidades de obtener éxito al plasmarlos en la solución gráfica

Para una interpretación gráfica, la ilustración es una buena solución; ésta puede de manera muy original lograr la reacción esperada que queremos obtener de nuestro público, pues ella es la encargada de darle vida a la idea ó imagen que queremos proyectar.

La ilustración que elijamos puede ser: de las que narran una historia, de las que ilustran un título, o de las que ocasionan expectación al público; se trata de elegir la más adecuada según nuestro propósito, y según la idea que queramos llevar a cabo.

"FROG S.A. De C.V es una empresa que se dedica a crear software, especializado en la administración de ventas y distribución de productos; para empresas que desean tener una herramienta de vanguardia que los ayude ser más eficientes y competitivos.

La necesidad que tiene la empresa "FROG" para darle una imagen de reconocimiento a sus productos, donde éstos tengan un lugar competitivo en el mercado que logre captar la atención del consumidor, dónde sus productos puedan mostrar los beneficios que aportarían con la compra, y lograr a base del envase una imagen a la misma empresa "FROG".

Los productos de "FROG" son precisamente los encargados de hacer que los negocios se muevan de una forma diferente. De estos sobra decir que existen muchos en el mercado actual, mi misión como diseñadora de esta empresa es hacer que a través del envase y con ayuda de la ilustración, éstos tengan el impacto necesario para atraer al posible usuario.

"FROG" tiene un producto de excelente calidad, que ayudaría a muchas micros, medianas y grandes empresas de México a distribuir de manera más eficiente sus productos; el problema es que no se ha encontrado la forma de presentar el producto al mercado y lograr el reconocimiento de las empresas. La competencia a la que nos enfrentamos dentro del ámbito laboral es muy fuerte, puesto que son empresas con un prestigio reconocido mundialmente, las cuales han captado casi todo el mercado mexicano. Pese a esto se ha logrado evaluar que su producto cuenta con beneficios o características que la competencia no tiene, de esto dependeremos para lograr captar al consumidor especialista.

La solución que presento esta basada en el mensaje visual que aportará la ilustración, en la cual el posible comprador logre captar que la solución a sus problemas de ventas y distribución, de los más básicos hasta los más detallados esta esn sus manos. El propósito es hacer que las empresas mexicanas se desarrollen contando con un sistema de ventas y distribución de primer mundo; resaltar las características más evidentes de cada módulo para lograr una pronta identificación con relación a su solución específica.

Confianto en la ilustración, captaré la atención del público que nos interesa, y con esto la oportunidad a participar de manera competitiva en el mercado.

Objetivos

-Construir diseños manejando los elementos institucionales de la empresa para así distinguirse de la competencia y para lograr su identificación en el mercado

-Crear un concepto en los envases tomando en consideración los móviles de mi mercado y de esta forma lograr un margen de error mínimo.

-Diseñar las ilustraciones de los envases valiéndome de elementos gráficos para identificar cada producto.

-Diseñar una imagen para cada empaque sintetizando el funcionamiento específico de cada uno, y de esta manera no confundirlos entre si.

-Crear ilustraciones utilizando las técnicas adecuadas para lograr una imagen confiable del producto.

Capítulo 1: Diseño y Comunicación



1.1 DEFINICIÓN DE COMUNICACIÓN

1.2 DEFINICIÓN DE DISEÑO

1.2.1 TIPOS DE DISEÑO

1.3 DISEÑO Y COMUNICACIÓN

1.3.1 COMUNICACIÓN VISUAL

1.4 DISEÑO GRÁFICO

1.4.1 CAMPO DE TRABAJO

1.4.2 ÁREAS DEL DISEÑO GRÁFICO

Definición de comunicación

Para el desarrollo de una sociedad debe existir correspondencia entre las personas, sin una relación de comunicación nuestra sociedad simplemente no existiría.

"La comunicación humana es un conjunto sutil e ingenioso de procesos. Siempre está preñada de mil ingredientes- señales, códigos, significados- por más simple que sea el mensaje o la transacción. La comunicación humana es, además, un conjunto variado de procesos"¹

Al comunicar transmitimos mensajes (un mensaje es una construcción de signos que al interactuar con los receptores produce significados ²) mediante códigos (un código es un sistema de significado común para los miembros de una cultura ³) estos códigos pueden ser sonoros (orales y musicales), visuales(escritos e icónicos) y audiovisuales.

El objetivo básico de la comunicación es recibir una respuesta, es el proceso de enviar una información y esperar una reacción. Este proceso se desarrolla en un modelo básico, donde el emisor envía una mensaje que recibe el receptor.

Otra forma de la que nos valemos para comunicarnos son los sentidos, con ellos percibimos toda clase de mensajes y reaccionamos ante estos; nuestras expresiones también comunican, cuando por medio de ellas expresamos felicidad, enojo, tristeza, etc.

COMUNICACIÓN HUMANA

ENSAYO

ÍNDICE

CONTENIDO

PERCEPCIÓN DE LOS SENTIDOS

Una de las actividades más antiguas del hombre ha sido "crear", ésta surge con la intención de cubrir necesidades de tipo funcional y expresivas; con el tiempo han surgido nuevas necesidades, y con ellas el desarrollo del diseño

"El diseño es en consecuencia una disciplina proyectual que se orienta hacia la resolución de problemas que el hombre se plantea en su continuo proceso de adaptación según sus necesidades físicas y espirituales"⁴.

Se entiende por diseño como la actividad del hombre que tiene como propósito crear y llevar a cabo ideas que ayudaran al desarrollo de la sociedad y sus necesidades. Es un proceso creativo, donde su misión es resolver requerimientos de las personas sean estos de carácter material o expresivos. Así pues "diseñar es proyectar a través de dibujos, objetos, ideas y formas. (...) Por lo tanto, diseño es la intención y el proyecto aunado al modelo y la forma."⁵

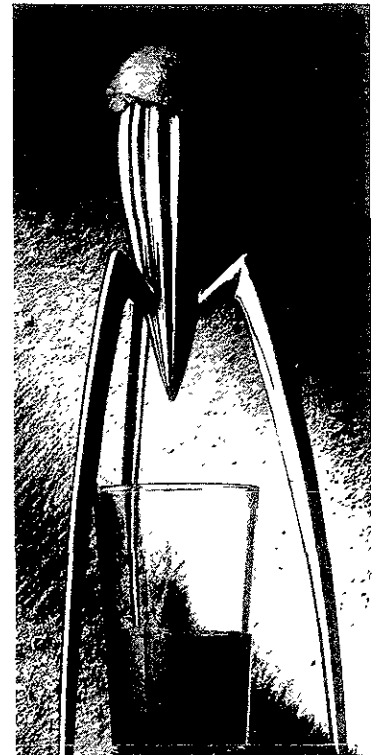
El diseño también es una actividad estética, pues trabaja para hacer más bellas las cosas cotidianas en nuestra vida; hace que la industria del consumismo desarrolle productos innovadores mediando el atractivo y la utilidad, logrando así más posibilidades de

comercialización " En pocas palabras, un buen diseño es la mejor expresión visual de la esencia de "algo", ya sea esto un mensaje o un producto"⁶

Existen varios tipos de diseño, todos ellos están encaminados a servir al progreso del hombre en su entorno, mencionaremos estos tres como ejemplo:
DISEÑO ARQUITECTÓNICO: se dedica a proyectar un espacio dedicado a las actividades del hombre, con la meta de crearle un hábitat y conseguir la armonía entre la comodidad, lo bello y la convivencia con la naturaleza

DISEÑO INDUSTRIAL: construye objetos prácticos, estéticos y funcionales que sirvan para la vida cotidiana del hombre y cooperen al desarrollo de la sociedad en su entorno, ya sea en su vida cotidiana en el hogar, o en el progreso hacia una mejor tecnología de vanguardia

DISEÑO DE SISTEMAS DE COMPUTO: Encaminado a la solución de problemas del hombre a través de procesos computarizados; donde su objetivo principal es el de resolver eficiente y óptimamente cualquier tipo de requerimiento. Su propósito es lograr hacer más práctica, cómoda, rápida, exacta y confiable cualquier actividad del hombre y su entorno.



Exprimidor de jugos
Philippe Starck

Diseño y

comunicación

1907

El proceso de comunicación

Ahora sabemos que el diseño crea ideas encaminadas a una función; esta función puede ser de carácter práctico como una silla o un concepto en un anuncio espectacular. Lo que no podemos pasar de largo es que estos productos de diseño envían un mensaje, éste puede ser percibido consciente o inconscientemente por el público; a este se le llama "fetiche" y ningún mensaje difundido por los medios esta carente de este.

En este se explica:

- 1.El cliente requiere cubrir una necesidad de comunicar
- 2.El diseñador funciona como codificador procesando la información
- 3.El diseñador crea un producto de diseño
- 4.Medio de comunicación (televisión, radio, etc.) encargado de difundir el producto
- 5.El receptor acepta o rechaza el mensaje.

Dentro de la función del diseñador se encuentra la de crear una idea mental en algo tangible, sea este un producto o un mensaje, se desarrolla un proceso comunicativo de principio a fin "Todas las formas de diseño implican un doble proceso: internamente, un desarrollo creativo; externamente, un desarrollo comunicacional"7

Ahora podemos comprender que todo el proceso de diseño implica toda una estrategia de comunicación, donde el diseñador dará respuestas a problemas basándose en el análisis y comprensión de su receptor meta y por supuesto a su creatividad aplicando todos sus conocimientos profesionales

Para entender mejor esto, veamos el siguiente esquema de Joan Costa: 8



... n

... Vie

... 3 1 1

... 1 1 1

... 1 1 1
... 1 1 1

... 1 1 1
... 1 1 1

La comunicación visual, es la manera que tenemos los humanos de comunicarnos mediante imágenes y formas, las cuales contienen un significado para nosotros. "La comunicación visual se produce por medio de mensajes visuales, que forman parte de la gran familia de todos los mensajes que actúan sobre nuestros sentidos, sonoros, térmicos, dinámicos, etc." 9

El proceso de la comunicación visual comienza con el envío de un mensaje, ese mensaje contiene códigos, los cuales están formados por un sistema de signos visuales como las imágenes y las formas, las cuales para ser entendibles deben formar parte de un conocimiento previo del receptor.

Según Munari existen dos formas de comunicación visual: 10

COMUNICACIÓN VISUAL CASUAL: La que por naturaleza, sin intención de comunicar nos dice algo.

COMUNICACIÓN VISUAL INTENCIONAL: Es la que los seres humanos hemos creado para comunicarnos entre nosotros.

Ahora sabemos que el humano es un ser comunicativo en esencia, pues no sólo

contamos con medios biológicos como los sentidos para percibir y comunicar, también nos hemos basado en necesidades prácticas en nuestra vida cotidiana para crear códigos que están a disposición de ofrecernos una mejor comunicación, una vida práctica e interacción con nuestros semejantes.

Es muy claro que para comprender un mensaje visual intencional, tiene que estar de acuerdo con nuestros conocimientos previos de lo que nos quieren dar a entender; inclusive a veces la comunicación visual no tiene la certeza de una comprensión de todos, pues existen factores como la edad, la cultura o la clase social, que influyen en el entendimiento del mensaje.

El trabajo del diseñador gráfico empieza desde ahí, donde al lanzar un mensaje visual, deberá primero enfocar su mensaje a un estudio previo del público al que desea llegar, para así lograr la reacción esperada.

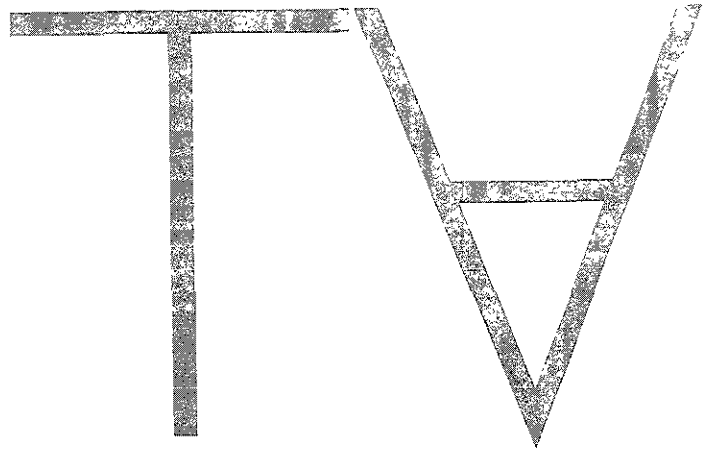
Existen elementos básicos para la comunicación visual, con ellos se logra toda la información visual conocida:
.El punto .La línea .Contorno Tono
.Dirección .Color

El diseño gráfico está encaminado a la difusión o exhibición de una idea a través de elementos gráficos de composición como la línea, el punto etc.; su objetivo principal es, el de comunicar, su mensaje puede ser de tipo comercial o no lucrativo, al fin de cuentas su propósito es inducir a ese alguien a tomar una actitud, ya sea activa o solo racional. "Un diseñador gráfico es un orquestador de palabras e imágenes. Cada diseñador tendrá que tratar con tipografía, color y composición en forma individual para producir diferentes resultados" 11

El diseñador debe combinar elementos, como; el color, la tipografía, las formas, ilustraciones fotografías, con ellos puede hacer composiciones que logren llevarlo a cumplir con su propósito; también es necesario entender a fondo a su público para la búsqueda del mensaje adecuado y el manejo de este

En resumen el objetivo del diseño gráfico es crear mensajes visuales que comuniquen específicamente lo que se quiere dar a conocer. El trabajo del diseñador consistirá entonces, en hacer una acertada elección de los elementos gráficos, creando un concepto dirigido a su receptor meta.

El resultado también dependerá de la creatividad, estilo y formación del diseñador.



Bob Gill (televisión, ltd)



SECRETARÍAS

SECRETARÍAS PARTICULARES

SECRETARÍAS
INTERNACIONALES
ASOCIACIONES

El diseñador se desarrolla en campos muy extensos; campos que han nacido según la tendencia de la tecnología y las necesidades de las masas.

El campo de trabajo abarca el sector privado, el sector público Y Freelance; en cualquiera de estos sectores la misión del diseñador es la de cubrir la necesidad de difundir y comercializar cualquier producto o servicio.

SECRETARÍAS PARTICULARES

El diseñador gráfico se puede desarrollar dentro de una agencia de publicidad, donde el trabajo se realiza dentro de un equipo de profesionales de distintas ramas de la comunicación, algunos son: Comunicólogos, publicistas, redactores, fotógrafos, etc ; dentro de la agencia el diseñador puede practicar cualquiera de las áreas del diseño, incluyendo la publicidad, logrando puestos de directores creativos y de arte. Dentro de este campo logras trabajar con muy distintos tipos de proyectos gráficos para diferentes clientes; lo cual te ofrece un sinnfín de conocimientos basados en experiencias

También dentro del sector privado, el diseñador gráfico puede emplearse como particular de una sola empresa, donde se dedica a dar y mantener una imagen

a la misma; y su trabajo es la de sostener el área de mercadotecnia o publicidad, desde la creación de tarjetas de presentación, hasta una página web; por lo regular dentro de la empresa te vuelves multidisciplinario, y logras desarrollarte en varias áreas del diseño. Dentro de una empresa llegas a comprender exactamente lo que necesita y quiere tu cliente; en mi opinión esto podría convertirse en una desventaja, en comparación con el trabajo de agencia, en éste no aprendes de otros clientes y te da poca experiencia en cuanto a ciertas situaciones.

SECRETARÍAS PARTICULARES

También hay posibilidades, la mayoría de ellas se enfocan a la divulgación de las actividades que realizan las organizaciones y secretarías en departamentos de diseño o a nivel servicio a la comunidad, por ejemplo con alguna publicación periódica o página web.

Algunas instituciones del sector público son:

- Secretarías del estado
- Gobierno federal o estatal
- Asociaciones civiles
- Partidos políticos etc.

Definitivamente el trabajo más recurrido es el Freelance; se define así al diseñador independiente que trabaja en un proyecto de diseño en su totalidad, desde la búsqueda de un cliente, hasta el pago y la entrega del trabajo. En este campo los diseñadores desarrollan sus habilidades de vendedor, administrador de tiempos y de dinero; en general se convierte en un negociante de su propio trabajo.



desplegados), promocionales, ensayos, material didáctico, carteles, etc.

ILUSTRACIÓN

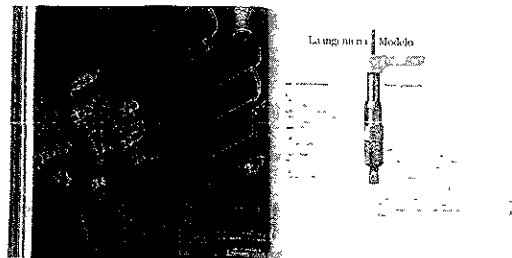
Área dedicada a representar y conceptualizar una idea, con el objetivo de comunicar algo. Su trabajo, por lo regular es subordinado por el que crea la idea. Existe la ilustración de caricatura, la educativa, científica, realista y la técnica.

El ilustrador tiene la habilidad para aplicar técnicas convencionales de ilustración como: grafito, acuarela, wash, aerógrafo, mixta etc., hasta las técnicas actuales como la ilustración por computadora

DISEÑO DE SIMBOLOGÍA

En este campo se emplea el diseño de simbología para la identificación de lugares y entidades, señalamiento urbano, de tránsito, personal o vehicular de manejo y uso de instalaciones, maquinaria o instrumentos y también abarca el diseño de empaques y etiquetas para envases y productos.

Por último, sería interesante mencionar que dentro del ámbito profesional del diseñador, las áreas en las que se puede desarrollar son muy variadas. En la ENAP se ha tratado de abarcar lo suficiente para poder emprender a la actividad profesional; pero ciertamente no se ha logrado satisfacer la demanda a pesar de su nuevo plan de estudios; pues basándome en mi experiencia personal, debería existir un área dedicada totalmente a los sistemas de impresión, también un área de diseño publicitario, entre otras; pues es un hecho que cuando sales de la escuela no te preparan para ciertas áreas en las que hay demanda y que terminas aprendiéndolas en la marcha.



CITAS

1. SMITH, en Haraldsen O, Edwin. Una taxonomía de conceptos de la comunicación. Nuevo León, 1977, p p 3-4
2. FISKE, John. Introducción al estudio de la comunicación. Ed. Norma, Colombia,1984 p.p XI-14
3. FISKE, John Ibid. p p XI-14
4. VICHIS,Esquivel, Luz del Carmen, Metodología del diseño fundamentos teóricos, Ed. Claves Latinoamericanas, México, 1998, p p 37-38
- 5 FIGUEROA, Navarro Carlos. Creatividad, diseño y metodología. Ed. Plaza y Valdes Editores México 2000, p. 67
6. WONG, Wucius,Fundamentos del diseño, Ed. Gustavo Gili, p 41
7. COSTA, Joan. Imagen global, Ediciones CEAC S.A. Barcelona 1987 p.10
- 8 COSTA, Joan Ibid. P.11
9. D.A.Dondis, La sintaxis de la imagen, Ed. Gustavo Gili Barcelona, 1973, p.82
- 10 MUNARY, Bruno. Diseño y Comunicación Visual. Ed. Gustavo Gili, Barcelona 1979, p.79
- 11 BRIDGE, Water, Peter. Introducción al diseño gráfico. Ed. Trillas, S.A. de C..V México ,1992 p 16
- 12 ENAP Plan de estudios, Licenciatura en diseño y comunicación visual Tomo 1, 1998 p 28

Capítulo 2: La ilustración

2.1 DEFINICIÓN DE ILUSTRACIÓN

2.2 ANTECEDENTES DE LA ILUSTRACIÓN

2.3 HISTORIA DE LA ILUSTRACIÓN

2.4 GENEROS DE LA ILUSTRACIÓN

2.5 HERRAMIENTAS

2.6 TÉCNICAS Y MATERIALES



Nancy Ekholm
Blanca nieves y los siete
enanos



Mi área de interés para el desarrollo de esta tesis es la ilustración, por lo cual, es conveniente esclarecer la importancia que tiene, lo rica y aportativa que ha sido y es dentro del desarrollo de la humanidad

Comenzaremos con estas definiciones de ilustraciones Lewis Brian 1:

"Pinturas que esclarecen una idea o un texto"

"Imágenes que tienen un propósito"

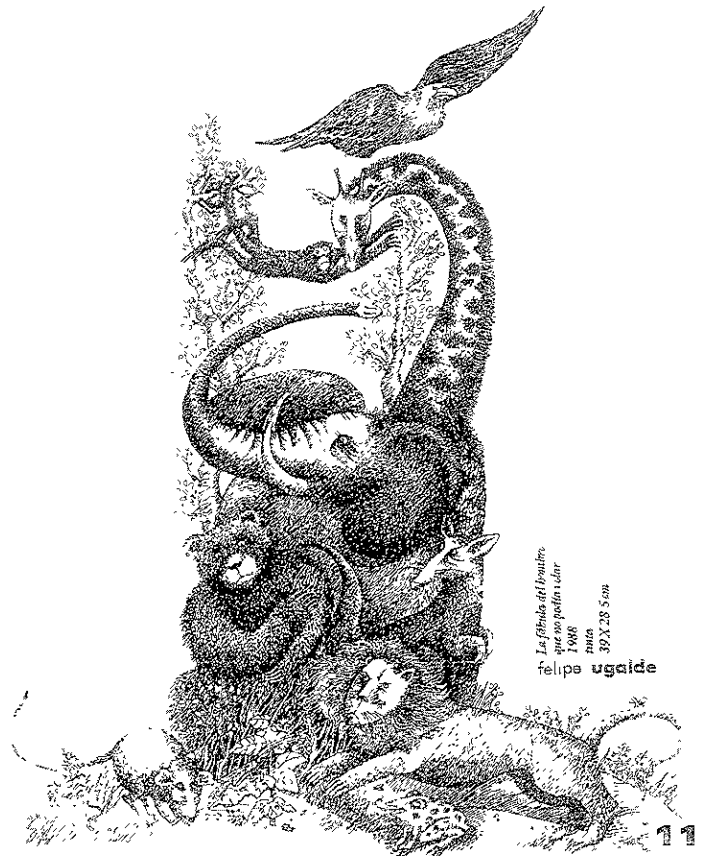
Ilustración es entonces, la interpretación gráfica de una idea, de un mensaje, y su finalidad es la de comunicar, o simplemente esclarecer una idea.

El trabajo del ilustrador será llevar a cabo una idea, recurriendo al análisis perceptivo y a la solución gráfica, valiéndose de sus conocimientos de la forma, la luz, el color, la perspectiva, etc., a sus habilidades para aplicar y manejar técnicas; y principalmente a su imaginación y creatividad.

DEFINICIÓN

Según Loomis Andrew existen tres clases de ilustraciones 2:

1. La que narra una historia completa sin necesidad de un texto.
2. La que describe algún título para la que fue creada
3. La que deja al espectador con una interrogante, con el propósito de lograr en él curiosidad e intriga.



Las fieras del bosque
Felipe Ugaide
1986
Papel
30x28 cm
felipe ugaide

Antecedentes

El surgimiento de la necesidad del hombre por comunicarse visualmente con sus semejantes, se expresaron en un principio mediante las pictografías, que no eran más que la profunda necesidad natural del hombre por sobrevivir con su hábitat y la gente que lo rodeaba. Misma necesidad llevó al hombre a crear signos para comunicarse a través de la escritura, logrando así un alfabeto, un papel donde plasmarlo y una forma de reproducirlo. Por lo tanto es importante saber el surgimiento de cada uno de estos acontecimientos, pues gracias a estos la ilustración es posible.

Las primeras manifestaciones de nuestros antepasados provienen de cuevas africanas y europeas, donde los primeros hombres dejaron sobre las paredes pinturas con imágenes de animales llamados pictografía (pinturas elementales o bosquejos que representan las cosas descritas) y algunos signos geométricos como puntos, cuadrados y otras configuraciones; también en otras partes del mundo dejaron evidencias visuales de petroglifos (signos esculpidos o raspados en la roca), que en su mayoría son pictografía y algunas de estas se consideran ideografías (símbolos que representan ideas o conceptos). Poco

a poco las figuras se fueron simplificando y estilizando hasta evolucionar a la escritura

Hacia el año 3000 a.C., los sumerios inventan un sistema de escritura, esta escritura cuneiforme (llamada así por ser creada con una serie de trazos con forma de cuña) que hizo que los pictogramas evolucionaron hacia una escritura de signos abstractos. Estos signos abstractos fueron utilizados para representar sílabas, las cuales son sonidos logrados por la combinación de sonidos más elementales; fue entonces cuando surgió la escritura jeroglífica, por la necesidad de representar a los sonidos hablados

Más tarde el legado de la escritura pasó a cargo de la civilización egipcia, quienes utilizaron un sistema de pintura-escultura llamada "jeroglífico (que en griego significa "escultura sagrada y en egipcio "la palabra de Dios"). Unas de las aportaciones más importantes de los egipcios fueron:

- La fabricación de papiro (láminas usadas como soporte hechas a base de plantas).
- Creación de papiros ilustrados (que en su mayoría eran textos funerarios); plasmados también en pirámides y sarcófagos de faraones.

Los 7

Quienes también hicieron grandes innovaciones, no solo a la ilustración sino al mundo (la brújula, la pólvora, etc.) fueron los de la civilización China quienes inventaron el sistema de escritura caligráfica, el papel; y la posibilidad de duplicar materialmente las palabras y las imágenes ampliando la difusión de los pensamientos y los hechos por medio de la imprenta.

La caligrafía china no es un lenguaje alfabético, sino totalmente visual; se le denomina a estos "logogramas (caracteres gráficos o signos que representan una palabra completa)". En este lenguaje visual cada símbolo se compone de un cierto número de líneas con forma diferente, dentro de un cuadro imaginario; se cuenta que fue inspirado en las marcas de las garras de las aves y en las huellas de animales, y es considerada como la forma de arte más elevado, inclusive más importante que la pintura

El alfabeto (su nombre procede de las primeras dos letras del alfabeto griego alfa y beta), es una serie de símbolos visuales simples que representan sonidos elementales; estos símbolos se pueden unir y combinar para formar una configuración visual capaz de representar todas y cada uno de los sonidos, sílabas y palabras articuladas por la voz humana. Se cree que provienen del lenguaje cuneiforme, los jeroglíficos, los signos geométricos, prehistóricos, y de las primitivas pictografías cretenses. También se cree que éste nació en la ciudad más antigua de Fenicia: Biblos, de donde provienen los escritos alfabéticos más antiguos que se conocen.

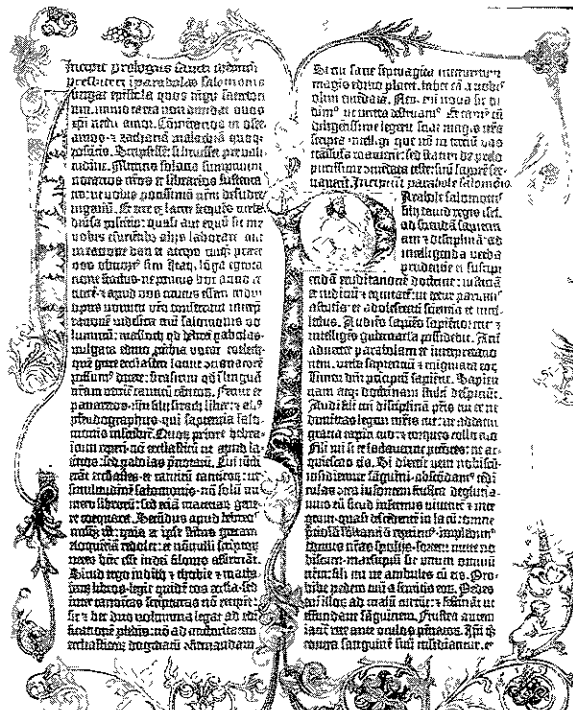
Poco antes del año 1000 a.C., los griegos adoptaron la escritura fenicia, probablemente como resultado de sus contactos comerciales semíticos. Se escribía de izquierda a derecha como en la actual cultura occidental. Además de acuerdo a sus necesidades, los griegos enriquecieron el alfabeto fenicio con los signos vocálicos a, e, i, o y u.

El alfabeto romano llegó de Grecia por medio de los antiguos pueblos de los etruscos, que eran los que dominaban la península itálica durante los principios del primer milenio antes de cristo. "El alfabeto latino consistía (alrededor del año 250 a. C.) en 21 letras: A, B, C, D, E, F, G, H, I, K, L, M, N, O, P, Q, R (evolución de la letra P), S, T, V, X. Después de la conquista romana sobre Grecia, se agregaron las letras griegas Y y Z para dar cabida a palabras griegas que contenían estos sonidos y que los romanos pedían prestadas. Durante la edad media se agregaron tres letras adicionales al alfabeto hasta llegar alas 26 letras del alfabeto inglés contemporáneo. "El uso del pergamino como material de escritura se volvió común alrededor del año 190 a. C." 12.

El principal estímulo para la conservación de los libros fue la fe cristiana en los escritos religiosos sagrados. Los monasterios cristianos se transformaron en centros de actividad cultural, educacional e intelectual. Dentro de los monasterios, la preservación del conocimiento incluía la realización de manuscritos ilustrados, los cuales, en el sentido más estricto, son libros manuscritos adornados con oro o plata.

Sin embargo el término se aplica a cualquier libro escrito a mano que este decorado e ilustrado y que haya sido producido durante el periodo medieval. Para el cristiano del medievo, los escritos sagrados tenían gran significado. El empleo del diseño gráfico e ilustrativo, con el fin de reforzar visualmente el significado de las palabras, se volvió muy importante y los manuscritos iluminados se realizaban con extraordinario cuidado y sensibilidad por parte de los amanuenses (personas encargadas de escribir e ilustrar libros a mano por encargo de gente aristócrata)

13.



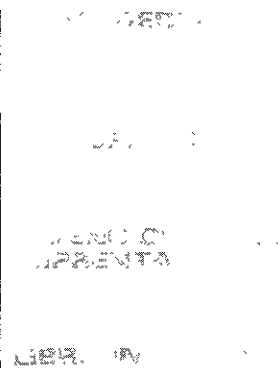
La ilustración como la conocemos, surge en la edad media con ilustraciones religiosas como su mayor motivo, y gente rica como su principal público. La importancia del surgimiento de la imprenta es por el labor de difundir el trabajo ilustrativo a cualquier tipo de personas, cumpliendo así con su labor comunicativa. Leamos entonces como la ilustración se fue desarrollando y logrando formar parte de una escena importante del desarrollo de nuestra sociedad

Referenciaremos a la edad media como el inicio de la ilustración, donde los libros eran grandemente valorados como verdaderas obras de arte, ya que su confeccionamiento fue profusamente ilustrados desde las letras, iniciales o capitulares en las que las ilustraciones empleadas, servían en un principio como elementos de ornamentación, cuidaban mucho el trazo de la letra y desarrollaron un estilo muy particular como lo fue la letra gótica. Y es aquí donde se origina y desarrolla una ilustración ornamental en los libros que se hacían totalmente a mano constituyendo el esfuerzo artístico de la Edad Media; en los escritorios (los talleres de los conventos) se realizaba este trabajo, en el estilo propio de su época, estos libros muestran una admirable unidad entre escritura e imagen.

Hacia finales del siglo XIV, la ilustración se liberó de la iluminación de textos y se convirtió en pintura de tableros, la iglesia, el estado y la gente rica continuaron encargando estos trabajos hasta bien entrado el siglo XV, a mediados de este siglo se producen nuevos descubrimientos en las técnicas de pintura al aceite.¹⁴ Con la invención de los tipos móviles y el desarrollo de la imprenta, la ilustración siguió dos direcciones: los trabajos para reproducirse y la pintura narrativa.

Algo que marca la historia de la ilustración es sin duda la invención de la imprenta, esta como sabemos tiene sus antecedentes desde el grabado de los primeros trabajos prehistóricos como incisiones en piedra, hueso, paredes de cavernas o en cerámicas. El descubrimiento de la imprenta se lo debemos a los Chinos, donde el libro impreso más antiguo del mundo es el "Diamante Sutra".¹⁵

La imprenta en Alemania por Johannes Gutenberg marco el cambio definitivo para el libro impreso y la difusión de éste proceso se extendió por todo Occidente y los países bajos. Con el uso de las letras intercambiables y de las prensas para impresión y luego de varios ensayos entre los que destacan de manera trascendental



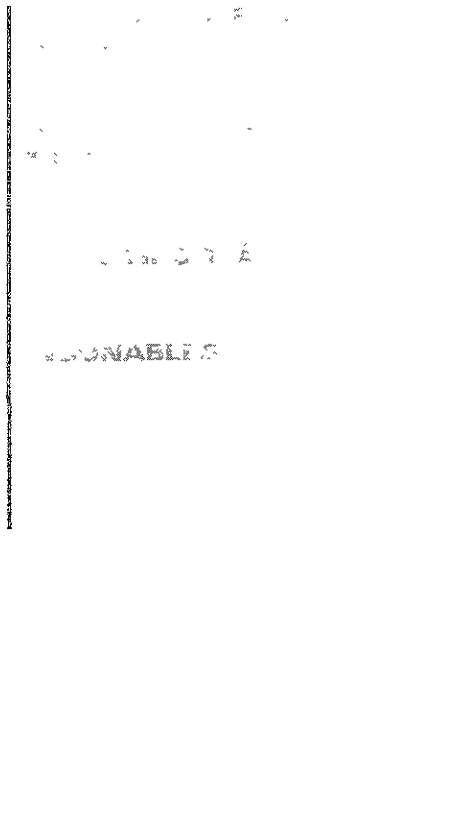
os de Gutenberg, se perfecciona la
mprenta de tipos móviles e
intercambiables. Este hecho marca
definitivamente la pauta para pasar del
libro impreso por bloques completos
con texto e imagen juntas al de texto
compuesto por caracteres
independientes y finalmente al libro
ilustrado.

Uno de los acontecimientos que marca
la pauta hacia los procedimientos para
obtener imágenes exactamente repetibles,
fue la invención de la xilografía que
consiste en hacer incisiones en una
plancha de madera y por presión sobre
otra superficie en este caso papel se
consiguen imágenes idénticas a su original,
su aparición se remonta a mediados del
siglo XIV 16

En este siglo la iglesia recurrió al dibujo y
después al grabado en madera para
divulgar creencias religiosas e imágenes
de santos sobre estampas dibujadas y
pintadas a mano en hojas sueltas. Todas
estas estampas eran producidas en
grandes cantidades y la forma cada vez
más suntuosa de presentarlas llevó a que
"no pudieran prescindir de la ilustración".
Es importante mencionar la actividad de
los artesanos creadores de breves (se
llamaba así a todo escrito corto) del

siglo XIV, éstas eran personas que tenían
por encargo reproducir una pequeña
demanda diaria de trabajos escritos y
pintados por encargo de los conventos
17 Estos artesanos-pintores se auxiliaban
en su trabajo con la estampación previa
de xilografías para ilustrar sus manuscritos
con imágenes, las que luego coloreaban
a pincel, acabando la edición con el texto
dibujado a mano. A comienzos del siglo
XV tiene lugar un gran acontecimiento
que prepara la aparición de la imprenta,
se refiere a la estampación de los primeros
libros con ilustraciones, ediciones que
difunden lo que fue hasta entonces un
laborioso y lento trabajo para los
"amanuenses".

A los pocos años aparece el libro
xilográfico en el que texto e ilustración se
estampaban por medio de frotación de
tampones sobre la superficie del
pergamino o papel. Finaliza este proceso
con la aparición del libro tipográfico, en
el que, para la composición de sus textos,
se utilizan letras intercambiables. A todas
estas primeras ediciones se les denomina
con el nombre genérico de "incunables",
denominación que reciben todos los
libros impresos antes del año 1500 y que



carecen de colofón 18

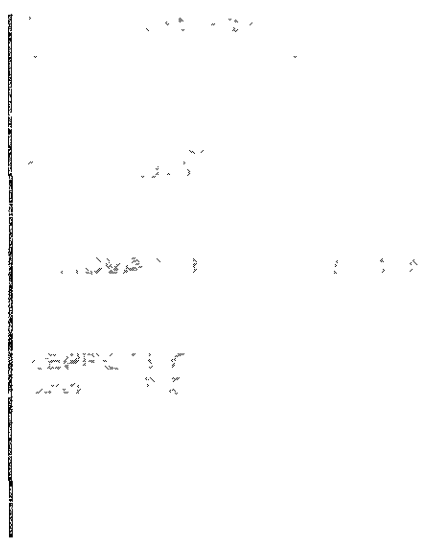
Con la actitud independiente que marco la época del renacimiento, las técnicas y métodos comenzaron a ser más explorados, la elección de temas se amplió, y comenzó a practicarse la mezcla de medios, habiendo librado los pormenores de la ilustración de los manuscritos, los artistas del renacimiento introdujeron el crayón, la acuarela y los troques de luz blanca para representar gráficamente la forma cuando predominaba lo intelectual, como en los estudios anatómicos y mecánicos de Leonardo, se recurría constantemente a la pluma y a la tinta 19

En el siglo XVII se produce la ruptura definitiva con las tradiciones pictóricas del Gótico y del Renacimiento, comenzando el estilo Barroco en las ilustraciones, en el campo de la pintura el óleo es el líder indiscutible. La decoración de la primera página de los libros se convirtió en el vehículo de los grabadores, quienes realizaban diseños emblemáticos y alegóricos. Más tarde se produjo otro avance con el desarrollo de la impresión al aguatinta, junto con esto el establecimiento del estilo inglés de pintura a la acuarela permitió la producción de grandes

planchas a color para libros 20. Los autores de grabados de reproducción, en su deseo de aproximarse más al detalle de los dibujos originales, realizaron varias innovaciones técnicas. El aguatinta se desarrolló para imitar la aguada, también se inventaron herramientas para trazar líneas rugosas como las de la tiza, el puntillado estaba dirigido a imitar los dibujos hechos a la aguada y el barniz blando se hizo para imitar la calidad y la textura de los dibujos a lápiz.

Después en el siglo XIX, sigue las innovaciones en cuanto sistemas de impresión, se logra la litografía, la cual tuvo dos aspectos importantes, liberó al artista o dibujante original de la dependencia con el grabador de interpretación. 21

Otro avance importante en el siglo XIX fue la posibilidad de reproducir semitonos, la superposición de tintas rojas, amarillas y azules separadas con tramas para producir muchos tonos, hizo posible reproducir con exactitud obras a todo color. Muchos de los grandes ilustradores utilizaban la acuarela, también se utilizaba la tinta negra para acentuar los trazos en un dibujo. La introducción de la línea negra (Keyline) para imprimir a cuatro colores permitió a los ilustradores usar



tipos de pintura más sólidos para la reproducción.

Hasta mediados del siglo XIX la producción de imágenes sigue siendo artesanal, a partir de ese punto se produce la fotografía; la fotografía da paso a la fotomecánica en el cual el grabado "directo" (tramado) es el más valioso procedimiento fotomecánico.

De repente se produjo una gradual expansión de estilos por lo que la fotografía y unos métodos buenos y económicos de color aunado al fenómeno de la televisión para masas auguraban la muerte de la ilustración popular. Contra los pronósticos, la ilustración siempre ha tenido un mercado permanente y con necesidades crecientes como todo tipo de comercio. La televisión, a pesar de su gran impacto, no sólo no ha sustituido a la imprenta (en la actualidad, contribuye a generar material impreso en apoyo de sus programas) sino que ha empleado ilustradores e ilustración para todo, desde los noticieros hasta los programas educativos y ese genero exclusivamente ilustrativo que es la animación. Puede que la emocionante nueva tecnología del final del siglo XX (como ocurriera con la cámara y la

fotografía) creen imágenes que en otra época se dibujaban o pintaban a mano. Pero si la historia tiene algo que enseñarnos, el ilustrador trabaja con pluma o pincel, lienzo, papel o película, no sólo va a seguir trabajando paralelamente a la nueva tecnología, sino que también la va aplicar 22

LA T... 3 0 1



Sensibilidad de la película
Todas las películas de uso ge
cromáticas, es decir, reacción

Las principales tendencias de la ilustración en México fue la de exhibir una realidad nacional, desde la conquista española, hasta la crítica política y social de nuestros tiempos. Y no olvidemos que también el desarrollo de la ilustración en México ha sido gracias a ilustradores clave que nos han mostrado el alcance de ésta. Veamos entonces algunos acontecimientos que han marcado la historia de la ilustración mexicana.

Se supone que diversas culturas en América Latina practicaban ya un sencillo proceso de grabado para obtener imágenes en serie antes del arribo de los españoles, éste era el estampado con sellos; estos últimos eran generalmente de barro cocido o de madera y se usaban en la cerámica, tejidos, papel y sobre la piel **23**.

Después con la dominación e influencia española se adoptaron nuevas técnicas de impresión como el grabado, del cual existieron dos tendencias fundamentales que determinan su forma y contenido: la influencia didáctico-popular sobre las masas y el reflejo de la estructura socio-espiritual del país.

Poco después en el siglo XVIII la litografía también encontraría un lugar para albergar

este tipo de ilustraciones religiosas además de añadir al repertorio sátiras de costumbres y caricatura política, la cual encontró un sitio ideal en México gracias al abundante tema que ofrecía la situación del país en donde permanecía vivo el eco del choque entre indígenas y españoles. Asimismo dio auge a los primeros periódicos mexicanos de esa época los cuales fueron “La Gaceta literaria y Mercurio volante”

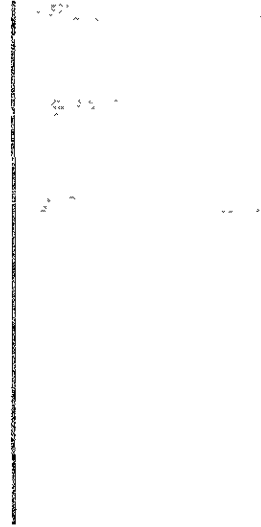
Dentro del grabado el romanticismo fue expresado a través de la ilustración de poemas pero también a través de la representación de las posturas de los artistas ante la realidad social del país. Los artistas del siglo XIX discuten los conflictos políticos y sociales a través de la caricatura **24**. Entre ellos se encuentra José Guadalupe Posada, quién fungió como cronista gráfico de la vida mexicana y Manuel Manilla

Según Westheim, tres factores fueron indispensables para el desarrollo del grabado en México: 1) La toma de conciencia nacional de los mexicanos generada por la revolución, 2) Las estampas como instrumento educativo del siglo XV y 3) La obra de J.G. Posada como base de la producción artística .

post revolucionaria no solo en las artes gráficas sino también en los murales.**25**

No sólo los muralistas sino también los grabadores imprimieron en sus obras, a partir de la Revolución Mexicana, una gran preocupación por los acontecimientos populares y más que enfocarse sus creaciones a cánones artísticos, las enfocaban a representar la realidad del pueblo, el cual había adquirido conciencia nacional gracias a las transformaciones políticas, económicas y sociales que sucedían en el país de esa época.

El artista mexicano recurrió a la estampa para expresarse, ésta era impresa en grabado en madera o en linóleo; el último era el más utilizado por los bajos costos y las posibilidades de reimpresión casi ilimitada que representaba. Es entonces a través de la xilografía que el artista se dirige a las masas y plasma en los impresos el “arte popular” que buscaba. **26**



Ahora que conocemos la historia de la ilustración y reconocemos su importancia en cuanto su participación en el desarrollo de nuestra cultura, es necesario conocer en cuales y cuantos géneros se divide esta importantísima área

Clasificación de Géneros

Género es una clasificación o tipificación de conceptos relacionados con la ilustración en donde podemos encontrar algunos ejemplos, como los siguientes: ilustración técnica, publicitaria, científica, digital, etcétera.

A continuación analizaremos algunos de los géneros de la ilustración.

Ilustración Promocional

El término es utilizado para referirse a cualquier anuncio destinado al público y cuyo objetivo es promover la venta de bienes y servicios. Dentro de este género, se pueden encontrar los siguientes usos

- Cartel Promocional
- Empaque
- Etiquetas
- Calendarios

Ilustración de Artículos

Este género tiene que ver con la ilustración de artículos publicados en periódicos, libros, revistas, enciclopedias y semanarios, básicamente. Sin embargo, podemos citar que también se contempla la ilustración de folletos, dípticos, trípticos y polípticos.

Su aplicación esta en:

- Libros
- Enciclopedias
- Periódicos
- Revistas

Ilustración con Arqueología

Es la ilustración hecha a partir de hallazgos arqueológicos y datos históricos que permiten recrear los hechos y las cosas como debieron haber sido en el pasado.

Ilustración Botánica

En esta área el ilustrador apoya a este género para dar a conocer los detalles más finos de las plantas o sus propias características.

Ilustración Arquitectónica

La ilustración arquitectónica sirve como apoyo visual muy importante para mostrar la construcción que realizará o creará un arquitecto para sus clientes o diseño para muestras.

Ilustración infantil:

Son impresos especialmente dirigidos hacia los niños y por esta misma razón se consideran como iniciadores en la etapa temprana de la vida para que especialmente con ilustraciones se represente lo que los autores quieren dejar como conocimiento. Esto sirve para despertar curiosidad, interés e imaginación cuya finalidad es bastante amplia y bien orientada con inteligencia y sin dar la impresión de una enseñanza deliberada, puede ser altamente educativa

Como ejemplos podemos citar cuentos, historietas y aventuras, y narraciones fantásticas. Su éxito depende de la fantasía o imaginación que el ilustrador ponga en unas ideas y desarrollo de las mismas.

Ilustración de moda:

La ilustración en este género ha sido muy importante ya que ha permitido ir describiendo las características de la indumentaria desde hace siglos, así como también los accesorios y el calzado.

Ilustración de cómic:

Narración que se desarrolla por medio de viñetas dentro de las cuales se crea un sin fin de personajes y lugares imaginarios.

Ilustración de fantasía:

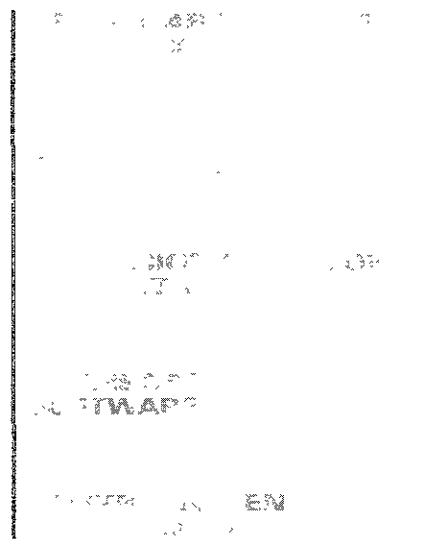
Esta proviene en su esencia de un mundo imaginario, creando paisajes místicos, animales y seres extraños o tecnología de gran rareza y novedad

Ilustración digital:

Es un proceso de fases, que incluyen diversos tipos de software y de equipos. Por lo general, el texto y las ilustraciones se crean con software del tipo de procesadores de texto y programas de dibujo y pintura, así como con equipos y digitalizadores de imágenes fotográficas.

Animación:

En la animación tradicional de fotograma a fotograma, la ilustración de movimiento se crea filmando una secuencia de celuloides pintados a mano y a continuación proyectando las imágenes a mayor velocidad, por lo general de 14 a 30 fotogramas por segundo. En la animación informática, las ilustraciones se crean mediante programas informáticos, fotograma a fotograma y, a continuación, se modifican y se reproducen. Otra técnica infográfica, es la animación en tiempo real en la que los fotogramas son creados por la computadora y se proyectan inmediatamente en la pantalla de la computadora. Esta técnica elimina la fase intermedia de digitalización de las imágenes.



Alex Ross
Comic
Kingdom Come

Hasta este punto, la información de esta tesis nos ha dado a conocer todos sus fundamentos históricos y genéricos de la ilustración; ahora, continuaremos con la parte práctica, en la cual conoceremos de todo lo que se vale un ilustrador para realizar su trabajo.

Aclaración respecto al manejo de los términos herramienta, material y técnica. A continuación los definiremos de manera sencilla para su manejo en los siguientes puntos a desarrollar. Herramienta es el instrumento con que se aplica un material. Material es lo que aplicamos y la técnica es la manera como se emplea.

Son los instrumentos para esbozar desde un boceto hasta dar un acabado mayor a un dibujo. Donde podemos encontrar los lápices de grafito, los lápices de color, los lápices de carbón.

Lápices portaminas

Lápices marcadores de mina fina

Lápices Conté.- Conocidos como lápices pastel, su materia prima es pigmento con tiza o gis no grasa.

Tiza grasa.- Como la de pastel, de base grasa.

Los lápices portaminas y marcadores se encuentran en grados de dureza de B y H el número depende de la disponibilidad de la marca elegida. Algunas marcas son: Stafford, Faber-Castell, Mekanorma, Mont Blank, etc.

Las plumas son instrumentos que contienen un depósito de tinta de secado rápido. Existen diferentes tipos de plumas para trabajos específicos.

Pluma de mojar

La pluma propiamente dicha se llama plumilla, y el mango paillero

Las más comunes son las Winsor and Newton, Huni Globe e Hiro Durchschreib entre otras.

Pluma fuente.- Funcionan con tintas para escribir.

De las marcas con mayor renombre encontramos a: Mont Blank, Parker, Pelikan, Sheaffer, Cartier, etc.

Plumas de depósito.- Mejor conocida como bolígrafo o pluma anatómica, como su nombre lo dice, la tinta se encuentra en un depósito dentro de la pluma. Existen muchas marcas que se ocupan de este tipo de plumas como son Bic, Wearever, Azor, etc.)



Jules Pascin

... de ...

Conocidos de forma común por marcadores, plumines o plumones.

Se dividen según la materia prima con la que están compuestos, esta puede ser en base acuosa, alcohólica o en aceite.

Punta de fieltro o fibra.- Su punta produce una línea más espesa y es menos resistente que la de fibra. La base de las puntas que contienen puede ser acuosa o alcohólica, que tienen como característica que no se puede disolver con agua.

Las marcas convencionales son los Acuacolor y los Pelikan.

Bolígrafo fluido o rotulador de bola.- Se asemeja al bolígrafo convencional, solo que su base es acuosa y su fluido de forma suave y uniforme. Entre las marcas comunes se encuentra la marca Charpak, Berol-Esterbrook, etc.

Chinagraph.- Sirve para escribir sobre plástico o película, también es funcional sobre el cristal

... de ...

La función de las gomas es la de retener partículas grises y evitar tizar el papel. Las marcas de las gomas son diversas, las de uso común son: Rotring, Factis, Staedtler, Pelikan, Berol, Pentel, etc.

Goma blanda/ migajón.- Es la tradicional goma suave para borrar lápiz.

Goma moldeable - Se puede usar para lápiz, tiza o carbón, se usa en trozos pequeños, que se pueden moldear en la forma deseada, para borrar pequeños detalles.

Gomas de plástico para tinta.- Contiene aceite para facilitar el borrado de tinta seca

Cojín limpiador.- Contiene polvo muy fino de goma cuya función es absorber la suciedad y otras partículas; para suavizar el trazo de un dibujo.

Folioplast.- Puede borrar líneas de tinta sobre película.

... de ...

Pantalla para dibujar.- Uno de los diferentes sistemas de medición. Tiene una cuadrícula fijada a un marco. El tema se coloca detrás de la pantalla y las líneas horizontales y verticales de la cuadrícula actúan como sistema de referencia que facilita al artista la correcta representación de las proporciones y la posición de los elementos dentro del espacio pictórico.

... de ...

... de ...



Goma de dibujo amasable

Pantógrafo.- Instrumento para copiar, sencillo y adaptable con el que se puede hacer copias en ampliación o reducción, siguiendo el original con una punta y la otra punta va dibujando la copia al mismo tiempo.

El material general de todas las reglas y escuadras es de plexiglás o un material similar, cuentan con división milimétrica y una longitud entre los 30 y 50 cm. Las marcas comunes de este tipo de herramientas son: Silco, Baco, Deval, Staedtler-Mars, etc.

Regla T.- Existe disponible en diversos materiales, ya sea en plástico, plexiglás, aluminio o acero, con o sin división milimétrica..

Regla de corte.- Para cortar máscaras, papeles y cartones. Están hechas de acero o aluminio con suplemento de acero a lo largo del cuál se produce el corte.

Regla Rodillo.- Su función es la misma que la regla paralela. Para ello se la hace rodar sobre el papel. Una línea blanca sobre el rodillo indica, según la escala, el desplazamiento.

Escuadras.- Existen de varios tamaños, las más comunes son de 45° y 60°. Sirven para dibujar ángulos.

Escuadra adaptable - Permite determinar y dibujar cualquier ángulo entre 0 y 90°

Reglas para paralelas

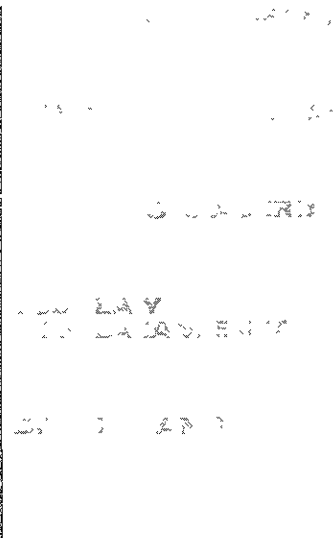
Tipómetro.- Este instrumento es esencial para la tipografía, su graduación viene desde puntos para la tipografía, centímetros y pulgadas. Hay varias presentaciones en mica de acetato, metal y plástico.

Plantillas de rotulación de plástico y de metal

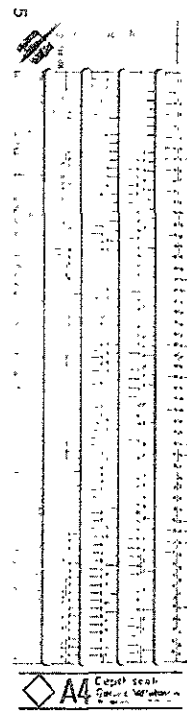
Plantillas de diversas figuras.- Pueden utilizarse como auxiliares del dibujo. Y para operaciones de pulverizado.

Curvas francesas y Curvígrafo. Diseñadas para lograr cualquier clase de curvas.

Para aquellos dibujos donde necesitamos precisión, encontramos herramientas como son los compases, podemos mencionar como marcas comunes a: Staedtler-Mars, Mendoza, Rotring, entre otras.



Tipómetro y Escala de tipógrafo



Caja de compases.- Incluye en su presentación un compás con complementos de lápiz y tiralíneas, un compás divisor, un compás de círculos, una tachuela de centrado

Compás de varas y acodado .- Para dibujar círculos o arcos mucho mayores que los que se pueden trazar con un compás normal

Compás cortador - Con tornillo que no se desajusta fácilmente, incluso con cortes repetidos

Tiralíneas con bisagra cruzada.- Para el trazado de líneas con la regla con cualquier color diluido, la bisagra facilita el limpiado. La función de los tiralíneas es la de dibujar líneas de tinta de grosor constante

Lupa de reducción.- Auxiliar para hacerse una idea más precisa de bocetos realizados a tamaño mayor que el original.

Lupa de aumento.- Que puede ser fija y que sirve para trabajos de detalle muy pequeños, que ya no pueden realizarse con un ojo normal.

Cuentahilos.- Permite el examen detallado de las tramas y otras características de la impresión. En ilustración científica,

Cuentahilos - Permite el examen detallado de las tramas y otras características de la impresión. En ilustración científica, por ejemplo, para observar los detalles minuciosos de algún ejemplar natural miniatura. Los hay de metal y plástico.

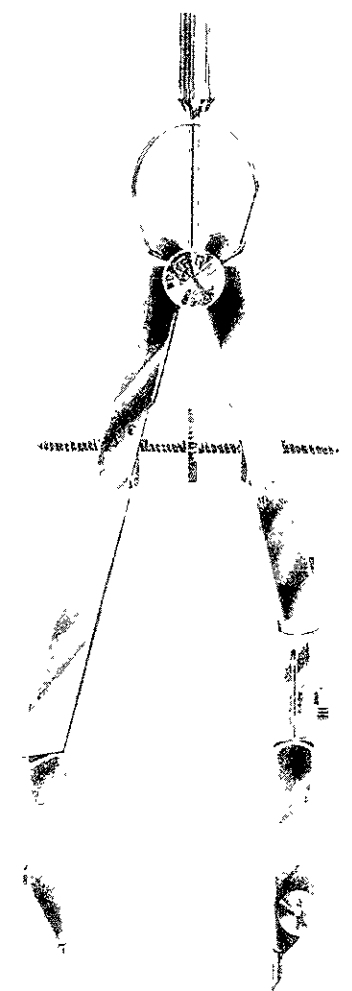
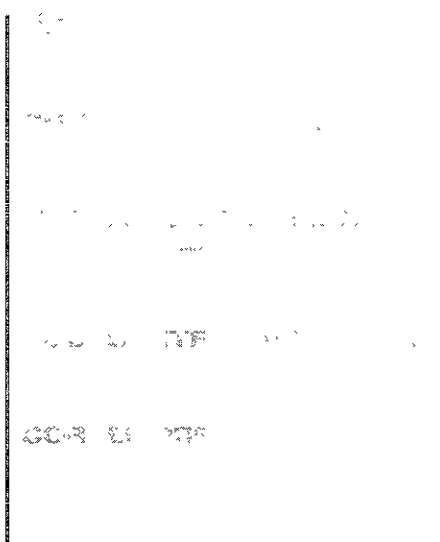
Las marcas comunes de fabricación de dichas herramientas son: Olfa, X-ACTO, Corty, etc.

Cuchilla.- Existen varias presentaciones, con hojas intercambiables, que pueden afilarse de nuevo, o bien puede ser de cuchilla de hoja intercambiable, cuya longitud se puede reducir por corte.

Cuchilla de retoque con punta de media luna - Utilizada para el raspado de líneas o superficies sobre cartón o película.

Cuchilla de artesano.- Ideal para cortar plantillas, enmascaramientos y cartón para montar, contiene varias cuchillas intercambiables con el desgaste.

Bisturries.- Se usan para cortes precisos. Guillotinas.- Sirve para cortar cartón y cartulina con exactitud y limpieza.



... H ...
... EN ...

Pinceles

Se hacen con un manojito de cerdas o pelos cuidadosamente seleccionados que se fijan en el extremo de un mango de madera con una funda de metal llamada contera o virola.

Cuanto más fino sea el pelo de un pincel, mayor es su capacidad de soportar cargas pesadas de pigmento.

Los pinceles de marta se hacen con los pelos de la cola de martas siberianas y del visón asiático, cuya escasez contribuye al precio de los buenos pinceles. Existen pinceles más baratos y menos elásticos, los hay de pelo de ardilla, meloncillo, buey, venado y camello. También los hay de pelo sintético.

Algunas marcas de pinceles son Winsor and Newton (serie 16 y serie Cirrus), Grumbacher (series 1271 Renoir), Rodin (serie 9700, 811, 812, 140lb a-k, a-b, a-r, 181, 2500b, 2500r) y Rex (serie 1100, 800, 400, 1700)

Existen tres formas básicas de pinceles, llamada cuadrada, redonda y filbert.

Cuadrados.- Son planos, sus cerdas son cortas con extremos cuadrados, excelentes para pigmentos espesos y cremosos.

Redondos.- Reciben el nombre por la contera redonda, pueden ser de pelo de marta que les da la característica de tener la punta fina, su principal función es la de retocar zonas pequeñas, detalles y aplicar pintura muy diluida. Los fabricantes suelen hacer 8, 10 ó 12 tamaños de pinceles redondos. Los más pequeños suelen designarse con un 0; a veces 00, ó 000. Los mayores con 8, 10 y 12.

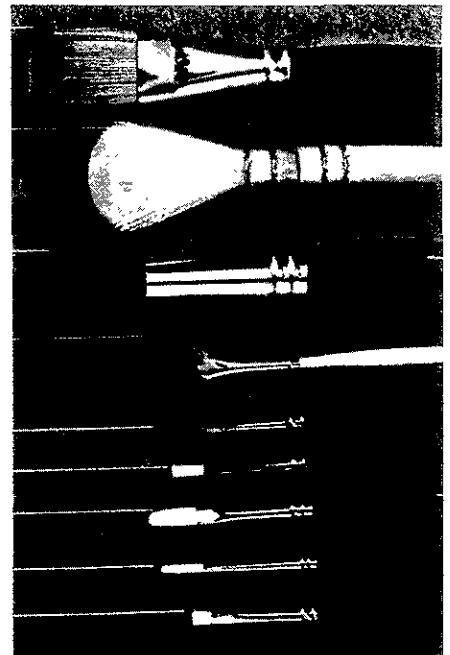
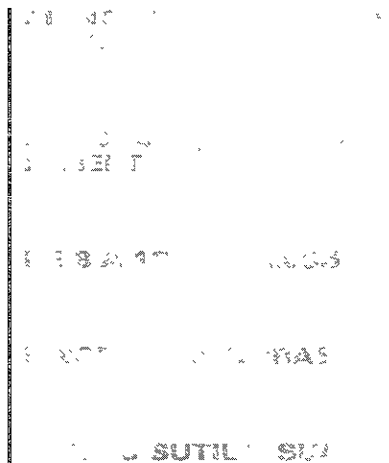
Filberts.- Se curvan suavemente hacia delante, son útiles para pinceladas fuertes que se van adelgazando, idóneos para la caligrafía.

Planos.- De forma cuadrada y cerdas largas, recogen más pinturas y son ideales para pinceladas duras

De bordes biselados.- No son comunes en la actualidad, pero son excelentes para pintar bordes rectos.

Pinceles en abanico.- Hechos de marta roja, dan un efecto sutil y suave, se utilizan en zonas húmedas.

Pinceles chinos.- Absorben una generosa cantidad de pintura, por lo que permiten realizar trabajos con trazos largos y continuos. Con estos pinceles se pueden obtener tanto trazos finos como



laminadas más gruesas y cargadas

Espátulas.- Son ideales para mezclar la pintura, se pueden utilizar para crear zonas pastosas, o para mezclarla con medios texturizantes.

Recipientes y paletas.- Para mezclarse pinturas pueden usarse moldes inoxidables, platos de esmalte o porcelana.

Difumino.- Es de material de papel enrollado, o bien de carnaza, tiene en los extremos punta para difuminar los trabajos de pastel, conté, lápiz y carbón.

Eponjas - La esponja natural tiene una excelente capacidad de absorción de pintura, por ellos es ideal para aplicar aguadas y para producir texturas variadas.

Aerógrafos.- Son herramientas de precisión que pueden producir líneas sumamente finas y tonos suavemente graduados, así como áreas sólidas de colores uniformes. Todos los aerógrafos tienen básicamente las mismas partes y los hay de dos tipos de funciones: los de acción simple y doble acción. No es mas que una pistola de aire con un depósito atornillado que funciona con un gatillo. Marcas: Paasche, Badger, Omni,

Vega, Holbein, etc.

Compresora de la pistola aerográfica.- Es una compresora común de aire que se conecta a la corriente eléctrica, existen también las botellas de aire comprimido o de ácido carbónico.

ARTÍCULOS TRANSFERIBLES

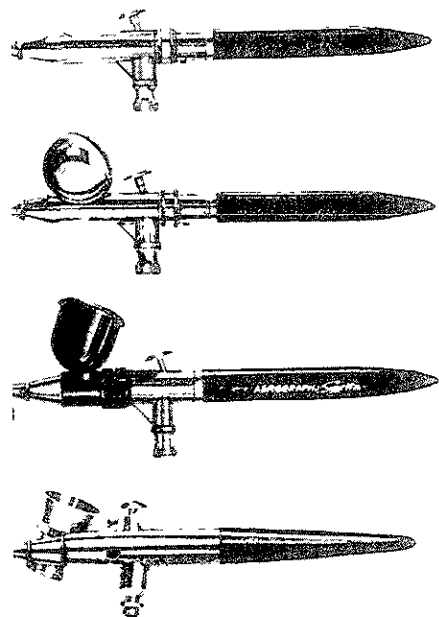
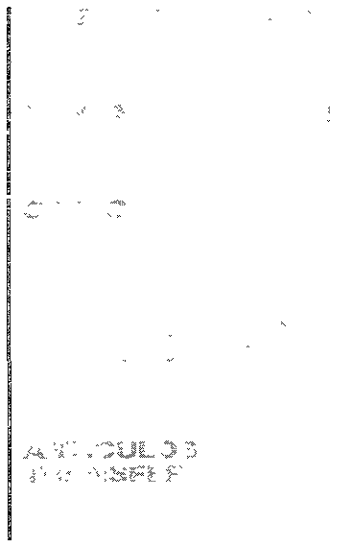
Máscara.- Material utilizado para cubrir determinadas zonas de la superficie pictórica mientras se trabaja para asegurarse de que nada manche el papel que hay debajo.

Líquido para enmascarar.- Solución de látex en amoníaco utilizado para enmascarar algunas áreas específicas de un trabajo. Se encuentra disponible en blanco y amarillo pálido.

Transferibles.- Encontramos gran cantidad de artículos transferibles que vienen desde tipografías, en diversos tamaños, fuentes y colores, símbolos técnicos y arquitectónicos, ilustraciones, texturas, etc.

Goma pegamento.- Utilizada para pegar papel a papel o cartón.

Goma en spray.- Similar al pegamento



pero en presentación de aerosol. 3M, Rodin.

Adhesivo de PVA.- Pega rápidamente papel y cartón y su consistencia es mayor que la goma.

Papel engomado.- Comúnmente se utiliza para sujetar acuarelas, se puede despegar mojándolo.

Fluido enmascarador / corrector.- Debe de aplicarse con pincel y su secado es rápido, el efecto que causa después de secar es de una mascarilla

Barniz de papel.- Sirve como protección de dibujos y láminas, se debe de aplicar con un pincel.

Barniz de modelar.- Se emplea para proteger acuarelas y gouches, también puede usarse para trabajos de escayola

Fijativo.- Se utiliza para trabajos de carbón, lápiz y pastel, es un producto que fija los granos al papel, debemos mencionar que este producto ensombrece los colores pastel. Se puede encontrar en el mercado en latas de aerosol.

Opaco fotográfico.- Utilizado en los negativos fotográficos para cubrir espacios

translúcidos, se puede encontrar en polvo de color rojizo o en pintura de consistencia densa.

Adhesivo líquido - Ideal para técnicas mixtas, es una herramienta vital para los trabajos manuales.

Cinta adhesiva de ambas caras - Esta cinta es ideal para montar exposiciones sencillas ya que cuenta con pegamento por ambas caras.

Cinta adhesiva - Se puede utilizar para enmascarar trabajos o zonas específicas, sólo se tiene que restar un poco de su pegamento frotándola contra una superficie.

Cinta mágica.- Ideal para obtener bordes rectos o zonas bloqueadas estratégicamente.

Pegamento de látex.- Utilizado para pegar tejidos, su presentación es en aerosol. Generalmente usado para trabajos textiles.

Láminas adhesivas por calor.- Al igual que el papel adherible, contiene pegamento que actúa al estar a una determinada temperatura, puede ubicarse como mica de calor.

Cajas y mesas de luz

Son herramientas de gran utilidad en el área de diseño. Difunden luz uniforme y de color equilibrado sobre toda la superficie en observación. Unas son especiales para verificar la nitidez de negativos y transparencias, otras son útiles para el calco y el montaje.

Visualizador

Es una máquina que permite agrandar o reducir la imagen al tamaño deseado, para poder copiar al tamaño exacto.

Antiscopio

Para la proyección horizontal o vertical, que aumenta o disminuye los modelos al actuar como un episcopio muy luminoso. Un episcopio es un proyector de cuerpos opacos por reflexión. **27**

Amplificadora óptica

Aparato de ampliación de vista horizontal y transparentes (diapositivas, películas). Lámparas.

Hay una enorme cantidad de ellas y pueden ser algunos artículos de oficina, de decoración, de arreglo personal o de uso común como por ejemplo los

cuentagotas, tachuelas, cristal con textura (para su calco en papel), pinzas de depilar (para colocar piezas pequeñas de recorte), base de corte, pistola de barras de silicón (para adherir las piezas de papel en la técnica de escultura con papel), papel carbón (para calcar). Atomizador.

Cepillo dental

Plegadera

Puente.

Sirve para recargar la mano con la que dibujamos, con el fin de evitar embarrar la superficie de trabajo.

Maniquíes

Los maniquíes articulados de madera son para la representación anatómica, que van desde el número 4, 6, 8, 12, 16, es decir, desde 8 cm de altura hasta 40 cm.

Un sistema informático **28** es el conformado por elementos lógicos y físicos que operan de manera equilibrada y que interactúan con el diseñador con el fin de automatizar la información. Está compuesto por: 1. Estación de trabajo o computadora personal, 2. Unidades de entrada y de salida, 3. Unidades de archivo, 4. Comunicación entre los dispositivos y 5. Programas.

معلومات عامة

Son las máquinas o sistemas electrónicos "para el tratamiento de información, que funciona bajo mando de programas previamente registrados y permite efectuar conjuntos complejos de operaciones aritméticas y lógicas".²⁹ Consta de un procesador central al que se adaptan el resto de componentes.

Conocemos como plataformas, a los diferentes sistemas informáticos con características particulares existentes en el mercado. Los más utilizados en lo referente a nuestro ámbito son: Macintosh y PC. Podemos generar ilustraciones directamente en el ordenador o digitalizar dibujos, texturas e imágenes que podremos editar. Marcas: Apple, IBM, Compaq, Acer, DELL, Hewlett Packard, Texa, etc

Periféricos de digitalización
(unidades de entrada)

Para introducir la información analógica a nuestro ordenador es necesario convertirla a datos numéricos, es decir, debemos digitalizarlos a través de.

Scanners.- Para digitalizar cuerpos opacos tales como impresos u objetos tridimensionales, y transparencias. Los hay de cama plana y de tambor. Marcas: Hewlett Packard, Agfa, Microtek, etc.

Cámaras digitales.- Dispositivos que almacenan las fotografías de manera digital; hay calidad de resolución desde uno hasta 16 megapíxeles (estándar que mide la calidad de las fotos digitales en millones de píxeles) y con características profesionales. Sólo basta conectar la cámara al ordenador e instalar un software que nos permita bajar las imágenes para manipularlas y editarlas. Marcas: Canon, Olympus, Sony, Samsung, Agfa, Epson y HP.

Tabletas digitalizadoras.- Operan de manera externa a la computadora. Consisten en una superficie magnética, a través de la cual podemos trazar, dibujar o calcar, por medio de una pluma especial. Marcas: SummaSketch II y SummaSketch III de Calcomp, Genius entre otras.

Periféricos de salida (unidades de salida)

Son los dispositivos a través de los cuales, la computadora traduce o materializa la información para nuestra comprensión.

Monitores

Dispositivos que transmiten los datos visuales. Marcas: Apple Studio Display, View Sonic, entre otros.

Impresoras de escritorio

Herramienta mediante la cual podemos tener nuestras

CONTENIDO
CAPITULO I
CAPITULO II
CAPITULO III
CAPITULO IV

Ilustraciones impresas en papeles y cartulinas especiales o acetato. Hay diversos tipos de impresión: láser, inyección de tinta, sublimación y transferencia térmica de cera. Marcas: HP, Kerox, Epson, etc.

Programas o Software

Es la parte lógica e intangible del sistema informático. "Cada programa es una secuencia de instrucciones codificadas que indican los procesos y operaciones necesarios que el ordenador ha de seguir para ejecutar una serie de funciones determinadas." 30 Se clasifican en dos grupos principales, según la función que cumplan 31: sistemas operativos y programas de aplicación.

El sistema operativo es el responsable de la eficacia de un ordenador porque de él depende la administración de todos los recursos que intervienen en el sistema de información (componentes físicos, programas y datos), también es el intermediario de la comunicación entre la máquina y el usuario. Los sistemas operativos más comunes son: Macintosh (Apple Inc.) y Windows (Microsoft Corp.) Los programas de aplicación, en este caso para el diseño, son los creados para apoyar en las labores de los creativos

Entre los programas de aplicación para ilustración más populares podemos encontrar: Corel Draw y Corel Photopaint, Free Hand de Macromedia, Photoshop e Illustrator de Adobe. Este software tiene características similares respecto a los menús y las paletas de herramientas de trabajo.

Internet

No podemos olvidar que Internet y la telaraña mundial (WWW) son el principal escaparate para todos los diseñadores gráficos del mundo, así como efectivos medios de comunicación e información.

2.5.1.2 Herramientas de Grabado

Grabado

Debido a que la ilustración debe sus principios al grabado en madera, mencionaremos las principales herramientas en términos generales utilizadas para el mismo:

Punzones cortos, largos, planos curvos y en punta, punzón raspador, punzón de dos puntas, punzón enroscado, puntiagudo y plano; de punta seca, garfio y aparato de media tinta.

Grabadores o buriles planos, redondos y rómbicos; cortadores grandes, pequeños y en forma de "u".

Las principales herramientas para el grabado a flora (la madera está cortada

en sentido longitudinal) son el cuchillo, el formón y las gubias media caña fina, media caña ancha, de filo en ángulo; y para el grabado a contrafibra (la madera está cortada en sentido transversal), el bounil..

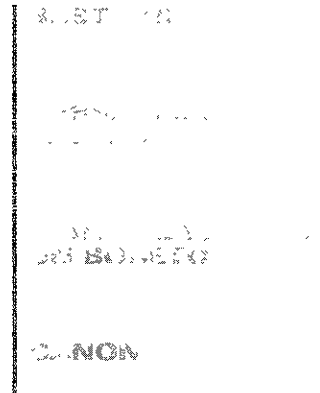
Serigrafía

Las herramientas involucradas en este procedimiento de impresión son:

Bastidor.- Hecho a medida de la necesidad suele ser de madera, aluminio o plástico, éstos tienen una malla que puede ser de poliéster o nylon. Las mallas de 90 puntos o menos se usan para imprimir textiles; las de 90 a 120 para papeles; las de 120 a 200 para papeles no porosos.

Fotocopiado

Las fotocopadoras son herramientas de reproducción de originales en color y blanco y negro. A través de esta herramienta se agiliza un trabajo tradicional de ilustración, pues nos permite manipular un mismo boceto en distintos tamaños, hacer montajes, copiarlo sobre diferentes papeles para hacer pruebas de color o hacer experimentos con objetos y texturas. Marcas. Xerox, HP, Canon entre otras



Ahora que conocemos las herramientas de las que dispone un ilustrador para realizar su trabajo, es conveniente conocer ahora las formas en las que puede trabajar con ellas y por supuesto conocer los materiales que nos ofrece el mercado.

Comenzaremos con sus definiciones.

Técnica: Es la forma en que usa el artista los materiales ó medios para crear una obra; donde a lo largo de su trabajo puede crear sus propias técnicas consiguiendo así un estilo propio.
Ingredientes: Cualquiera de las materias necesarias para alguna obra o conjunto de ellas// Conjunto de maquinaria, herramienta, etc., necesario para algún servicio o ejercer alguna profesión.

Los acrílicos son pinturas que se diluyen en agua, y se secan con la misma rapidez que el agua, y una vez seca es impermeable. Los acrílicos sirven para imitar efectos conseguidos con óleos o acuarelas ya que permiten pintar por encima sin alterar los colores que hay debajo.

Técnica: Las pinturas acrílicas son muy

versátiles, lo que las convierte en un medio ideal para el ilustrador, pueden pulverizarse, rasparse, modelárseles, darles textura e incluso aplicarse junto con otros medios.

Materiales: Las pinturas acrílicas se venden en tubos o en recipientes de plástico. Existen dos clases: acetato de polivinilo y polímeros acrílicos. En el mercado encontramos algunas marcas como:

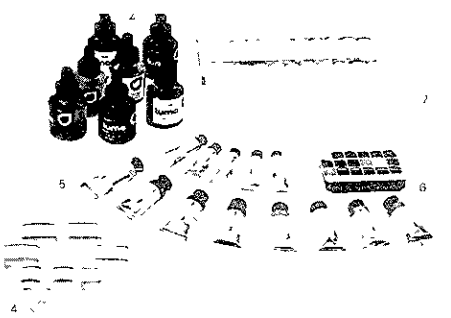
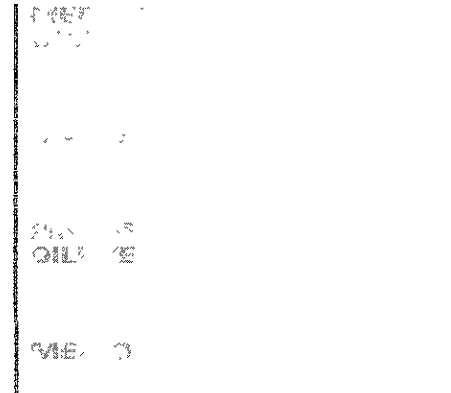
Politec: se encuentran en envases de plástico o tubos

Grumbacher: Disponibles en tubos de 60 ml.; en gama de 38 colores

Soportes: Los acrílicos pueden utilizarse sobre casi todas las superficies: papel, cartón, lienzos, plásticos, madera, metal (como cobre y zinc). La pintura acrílica se puede aplicar sobre cualquier superficie que no sea brillante ni aceitosa.

Técnica que se realiza disolviendo pigmentos en agua. Su característica principal es la transparencia.

Técnica: La acuarela proporciona el efecto de transparencia de color. Se utiliza la blancura del papel para aclarar tonos y dar realce. Los lavados de color se superponen para conseguir los tonos adecuados pero, lo mejor es obtener los



tonos sin necesidad de pintar demasiadas veces para así lograr una pintura más fresca.

Es importante tener presente que hay que trabajar de claro a oscuro y aprovechar el blanco del papel para crear los efectos de luz. La proporción de agua es lo que determina la claridad u oscuridad de un color. Las capas diluidas se superponen con el fin de construir las áreas oscuras del color.

Materiales: Las acuarelas están constituidas por pigmentos de origen vegetal, mineral o animal, aglutinados con agua, goma arábiga, además de glicerina, miel y un agente conservador. La glicerna y la miel evitan el cuarteamiento de capas gruesas.

Estas acuarelas se pueden encontrar en varias presentaciones: en pastillas, en tubo, líquidas y en lápices; de todas las presentaciones existen multitud de colores.

Entre las mejores marcas encontramos Winsor & Newton:

Acuarelas para artistas: Colores con un elevado porcentaje de pigmento, disponibles en pastillas, medias pastillas y tubos. Gama de 87 colores.

Acuarelas Syncromatic Transparent:
Acuarela líquida Fácil de usar, se pueden

utilizar directamente del frasco, también se pueden mezclar con otros colores y se pueden diluir en agua para conseguir tonos sutiles. Encontramos una gama de 39 colores

Soportes:

Dentro de las calidades de papel para acuarela existen tres diferentes texturas o acabados:

Papel de grano fino

Papel de grano medio o semi rugoso

Papel de grano grueso o rugoso

ACUARELA AERÓGRAFA

Los aerógrafos son pistolas que mediante aire comprimido pulverizan pintura. Hay dos tipos de aerógrafos: de palanca de acción simple y de palanca de acción doble.

Palanca de acción simple: Sólo se puede controlar el flujo de aire, pero no se puede graduar la mezcla durante el uso; este modelo no proporciona el control necesario para realizar trabajos detallados.

Palanca de acción doble: Mide exactamente la cantidad de aire y pigmento que sale por la boquilla rociadora, permitiendo modificar la densidad de la línea sin detener el rociado.

Técnica: La técnica que más se utiliza con el aerógrafo es el enmascaramiento, que, consiste en delimitar la zona que se va a rociar, cubriendo las demás partes que se deseen proteger.

Materiales: En un aerógrafo se puede utilizar cualquier medio líquido de dibujo o pintura, los más comunes son el gouache, las acuarelas concentradas, acrílicos, tintas y óleos siempre y cuando estos no tengan grumos ni partículas que obstruyan la boquilla del aerógrafo.

Algunas marcas son:

Paasche AB: aerógrafo de excelente calidad utilizado por artistas, ilustradores y retocadores fotográficos para detalles sutiles.

Paasche H Range: aerógrafos de acción simple
Paasche V y VJR Ranges: aerógrafos de doble acción, que producen un trazo más pequeño.

Soportes: Se puede utilizar cualquier medio o superficie que sirva para pintar con pincel o pluma.

2.7 TÉCNICA

"Técnica que consiste en combinar dos técnicas tradicionales, pluma y tinta y acuarela. Este método consiste en aplicar aguadas planas de color a dibujos realizados en tinta".

Técnica: existen tres maneras de trabajar con esta técnica. La más tradicional consiste en empezar dibujando la ilustración con tinta. Cuando la tinta se seca del todo, se aplican las aguadas, que dan mejor resultado sin son suaves. Se pueden dar más intensidad al color si se aplican capas sucesivas o si se trabaja húmedo sobre húmedo. Otra manera consiste en aplicar primero las aguadas y después, cuidando éstas se han secado, el dibujo a tinta encima. El tercer método es aplicar alternativamente ambos elementos, es decir, en añadir más tinta o color cuando se cree necesario.

Materiales: Para trabajarlo se recomienda un papel fuerte que no se arrugue al aplicársele las aguadas de color y liso sobre el que se pueda dibujar a pluma.

2.8 CARBONCILLOS

Material hecho de carbón comprimido. Se hacen carbonizando a alta temperatura ramitas de eucalipto o sauce en recipientes herméticos. Hay carboncillos de diferentes tipos: delgados, medianos y gruesos de sauce, pinturas de teatro, lápices, barritas comprimidas y carboncillos de vid. Técnica muy usada para esbozos o bocetos a gran escala. Gracias a sus diferentes puntas y textura, se logra una gran variedad de valores a

2.9 TÉCNICA
2.10 TÉCNICA
2.11 TÉCNICA
2.12 TÉCNICA
2.13 TÉCNICA
2.14 TÉCNICA
2.15 TÉCNICA
2.16 TÉCNICA
2.17 TÉCNICA
2.18 TÉCNICA
2.19 TÉCNICA
2.20 TÉCNICA
2.21 TÉCNICA
2.22 TÉCNICA
2.23 TÉCNICA
2.24 TÉCNICA
2.25 TÉCNICA
2.26 TÉCNICA
2.27 TÉCNICA
2.28 TÉCNICA
2.29 TÉCNICA
2.30 TÉCNICA
2.31 TÉCNICA
2.32 TÉCNICA
2.33 TÉCNICA
2.34 TÉCNICA
2.35 TÉCNICA
2.36 TÉCNICA
2.37 TÉCNICA
2.38 TÉCNICA
2.39 TÉCNICA
2.40 TÉCNICA
2.41 TÉCNICA
2.42 TÉCNICA
2.43 TÉCNICA
2.44 TÉCNICA
2.45 TÉCNICA
2.46 TÉCNICA
2.47 TÉCNICA
2.48 TÉCNICA
2.49 TÉCNICA
2.50 TÉCNICA



la línea que logran gran expresividad en las obras.

Existen varios tipos de carbón.

Carbocillo: es la forma más corriente del carbón y consiste en palitos de varios grados y tamaños

Carbón comprimido: No se rompen tan fácilmente como el carbocillo, pero las marcas que dejan son más difíciles de borrar al hacer correcciones.

Lápices de carbón: Se trata de barras de carbón comprimido, recubiertas de madera o papel, para formar un lápiz.

Conte a paris

Carbocillo prensado Conté

Carbocillo Pitt. Barras de carbocillo prensado de buena calidad.

2 9 6 1 0 1 9 6 1

Collage deriva del francés, coller que significa pegar. Por lo que podemos decir que es experimentar mezclando diferentes materiales.

Técnica: Consiste en superponer y combinar diferentes materiales y pegarlos en superficies planas.

Materiales: Fotografías, todo tipo de papeles, pequeños objetos, textos impresos, todo lo que se puede pegar o fijar sobre la superficie, cutter, tijeras y diferentes pegamentos.

Soportes: Lienzos, cartones, papeles gruesos o cartulinas.

2. 1 0 0 0 0 0 0 0 0

El gouache es una pintura opaca, a base de agua, que tiene como aglutinante goma arábica a lo que se añade pigmento blanco para dar opacidad. Resulta ideal para pintar áreas extensas de colores planos.

Técnica: El gouache permite al ilustrador gran flexibilidad ya que le da oportunidad de trabajar encima con facilidad, aplicando aguadas finas o superponiendo capas más densas y opacas, de oscuro a claro, similar a la técnica en óleos o acrílicos.

Para oscurecer el color se superponen capas del mismo color con menos agua. También son utilizadas algunas técnicas de salpicado y raspado.

El gouache es muy soluble y es posible superponer capas más opacas sobre transparentes y viceversa.



Materiales: Los colores se encuentran ya preparados en tubos de estaño o en frascos, también son vendidos como colores para diseñadores, Winsor & Newton es una marca que fabrica una gama de excelente calidad, con una gama de 80 colores.

Soportes: Para aplicar esta técnica son recomendables todos los papeles que sirven para acuarela, también papeles de colores oscuros, cartulinas ásperas, pero una superficie ideal es un cartón ligeramente desgrasado como los Gellot & Witman, Arteko y Colyer & Southey

Grabado en relieve:
Es el método más sencillo porque el diseño se graba mediante cortes e incisiones en la plancha. Esta técnica es fundamentalmente lineal, basada en líneas finas y duras. El método de dibujar no es el mismo que con la pluma o lápiz, se hace con un instrumento llamado grabador o buril, que se debe sostener en ángulo bajo, apoyado en la palma de la mano. Se empuja hacia delante penetrando en la superficie y arrancando virutas de metal, que van dejando un surco por donde se retendrá la tinta.

Linóleo: Tejido fuerte e impermeable

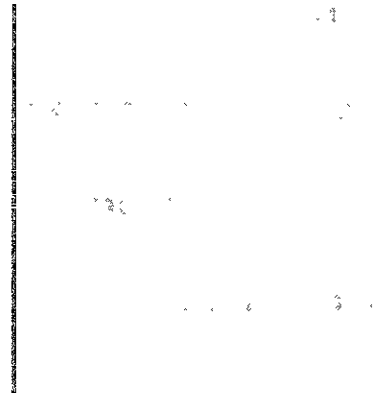
de yute cubierto con una capa de polvo de corcho amasado con aceite de linaza.

Se pueden emplear los mismos instrumentos que en el de madera, con la diferencia que el linóleo no tiene grano como la madera y permite el corte en cualquier dirección. Las rayas sin marcas se eliminan fácil raspando con una cuchilla afilada o con papel de lija fina. Aunado a estas cualidades es económico, por lo que lo convierte en un medio más común de usar.

Grabado en relieve

Es el método de impresión más sencillo y directo. Se recorta en líneas y zonas en un bloque que tenga una superficie lisa, por lo general de madera. Se corta con instrumentos finos y afilados, que producen líneas delicadas y precisas.

Las maderas más adecuadas son duras, como el boj, arce o peralque. Se venden en bloques de tamaño standard. Los grabadores suelen ser de acero y se fabrican en diferentes tamaños y formas. Para su uso hay que sujetarlo en un ángulo pequeño con la superficie del bloque para que no penetre en ella. Al trabajar, el artista puede ir comprobando el desarrollo del diseño, frotando con yeso entre las líneas cortadas.



2.8. Grabado en metal y agua fuerte

El grabado en metal y el agua fuerte son dos variables principales. En esta forma de impresión la imagen se graba sobre una plancha de madera que las líneas penetren bajo la superficie; a mano (grabado) usando ácidos que corroen la superficie con agua fuerte. Para imprimir se entinta la placa de modo que la tinta penetre en las líneas cortadas (depressiones). Se limpia la superficie de la placa para que sólo quede tinta en las hendiduras que son las que proporcionan la imagen.

2.9. Lápices para gráficos

Material hecho de una mezcla de grafito y arcilla "varilla de grafito para dibujar". Técnica que se basa en la línea; basándonos en ella podemos darle expresión a nuestro dibujo, valiéndonos en la fuerza que le demos al presionar el lápiz, y a la velocidad con que lo movamos, también lo podemos lograr con ayuda de los valores propios de las presentaciones del lápiz, donde existen diversos grados.

Lápices para gráficos:

Para ilustraciones con líneas de detalles nítidos o para dibujos a tonalidades.

Lápices para bosquejos:

Para bosquejos de estilo libre y dibujos de trazos

Lápices para bosquejos: Para bosquejos de estilo libre y dibujos de trazos vigorosos.

Lápices de grafito acuarelables: Tiene la ventaja añadida de tener una mina de grafito acuarelable.

Bloques de grafito natural: Se prestan para trazos anchos como a líneas muy finas.

Normalmente el uso que se les da a los H (duros) son para valores claros y contornos o trazos finos y a los B (suaves) para valores oscuros y líneas muy fuertes. Existen varias marcas en el mercado como son:

Turquoise: Especialmente diseñado para delineantes; este lápiz de gran calidad consigue una buena reproducción. De 6B a 9H

Faber castell

Castell 9000: Lápiz de gran calidad, ofrece un trazo de considerable opacidad y fácil de borrar. Los grados 8B a 5H adecuados para cianotipos; de 8B a 3H para fotocopias y de HB a 6H para películas de dibujo mate.

Derwent Graphic: Lápiz para uso profesional, veinte grados de 9B a 9H. Lápiz de bocetar Derwent: Util para dibujar y bocetar, con punta de cincel, que

www.derwent.com

www.derwent.com



LÁPICES PARA GRÁFICOS

produce una gran variedad de tonos, líneas y matices. De tres grados; blando, medio y duro.

STAEDTLER

Mars lumographic 100: Lápiz de alta calidad, duraderos, muy opacos y de puntas resistentes. 19 grados; EE, EB y de 9B a 6H.

Es el medio con el que podemos aplicar color. Están hechos con una mezcla de sustancias: colorantes, aparejo, lubricante y aglutinante. Se mezcla la arcilla y pigmentos orgánicos o químicos para obtener las minas, que después se secan lentamente en un horno y se remojan en cera para obtener una consistencia más blanda.

Existen tres tipos de lápices de colores: -Minas gruesas, Minas delgadas y Minas solubles en agua.

Una de sus principales características de los lápices de colores, es la versatilidad para utilizarlo para cualquier motivo, además de que son muy fácil de utilizar y no manchan y son compatibles para convar con cualquier otra técnica. Hay gran variedad de lápices de colores en el mercado los más comunes son: Derwent y Prismacolor. Se pueden conseguir en caja o sueltos, de cada

marca depende la dureza o suavidad del lápiz, así es que se recomienda probarlos antes de comprarlos.

Lápices de colores Carbothello de Stabilo. Presentación en caja de 12, 24, y 36 colores.

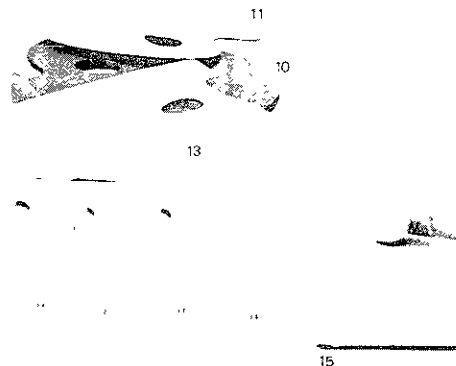
Derwent Studio. Minas finas para trabajos de gran detalle. Se venden individualmente o en cajas de 12, 24, 36 y 72 colores.

El óleo es una técnica en la que se emplean colores o pigmentos en polvo, aglutinados con aceites o barnices formando una pasta espesa. Estos aceites se secan lentamente y este proceso da a la pintura al óleo la riqueza de color que la caracteriza.

Técnica: Para pintar al óleo se utilizan dos técnicas básicas: una es en la que se elaboran pinturas mediante superposición de capas, dejando secar antes de aplicar la siguiente capa. La otra es la pintura directa en la que se utiliza color opaco que por lo general permite realizar la obra en una sola sesión.

En algunas ocasiones se recurre a una espátula para rascar la superficie de la pintura y retirándola después.

Otra técnica que se utiliza con frecuencia es el mojado sobre mojado; las pinturas



El óleo no se corre cuando se mezclan con otro color por encima de la pintura, aunque éste todavía esté húmedo.

Materiales: los óleos se venden en tubos de diferentes tamaños.

Soportes: Lienzos, madera, aglomerado, cartón, tableros preparados.

TEMPLE

La pintura de temple es una mezcla de mucho polvo de color muy fino mezclado con agua destilada y yema de huevo.

Técnica: se debe aplicar la pintura con pinceles o veladuras de color, trabajando cuidadosamente con el pincel. También se puede pintar sobre un repintado original. Es un error utilizar la pintura muy espesa ya que se agrietará y se desprenderá. Cuando la pintura esté completamente seca se le puede dar un acabado frotándola con un trapo.

Soportes: Una de las mejores superficies para aplicar temple es el lienzo, lo mejor es pegarlo a una tabla o si no tensarlo como para pintar óleo.

SOFTWARE

Las herramientas contenidas en los paquetes informáticos mejoran y evolucionan día con día a medida que

el software también evoluciona porque surgen nuevas aplicaciones y las antiguas van quedando obsoletas. Por ejemplo trabajar con capas facilita la modificación en el diseño sin alterar otras capas ó el resto de la imagen. Se pueden usar filtros que sirven para crear una variedad de fantásticos efectos con el mínimo esfuerzo, como por ejemplo ondas, relieves y difuminados.

Las tres herramientas imprescindibles para crear ilustraciones con computadora son: el ordenador, los paquetes de software y la unidad de entrada para tener las imágenes que formarán parte de la ilustración en el disco duro (escanner, floppy, zip, jazz, cd). Una imagen generada por ordenador suele crearse a partir del conjunto de imágenes con la que se trabajará, pero la elección depende del motivo que se tenga en mente.

“Las computadoras reducen la mayor parte del trabajo, pero no eliminan la necesidad de las cualidades artísticas. Por ello este trabajo se conoce como diseño asistido por computadora

ó CAD (Computer Aided Design), las computadoras no diseñan, sino que únicamente es herramienta del diseñador”.

Técnica de ilustración que permite crear obras con valores colorísticos saturados hasta muy delicados.

Existen tres tipos de pasteles secos.

Pasteles blandos: Poseen una alta proporción de pigmento en relación con el aglutinante y, por tanto, una rica textura y colores brillantes.

Pasteles duros: Son los más resistentes porque poseen más aglutinante.

Lápices de pastel: Recubiertos de madera y son más limpios y fáciles de usar, aunque los resultados que se consiguen con ellos son diferentes. Estas son algunas marcas que existen en el mercado:

Lápiz y Barra: Dement

Pastel Staniford

Presentación en barras de 12, 24, 36 piezas.

Pastel Square

Presentación en barras de 48 piezas.

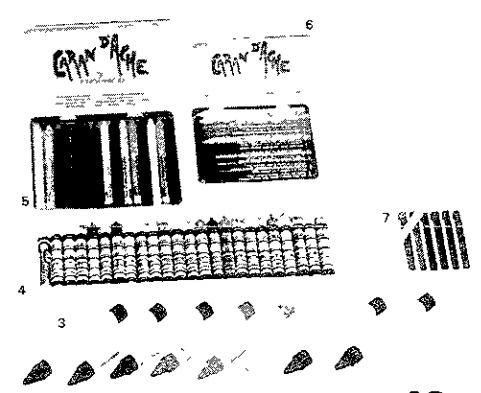
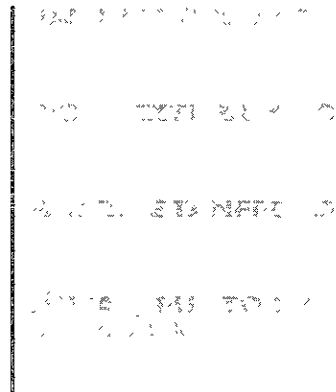
Técnicas que se utilizan para trazar las líneas y las figuras" Estos materiales logran dibujos sumamente precisos e impactantes, el trabajo manual es exhaustivo pero el resultado también

depende de la dedicación al proyecto.

Técnica: Existen varias técnicas ó estilos son las de líneas, puntos y salpicado; en cualquiera de las dos primeras, cuando son bien aplicados se logran valores tonales muy variados; y en el salpicado es un truco aplicado para dar efectos de textura con un cepillo de dientes ó de explosión salpicando con la misma pluma, par el cual se necesita de experiencia para lograr el resultado deseado. También existe la técnica de línea y lavado, que consiste en hacer primero un boceto con lápiz, pasar entonces la tinta y borrar el lápiz, enseguida se procede a pasar la aguada ya sea tinta diluida o acuarela sobre el trazo, después de secar se vuelve a marcar la línea de tinta con el propósito de no perder contrastes y líneas importantes.

Materiales: La tinta china debe ser de buena clase, impermeable, indeleble y de un negro intenso. Entre las buenas marcas existen Higgins, Reeves, Pelikan. También se fabrican en barras; estas producen una tinta excelente y muy fluida. Plumas de ave, Plumas de caña y Plumas fuente.

Los rotuladores son empleados como



medio de representación de imágenes visuales, permitiendo la producción de forma espontánea y directa de los efectos, ayudando al cliente a que tenga una clara idea sobre la imagen final.

Técnica: La intensidad de los tonos y colores es el resultado de las capas que se aplican, dejando zonas en blanco consiguiendo zonas claras, los colores se superponen para crear valores más oscuros y mezclas de color. Se consiguen efectos texturizados con rotuladores un poco gastados crean tonos más claros, también si se dibuja detrás de un papel fino.

Materiales: Hay dos tipos de rotuladores: los disolventes y los solubles en agua, con diferentes medidas y formas que producen una gran variedad de líneas.

Watercolor: de punta de cincel, en colores negro, rojo, azul, verde claro, gris, naranja, amarillo, rosa y violeta.

Soportes: El papel que se utiliza no debe ser traspasado por la tinta, ya que los trazos son indelebles y difíciles de corregir.

Salpicado de colores

Es un sistema simple para crear variedad en los medios tonos y planos.

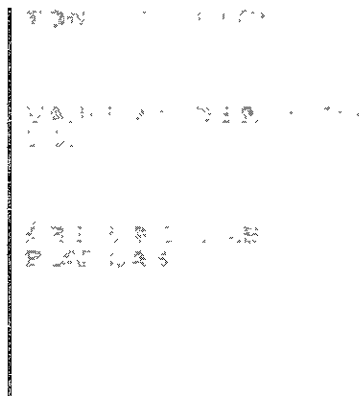
Técnica: En una cartulina o papel grueso se recortan las partes que se quieren salpicar, y lo que no se fija al dibujo. Para el salpicado se requiere de una pequeña red de alambre y de un cepillo de dientes viejo bien impregnado de color y frotando sobre la red, deja un salpicado de pequeños puntos que serán más o menos gruesos según la distancia que haya entre el dibujo y la red.

Imagen en blanco y negro (Cartulina Estucada)

Imagen en blanco y negro, obtenida al raspar el cartón entintado o de color negro

Técnica: Se traza el dibujo estableciendo las áreas negras o blancas, raspando la superficie de cartón negro mostrando el color blanco que está debajo, añadiendo áreas de medio tono con el rayado y tramado de rayas o puntos. Esta técnica es difícil porque sólo admite un margen de error mínimo.

Otros procedimientos aplicables son: el grabado de líneas paralelas, el trazado de siluetas, la creación de tonos con líneas y el tramado de rayas.



Materiales: Tinta, pincel suave y plano, hojas para escalear que se puedan sujetar al palillero de una plumilla; las hay de filo de forma de rombo, de gubias y de punta corriente.

Soportes: En el mercado se venden dos tipos de cartones, uno de superficie blanca y otro de superficie negra ya preparados, también se puede hacer una preparación casera en estireno con una preparación de 60% de tinta china y lo demás de pintura negra, dando una mano verticalmente, con brocha gruesa, después de seco se le da otra mano horizontalmente.

Principales aplicaciones: Se utiliza en las reproducciones monocromas de periódicos y revistas.

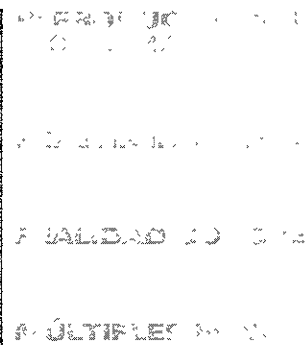
Seri : seda graphos : impresión
Es una extensión de la idea de repetir imágenes mediante plantillas. La diferencia es que las plantillas están sujetas al lado inferior de una malla tensada y montada en un bastidor. Estas mallas son de seda, pero actualmente son de nylon y terylene. Para imprimir la imagen se vierte tinta sobre la parte superior de la malla haciéndola pasar a través de la pantalla con un rastro. De este modo, la tinta llega al papel en

las zonas no bloqueadas por la plantilla. Se selecciona la malla de acuerdo a las necesidades del diseño y la calidad que se espera de ella:

Lo que sirve para dar una realidad concreta// Cualquier material que sirva para transportar o plasmar una idea o concepto// Es la superficie receptora de toda técnica de ilustración

Los papeles y cartones forman parte importante en el material de trabajo para los diseñadores. En la actualidad existe una gran variedad de papeles y cartones de múltiples fibras, grosores, pesos, etc., que se pueden conseguir en diversas medidas. Podemos clasificar los papeles dependiendo de la cantidad de ingredientes que contenga, como los papeles que contienen 100% algodón. Se utiliza el papel para múltiples funciones, desde la cubierta hasta para formar parte del diseño al utilizar recorte.

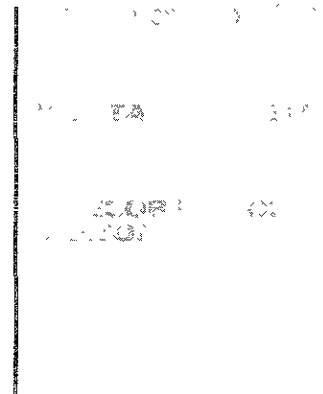
Papeles de dibujo: Debido a los ingredientes podemos decir que existen superficies suaves o ásperas. Se pueden conseguir en rollos, hojas o paquetes. Papel transparente: Están hechos de poliéster y al igual lo podemos encontrar en paquetes, hojas y rollos.



Papel adhesivo transparente: Hecho de poliéster que contiene pegamento para usar al contacto.

Papel layout: Para pautas y montaje de letras.

Cartones: El espesor de los cartones es más alto que el de los papeles. Las superficies se consideran super lisas, lisas, ásperas y extra ásperas. Dependiendo de la cantidad de encolado es el precio de los cartones, debido a que se pueden obtener superficies lisas o ásperas y se pueden utilizar ambas caras.

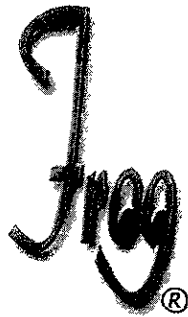


- 1 LEWIS, Brian, Introducción a ilustración, Ed. Trillas, la 1995 p.11
2. LOOMIS, Andrew, Ibid p.178
3. MEGGS, B. Philip. Historia del diseño gráfico. Ed. Trillas, México p 16
4. MEGGS,B.Philip. Ibid. p. 17
5. MEGGS, B. Op Cit. p. 19
- 6 MEGGS,B Ibid p 25
- 7 MEGGS,B Ibid p 37
- 8 MEGGS,B Op. cit. p 48
9. MEGGS, B. Ibid. p.51
10. MULLER, Brockmann Josef. Historia de la comunicación visual. Ed.Gustavo Gili. México p.18
11. MULLER,Brockmann Josef Op.cit. p.19
12. MEGGS,B. Op Cit p.53
13. MEGGS,B.Ibid p.64
- 14 DALLEY, Terence. Guia completa de ilustración y Diseño (técnicas y materiales) Editorial Herman Blume 1º Edición española 1992. P.52
- 15 MULLER, Brockmann. Op. Cit. p.19
- 16 VINS,William Mills. Imagen impresa y conocimiento (Análisis de la imagen pre-fotográfica) Editorial Gustavo Gili, p 40
- 17 MARTÍNEZ,Rubio M. Ayer y Hoy del Grabado y sistemas de estampación Editorial España Tarraco 1979. P.20
18. MARTÍNEZ,Rubio M. Ibid. p 21
19. DALLEY Op. Cit. p.36
20. DALLEYOp Cit p 54
- 21 VINS,William Mills Op.cit p.157
22. Ibid.p 14
- 23 SATUÉ,Enric El diseño Gráfico desde los orígenes hasta nuestros días. Editorial Alianza Madrid 1988 p.396
- 24 WESTHEIM, Paul Op. Cit. p.235
- 25 SATUÉ, Enric. Ibid p 400
- 26 WESTHEIM Op Cit p.p. 227-228
27. BARNAT,J Nuevo diccionario Enciclopédico ilustrado. España. Ediciones Nauta, Vol.2y3 (de 4), 1988 p.433
28. FUENMAYOR, Elena Ratón, ratón...introducción al diseño gráfico asistido por ordenador México, Ed. Gustavo Gili, 1996. P.12
- 29 BARNAT, J Ibid Vol.3 p.828
30. FUENMAYOR,Elena. Ibid p.27
- 31 FUENMAYOR,Elena Ibid p.27

Capítulo 3:

El Cliente

- 3.1 EMPRESA FROG S.A. DE C.V.**
- 3.2 TECNOLOGÍA FROGadn**
- 3.3 CLIENTE Y USUARIO**
- 3.4 LA COMPETENCIA**
 - 3.4.1 ANÁLISIS GRAFICO DE LA COMPETENCIA**
 - 3.4.2 REQUERIMIENTOS**
- 3.5 EL ENVASE**
- 3.6 LA MERCADOTECNIA Y EL ENVASE**



Software Technologies

Después de enfocarnos al estudio de la comunicación, el diseño y la ilustración, nos dirigiremos hacia el proyecto de mi tesis, tomando como punto de partida la razón de mi investigación, la cual es resolver un problema de comunicación visual a la empresa "Frog S.A. de C.V."

Las innovaciones tecnológicas en nuestros tiempos, han logrado de una forma sorprendente hacer que nuestra vida sea más práctica; en consecuencia, el desarrollo de la misma, ha logrado un avance en nuestra forma de hacer negocios, en la manera en que las empresas se mueven día a día y resuelven las necesidades de sus clientes. Y precisamente los productos de FROG son los encargados de hacer que los negocios se muevan de una forma diferente.

La empresa FROG es una empresa 100% mexicana fundada en 1994, dedicada al desarrollo de aplicaciones informáticas de misión crítica y operación administrativa.

FROG crea software capaz de resolver problemas de información y administración de gastos al minuto, ofreciendo soluciones especializadas de Ventas y distribución para todas

aquellas empresas que requieren herramientas que les permitan incrementar sus ganancias.

El objetivo de FROG es ofrecer al cliente un mayor control de sus operaciones administrativas a través de los sistemas que ofrece

Algunos de los servicios que ofrece son:

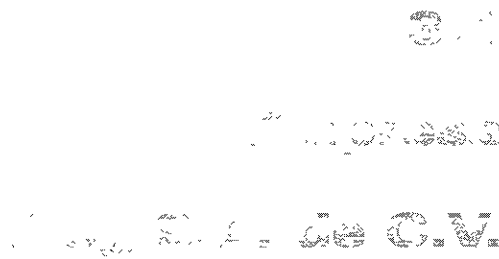
- Servicio de implementación
- Soporte en línea directa
- Actualizaciones.

Con la preocupación que no todos sus clientes tienen las mismas necesidades, ni los mismos requerimientos ofrecen los servicios de:

- Análisis y diseño de software
- Desarrollo de Software.

FROG ha trabajado con empresas como:

- PEPSI (grupo envasa en el ámbito nacional)
- PEPSI (grupo GEMEX)
- PEPSI (Guatemala)
- JUGOS DEL VALLE (a nivel nacional)
- CADBURY BEVERAGES (peñafiel/orange crush)



100% MEXICANA

SOLUCIONES
ESPECIALIZADAS

CONTROL DE
OPERACIONES

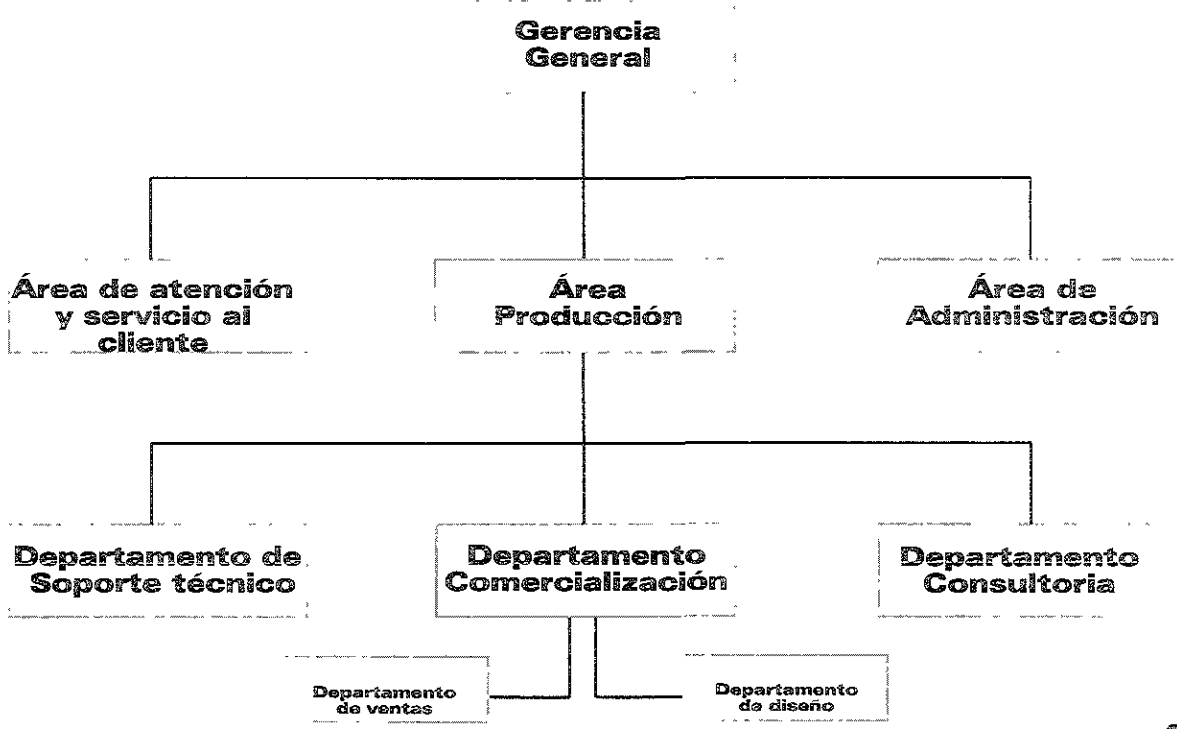
SERVICIOS

FROG S.A. DE C.V.
CALLE DE LA INDUSTRIA
C.P. 44100 GUADALAJARA, GTO.
TEL: 363 3111

-LECHERA SELLO ROJO (Guadalajara)
SUPER GAS DE MEXICO

FROG cuenta con tres departamentos básicos que son el de gerencia general, producción y comercialización; dentro de ellos trabajan profesionistas con gran experiencia en el ramo; veamos el siguiente organigrama de la empresa:

FROG S.A. DE C.V.



3.1.2.1. FROGadn Ventas y Distribución

Dentro de FROG el producto que se ha convertido en la herramienta de más confianza de empresas de todos los tamaños y sectores es "FROGadn Ventas y Distribución"

FROGadn es un sistema especializado en compañías dedicadas a la venta y distribución de productos

El resultado es un modelo de operación eficiente y exitosamente probado en el mercado para negocios, cuyo giro es la venta y distribución de productos tales como:

- Bebidas embotelladas.
- Leche y sus derivados, carnes frías.
- Galletas, pastas, productos de panadería
- Frutas, dulces, farmacéuticos, botanas
- Refaccionarías y partes automotrices
- Electrónica y ferretería

Dentro del sistema FROGadn Ventas y Distribución se crean seis productos que en su conjunto resuelven las necesidades específicas de cada departamento.

Los cuales son:

Facturación

Herramienta que le permitirá registrar, imprimir, controlar, consultar y crear reportes de facturas y notas de crédito

- Facturación de pedidos de preventa
- Facturación de notas de ventas atrasadas manual o automática
- Facturación de público consumidor
- Administración de listas de precios, descuentos y promociones.

Liquidación

- Liquida a vendedores de ruta y entregadores y controla las ventas de contado y de crédito.
- Liquidación manual o directa en Hand Held
- Soporte para liquidar por cliente agua de garrafón usando scanner
- Soporte de frecuencias de servicio extendidas para rutas de gas estacionario
- Conceptos configurables de movimientos y saldos
- Saldos en especie y efectivo, por ruta, vendedor o cliente.

Deudores y Acreedores

Administra y configura saldos de deudores y acreedores, conceptos de cargo, abonos, tipos de resguardo y planillas de cobranza

VENTAS Y DISTRIBUCIÓN

VECFROGADN
VENTAS Y DISTRIBUCIÓN

CONTROLES Y REPORTES

FACTURACIÓN
VENTAS Y DISTRIBUCIÓN

IMPORTE

REGISTRO

CLASIFICADO

Cartera
Vencimientos

Atención y Servicio al Cliente
Implementa un centro de llamadas para ofrecer un mejor servicio a tus clientes, y también para darle seguimiento a contratos, servicios y requerimientos de los mismos

Módulo de telemarketing
Módulo de recepción de quejas y servicios
Contratos
Comodatos

Almacenes
Controla, administra y registra las salidas y entradas de los productos.
Administra eficientemente tus almacenes
Registro de entradas y salidas de rutas, producción, compras, ajustes, transferencias y físicos, soporte para llenos, vacíos de refresqueras y agua de garrafón

FROGadn
Ventas y Distribución

1.3.3. El usuario

La necesidad que tiene el cliente, en este caso el Gerente General de la empresa "FROG" Lic. Fernando Chio, es obtener una imagen de comercialización en y con el envase; es decir:

Crear un envase para sus productos que transforma el software de un producto intangible a tangible, lo cual también justifica materialmente el costo del mismo

Dar la impresión a la industria que está obteniendo un producto terminado, aunque en realidad no lo es, puesto que al ser obtenido se tendrá que adaptar a las necesidades específicas del giro de la empresa.

Publicitariamente es un excelente método para hacer que el cliente siga solicitando los servicios de soporte técnico y de programación de adaptación a su giro. Además de aportar a la empresa una imagen de comercialización y de seriedad

Básicamente el cliente pide una imagen que refleje formalidad, funcionalidad, confianza, vanguardia y primordialmente que es un producto que se puede comprar (respecto al costo) y usar (respecto a la practicidad) sin mayor problema ni esfuerzo.

El usuario es cualquier empresa que necesite comercializar su producto a través de la distribución como es el caso de las embotelladoras. Los que compran el producto son los dueños o Gerentes Generales, y van desde PYMES (pequeña y mediana empresa) hasta grandes empresas como el caso de PEPSI. La mayoría de ellos son gente profesionalista de clase media y media alta, y debo mencionar que en el caso de empresas grandes regularmente los que toman la decisión o influyen de manera importante a la compra son los que trabajan en el área de sistemas, en este caso el gerente del departamento de sistemas

Los usuarios finales del producto son todos los que operan cada uno de los departamentos administrativos y comerciales de una empresa, desde el gerente general hasta el personal que atiende en mostrador en el punto de venta.

INFORMACIÓN

INFORMACIÓN

PRODUCTO

REPRESENTACIÓN

REPRESENTACIÓN

La Competencia

La competencia más importante de FROG son los sistemas diseñados por el mismo personal de las empresas, ya que estos logran hacer un sistema adecuado a las necesidades de la misma; no obstante el producto de FROGadn Ventas y distribución no tiene competencia real, puesto que ningún sistema ofrece exactamente lo que este es importante para el diseñador, poder informarse de la competencia en un aspecto gráfico; como también lo es respecto a las ventajas y desventajas del producto que se quiere comercializar; pues de las características positivas del producto, el diseñador puede sacar importantes conclusiones que pueden traducirse visualmente al hacer el diseño o la ilustración

Veamos entonces algunas empresas de sistemas que ofrecen algún módulo de los seis que tiene FROG como

Es una empresa española con 19 años en el mercado, con sucursales en Portugal, Estados Unidos, Argentina, y en México, su ramo al igual que FROG es la venta de sistemas para control empresarial, manejan cinco módulos: ContaPlus, TPVplus, ContaPlus PYME TPVplus PYME Y tiene un módulo especializado en facturación llamado AdminPlus el cual hace

competencia con el de FROG cuenta básicamente con la facturación que ofrece FROG aunque no tan especializada y tiene un costo bajo en el mercado de US\$499.

"VPEL"

Empresa con 18 años en el mercado de México y 8 en centro y Sudamérica, su ramo es el desarrollo y comercialización de sistemas de computo y servicios relacionados. También cuenta con un sistema parecido al de FROG se llama SAE (sistema administrativo empresarial), este permite controlar el ciclo de todas las operaciones de compra-venta de las empresas; también se divide en módulos que son: clientes, facturación, vendedores, cuentas por cobrar, inventarios, compras, proveedores, cuantas por pagar y estadísticas, también es económico

"SAP"

Esta empresa potencialmente no podríamos considerarla una competencia ya que es una líder en el mercado, donde por supuesto FROG no cabria en comparación; Pero los productos de FROG si logran cubrir los requerimientos de cualquier usuario de SAP La primordial característica de los productos de SAP es que tienen una fuerte y sólida posición en el mercado, donde las más grandes

VENTAS Y SERVICIOS

VENTAS Y SERVICIOS

VENTAS Y SERVICIOS

SAE

VENTAS Y SERVICIOS

VENTAS Y SERVICIOS

SE
A
A

empresas del mundo ya trabajan con este sistema pagando enormes cantidades de dinero.

Las primordiales ventajas del producto PROGadn Ventas y Distribución frente a sus posibles competidores son:

Fácil acoplamiento a la necesidad del cliente

Se adapta a cambios constantes de la tecnología.

Posibilidad de adaptación con otros productos

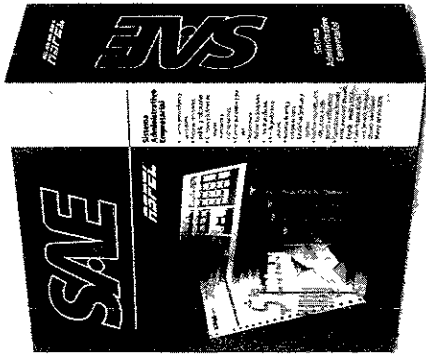
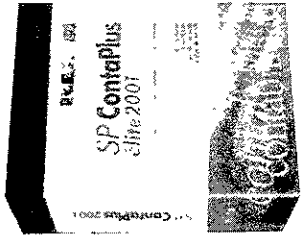
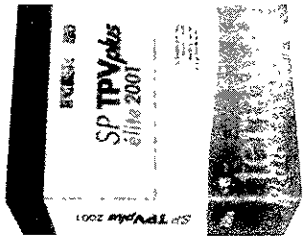
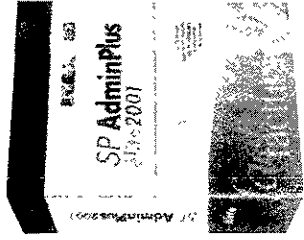
Corto tiempo de instalación.

Capacitación del usuario en corto tiempo

Sistema fácil de digerir



Marca	Nombre del producto	Color	Tipografía	Tipo de imagen	Legibilidad	Estructura del envase
SP	AdminaPlus elite 2001	Negro, amarillo y azul; predomina la ausencia de color.	Palo seco y la imagen contiene	ilustración digital	Correcto, por el contraste con el blanco y las características propias del palo seco, buen tamaño tipográfico.	Estable, por su forma cuadrada, y pesada por su espesor.
ASPEL	SAE	Rojo	Palo seco en altas y bajas	Colage fotográfico e imágenes gráficas con manejo digital.	Totalmente legible por el gran tamaño de la tipografía; el degradado y la sombra logran resaltar del fondo aunque presenten el mismo color.	Estable, por su forma cuadrada y su volumen pesado.



Distribución de elementos gráficos

Correcta. La ilustración da la impresión de estabilidad y soporte en la estructura del envase, el título del producto alineado parcialmente hacia la derecha proporciona una buena lectura, también sucede lo mismo con la identidad gráfica de SP.

Impacto visual

Gracias a los blancos y colores juveniles, logra la impresión de un sistema light, fácil de usar, sin dejar este de ser especializado, esto último se reafirma con la franja negra en la parte superior. La ilustración digital en la parte del frente inferior tiene movimiento ondular y tipografía en transparencias y con movimientos escalares, ésto logra la sensación de dinamismo.

Reflejo de ofrecimientos del la empresa

Ofrecen un sistema sencillo a buen precio, y eso se refleja en la dominación del blanco y la sencillez compositiva del envase. También en el tipo de impresión se refleja la calidad que ofrecen del software.

Distribución muy básica, elementos centrados, la distribución es buena en el caso de la franja blanca con características.

La tipografía por ser pesada y estar en altas, da la impresión de una empresa sólida y firme. El rojo contrasta con lo sólido del título dándole un aspecto contemporáneo. Las características del producto son vistas delante, de lado derecho, esto resulta ser un acierto, ya que contrasta de lo vibrante del rojo, y sirve como descanso visual, en donde se logran leer las características más importantes del producto. Su composición es tradicional, en donde, los elementos título-imagen son centrados, dando como resultado una distribución básica. Gracias al fondo negro de la imagen, esta logra defender su espacio y sobresale de todos los demás elementos.

El sistema te ofrece ser seguro y confiable; se logra dar la impresión de confiable por la seriedad del envase, también reflejan madurez por la formalidad de la distribución de sus elementos gráficos y la sobriedad del diseño, da la impresión de ser un sistema muy especializado un tanto complicado.

Requerimientos

FORMAL E DISEÑO

SERIEDAD Y VANGUARDIA

ACLARACIÓN DE
MODULACIÓN

Al establecer los requerimientos dispuestos por el cliente, estoy haciendo una clara proyección de la posible solución al problema de comunicación planteado, y con ello lograr esclarecer las posibilidades gráficas que pueden ayudarme a traducir mi proyecto en algo concreto.

Veamos entonces los requerimientos formales, de uso y legales.

Requerimientos formales

-Uno de los requerimientos más importantes que el cliente expreso, fue el de acoplar mi diseño e ilustración a las medidas de las cajas existentes, las medidas son:

Delante y Detrás

Ancho:20cm

Alto: 24cm

Lados:

Alto:24cm

Ancho:7.2cm

Solapa frontal:

Ancho:20cm

Alto:7.2com

-Aprovechar las ventajas que da la impresión de inyección de tinta en cuanto a saturación de color y tipo de imagen; sin perder de vista la reproducción futura en algún sistema de impresión formal.

- Deberá contener elementos gráficos que reflejen seriedad y vanguardia, lo cual podré lograr a través de:

·Elección de tonos fríos de los colores que la empresa siempre usa.

·La elección de tipografía paloseco y sencilla de leer

·El estilo del diseño, que de idea de modernidad

·Evitando que la ilustración sea de tipo realística.

-Respecto al color deberé usar los colores que siempre usa la empresa con motivo de identificación, los cuales son:

·Azul

·Verde

·Puedo agregar algún otro color

- Para aclarar la modulación del sistema usaré un diseño similar en los seis módulos a través de:

·La misma Tipografía en todos los textos

·La colocación de las identidades gráficas

en mismos lugares y la colocación de la ilustración en el mismo lugar.

Secuencia de imagen de un módulo a otro dando la clara idea de un sólo sistema.

Para diferenciarlos uno de otro utilizaré las ilustraciones, que además de ser suficientemente atractivas deberán ser formas que logren hacer la diferencia entre un módulo y otro, esto a través de formas o figuras que se relacionen con el nombre del módulo correspondiente.

Es importante mencionar que el diseño total del envase deberá reflejar que es un sistema de fácil manejo y accesible económicamente; para ello podré usar formas ligeras y digeribles para cualquier tipo de persona, logrando así abrir un panorama de mercado.

REQUERIMIENTOS DE USO:

Es de vital importancia las características que hacen que el usuario se acople físicamente con el producto, pues de ellas se puede evaluar la funcionalidad de interacción.

Para que funcione la publicidad de un envase ya sea en un stand o en el mueble de una oficina, deberá contener

un tamaño considerable en los títulos de todas sus caras, así como identidades gráficas de la empresa, pues éstas tendrán que identificarse, percibirse y leerse a cierta distancia.

-Deberá informar en poco tiempo. Esto lo lograré a través de que el contenido textual sea corto, práctico y legible.

Requerimientos legales

En un envase es muy importante los contenidos legales, pues testifican como producto confiable hacia el consumidor o usuario.

-deberán contener aclaración de derechos reservados de la empresa FROG y de las marcas registradas mencionadas en estos; también incluir la dirección fiscal de FROG.

El envase

Como hemos visto la competencia de Frog no es mucha, pero aún así son empresas que están logrando ventas importantes con las que FROG por ahora no cuenta. Y está por demás decir que la carencia de una imagen de comercialización para FROG es su primordial obstáculo para lograr las ventas esperadas.

El envase nos dará parte de esa imagen; y a partir de este punto de la tesis entenderemos que conocer el envase en su función esencial y posteriormente como soporte gráfico y vehículo de publicidad; para esto, debo mencionar que el envase se divide en diferentes tipos, estos a partir del tipo de material que se use, en este caso hablaré solamente del que es de interés para el desarrollo de mi proyecto.

El envase ha rebasado su utilidad esencial de contener y proteger un producto, ahora no sólo se ha preocupado del impacto ecológico al ser reciclable después de su uso; también ha logrado ser uno de los vehículos más importantes de publicidad, y por ende una estrategia efectiva para posicionar un producto en el mercado. El comunicador gráfico trabaja al respecto proponiendo una imagen que logrará cumplir con los objetivos de comercialización.

Para comprender mejor el trabajo de diseño de envases, definamos primero algunos conceptos básicos:

Envase

Es el que ésta en contacto directo con el producto, este guarda, protege conserva e identifica, además de facilitar su manejo y comercialización.

Este a su vez se clasifica de la siguiente manera:

Envase primario: Envase inmediato del producto, el que tiene contacto directo.

Envase secundario: Contenedor unitario de uno o varios envases primarios.

Envase terciario: Es el que sirve para distribuir, unificar y proteger el producto.

Es esencial mencionar que el envase fuera de su función publicitaria es ciertamente importante respecto a su función práctica, ya que gracias a ésta podemos contener cualquier tipo de producto sin necesidad de tocarlos directamente, clasificar y organizar cantidades y espacios que pelgrent su calidad y también clasificar productos que inclusive puedan peligrar nuestra propia salud; en fin, existe una larga lista por la cual el envase repercute de manera constante y directa en nuestras vidas.

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN

1. EL DISEÑO

2. EL ENVASE

3. EL ENVASE

4. EL ENVASE

5. EL ENVASE

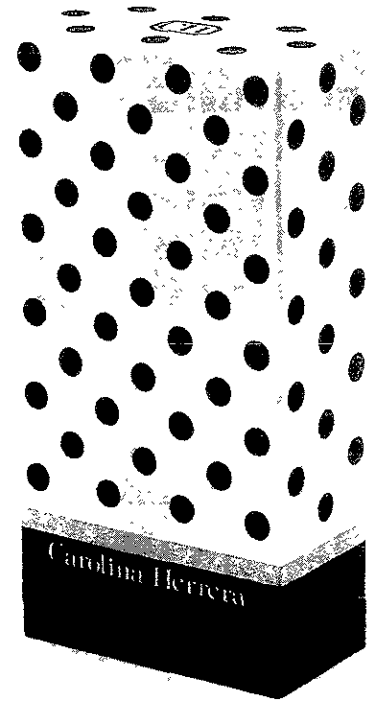
6. EL ENVASE

7. EL ENVASE

8. EL ENVASE

9. EL ENVASE

10. EL ENVASE



Para conocer un poco más sobre las características básicas de un envase, veamos el siguiente esquema de una caja plegadiza de Swann **2** Ver figura 1

Su uso es muy variado, sirve para casi todo tipo de producto desde comestibles hasta por ejemplo un contenedor de algún software; sus características principales son que por lo normal tiene la función de envase primario, además de económico es fácil de almacenar y se puede lograr una excelente calidad en la impresión.

El cartón de cuatro

Existe una gran variedad de cartones para construir las cajas plegadizas, estos cartones deben cubrir ciertas cualidades básicas, como la de ser fácil de doblarse sin riesgo a romperse, y el tener una buena adhesión al momento de imprimir sobre ellas. Algunos de los cartones más comunes son el cuche, cromekote, eurokote y el cartón corrugado. Este último cumple con funciones como: **3**

- Protege efectivamente al producto de posibles daños ocasionados durante su transporte.
- Lograr almacenar el producto de manera duradera

- Es uno de los materiales más económicos

Sistemas de Impresión **4**

Dentro de los sistemas de impresión para cajas plegadizas los más comunes son la litografía y el rotograbado.

La litografía offset

consiste a grandes rasgos en pasar indirectamente la tinta al papel con una mantilla de goma. Con este sistema se logra una impresión de calidad en los detalles y fotos, además de permitir introducir casi cualquier tipo de papel, y la velocidad de impresión es elevada a comparación de otros sistemas.

El rotograbado

Es un sistema que emplea cilindros de cobre grabados, que al girar se cubren de tinta y quedan los huecos tintados, y al presionar cilindro con otro cilindro de apoyo quedan grabadas las imágenes. Con el rotograbado se logra buena calidad de imagen tanto en delineados y fotografías.

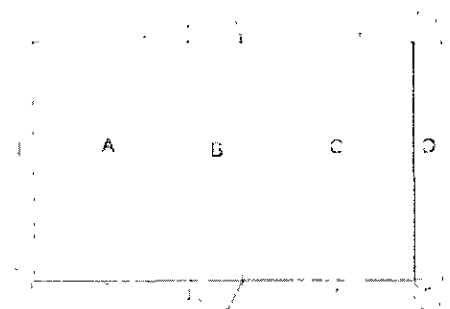
Cabe decir respecto a los sistemas de impresión; que dado que mi cliente hasta el momento tiene poca demanda del producto, no le es conveniente ninguno de los ya explicados sistemas de

CAJA PLEGADIZA

EL MATERIAL DE LA CAJA PLEGADIZA

LOS SISTEMAS DE IMPRESIÓN

FOCALIZANDO



A Delante/ B Lado/ C Detrás/ D Lado/ E Solapa frontal/ F Contrsolapa para la solapa frontal/ G Solapas interiores/ H Solapas laterales/ I Reborde para el pegado.

impresión; así es que por ahora el sistema que emplearé será la impresión en inyección de tinta en una impresora Epson Stylus Color 3000. Veamos en que consiste este tipo de impresión.

Impresión a Chorro (ink Jet)

“Consiste en la información digitalizada de una computadora, que dirige la tinta a través de boquillas para formar patrones alfanuméricos o de puntos. Por estas boquillas se rocía la tinta pulverizada para formar las imágenes en el papel”.



La mercadotecnia

en el envase

Ahora que conocemos los conceptos básicos del envase como son sus características físicas y su reproducción; nos internaremos en el envase como vehículo de publicidad y su función comercializadora, así como la importancia del trabajo del diseñador dentro de esta área.

El envase tiene dos funciones primordiales, la de contener un producto y la de comercializar; dentro de esta última, la cual se define como la función de comunicación, maneja la imagen del producto con la finalidad de provocar al posible comprador el deseo de adquisición. En cuanto a esta función de comunicación, la define la mercadotecnia y la realización la lleva a cabo el comunicador gráfico.

Después de leer varias definiciones, puede llegar a la conclusión que la mayoría de los autores coinciden en que la mercadotecnia está encaminada a satisfacer deseos y necesidades a través de un proceso de intercambio, que se logra mediante un sistema previo, en el cual se planea como establecer, promover y distribuir cualquier bien.

La mercadotecnia nos ayuda a definir el mercado al que nos estamos dirigiendo, obteniendo sus características principales, las cuales nos ayudaran a lograr comunicarle de manera efectiva nuestro mensaje visual y así obtener un producto exitoso.

Dentro de este estudio uno de sus principales propósitos es conocer los móviles que hacen que el consumidor compre el producto; básicamente son de dos tipos; el de tipo práctico-funcional, como es la obtención de resultados de cualquier producto, por ejemplo obtener un cabello sedoso y brillante; y el de tipo subjetivos, como lo es obtener prestigio usando cierto perfume o sentirse más femenina por usar alguna prenda. Cualquiera que sean las necesidades de nuestro mercado meta debemos reflejarlo en el diseño, pues de ello dependerá el éxito de nuestro producto. "A través del diseño de envase, pueden satisfacerse necesidades emocionales de los compradores; y éstas pueden ayudar a la venta de mercancías"

Dentro del estudio de la mercadotecnia ya se tienen clasificados a los consumidores por sus patrones de conducta; éstos se clasifican de la siguiente manera:

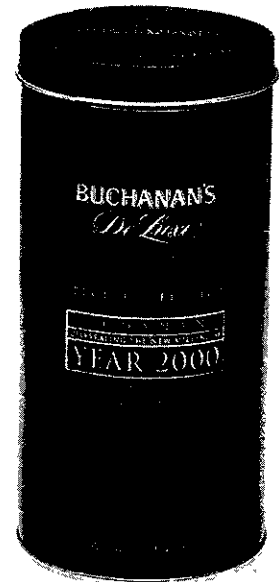
WANTER
NEEDER

DESIRE OF THE CONSUMER

SATISFACTION OF DESIRE
AND NEEDS

FACTORS OF THE
CONSUMER

PATTERNS OF CONDUCT



... sus necesidades de subsistencia. Estos como lo dice su nombre, únicamente obtienen aquellos productos que le son necesarios para su subsistencia, y que cumplen fríamente con su objetivo; además son atraídos fácilmente por los envases que anuncian un bajo costo, pues éstos tipos de consumidores buscan la economía más que la marca.

Consumidores selectivos:

Son compradores exigentes, buscan la calidad antes que cualquier cosa, para ellos es importante saber quién hace el producto, si es reconocido y si tiene un buen prestigio; también tienden a buscar los productos que no dañen a la ecología.

Consumidores impulsivos:

Son a los que llamamos presas del consumismo, pues compran cualquier cosa motivados más por sus necesidades subjetivas que por necesidades funcionales; éstos gastan grandes cantidades de dinero por satisfacer sus deseos inmediatos. Aunque pareciera que no son un reto para el diseñador, son los más difíciles de definir como reaccionaran ante un nuevo producto.

Estas clasificaciones sirven al diseñador a orientar su solución grafica a determinado tipo de gente al que va dirigido; por

ejemplo si se quiere dirigirse hacia un consumidor selectivo, es importante hacerle notar la marca y asegurarle que el producto que van a obtener es el mejor, o que tienen experiencia en el ramo; como también podrian fijarse en el tipo de impresión.

La relación entre consumidor y envase es esencial, ya que este último es el que tiene el contacto directo con el consumidor y por lo tanto es la presentación de toda una serie de tácticas comerciales definidas por la mercadotecnia.

Es así como el envase es un portador de mensajes, de significados ya que en el momento en que este interactúa con el consumidor, se logra hacer una comunicación visual entre producto-consumidor, mediante formas, imágenes, signos y toda clase de códigos de los que está integrado el envase.

Dentro de este lenguaje visual que se establece entre consumidor y producto están las siguientes funciones:

La distinción:

Con esta función hacemos que el posible comprador no confunda nuestro producto con otro, aunque tenga las

PRODUCTOS DE ALTO PRECIO

COMPRADORES EXIGENTES

SATISFACCIÓN EN LOS PRODUCTOS

PORTADORES DE MENSAJES

LENGUAJE VISUAL



PROPOSITO
ZENTIF

DEBE SER
PUBLICIDAD

Las mismas características funcionales, visualmente debe ser reconocible y recordado.

Función de atracción

Debe ser impactante, debe conducir al usuario de un estado pasivo a uno activo, eso se logra a través de los colores, de una imagen nítida y clara, y por supuesto de una idea original y creativa.

Función de espacio

Dentro del estudio mercado lógico podrá obtener información del tipo de personas al que estamos dirigiéndonos, de este están canonizadas sus costumbres, deseos, gustos etc., de ello concluimos en móviles que los llevarán a reflejarse con el producto; así es que una vez percibidos estos móviles se deben aplicar al diseño con el propósito de que nuestro público se identifique con él y lo compre.

Función de seducción

Aún cuando la función de seducción ha logrado que el posible comprador sea atraído e identificado con el producto; si la información sobre este no define claramente sus características, sus ventajas y sus funciones; el proceso de compra puede ser frustrado, así como también es importante la correcta marcación de precio y caducidad en dado caso.

Es parte de la responsabilidad del diseñador asegurarse que el envase cumpla con todas estas funciones, además debe acoplarse a un pensamiento de composición tridimensional, donde cada uno de sus lados estará comunicando algo y donde deberá tener concordancia con la imagen de la empresa, y a su vez una estrategia de publicidad.



CITAS

1. VIDALES, Guiovannetti, Dolores. El mundo del envase. Ed. Gustavo Gili, México. p.90

2. SWANN, Alan. Bases del diseño gráfico. Ed. Gustavo Gili, 1990 p.6

3. VIDALES, Guiovannetti, Dolores. Ibid. p.35

4. VIDALES, Guiovannetti, Dolores. Ibid. p.124

5. VIDALES, Guiovannetti, Dolores. El mundo del envase. Ed. Gustavo Gili, México p.128

6. DANIEL, Patricia. Fundamentos de mercadotecnia. Ed. Trillas S.A. de C.V. México D.F. Pag. 18-20

7. PILDITCH, James. El vendedor silencioso. Ed. Oikos-tau, S.A. Barcelona 1968 p.18

Capítulo 4: Proyecto Gráfico



4.1 COMPOSICIÓN

4.2 IDEAS

4.3 TÉCNICA Y COLOR

4.3.1 PROCESO DIGITAL DE LAS
ILUSTRACIONES

4.4 DISEÑO DE ENVASE E IMPRESIÓN

4.5 COMPROBACIÓN DE
REQUERIMIENTOS

Composición

CON FORMA Y FORMA

LEY DE LA UNIDAD Y EL INTERÉS

En este último capítulo entenderemos el proceso paso a paso para lograr la solución gráfica planteada; primeramente retomaré todos los requerimientos expresados por mi cliente, y segundo, trataré de plasmarlos en mi trabajo; para lograrlo manejaré mis conocimientos en comunicación gráfica, técnicas de ilustración y me basaré en el previo conocimiento de mi cliente, competencia y en el usuario final del producto; cabe decir que del manejo y conocimiento de todos los anteriores depende en gran medida el éxito del proyecto.

Primeramente busqué hacer una composición libre o dinámica, la cual se refiere a la expresión de la sensación del momento; ésto basándome principalmente en la ley de la unidad, donde busque darle un sentido claro entre contenido y forma mostrándolo claramente en la ilustración y en la idea que quería comunicar. Para lograr obtener la atención del espectador me base en la ley de la variedad y el interés, donde el objetivo es atraer mediante la variedad de formas, colores, fuerzas y un tanto de agresión sobre el observador

Mi primera idea fue lograr mediante formas muy abstractas la concepción de cada módulo, donde mi herramienta única fuera la computadora y las espirales como principal forma de manejo conceptual; las espirales jugaban de forma libre dando la sensación de salidas y entradas, de repeticiones, de minimización y incrementamientos; además de comunicar visualmente velocidad, dinamismo, y vanguardia, ayudados también por los efectos propios de la herramienta y los colores altamente contrastantes con el fondo blanco. También use tipografía como parte de la ilustración, la cual trataba de darle un sentido de procesos administrativos; el título del módulo era el más importante, pues en él se lograba aclarar todas las formas y proponerle al espectador la tarea de relacionar las formas con el título.

En un principio parecía una buena solución, pero uno de los principales problemas que detecté fue lo complicado que era entender el contenido de la abstracción de conceptos, en realidad era difícil que el espectador entendiera la relación entre contenido y la forma; además daba un aspecto un tanto impersonal y frío por la ausencia del hombre y de formas conocidas en la cotidianidad de los procesos administrativos que se suscitan en cualquier oficina.

Ver figuras 1-5

FIG 1





FIG 2



FIG 3



FIG 4

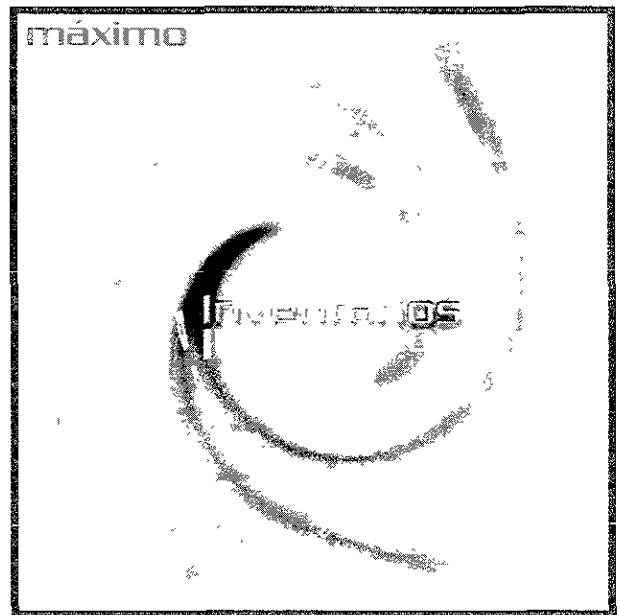


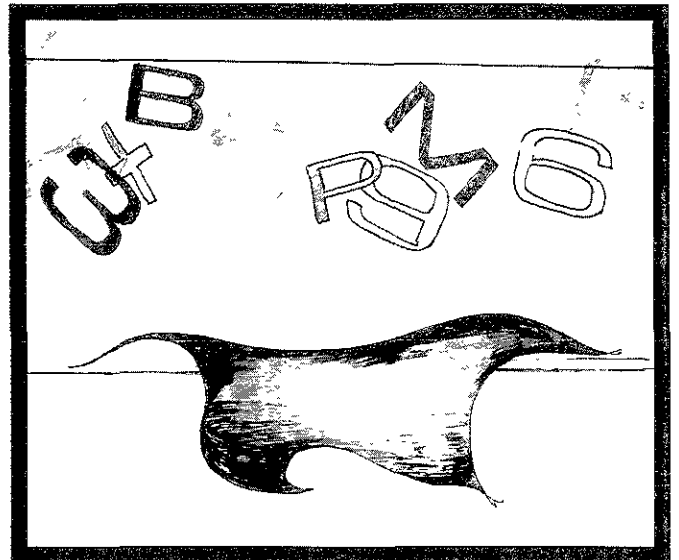
FIG 5

De ahí me basé para entender que la evolución tendría que estar en formas conocidas y utilizadas por el hombre en su cotidianidad; la propuesta tendría que seguir siendo abstracta y con elementos tipográficos.

Las segundas propuestas continuaron siendo poco traducibles y confusas, así que trataría de darle un sentido menos abstracto y más digerible.

Ver figuras 6-10

FIG 6



FACTURACIÓN



FIG 7



FIG 8

ATENCIÓN Y SERVICIO AL CLIENTE



FIG 9

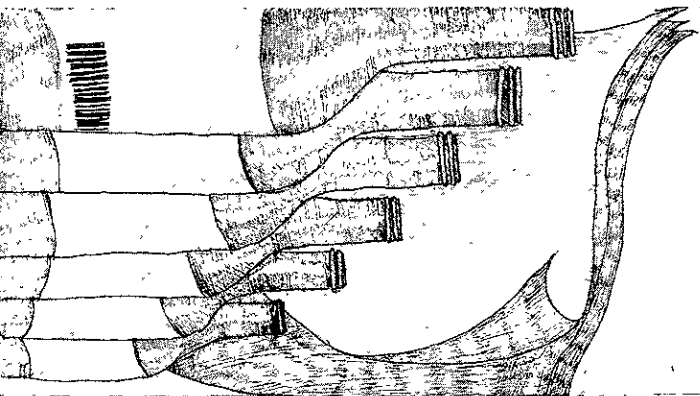


FIG 10

TÍTULO DEL MÓDULO
 PROBLEMA QUE
 SE DEBE RESOLVER
 OBJETIVO DEL MÓDULO
 SEGMENTOS
 GEOMÉTRICOS

La tercera solución la logre mediante formas conocidas, como la computadora, las manos del hombre, hojas, reloj etc. Comencé pensando en el título del módulo, y leí la documentación que tengo respecto de lo que hace cada módulo; después traté de buscar palabras que se relacionaran físicamente con algún objeto; por ejemplo, el módulo de facturación se relaciona con la entrega de un papel, y cuentas por cobrar se relaciona con el tiempo y por lo tanto con un reloj. Traté de darle un orden de unidad y lectura a todos los elementos, y mediante un fondo dividido en segmentos geométrico regulares e irregulares, logre la sensación de modulación propia del sistema FROGadn Ventas y Distribución. Ver figuras 11-15

Esta solución es definitivamente la correcta, pues respondía perfectamente a los requerimientos del cliente.

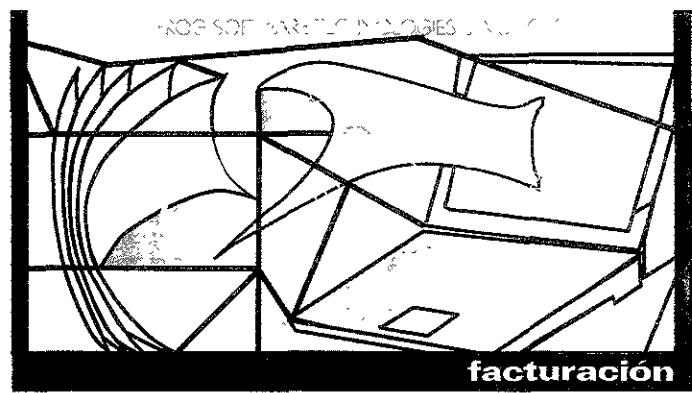


FIG 11



FIG 12

Técnica de pintura

Después de elegir el boceto, comencé a buscar imágenes que me pudieran servir como referencia visual, me apoye en un libro llamado "Image Bank" el cual me proporcionó imágenes que por su dificultad me fue necesario observarlas para poder dibujar; como es el caso de la imagen de la perspectiva de la computadora del módulo de facturación, las manos de liquidaciones, cuentas por cobrar y el teléfono de atención y servicio al cliente.

Una vez terminado el dibujo que hice a lápiz sobre albanene, calqué el dibujo sobre mi soporte rígido para aplicar la técnica

Técnica

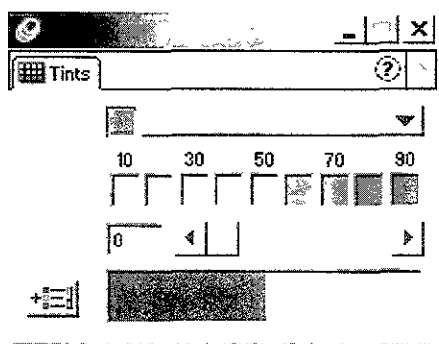
Respecto a la técnica, en mi primera opción había propuesto una ilustración totalmente digital, pero pensé que podría dar la impresión de más accesibilidad y menos complejidad si buscaba una técnica tradicional que lograra solidez en el color y facilidad de manejos tonales; elegí el acrílico porque además de proporcionarme las características anteriores, también es una técnica que he manejado en repetidas ocasiones, lo cual representaba una ventaja. Utilicé acrílicos marca "politec"; azul celeste, amarillo medio y blanco titanio, y como herramienta pinceles redondos de marca

"Raphaello". El soporte que utilicé fue cartulina ilustración marca Gilbert; la cual gracias a su solidez reciste la espesura del acrílico y conserva los colores sin absorber demasiado.

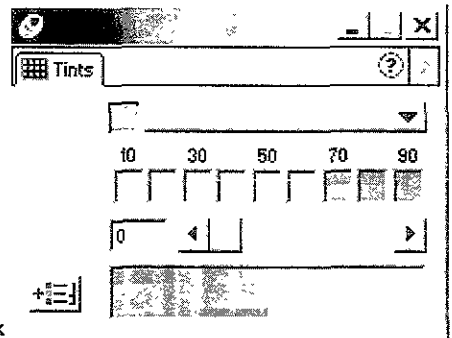
Ver figuras 16-20

Color

Los colores que utilicé son básicamente el azul, verde y amarillo. El azul y verde fueron solicitados por el cliente a referencia de los colores corporativos, los cuales se autorizó utilizar en cualquiera de sus variaciones tonales, el amarillo funciona como acento, además de darle calidez al trabajo, el negro que contorna las figuras principales dan formalidad y solidez a la ilustración.



100c 0m 100y 20k



100c 11m 0y 0k



FIG 16



FIG 17



FIG 18



FIG 19

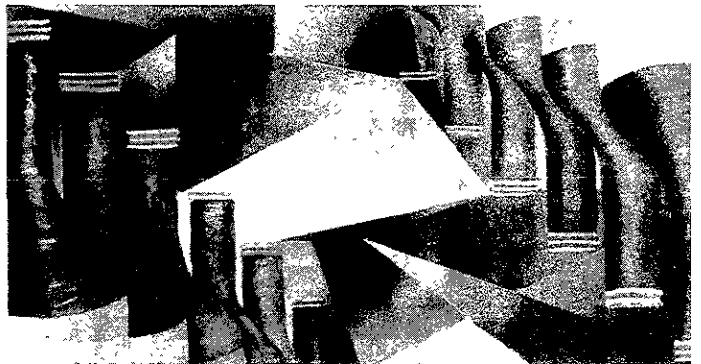


FIG 20

Proceso digital de las ilustraciones

EDICIÓN ORIGINAL
COLORADO REPRODUCCIÓN
COMPOSICIÓN
TIPOGRÁFICA
ARCHIVO 10

Después de terminar las ilustraciones en técnica de acrílico, procedo a escanearlas a una resolución de 300dpi, esto para lograr una buena resolución al imprimir.

3. Abro las imágenes en el programa "Freehand 10" y trazo con la herramienta de "Pen" las líneas azules que contornean cada figura geométrica y también las líneas negras que delinear las formas.

4. Coloco la composición tipográfica con efecto de lente y movimiento; ésto con razón de darle la sensación de rapidez y movilidad propias de la tecnología; además la tipografía hace mención a algo relacionado con el módulo correspondiente, por ejemplo, en facturación los números y letras son alusivas a un RFC; también en cada una de las ilustraciones aparece el nombre del módulo en transparencia. Utilicé la tipografía Kabel Bk Bt por sus características paloseco y la tipografía Zurcí Ex Bt por su claridad y solidez. Ver figuras 21-25

FIG 21

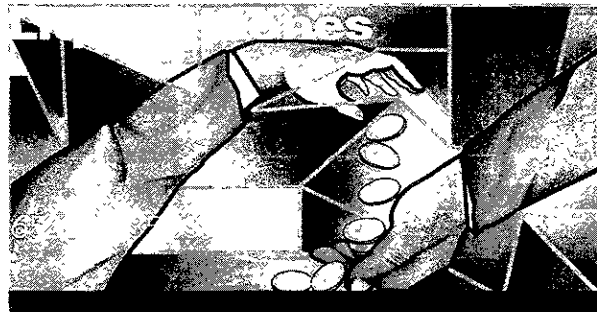
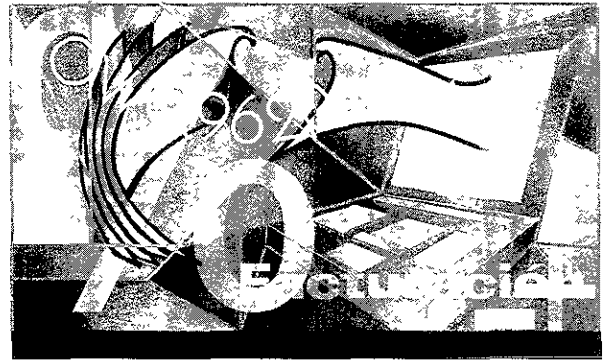


FIG 22

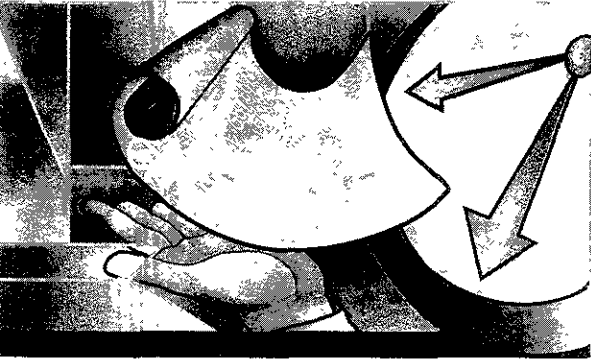


FIG 22

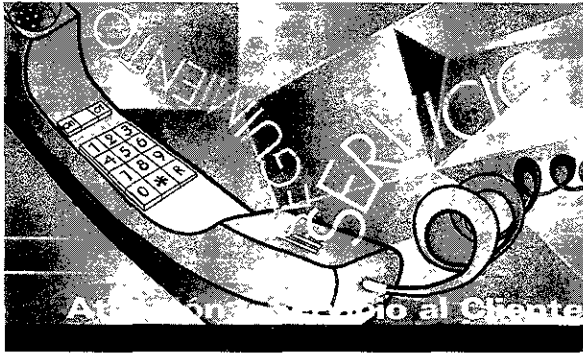


FIG 23

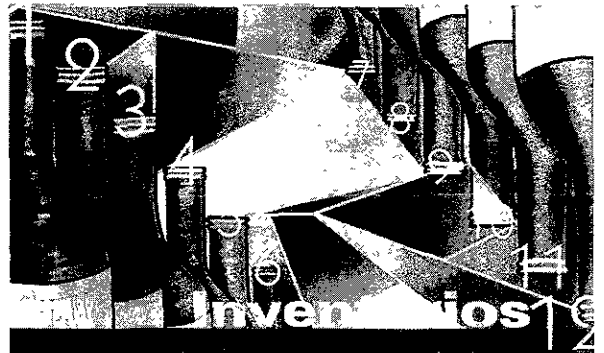


FIG 24

Fig. 21. Diseño de la estructura del envase plegable a línea.

Una vez terminadas las digitalizaciones de las ilustraciones, en el programa Freehand construyo la estructura básica del envase plegable a línea.

1. Diseño sobre la estructura lineal acomodando todos los elementos compositivos, tales como. título del módulo, textos explicativos, identidades gráficas de la empresa y del producto, ilustraciones y textos legales. Observo tridimensionalmente los bocetos desde photoshop 5.5. En este paso tuve que hacer varios bocetos para elegir el correcto, los cuales tendrían que acentuar los requerimientos de mi cliente. Ver fig. 21-22

Elegí la segunda opción. Pues en ella logre darle el impacto necesario a la ilustración, esto gracias a los blancos que contrastan con los colores.

También el título me era importante que fuera claro y entendible; así que decidí fuera en color negro y con la tipografía Zurich UBk EX BT, la cual resolvió esto de la manera deseada.

El mismo nombre del módulo nos lleva al enlistado de las principales ventajas del producto.

Las líneas negras que rodean el envase además de proporcionar solidez y seriedad a la composición, dan seguimiento a los demás envases del

sistema. De la misma manera funciona las laterales derechas donde la ilustración continua conectando envase con envase.

3. Completado el diseño, lo acomodé en un formato de pliego A2 de 420 x 594mm Epson Photo Quality Glossy Paper (papel de calidad fotográfica tipo satinado), marco todas las líneas guías que me servirán para recortarlo; enseguida lo mandé a imprimir en una impresora EPSON STYLUS COLOR 3000 a calidad glossy paper a 1400dpi.

4. Al obtener la impresión, procedo a pegar con Spray adhesivo de aerosol marca 3M Súper 77, sobre la caja plegadiza previamente suajada, y con ayuda de una mesa de luz para lograr la precisión del pegado; elimino todo sobrante de papel y armo el envase pegando las pestañas. Para la protección del envase una vez introducido el producto se envuelve con plástico PVC en una máquina especial.

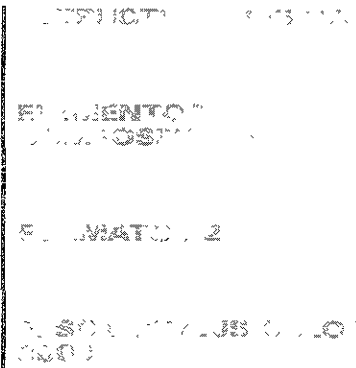


FIG 21



FIG 22

RECOMENDACIONES

Todos los requerimientos que fueron expresados por mi cliente están resueltos en mi propuesta gráfica; veamos entonces como cada uno se fué solucionando:

1. Acoplé la ilustración al tamaño de la caja existentes, de manera que todos los elementos gráficos texto, imágenes gráficas y datos legales, estuvieran dentro sin saturarse.

2. Para reflejar seriedad y vanguardia:
Utilicé tonos fríos de los colores azul y verde y la franja negra debajo de la ilustración.

También procure el blanco en toda la composición.

3. Use tipografía Kabel por sencilla, ligera y moderna, además de ser muy clara su lectura.

El estilo del diseño lo plasme en toda la composición de la caja, logrando el contraste de colores con el blanco, y con esto reflejar frescura, modernidad e innovación.

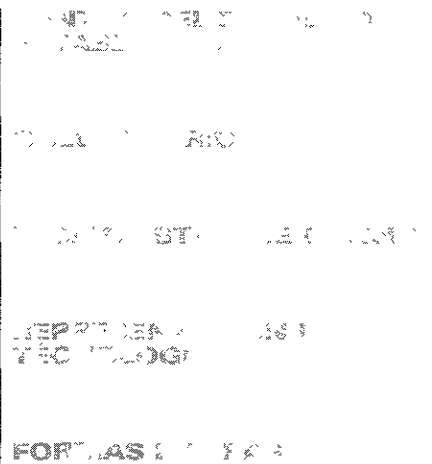
4. Respecto a la ilustración procure que fuera abstracta, la cual refleja claramente modernidad; además, según el estudio de la competencia que hice, el tipo de

ilustración que estoy usando es la que se está usando para representar tecnología.

5. Para aclarar que hablo de un mismo sistema con sus modulaciones, utilicé el mismo diseño tipográfico y el mismo estilo de ilustración, además de darle una secuencia de ilustración en la parte de lado derecho del envase.

6. Para cumplir el requerimiento de fácil accesibilidad económica y de utilidad, lo resolví utilizando formas ligeras en algunas de las ilustraciones y con tipografía casi invisible; también lo logre reflejar a través de manejar formas conocibles para cualquier persona como lo son las hojas, la computadora, el reloj, botellas etc.

Estoy segura que la solución que propuse en esta tesis, tendrá resultados positivos, ya que concluí, en una propuesta que además de ser estéticamente agradable, muestra que la ilustración tradicional no puede sustituirla ninguna herramienta digital, ya que el resultado es totalmente único.



Part 5 to 10/1/2011



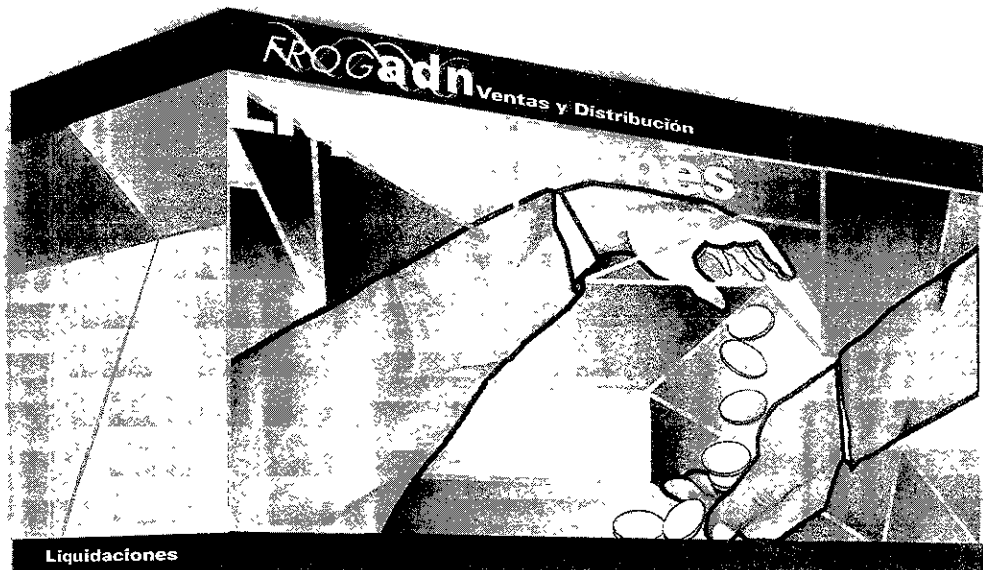
FROGadn Ventas y Distribución

Facturación

Módulo Facturación

- Fácil acoplamiento a la necesidad del cliente.
- Se adapta a cambios constantes de la tecnología.
- Posibilidad de adaptación con otros productos.
- Corto tiempo de instalación
- Capacitación del usuario en corto tiempo.
- Sistema fácil de digitar.

Software Technologies



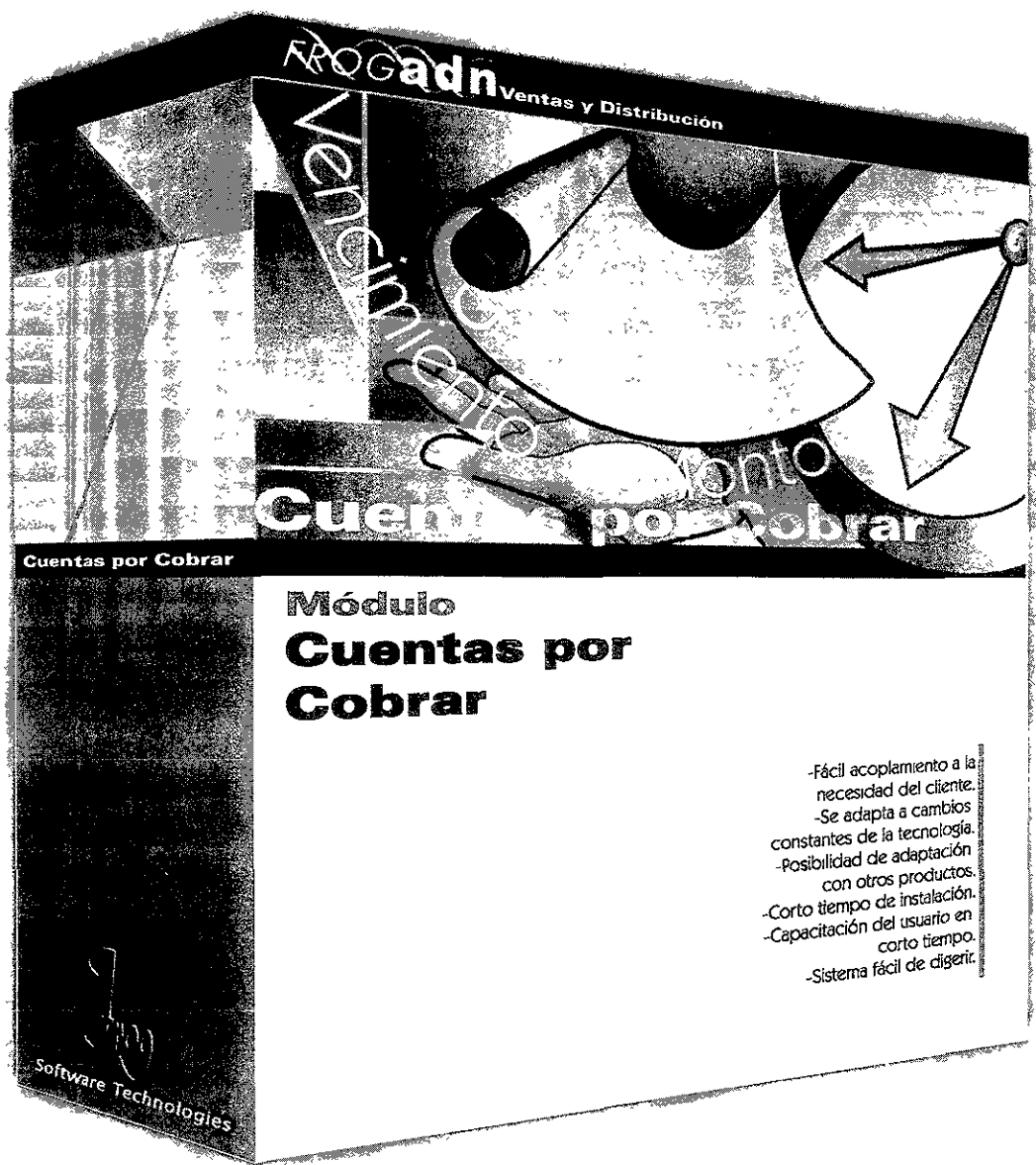
Liquidaciones

Módulo Liquidaciones

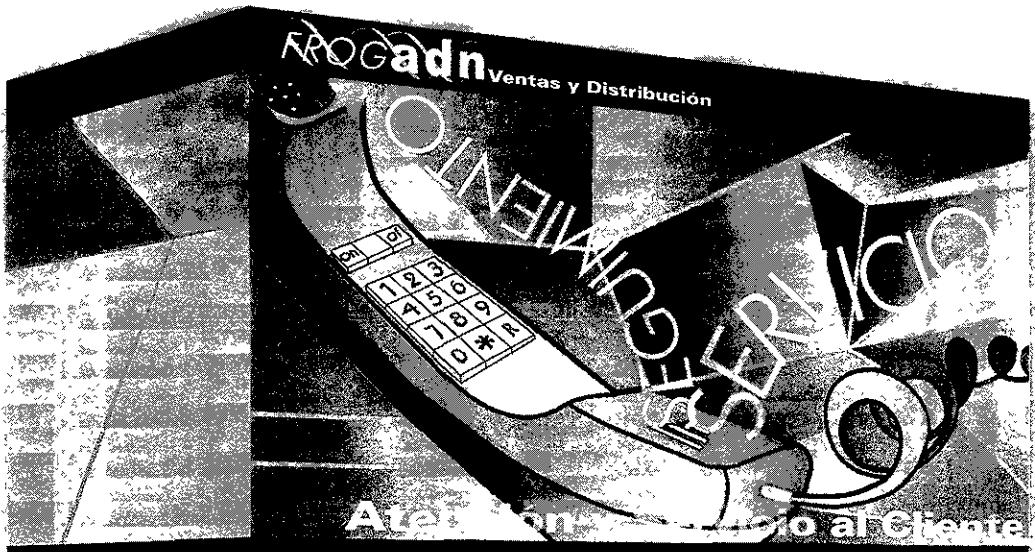
- Fácil acoplamiento a la necesidad del cliente
- Se adapta a cambios constantes de la tecnología.
- Posibilidad de adaptación con otros productos.
- Corto tiempo de instalación.
- Capacitación del usuario en corto tiempo.
- Sistema fácil de operar.



EMF
SUE
7/9



TE



Módulo
Atención y
Servicio al Cliente

- Fácil acoplamiento a la necesidad del cliente.
- Se adapta a cambios constantes de la tecnología.
- Posibilidad de adaptación con otros productos.
- Corto tiempo de instalación.
- Capacitación del usuario en corto tiempo.
- Sistema fácil de operar.

Software Technologies

2000



En un principio cuando decidí resolver el proyecto gráfico sobre un tema tan actual como lo es la tecnología, lo primero que se me vino a la mente, fue resolverlo mediante una ilustración digital, pues está parecía ser la respuesta más obvia; pero no fue así, ya que una de las experiencias con la que me pude encontrar en mi tesis, fue que las técnicas o herramientas de la ilustración son tan ricas y aportativas, que varias de ellas podrían darnos la solución requerida. Sólo se trata de darle el enfoque conceptual al que deseamos llegar, y esto definitivamente tiene que ver desde un principio con nuestra intención de comunicar algo.

Respecto a la comunicación, es primordial cuando estamos sumergidos en un proyecto gráfico, no perder de vista en ningún momento que nuestro principal objetivo es expresar una idea al servicio de algo o alguien. En esta tesis tuve que responder a la necesidad de comercialización de un producto; un producto que por su utilidad no puede considerarse de primera necesidad; lo cual lo convierte en algo más impersonal o hasta frío. Yo considero que la manera en que lo resolví, reduce esta visión de frialdad en gran medida; lo cual pude percatarme que ayudó en gran parte la técnica tradicional de ilustración.

Estoy segura que este proyecto podría resolverse gráficamente de muchas maneras; porque además de ser muy rico conceptualmente; también presenta otra área del diseño en la que seguramente podríamos profundizar, como lo es, el envase; el cual podría presentarnos infinitas alternativas gráficas, y aún mas si pensamos en su estrecha vinculación con la mercadotecnia y las técnicas publicitarias. En fin, creo que ésta es una tesis donde logre reafirmar que cuando se nos solicita una respuesta gráfica, no solo nos estamos comprometiendo con mostrar nuestros conocimientos gráficos visuales; sino que también primordialmente debemos comprometernos con entender a nuestra sociedad; pues de ello depende en gran medida el éxito de nuestra propuesta.

1. BENLLURE, José Luis. Dibujo. México, UAM, 1979S/p.
2. COSTA, Joan. Imagen global, Ediciones CEAC S.A. Barcelona 1987 p.261
3. D.A.Dondis, La sintaxis de la imagen, Ed. Gustavo Gili Barcelona, 1973, p.211
4. DALLEY, Terence. Ilustración y Diseño Gráfico. Guía completa de técnicas y materiales
5. DANES, Patricia. Fundamentos de mercadotecnia. Ed. Trillas S.A. de C.V. México D.F. P.169
6. DESING, Printing, and Display., Von Nostrand, New York, 19994, 158 pp.
7. EUGONE, Arnold. Técnicas de ilustración. Ediciones de Arte, Barcelona, 1982. Madrid, Hermann Blume, 1981. 224 pp.
8. FIGUEROA, Navarro Carlos. Creatividad, diseño y metodología. Ed. Plaza y Valdes Editores. México 2000, p.221 FIGUEROA, Navarro Carlos. Creatividad, diseño y metodología. Ed. Plaza y Valdes Editores. México 2000, p.221
9. GARCÍA, Pelayo y Gross, Ramón Pequeño Larousse Ilustrado, México, Ediciones Larousse, 1999. 1673 pp.
10. HAYES, Colin. Guía completa de pintura y dibujo. España, Herman Blume, 1992. p.223
11. HERNANDEZ Sosa, Jonathan. En busca de la cámara digital adecuada. Al comprar, haz la 'toma' correcta.
13. LOOMIS, Andreu. Ilustración creadora, Librería Hachette, Buenos Aires, 1974. 300 pp.
15. MAGNUS Gunter, Hugo. Manual para dibujantes e ilustradores. 2ª ed., Barcelona, Gustavo Gili, 1987. 288 pp.
16. MUNARY, Bruno. Diseño y Comunicación Visual. Ed. Gustavo Gili, Barcelona 1979, p.211 MUNARY, Bruno. Diseño y Comunicación Visual. Ed. Gustavo Gili, Barcelona 1979, p.21 MUNARY, Bruno. Diseño y Comunicación Visual. Ed. Gustavo Gili, Barcelona 1979, p.211

- 17.** NORMA diccionario enciclopédico Barcelona, Ed. Norma, 1991 p. 1664
- 18.** PARRAMOND, José. El gran libro de la acuarela. Barcelona. Parramón Ediciones, 1984, p.192
- 19.** PILDITCH, James. El vendedor silencioso. Ed.Oikos-tau, S.A. Barcelona 1968
- 20.** SLADE, Catharine. Enciclopedia de técnicas de ilustración. Barcelona, Editorial Acanto, 1997, P. 176.
- 21.** STAN, Smith. Curso práctico de dibujo, Barcelona, Blume, 1995 pp
- 22.** VICHIS, Esquivel, Luz del Carmen, Metodología del diseño fundamentos teóricos, Ed. Claves Latinoamericanas, México, 1998, p.161
- 23.** VIDALES, Guiovannetti, Dolores. El mundo del envase. Ed.Gustavo Gili, México p.365
- 24.** SWANN, Alan. Bases del diseño gráfico Ed. Gustavo Gili, 1990 p.143
- 25.** WORK, Thomas. Los materiales en pintura artística Barcelona, I.E.D.A. Las ediciones de arte, 1979, p.78
- 26.** WONG, Wucius, Fundamentos del diseño, Ed. Gustavo Gili, p.344
- 27.** WOOD, Phyllis. K Scientific illustration. A guide to Biological, Zoological, and Medical Rendering Techniques.