



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO**

**ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLÁSTICAS**

**“Diseño y publicación de página web  
para la difusión de la obra escultórica de Marina Pombar”**

**Tesis**

**Que para obtener el título de:**

**Licenciada en Diseño Gráfico**

**Presenta**

**Alma Rosa Castelán Leyva**

**Directora de Tesis: Lic. Olga A. Duarte Hernández**



**DEPTO. DE ASESORÍA  
PARA LA TITULACIÓN  
ESCUELA NACIONAL  
DE ARTES PLÁSTICAS  
XOCHIMILCO D.F.**

**México, D. F. 2004**



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



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

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

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

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

A mis padres,  
Por haberme ofrecido una buena educación,  
por todo su amor, comprensión  
y apoyo incondicional.

A mis hermanas,  
Por su cariño y buenos ejemplos.

A Prima y Ramón,  
Por darme todos sus ánimos,  
su apoyo, cariño y hospitalidad.

A Guillermo,  
Por todo el sentimiento  
y el apoyo incondicional.

A Olga,  
Por todo el tiempo, la dedicación y paciencia.

# Indice

	<b>1. La comunicación contexto del diseño gráfico</b>
1	Introducción
8	1.1 Importancia y perspectivas de la comunicación
13	1.2 Importancia y características de los medios de comunicación
30	1.2.1 Mediática. El desarrollo de las nuevas tecnologías aplicadas a los medios de comunicación
35	1.2.2 Medios electrónicos
	<b>2. La función del diseño gráfico como comunicación visual</b>
40	2.1 La comunicación visual
42	2.2 Elementos que integran la comunicación visual, para la elaboración de los mensajes visuales
48	2.3 ¿Qué es el diseño gráfico?
55	2.3.1 Los objetivos y la función del diseño gráfico
57	2.3.2 La tecnología en el diseño gráfico
	<b>3. El diseño editorial: base del diseño gráfico digital en la producción de sitios web</b>
62	3.1 ¿Para qué el diseño editorial?
63	3.2 El diseño editorial y su aplicación en el diseño de páginas web
66	3.2.1 Diseño de la interfaz
69	3.2.2 Diseño básico de la interfaz

# Indice

74	3.2.3 Navegación a través de los contenidos de una página web
77	3.3 El orden en los elementos que integran una página web
78	3.3.1 Organización de la información de una página web
79	3.3.2 Estructura de la página web
82	3.4 Diseño de la página
83	3.4.1 Jerarquía visual
85	3.4.2 Consistencia
86	3.4.3 Dimensiones de la página
88	3.4.4 Longitud de un documento web
94	3.4.5 Estructuras formales de la página web
103	3.5 La tipografía en el diseño de páginas web
104	3.5.1 Características tipográficas de la red

## 4. Desarrollo y Aplicación de la metodología del diseño gráfico en la realización de la página web

116	4.1 Desarrollo y aplicación del método de Joan Costa en el diseño de página web
174	Conclusiones
176	Bibliografía
178	Bibliografía electrónica

## Introducción

El presente trabajo de tesis pretende mostrar los temas que son convenientes para el apoyo y conocimiento en la elaboración del proyecto de titulación para el diseñador gráfico. Los temas que incluye esta tesis conducen al desarrollo de un proyecto de diseño página web considerada como el soporte electrónico que mostrará la obra escultórica de Marina Pombar.

Las páginas web son la herramienta o soporte por las que es posible presentar información, en las que podemos encontrar documentos con temas referentes a la cultura, el arte, la tecnología, la ciencia, los deportes, etc; también nos entretienen, y nos educan; su característica que lo distingue de los demás medios de comunicación es que es un medio electrónico económico y accesible.

La gran demanda que ha tenido internet con la amplia gama de páginas web como documentos electrónicos, expanden a cada momento este medio de comunicación que se ha vuelto una herramienta auxiliar en la vida de las personas para recibir información. Las páginas web que vemos publicadas en internet, cuentan con los siguientes objetivos:

1. Obtener el máximo de audiencia en Internet.
2. Integrar campañas y programas de comunicación de una empresa u organización.
3. Proporcionar al usuario los menores costos de publicación en comparación con otros medios de comunicación.

La reciente presencia de la www (world wide web) o gran telaraña mundial, ha tenido grandes transformaciones. Los primeros científicos creadores, querían encontrar la manera de intercambiar documentos que fueran independientes al tipo de máquina que se utilizara. Con esta idea dieron lugar a la creación del lenguaje HTML (HyperText Markup Language, lenguaje de marcas de hipertexto), los documentos electrónicos son distintos, cada uno contiene un nombre que los comparan entre varios documentos.

Internet en poco tiempo se convirtió en un instrumento para la publicación, que hasta ahora no había sido tan barato. Con el interés en la estructura de los documentos, los creadores de la red ignoraron aquellos aspectos

visuales para el reparto de información, que resultarían fundamentales para una comunicación efectiva. Las páginas generadas a partir del lenguaje HTML carecían de atractivo visual, ya que lo que importaba era su lógica estructural; por eso los diseñadores gráficos tomaron esta herramienta de autoedición, comenzaron a adaptar unos propósitos para los cuales nunca fue creada: diseño gráfico de páginas web.

En esta tesis se pretende mostrar la configuración para abordar un proyecto de página web a partir del diseño gráfico y editorial como las áreas especializadas en la composición y el manejo de los mensajes, así como la configuración del contenido visual y estructural de los documentos electrónicos.

Para el diseño de páginas web, se pensó en el diseño editorial como el área especializada del diseño gráfico que resuelve problemas de configuración, orden, maquetación y composición de publicaciones tales como lo aplica en revistas, periódicos o libros.

Con la ayuda del diseño editorial, sabemos que tipo de contenido se va a abordar para el manejo correcto de su configuración visual y estructural para cualquier tipo de soporte. Con la ayuda del diseño editorial, sabemos a qué público dirigir una publicación, porque no es lo mismo diseñar una página web para un público joven enfocado al turismo, que para el público interesado en la obra artística de un escultor. La composición de una página web, depende en gran medida de saber quién es el público destinatario de la misma.

Es reciente la aplicación del diseño editorial a páginas web, su técnica equivale igualmente a la búsqueda de enfocar al público al que va dirigida una revista, un periódico o un libro, por esos mismo, se ha pensado que el diseño editorial puede desarrollar toda la configuración incluida en una publicación electrónica a la que es posible aplicar la misma confección editorial, con los contenidos específicos que hacen diferente una publicación de otra, como la aplicación de una maquetación y colocación de retículas, espacios, tipografía, color, etc.

Lo que veremos en esta tesis, son temas de importancia que todo diseñador gráfico debe saber. Uno de los temas principales es el de la comunicación, como una actividad inherente en nuestra vida social, que nos permite interactuar con otras personas, donde además nos permite obtener conocimientos así como transformar actitudes en nuestra sociedad.

A la comunicación la integran elementos que son esenciales para llevarla a cabo, tal es el caso de los signos, elementos compuestos por palabras que traducimos en ideas

llamadas significados, interpretadas por la mente del receptor. Otros sistemas organizados son los códigos, por los que se compone nuestro lenguaje, frases o enunciados. Por otro lado, los mensajes, son quienes transmiten la comunicación compuestos por una fuente emisora de información y un receptor; estos circulan por una gama de medios de comunicación y es por ellos que adquirimos conocimientos e información.

Es importante tener en cuenta que la comunicación es una actividad que practicamos a diario, y que la facilidad que tiene de manifestarse en nuestra vida social, es gracias al diseño gráfico quien cumple una función comunicativa, donde signos y códigos se integran para dar origen a la producción de los mensajes visuales. Estos mensajes visuales son producidos de acuerdo a las necesidades de comunicación del emisor, es tarea del diseñador gráfico dar forma y expresión visual a los mensajes que podemos ver colocados en el exterior, como espectaculares, revistas, periódicos, fotografías, etc, donde las imágenes muestran la configuración de productos, diseñados con tratamientos estéticos presentados con atractivos visuales, que traslada el producto a su producción y consumo.

Los encargados de trasladar la información son los llamados medios de comunicación, quienes se encargan de mantenernos informados diariamente; la información la vemos publicada, escrita y con imágenes que nos transmite la televisión, por los que es posible nutrirnos de conocimientos y aprendizaje, así como la información que recibimos en el radio; el cine promueve el entretenimiento, el arte, la cultura, etc.

La práctica de la comunicación la vemos manifestada con los primeros habitantes, hombres de las civilizaciones del paleolítico superior (35, 000 años a. C) y hacia el neolítico (4000 años a. C), en el sur de Francia, en las cuevas de Lascaux, Pech-Merle, y Altamira en España. Las pinturas rupestres forman parte del primer acto de la comunicación que plasmaron con manos y pinceles rústicos, éstos dibujos dan muestra de pictografías compuestas de manos, figuras humanas que representan momentos que formaban parte de sus actividades cotidianas.

En la continua búsqueda de llevar a cabo la comunicación, en otras culturas se desarrollaron notables sistemas de signos, compuestos con una riqueza de combinaciones con la necesidad de comunicarse, desarrollaron soportes que integrarían los complejos sistemas de signos que formaban parte del desarrollo de la escritura, en la que alfabetos, leyes y códigos exponían su forma de vivir plasmándolos en piedras, madera y finalmente en el papel, material descubierto por China.



Conforme el paso de los siglos, el perfeccionamiento del papel tiene lugar con la manifestación de los medios impresos, originados por el descubrimiento de la imprenta de tipos móviles y complejos sistemas de impresión, por lo que J. Gutemberg realizó la primera Biblia de 42 líneas. La imprenta tiene su origen en el siglo XIV en Europa, Alemania; este importante acontecimiento en la historia, marcó el inicio de la comunicación masiva, colocando las bases tecnológicas para la producción de libros, y del desarrollo del primer medio en alcanzar audiencias masivas, la prensa, y posteriores medios de comunicación como la revista y el cartel.

Los acontecimientos históricos que perfeccionarían los medios impresos de comunicación, dieron origen a la comunicación visual de los hechos que narrarían con imágenes reales hechas por la fotografía que encajaría perfectamente en la prensa y demás medios impresos. Estos hechos históricos, marcaron el inicio de la tecnología para desarrollar e implementar el perfeccionamiento en las cámaras fotográficas, permitiendo que los reportajes gráficos nos muestren los acontecimientos y las actividades humanas.

La industria fílmica ha sido otro acontecimiento importante en el desarrollo histórico de los medios de comunicación que desarrollaron los hermanos Auguste y Louis Lumiere (1895), padres del cinematógrafo y fundadores de la industria fílmica mundial. El cine se desarrolla como la expresión artística, que forma parte importante para el entretenimiento y la manifestación de la cultura y el arte.

Posteriormente el radio y la televisión han sido otros acontecimientos importantes en el desarrollo de los medios de comunicación masiva que actualmente permanecen vigentes en la necesidad de mantenernos comunicados sin importar distancias; medios de comunicación por los cuales recibimos información no solo local, sino de otras partes del mundo.

Para el capítulo de los medios de comunicación, es importante mencionar al diseño gráfico quien hace visible la manifestación de diferentes temas o contenidos en la gran mayoría de la edición de libros, periódicos, revistas y otros medios como el cine, el radio y la televisión. La presencia del diseño gráfico puede encontrarse en la composición figurativa del diseño editorial de varios impresos, en una marca, un logotipo, en una campaña de televisión, o en películas que se exhiben en el cine, en espectaculares de radio con llamativos efectos visuales, imágenes fotográficas, logotipos de diferentes cadenas radiofónicas, compuestas por colores, tipografías que el diseñador gráfico configura estéticamente para la publicidad y el consumo.

En la parte final del primer capítulo, se habla de las transformaciones que han sufrido los medios de comunicación sin afectarlos, en los que solo se han implementado tecnologías nuevas para su procesamiento y transmisión de información por la vía digital, facilitando la interacción de los usuarios. La mediática es la nueva corriente por la que se han adaptado a los medios de comunicación, implementando nuevas capacidades de transmitir y mejorar la difusión de la información.

Para el segundo capítulo veremos que la comunicación visual es un suceso que se manifiesta en nuestro ambiente social, a través de cambios, ideas, aportaciones, opiniones sociales, que promueven la cultura, el arte, etc., afectando en nosotros la intención de quien la emite; en un nivel más explícito, veremos que cuenta con elementos que la hacen posible y que promueven la información llamando nuestra atención.

En otra parte del capítulo veremos al diseño gráfico como una actividad multidisciplinaria que resuelve diversas necesidades de comunicación; por otra parte, se describe al diseñador gráfico como la persona encargada de dar forma a los propósitos de comunicación a través de imágenes y composiciones estéticas que configuran el mensaje visual de quien lo emite.

El diseño gráfico cuenta con objetivos uno de ellos es la resolución de problemas de comunicación que surgen en su entorno, objetivos como aquellos para los que es importante proporcionar la utilidad, la forma y la función del producto o mensaje con la solución adecuada, reuniendo las características específicas con las que el mensaje visual es configurado y puesto en el canal de la publicidad o la propaganda.

En el tema final del segundo capítulo, se presenta al diseño gráfico quien ha sido el mejor testigo en la evolución de las herramientas que permiten al diseño gráfico adquirir la configuración de elementos gráficos para hacer público el mensaje a través de los diversos medios de comunicación; actualmente el desarrollo de tecnologías permite cortar tiempos en la constante producción del diseño gráfico, herramientas como las computadoras y máquinas electrónicas y digitales son las encargadas de realizar la impresión y visualización de formatos gigantes o pequeños que son puestos en el canal de la publicidad.

En el capítulo del diseño editorial, se muestra el proceso de diseño en la producción de páginas web, incluyendo todo aquello que hace posible su funcionalidad y duración

en Internet, su mantenimiento y en general la configuración de los elementos que se conjugan en la práctica de diseño de páginas web, y el cumplimiento de los objetivos del mensaje del emisor.

Para el capítulo final se muestra el proyecto de diseño de página web para la escultora Marina Pombar, el desarrollo y diseño de página web toma forma con la aplicación del método de Joan Costa que propone en su libro "Imagen global". Con el proceso de este método se desarrollan el análisis, se exponen los objetivos del emisor y del diseño, así como algunas especificaciones que el diseño gráfico debe incluir para generar el mensaje del emisor en la página web, mismo que se exponen las especificaciones de diseño comparadas con otras páginas tomadas de la web como muestra para que las características del prototipo de diseño de página web sean funcionales y objetivas; con el seguimiento del método, se pretende que el diseño gráfico cumpla con el mensaje que busca dar a conocer el emisor.

El desarrollo de página web que aquí se plantea, fue considerado para esta tesis partiendo de la idea de mostrar la elaboración en el proceso de diseño de un documento web. Considerando que la información contenida en esta tesis pueda ser de gran utilidad para la formación de futuros profesionistas interesados en la elaborar el diseño gráfico y editorial en páginas web.

---

# 1. La comunicación: contexto del diseño gráfico.

## 1.1 Importancia y perspectivas de la comunicación

Este primer capítulo plantea una definición de comunicación así como su importancia en nuestra vida social, a través de la cual llevamos un intercambio de ideas y opiniones. Definiré a los elementos que integran la comunicación: los signos y códigos que intervienen en la producción de mensajes, ya que por éstos adquirimos conocimientos e información. Tomo como referencia para definir a la comunicación, a Jonh Fiske quien la ha definido y ha estudiado, cómo se comporta en las actividades humanas. Otro punto importante del capítulo, es el diseño gráfico, que se vale de la comunicación, retomando los elementos que la integran, y la importancia de crear mensajes visuales, llegando a la conclusión de que el diseño gráfico es una “función comunicativa”, que enfoca y emite el mensaje hacia un ambiente social, transformando conductas dentro de la sociedad.

La comunicación es el proceso por el cual interactuamos unos con otros, ya que a través de ella es posible intercambiar ideas y opiniones, obtener conocimientos además de transformar actitudes y conductas en la sociedad.

La importancia de la comunicación para la humanidad se debe a la naturaleza social del ser humano, esto lo explica Fiske, como sigue: “Para nuestra cultura, la comunicación es central, y sin ella, la cultura muere. Por consecuencia estudiar a la comunicación, es llevar a cabo el estudio de la cultura a la cual esta integrada”<sup>1</sup>.

La comunicación es un concepto que todos podemos entender y definir de la manera más simple, como una de las actividades humanas que practicamos a diario. Si preguntáramos a la gente si sabe lo que es comunicación, seguramente nos contestarían que sí; por otro lado, si preguntáramos por una definición del término o una explicación concreta, contestarían que comunicación es intercambiar palabras; Fiske lo explica como sigue: “la comunicación es una de las actividades humanas que todo el mundo reconoce, pero pocos pueden definir satisfactoriamente. Comunicación es hablar uno con otro, es televisión, es difundir información, es nuestro estilo de peinado”<sup>2</sup>. En la comunicación, intervienen signos o códigos que transmitimos y recibimos en la práctica de las relaciones sociales, y que Fiske reconoce como “interacción social por medio de mensajes”<sup>3</sup>.

1. Fiske, Jonh. (1982): Introducción al estudio de la comunicación. Ed. Norma. Inglaterra. p. xix.

2. Ibidem p. xix

3. Ibidem. p. xx

# "árbol"



Figura 1 Signo y significado.

A la comunicación la podemos estudiar desde dos distintas perspectivas. Primero, como "proceso", lo que significa estudiarla como una serie de acciones que se realizan en determinado orden, para llevar a cabo la transferencia de los mensajes. Por otro lado, la comunicación es central en el estudio de los mensajes, es decir, partiendo del análisis de elementos como signos, códigos y referente.

torna difícil por diversos motivos, uno de ellos es la gran diversidad de enfoques a los que es sometida. Por ello Fiske, en el estudio de la comunicación, considera que la comunicación no es un "objeto", si no un "área de estudio multidisciplinaria", es decir, que puede ser estudiada desde variados puntos de vista formales.

Para comprender los elementos esenciales que intervienen en el proceso de la comunicación sin importar la época, el nivel de su desarrollo o la condición social en donde se ejerce, y

centrarnos en lo que hay en ella de universal y necesario, debemos conocer los elementos que la integran, identificando como se comportan y desempeñan su función en la comunicación.

## Signos

"Los signos son actos o artefactos que se refieren a algo diferente de ellos mismos, es decir, son conceptos significativos"<sup>4</sup>. Son elementos que traducimos en ideas; por ejemplo, si mencionamos la palabra árbol, automáticamente el receptor genera la idea de un árbol en su mente, a esta idea le llamamos significado, y al conjunto de fonemas "árbol" le llamamos signo. (Fig. 1)

La función del signo en la comunicación, es poder generar la idea de un significado y que éste sea interpretado en la mente del receptor, dando como resultado la comprensión del mensaje.

4. Fiske, John. (1982): Introducción al estudio de la comunicación. Norma. Inglaterra. P. xix  
5. Ibidem. p.33.

Ruso	АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
Hebreo	א ב ג ד ה ו ז ח ט י כ ל מ נ ס ע פ צ ק ר ש ת ם ן ף ץ װ ן ן ן ן ן
Escritura cuneiforme	𐎠 𐎡 𐎢 𐎣 𐎤 𐎥 𐎦 𐎧 𐎨 𐎩 𐎪 𐎫 𐎬 𐎭 𐎮 𐎯 𐎰 𐎱 𐎲 𐎳 𐎴 𐎵 𐎶 𐎷 𐎸 𐎹 𐎺 𐎻 𐎼 𐎽 𐎾 𐎿
Sino	𠄎 𠄏 𠄐 𠄑 𠄒 𠄓 𠄔 𠄕 𠄖 𠄗 𠄘 𠄙 𠄚 𠄛 𠄜 𠄝 𠄞 𠄟 𠄠 𠄡 𠄢 𠄣 𠄤 𠄥 𠄦 𠄧 𠄨 𠄩 𠄪 𠄫 𠄬 𠄭 𠄮 𠄯 𠄰 𠄱 𠄲 𠄳 𠄴 𠄵 𠄶 𠄷 𠄸 𠄹 𠄺 𠄻 𠄼 𠄽 𠄾 𠄿
Tibetano	། ༎ ༏ ༐ ༑ ༒ ༓ ༔ ༕ ༖ ༗ ༘ ༙ ༚ ༛ ༜ ༝ ༞ ༟ ༠ ༡ ༢ ༣ ༤ ༥ ༧ ༨ ༩ ༪ ༫ ༬ ༭ ༰ ༱ ༲ ༳ ༴ ༵ ༶ ༷ ༸ ༹ ༺ ༻ ༼ ༽ ༾ ༿
Arabe	ا ب ج د ه و ز ح ط ي ك ل م ن هـ و ا ح د ر
Persa	ا ب ج د ه و ز ح ط ي ك ل م ن هـ و ا ح د ر
Japonés (kai-shu y ts'ao-shu de Tomokazu Nishiwaki)	ひらかな 紫式部や和泉式 活羅した 平安朝のはじめ 主として婦人用 使われ 和歌や文は 一字一音の 万葉仮名の草略 でき た も の です
Univers	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Figura 2. Sistemas de organización de los signos.

### Códigos

“Los códigos son los sistemas de organización de los signos que determinan como pueden estar interrelacionados”5. Esto quiere decir que los códigos son signos conectados mediante palabras, frases o enunciados que formamos a través de nuestro lenguaje común. En la conversación sobre un tema entre dos personas, les permite a ambos entrar y permanecer en comunicación. (Fig. 2)

### Mensajes

Los mensajes han sido creados para comunicar, y llevar a cabo la conexión entre una fuente emisora de información y un polo receptor. Circulan por una variedad de medios, a través de los cuales, adquirimos conocimientos e información.

Este intercambio se centraliza fundamentalmente en manos de los medios de comunicación, la información es adquirida por los diarios, el radio, la televisión, el cine, el Internet, etc, ya que éstos, son los canales de la información social circulante.

Como vemos, estos elementos en la comunicación son inherentes a ella, y a nuestra vida social para comunicarnos con nuestros semejantes.

Estos mensajes, elaborados con signos, estimulan a crear al mismo tiempo un significado relacionado de alguna manera con el que se ha generado anteriormente en el mensaje. Si los códigos se emplean o conocen dentro de un mismo entorno social y son utilizados los mismos sistemas de signos, hay mayor semejanza entre los dos significados para el mensaje ; es por eso que, el diseño gráfico y la comunicación son el universo de la creación y la difusión de mensajes con signos o códigos visuales representados a través de imágenes fotográficas o ilustrativas, la tipografía, el color y las texturas.



Figura 3. Emisor y receptor dentro del canal de transmisión donde es adquirido el mensaje.

A pesar de estar ligada a estos diversos ámbitos, la comunicación puede facilitarse en nuestra vida social gracias al diseño gráfico, que enfoca a la comunicación dentro de una actividad de expresión visual. Para saber que esto es posible, conoceremos que

el diseño gráfico tiene una “función comunicativa”, donde se emplean los signos y los códigos como los elementos importantes para la producción de los mensajes visuales.

La finalidad del diseño gráfico, es originar o concebir “innovaciones configurativas de efectos estéticos”<sup>6</sup>. Los diseñadores gráficos se encargan de hacer comunicación visual por medio de los diferentes sistemas manuales o digitales, organizado por la propia creatividad del diseñador gráfico, además de la ayuda de una computadora, que permite efectuar transformaciones en la fotografía o la ilustración, promoviendo o llevando a cabo la salida de un producto, un objeto, la información de una empresa o servicio, contenida en diferentes soportes: un cartel, un folleto, una revista, un periódico, etc que pueden transmitir comunicación.

El diseño gráfico es toda forma de expresión visual, y lo podemos notar en los espectaculares iluminados, que se colocan en las avenidas, las revistas de los aparadores, los folletos y la diversidad de diseños en las páginas de Internet; “la producción de los diseños se limita, pues, a proyectar la configuración de un producto, el cual ha de contener recursos estéticos capaces de presentar atractivos visuales y táctiles, mediando así entre la producción y el consumo”<sup>7</sup>.

Esto último es la finalidad de un diseño que es proyectado y dirigido a las miradas de muchas personas, esta labor del diseño gráfico no se dejará de realizar, esto es, se repetirá constantemente al desarrollar nuevas y originales configuraciones de proyectos que se vuelven visibles, cada que es concebido un nuevo producto.

6. Acha, Juan. (1988): “Introducción a la teoría de los diseños”. Ed. Trillas. 1ª. Edición. México. P. 83.

7. Ibidem p. 83.



La comunicación tiene variadas y profundas relaciones esenciales con diversos ámbitos del conocimiento y de la vida social del hombre, la comunicación está ligada con la sociología, la cultura, la política, el poder, la economía, la psicología individual y social, los códigos y formas expresivas, el derecho, y en general, con todas las ciencias y disciplinas antropológicas.

La función comunicativa del diseño gráfico opera dentro de un contexto social y cultural, donde los mensajes visuales son comprendidos en su intencionalidad, con el propósito de producir un efecto en la mente de las personas o el público a quien se dirige el mensaje. La comunicación en los mensajes visuales, debe ser persuasiva, y los propósitos por lo que estos mensajes son producidos conducen a cubrir una necesidad, un valor, una actividad o un consumo, al igual que, "transmiten informaciones acerca del medio ambiente, los objetos, los productos, los servicios y las ideas"<sup>8</sup>.

En este capítulo, hemos visto la definición de la comunicación, como una parte central de nuestra vida social, definiendo los elementos que la integran; los signos y los códigos que forman el mensaje. Otra parte importante del capítulo ha sido definir al diseño gráfico como una expresión visual que transforma ideas de forma estética y creativa, incluyendo la presentación de un producto o servicio con efectos visuales y táctiles, proyectando esta información dentro de un soporte visual como lo es un cartel, una revista, un periódico, un folleto, un espectacular, etc. En la parte final del capítulo, se presenta al diseño gráfico en una fusión con la comunicación. Juntos dan origen a la creación de mensajes visuales que tienen como propósito establecer un cambio en la conducta del público.

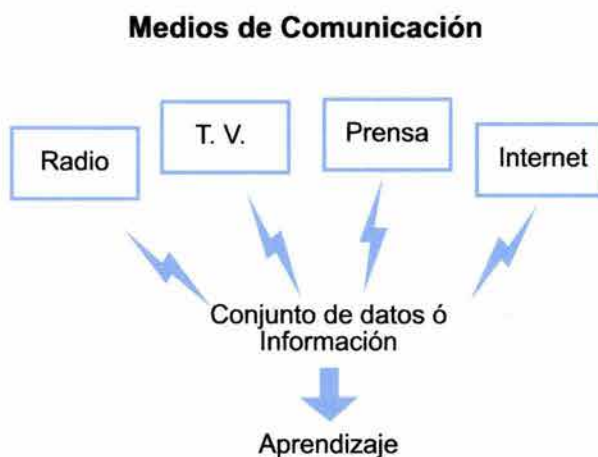
Una vez que hemos visto la definición de las partes que hacen posible la comunicación, se abre una dirección que conduce hacia los medios de comunicación, que sirven como canales para transmitir y difundir los mensajes, y nos informan acerca de productos, objetos o servicios.

8. Costa, Joan. (1985): Imagen Global. Enciclopedia del diseño. Madrid. p. 17.

## 1.2 Importancia y características de los medios de comunicación

Para comenzar este tema, conoceremos la importancia y características de los medios de comunicación, empezaré por definirlos, conociendo lo que son capaces de transmitir, cuando la información es propagada en nuestra sociedad. Describiré de manera breve el origen y la evolución de los medios de comunicación, su importancia, la manera

en que se proyectan hacia una sociedad que adquiere los conocimientos. Veremos cómo estos canales son el motor que mueve nuestra sociedad; a ellos se debe el desarrollo intelectual y cultural, ya que siempre se mantendrán en la búsqueda de evolucionar tecnológicamente, dando lugar al nacimiento de nuevos medios de comunicación que funcionan en nuestra sociedad moderna.



Los medios de comunicación, son medios por los cuales la información es transmitida a nuestra sociedad, publicándola a través de imágenes visuales y contenidos informativos, que es posible

escuchar, ver o leer. En general, en los medios de comunicación se almacenan los datos que adquirimos como información y se transmiten conocimientos y aprendizaje a las personas.

Los medios de comunicación, están siempre ante nuestros ojos, no importando el estado en que nos encontremos. Los medios de comunicación son propagadores de mensajes. El contenido de los mensajes, es la parte importante en la que los medios de comunicación están enfocados, ellos cuentan con la capacidad de abarcar distintos terrenos en las diversas estructuras de la información social.

Como una parte importante del tema, haré un resumen histórico para hablar sobre los acontecimientos en el desarrollo de los medios de comunicación.

El primer hombre que tuvo lugar en nuestro planeta, fue el de Cro-Magnon u Homo Sapiens. Estas primeras civilizaciones datan del paleolítico superior, (35 000 años a. C), hacia el neolítico (4000 años a. C).

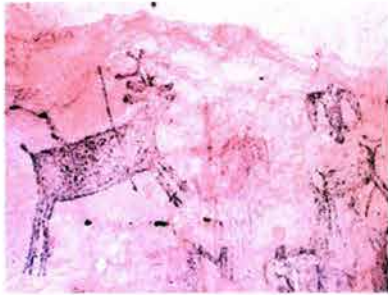


Figura 5. Cueva de la Cañada de la Soledad, Sierra de San Francisco. Baja California.



Figura 6. Cueva pintada, Cañón de Santa Teresa, Sierra de San Francisco. Baja California.



Fig. 7. Pictogramas sumerios primitivos que revelan ya cierta abstracción (ca. 3500 a. J.) (Barton, Unger)

El primer acto de comunicación que realizó el hombre en la historia, fue a través de las pinturas rupestres del sur de Francia, en las cuevas de Lascaux, Pech-Merle, y el norte de España en las cuevas de Altamira, Castillo. Estos motivos primitivos, muestran pictografías compuestas de manos, figuras humanas que representaban momentos donde luchaban y cazaban, así como símbolos de fertilidad y animales.

La realización de estas pinturas en las cuevas, consistía en figuras pictográficas, que se aplicaron a través de sus propias manos, y con algunos objetos que componían con cerdas silvestres dando la apariencia de pinceles. Los colores que utilizaban para éstos son el carbón vegetal, o sustancias minerales que mezclaban con grasa animal en la gama de colores como el amarillo claro, el rojo, marrón, negro y azul oscuro. De esta primera manifestación, no podemos constatar si fue creada para lograr una primera forma de comunicarse entre ellos mismos, o tal vez encontraron en ellas una inspiración totalmente utilitaria, de la vida social que acostumbraban, o bien, la búsqueda de una forma de expresar sus propias ideas y de describir aquel entorno que les rodeaba.

La escritura viene de una civilización centrada principalmente en representar formas que el hombre de ese entonces notaba en su entorno. Pero civilizaciones como los sumerios, trataron los signos figurativos que practicaban con arcilla, dibujos en los que predominan las líneas rectas, lo que posiblemente se deba al uso de la espátula como instrumento de trabajo. Para el Neolítico, es muy notable la total simplificación formal, dado que los dibujos contenían un grado de abstracción que representaba los objetos que utilizaban para la caza de animales, o actividades que desarrollaban en la vida cotidiana o para

identificar al sexo masculino y femenino. Se han descubierto figurillas de arcilla, en las que se observa que la escritura sumeria tiene aspectos similares a los signos de las escrituras más recientes que han marcado el inicio de nuestra escritura actual.

En Mesopotamia, como acto de comunicación, se empleó otro sistema de escritura con signos, llamada cuneiforme, que consiste en trazos rectilíneos individuales que



Fig. 8 Escritura en piedra libro de cuentas

se grababan con el mango del buril inclinado sobre una tabla, cuyos trazos son de forma longilínea y triangular.

La labor pictográfica del signo tuvo el momento de volverse fonética disminuyendo el número de signos empleados; la escritura se desarrolló plenamente para mediados del primer milenio a. C., pues era utilizada por todo el territorio semitoparlante como un medio de comunicación y de expresión de las ideas.

La forma de la escritura se debe a que dependía del material disponible para realizarla, ésta forma de expresión escrita, dejó de prevalecer, con sus casi 1000 figuras que formaban combinación de palabras y sílabas, debido a que se volvió inferior ante la existencia de la escritura alfabética que los arameos propusieron, y que consistía en la formación de tan solo 22 signos. (Fig. 10 y 11)

Sumero 3500 a. J.	Babilónico 2000 a. J.	Asumo 1000 a. J.
pez		
toro		
pietra		

Fig. 9 Variedad de signos cuneiformes y su simplificación.

Otra cultura en la que el hombre desarrollaría el acto de comunicarse, son los trascendentes jeroglíficos, como los signos figurativos sagrados que los egipcios desarrollaron como escritura, en la profunda consideración de la obra y la palabra de los dioses.

La expresión jeroglífica es figurativa o de imágenes. Los sacerdotes crean estos signos como los guardadores de sus tradiciones religiosas y políticas. Eran ellos los que se encargaban de conservar la obsesiva estabilidad de la forma, que transmite y refleja la abundante riqueza de su entorno en una notable estilización, así como la exacta proporción de la figura humana. (Fig. 12)

Ojo	Anillo	Guarda	Was	Sistrum	Montana
Lotus	Papiro	Anillo	Sistrum	Was	Montana
Sistrum	Ojo	Anillo	Was	Sistrum	Montana
Was	Anillo	Ojo	Was	Sistrum	Montana

Fig. 10 Signos figurativos, aún inmediatamente reconocibles (ca. 3000 a. J.)

Continuaron desarrollando notables sistemas de signos, pero la más importante y trascendental después de la escritura egipcia, es la escritura pictográfica china que está basada en expresiones y objetos simbólicos con decenas de millares de signos, compuesta por variadas combinaciones. El lenguaje chino se compone por monosílabos; éstos expresan un concepto o expresión de variados signos para comprender el sentido específico. Se compone, de un trazo caligráfico en base a segmentos cortos y rectilíneos que deja el pincel, con cambios de dirección que permiten ver el grosor de la línea de trazo, donde las imágenes literales conservan el carácter signífico notorio. (Fig. 13)

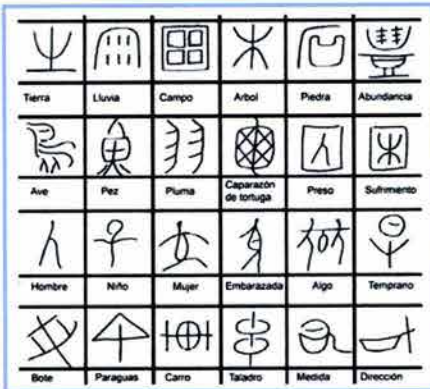


Fig. 11. Figuras arcaicas de la pictografía



Figura 12. Grabado en madera con la imagen de San Cristóbal, año 1423.



Figura 13. Naipe grabado en madera, 1400.



Figura 14. Biblia de Gutenberg. Grabado en madera con detalles pintados a mano. Maguncia, 1452-55.

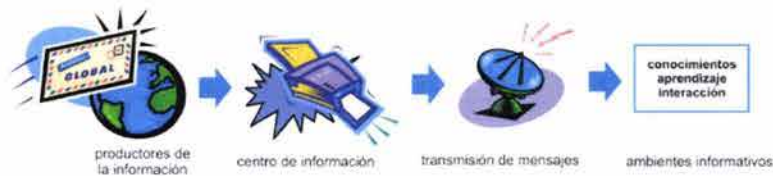
En estas civilizaciones, el acto de comunicarse era importante; por lo tanto, el hombre comenzó a encontrar la manera de crear soportes para integrar los sistemas de comunicación, y logró grabar la escritura sobre piedra, donde desarrollaban relieves, frescos en partes interiores y exteriores de los templos, en lápidas, en cerámica, y en papiro, del cual proviene la palabra "papel".

El papiro era producido por los egipcios, quienes adquirían tiras que se cortaban del tallo de la planta de papiro, prensando dos capas cruzadas para obtener una hoja delgada. Las hojas eran cuidadosamente cortadas, se pegaban unas a otras por los lados y se enrollaban. Los rollos de papiro medían hasta 40 metros; y las medidas de los libros eran variadas. Estas primeras inscripciones de la comunicación y la vida social del hombre, se debieron a la búsqueda precisa de concebir una forma de comunicar sus creencias, su historia, o su vida social.

La historia del origen de los medios de comunicación en la producción de diseños impresos, surgieron del nacimiento de las impresiones en bloque de madera; esto surgió en Europa debido a la influencia oriental, que en China se produjo años atrás. Estas primeras impresiones eran hechas en relieve, y la producción de papel tuvo gran demanda, ya que las principales manifestaciones de impresión fueron los juegos de naipes y las imágenes religiosas, (Fig. 14 y 15). A comienzos del siglo XIV, en Europa, se producían estos primeros diseños gráficos; posteriormente, se desarrolló la producción de libros de bloque grabados en madera, que contenían imágenes religiosas y textos cortos. Sin embargo, quien originó la historia de la imprenta, es Johann Gensfleisch zum Gutenberg (1387-1468) de Maguncia, Alemania, en 1450, quien se dedicó a los complejos sistemas de impresión para la producción de un libro tipográfico y la impresión de la Biblia de 42 líneas, (Fig. 16). La producción en la impresión de textos, se dio gracias a los tipos independientes, movibles y usables, "constituyó el inicio de la comunicación masiva o al menos puso las bases tecnológicas para el surgimiento de un medio que sería el primero en alcanzar audiencias masivas" 10

10. Carlos Gómez P. (1998): "Comunicación y educación en la era digital, Retos y oportunidades". Ed. Diana. México. p 4 y 5.

Este primer paso abrió un crecimiento en la necesidad de informar y de establecer una cultura de la comunicación al mundo; ahora los medios de comunicación han adquirido un lugar importante en el trabajo de llevar la información diariamente a una sociedad de cambios y transformaciones crecientes.



La importancia de los medios de comunicación, radica en que son ellos quienes transmiten los mensajes. A través de ellos adquirimos información, aprendemos y conocemos lo que sucede tanto en nuestra sociedad como en el resto

del mundo. Dentro de la creciente y acelerada sociedad en la que vivimos, los medios de comunicación, en la infatigable búsqueda de la producción de mensajes, se han encargado de orientar al mundo, "hacia una acelerada producción de ambientes informativos en los que niños, jóvenes y adultos habrán de aprender, informarse y divertirse simultáneamente, como resultado de un proceso creciente de convergencia, tanto en el aspecto tecnológico como desde el punto de vista de los contenidos. En síntesis, estamos siendo testigos y actores de una sociedad en constante y rápida evolución".<sup>11</sup>

Así como los medios de comunicación se han encargado de multiplicar la comunicación entre sociedades favorecidas, aun entre comunidades menos favorecidas, se percibe su influencia que constantemente está transformando la forma de pensar de las personas, de vivir, de divertirse, de aprender, de informarse y de interactuar con sus semejantes.

Estamos inmersos en un mundo en el que nos exponemos a la información que los medios de comunicación insertan en nuestro ambiente cotidiano. "De esta manera podemos decir que la información complementa la comunicación, ya que lo que se comunica es información en los mensajes"<sup>12</sup>.

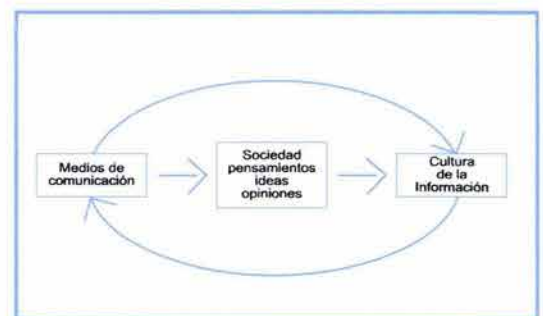


Figura 15. Sistema de información circulante de nuestra cultura.

11. Ibidem. p. 4

12. [www.gestiopolis.com/canales/gerencia/articulos/43/difcominf.htm](http://www.gestiopolis.com/canales/gerencia/articulos/43/difcominf.htm)  
 María Escat, Diferencia entre comunicación e información. 13.  
 Diferencia entre dato, información y conocimiento.

Cuando hablamos de “información, o de “informar” significa originalmente “dar forma a” y la información es capaz de formar a la persona que la recibe, proporcionando ciertas diferencias en su interior o exterior. Por ello, estrictamente hablando, es el receptor, y no el emisor, el que decide si el mensaje que ha recibido es realmente información, es decir, si realmente le informa”<sup>13</sup>.

Los medios de comunicación se han encargado de controlar el sistema de información circulante de una cultura, facilitando el intercambio de ideas, opiniones y significaciones. Estos mediadores de la información perduran actualmente, y su importancia radica en el aspecto de difusión periodístico, social y cultural.

A continuación veremos cómo los medios de comunicación han evolucionado y cuales son las características del desarrollo que han tenido en la transmisión de la información, en la entrada de nuevos canales digitales que los convierten en medios electrónicos de comunicación, que hacen llegar hasta nosotros de forma simplificada la información sobre los sucesos de nuestra vida social.

## Prensa y Revistas

Prensa o periódico, es la publicación de la información que a diario presenciamos; es llamada también prensa escrita, donde se publica el trabajo de varios reporteros a modo de información que es obtenida diariamente. En los periódicos encontramos información con diversos contenidos acerca del país, y noticias internacionales, además de economía, política, deportes, moda y una variedad de temas que a cada quien nos puede interesar. “Los periódicos como medio de información, opinión y publicidad, se fueron conformando muy lentamente a través de los siglos XVIII y XIX”<sup>14</sup>. El periódico, además del libro, es uno de los medios de comunicación más antiguo que ha dado pie a nuevas generaciones de medios de comunicación de masas. “Desde 1609, se publicaron de forma regular en Alemania, Inglaterra, Suecia y Francia”<sup>15</sup>. En 1622, en Holanda se produce el primer periódico que ocupa la ilustración con grabados para mostrar hechos y acontecimientos. Este tipo de periódico puso las bases del actual periodismo fotográfico. En Suecia, en 1645, la primera publicación no prestaba importancia a los aspectos estéticos y

13. [www.gestiondelconocimiento.com/conceptos\\_diferenciaentredato.htm](http://www.gestiondelconocimiento.com/conceptos_diferenciaentredato.htm).

14. Carlos Gómez P. (1998). “Comunicación y educación en la era digital, Retos y oportunidades”. Ed. Diana. México. p. 5.

15. Josef Müller-Brockmann (1998): “Historia de la comunicación visual”. Ed. Gustavo Gili. México. p. 39.



Figura 16. Anuncios publicitarios de comienzos del siglo XIX.



Figura 17. Sala de impresiones de gran tiraje, impresión de la prensa.



Figura 18. Offset, metodo de impresión utilizado, para grandes volúmenes.

visuales de un periódico; sus titulares y sus letras capitales, eran motivos totalmente simples, y dominaba el diseño de bloque. En 1631, surge en París, un periódico fundado por un médico llamado Renaudet, quien le puso el nombre de "La Gazette de France", y fue un periódico que se vendía por las calles. En 1633, el mismo editor publicó el primer periódico de anuncios que tituló "hoja de inteligencia". Años más tarde, en 1722, se publicó en Alemania un periódico con características semejantes.

En el siglo XVIII, el periodismo alemán reflejaba la vida pública; era pobre en el sentido intelectual, pues el gobierno descalificaba cualquier tipo de comentario o crítica contra él y su forma de gobernar. Alemania y demás países europeos, se dedicaron a producir un mayor número de publicaciones; imprentas y editores, publicaban sus servicios con el uso de la publicidad. La prensa en Francia llegó a ser un poder político que todo mundo utilizaba, en el que circulaban hojas informativas, en folletos o en diarios. En los años 1789 a 1793, aparecían millares de publicaciones periódicas de todos tipos; algunas se imprimían a diario, otras cada semana, y otras muchas eran publicaciones irregulares. El periodismo informaba a la comunidad de los acontecimientos que se vivían a diario de manera sensacionalista y carente de objetividad.

"Antes de la aparición de la televisión, los periódicos fueron la fuente primaria de noticias para las personas"<sup>16</sup>. Gracias al periodismo como forma de comunicación social, es que obtenemos la información y conocimientos que nos permiten analizar los hechos de interés público, ya que de forma periódica y oportuna es como nos informamos de lo que sucede en nuestro entorno, tanto en el país como en el mundo. El libro, el periódico y la revista, se han mantenido a través de la historia como las publicaciones más importantes en nuestra sociedad. Su evolución ha conducido a una forma muy especializada y propia. La variedad de formatos de las revistas se ha extendido; en un principio se imprimía en papel periódico barato, pero las revistas se han especializado tanto que ahora son más sofisticadas, ya que la impresión es en un papel de mejor calidad.

16. [www.monografias.com/trabajos11/market/market/.shtml#PERIO](http://www.monografias.com/trabajos11/market/market/.shtml#PERIO). Marketing, los medios de promoción.



Cuando comenzó el auge vigoroso de los periódicos y las revistas, todo el mundo se preguntaba de donde surgían tantos lectores para adentrarse en tan diversos contenidos, pues el éxito del periódico se masificó con el apoyo de la fotografía y con las revistas lo mismo sucedió, brotándole a cada uno su propia audiencia.

Los medios impresos, son el grupo de información con contenidos de tipo social, cultural, político, deportivo, etc., de donde adquirimos conocimientos de lo que sucede en otro punto de nuestra sociedad.

Son medios de información con una gran demanda, donde el público está siempre dispuesto a recibirlos, porque contienen información nueva, que narra hechos y sucesos importantes de otras partes del mundo y de nuestro país. Los medios impresos como medios de comunicación, son la extensión de nuestra sociedad, son quienes nos transforman y hacen posible que nos mantengamos diariamente informados.

En la actualidad, la prensa no ha perdido su potencialidad como medio de comunicación trascendente, llevando las noticias diarias, pero su contenido, por desgracia, “es fundamentalmente, la llamada “nota roja”: el crimen, la mafia, el escándalo y la corrupción; es decir, aquellos periódicos mexicanos cuya línea editorial se centra en este tipo de información son los que más circulan”<sup>17</sup>. Sin embargo, existen periódicos en donde los reportajes son más serios, que nos llevan a la reflexión y al análisis acerca de algunos problemas que acontecen en nuestra vida diaria. El diseño editorial en los periódicos es un apoyo visual y estético en el arreglo de las páginas que conforman **la prensa**.

Además, permite distinguir el estilo de imagen de cada periódico así como definir el estilo y tamaño de los encabezados y de la tipografía de cada publicación; distribuyendo en cada página la información escrita y recopilada por periodistas especializados en diversos temas, así como las imágenes que componen la información visual de las notas periodísticas. Para distribuir estos elementos en cada una de las páginas y conservar el estilo que identifica a dichas publicaciones se utilizan las retículas o diagramas.

El tamaño del contenido de la información es controlado por medidas, métodos que conforman el cuerpo de texto que se conforma de 4 a 5 columnas por página en cada hoja del periódico, para que la demás información pueda ser contenida en otras páginas del mismo. Esta técnica también determina el tamaño de cada fotografía; de manera ordenada y distribuida, los cuerpos de texto que contiene el periódico, logran un diseño limpio y estético, en cada una de sus páginas.

17. Carlos Gómez P. (1998): Comunicación y Educación en la era digital. Ed. Diana. México. p. 9.

Las revistas, que podemos ver publicadas en un periodo quincenal, mensual o bimestral, se han caracterizado por abordar diversos temas en su información, a excepción de dar las noticias de los acontecimientos diarios. Los contenidos pueden ser de interés para las amas de casa; existen revistas juveniles, de moda, masculinas, de arquitectura, el cuidado del hogar, etc. La gran variedad de temas de las revistas complace y satisface a todos los gustos.



Figura 19. Portadas de revistas de gran audiencia.

La labor del diseño gráfico en este medio impreso y de comunicación, la podemos ver en la producción estética de una revista, primero, porque es el diseño editorial quien se encarga del aspecto visual, y posteriormente, porque se encarga de llevarlo a los métodos de impresión para dar pie a la distribución y venta de este medio de comunicación.

Diseñadores y gente que se encarga de planear una publicación eligen una variedad de formatos que componen a la revista; así como técnicas utilizadas para el recortado de las imágenes, el despliegue del texto y de fotografías que se acomodan sobre "retículas" (marcas de composición básica). Las retículas contribuyen a elaborar una página ordenada, donde la mezcla de texto y gráficos, permite "la legibilidad de los documentos y su posible uso"<sup>18</sup>. Los estilos de las revistas, radican precisamente en una particular combinación de su contenido editorial, que es integrado por imágenes, tipografía y el uso adecuado de los espacios en blanco. El diseñador se encarga de la selección del encabezado y el título de los temas contenidos para la publicación y uso de espacios que crean o marcan el estilo interno de una revista.

Del modo en que estos aspectos se combinen, es como se puede producir un estilo e identidad en una revista. Para poder lograr retener el estilo o su identidad, es necesario mantener siempre la imagen visual de la publicación, así como la diagramación que se utiliza para distribuir la información, imagen y encabezados, conservar su tipografía, y la calidad en las fotografías. Esto podrá ayudar a focalizar o reconocer fácilmente los estilos diferentes entre una publicación y otra.

Estas publicaciones requieren de un volumen de producción amplio; su impresión ha sido muy demandada, debido a la atención que el público ha puesto en ellos. Una enorme cantidad de revistas y periódicos extranjeros, se han colocado en la preferencia del público mexicano, interesado cada vez más en temas de economía, política, entretenimiento y tecnología.

18. Lynch, Patrick J. y Sarah Horton. (2000): "Principios de diseño, básicos para la creación de sitios web". Ed. Gustavo Gili. México. p. 62.)



Figura 18. Cartel de Chéret



Figura 19 y 20 Carteles de Toulouse-Lautrec



Figura 21 Cartel conmemorativo "500 años despues".

Las revistas aparecen dentro de un canal de distribución con determinada exclusividad para su consumo. Para obtenerlos requerimos de ir a los lugares donde las distribuyen, "también los llaman kioscos donde podemos comprar revistas y obtener el contenido"19.

Su costo resulta accesible pero, acceder a otros contenidos impresos tiene un costo es mucho más elevado que el caso del contenido de tipo audiovisual o electrónico, esto ha dado pie a que algunos, o la mayoría de los periódicos, sean publicados en el recurso electrónico que permite Internet; el acceso a este medio es abierto y algunas veces gratuito, hace que los periódicos sean accesibles. Como medios de comunicación impresa, promueven la publicidad de moda, en ellos se anuncia todo tipo de mensajes: ropa, cosméticos, empresas que ofrecen sus servicios y todo tipo de publicidad para su distribución y venta comercial, que se distribuyen a lo largo de perímetros enormes de población, llevando a cabo la venta y el consumo. Esto es, un acto de difundir y alcanzar enormes masas, por eso, los medios impresos tienen esta gran virtud, de convertirse en medios de comunicación masiva.

**Libros.** Dentro del enorme campo de la industria editorial, también se encuentra la producción de libros que enriquece suficientemente el mercado, tanto local como el de exportación, donde miles de títulos nuevos son puestos en circulación a lo largo de cada año. Poseen una rica información que podemos encontrar en cada una de sus páginas: leer una interesante novela o algún tema de interés, todo eso es lo que un libro nos puede proporcionar. Son de gran importancia y por lo tanto de gran utilidad, pues son una rica fuente de información que nos nutren de conocimientos de carácter más permanente que la correspondiente a los periódicos o revistas.

**Folletos,** también llamados literatura promocional porque contienen información cuyo propósito es promover la venta de productos o servicios que algunas compañías utilizan para su mercadotecnia, muchas compañías recurren a este medio por la sencilla razón de tener un formato que puede mostrar y detallar información resumida, con un alto impacto, utilizando imágenes visuales con el apoyo del color, ilustraciones y fotografías.

19. [www.baquia.es/com/20010925/art0005.html](http://www.baquia.es/com/20010925/art0005.html)  
Medios impresos



Figura 22. Cartel publicitario.



Figura 23 y 24. Distintos ejemplares de prensa.

El cartel, es comunicación visual que se exhibe dentro de zonas públicas donde comunica directamente el mensaje, porque la información que nos muestra es tan simple y directa que puede convencernos y cambiar nuestros comportamientos. La producción del cartel se ha dado desde hace muchos años, pero su producción aumentó en los años de 1796 a 1798, cuando se dio origen a la litografía. Con esta nueva técnica de reproducción, se hacían grandes tirajes de impresión, así como variados tamaños. En ese entonces, las impresiones eran hechas en la gama del negro al blanco.

Para 1827 se intensificó la técnica de impresión dando el colorido a los carteles que se imprimían con la técnica, llamada "cromolitografía". El artista cartelista más representativo fue Jules Chèret, quien se dedicó a la producción de diseños para hacer publicidad, donde la imagen central era una mujer que anunciaba polvos de tocador, parafina, bicicletas o crema de calzado. La producción artística de Chèret le permitió diseñar más de mil carteles; gracias a él, se introdujo en París el gran formato. Posteriormente, los diseños de carteles de Toulouse-Lautrec, se notaron espectaculares y con representación normativa, en cuanto a la integración de texto y de imagen. A la llegada del siglo XX, los diseñadores franceses van alejándose más de una buena posición en el diseño de carteles. Sin embargo, en Inglaterra, nuevos artistas comienzan a entender el lenguaje nuevo del cartel, enriqueciéndolo con nuevas aportaciones. La visión de los artistas para la producción de carteles muy estilizados y con abundantes áreas de color, marcó un asombroso cambio en el panorama visual del cartel.

El diseño gráfico desarrolla, produce y transforma a los medios de comunicación, empleando las técnicas necesarias para el diseño editorial y el uso de plantillas que distribuyen texto e imagen. Utilizan enormes tipografías que hacen de las primeras planas de los periódicos la nota principal más vistosa; al igual sucede con las fotografías de las revistas y las enormes tipografías en colores llamativos que buscan convencer al público. Todos incluyen una gran carga en el contenido visual y estético de cada portada.

Las técnicas para la elaboración de los medios impresos varían dependiendo del impreso del que se trate; por ejemplo, la realización de un periódico cuenta con una

tecnología para su producción, todo un proceso digital y mecánico en la elaboración para la impresión de la publicación. La mayoría de los periódicos se imprimen en offset, donde se utilizan una o dos tintas, y estas pueden variar, aunque lo más adecuado es utilizar una sola tinta: negro (imprimir un solo color resulta económico para la cantidad de papel que se imprime). Se elaboran enormes placas para las máquinas con el contenido de cada página del periódico; se entintan y se procede a la impresión de grandes rollos de papel económico para los miles de tirajes de la publicación. Posteriormente se pasan a enormes máquinas dobladoras para montar cada página del periódico.

Los procesos para llevar a cabo el diseño editorial se desarrollan en máquinas que operan electrónicamente, de fotocomposición digitalizada, donde pueden ordenarse página por página, y diagramarse, con la posibilidad de armar los originales mecánicos directamente en la pantalla, pero que serán llevados al medio físico y real de la distribución. Las pruebas que se realizan para su impresión y la corrección de la gama de colores, son elaboradas en los llamados chromalines, que se producen cuando se han separado los colores. El diseñador gráfico verifica la intensidad y el lugar correspondiente de cada color.

La producción de revistas, folletos, carteles, etc., se basa en el método de impresión en offset, porque es una técnica barata y flexible para imprimir en diversos tamaños de máquinas. Existe una gran variedad de impresos con diferentes formatos, especializados con una carga de sofisticación en la presentación, como es el caso de las revistas que, se diseñan con impactantes y bellas fotografías, impresas en papel de calidad, así como perfectamente encuadradas, pegadas y montadas. Los medios impresos requieren de una amplia elaboración en métodos digitales y mecánicos para la producción física que llegará a nuestras manos.

Los medios impresos, son el medio gráfico que muestra la información ilustrada a base de fotografías, su importancia está centrada en la transmisión de mensajes que podemos leer, codificar y asimilar, es decir, la comunicación impresa requiere de la atención del lector, ya que la lectura nos conduce a un acto de traducción, donde los símbolos que conocemos son traducidos en sus referentes verbales para luego ser interpretados.

Con la llegada de los cinematógrafos y los aparatos de televisión, los medios impresos nunca frenaron la permanencia de transmitir sus contenidos, y hasta la fecha, han sido los generadores de la opinión pública.

A la entrada del siglo XXI, ante la presencia de los poderosos medios electrónicos no digitales, la radio y la televisión, los medios impresos han seguido conservando un lugar sólido dentro de la mediática del siglo XXI. Finalmente, podemos observar su permanencia, que nos ha dado la posibilidad de leer, y de informarnos para reflexionar. Esto quiere decir, que su aportación seguirá siendo de gran importancia a pesar de la llegada de nuevos medios de comunicación.

Los medios impresos se componen de elementos gráficos, como son: fotografías, ilustraciones, tipografía y color que acompañan visualmente a la lectura para que entendamos lo que informan; podemos ver o leer lo que ofrecen empresas o servicios para aumentar sus ventas. Los medios impresos hacen uso cotidiano de la fotografía artística, de reportaje o publicitaria para ilustrar revistas, periódicos o cualquier otra forma impresa que retoma este medio de comunicación visual.

## Fotografía



Figura 24. Fotografías que ilustran hechos reales. Product Shot, y fotoreportaje.

En la llegada del siglo XIX la comunicación visual se enriquece con una magnífica invención fundamental: la fotografía. Quien descubrió este nuevo concepto para la comunicación a través de la imagen detenida en papel, es "Joseph Nicéphore Niepce (1765-1833), que en el año de 1826 obtuvo la primera imagen fotográfica, realizada sobre una placa metálica cubierta de un asfalto sensible a la luz"<sup>20</sup>. El tiempo de exposición de esta primera fotografía, fué de ocho horas; años más tarde y en la búsqueda de disminuir el tiempo de exposición fotográfica, Jean Louis Daguerre (1787-1851), ayudó a mejorar esta nueva invención, que él mismo llamó daguerrotipo, "que fue el primer sistema que permitía el positivado directo. En 1837 produjo el primer daguerrotipo permanente"<sup>21</sup>. Esta nueva técnica fotográfica, expandió su conocimiento, y la

sensación que causó en la población fue inmensa, pues su popularidad le permitió continuar en búsqueda de nuevas técnicas, que fueron superadas años más tarde, "en 1839, por August von Steinheil, quien construyó una cámara en miniatura de formato de 8 x 11 mm. En 1852 se realizaron las primeras microfotografías"<sup>22</sup>. Las primeras revelaciones de la fotografía, eran producidas en blanco y negro, y para

20. Josef Muller-Brockmann (1998): "Historia de la comunicación visual". Ed. Gustavo Gili. México. p. 63.

21. Ibidem. p. 63.

1907 es inventado el procedimiento de la transmisión telegráfica de las imágenes, producido por Edouard Belins. Para el mismo año, Louis Lumière produce la placa autocromática, lo cual dio la pauta hacia el amplio camino de la fotografía en color.

Este asombroso descubrimiento, de un avance histórico, encajó perfectamente en el área del periodismo para realizar los reportajes fotográficos. Hasta ahora, los reporteros, gracias a la ayuda de su cámara, son quienes proporcionan los reportajes gráficos de los acontecimientos y de gran parte de las actividades humanas. Como eje visual, la fotografía ha podido manifestarse de manera artística y estética, para aparecer publicada en los periódicos o revistas, para ilustrar catálogos, libros, carteles, etc. Es todo un medio de apoyo visual a la información que se halla explicando sucesos, mostrando algún producto o servicio para convencernos de adquirirlo. La fotografía, está inmersa en las campañas de publicidad, es un medio que funciona universalmente y que se convierte en aplicable, en la mayoría de la publicidad y en muchos otros medios de comunicación visual.



Figura 25, 26, 27 y 28. Diseño gráfico en la elaboración de logotipos y promocionales de películas de cine.

## Cine

La industria fílmica nace gracias a “los hermanos Auguste y Louis Lumière, considerados como los padres del cinematógrafo y fundadores de la industria fílmica mundial. Presentaron en París la primera exhibición de cine, en diciembre de 1895 –consistente en una serie de “vistas” o pequeños documentales con duración de 50 segundos cada uno-”<sup>23</sup>. La originalidad del cine se notaba clara desde sus primeras y muy elementales producciones, pero debemos admitir que el desarrollo de este arte cinematográfico tiene una notable trascendencia, como un medio de comunicación que reúne un público notable en sus salas cinematográficas.

El cine se desarrolla como el arte de la expresión artística, en el que se representan diversos temas o géneros que son tomados de la realidad, y otras veces son solo ficción. El cine captura las fotografías a las que solo les da movimiento. En el cine podemos ver películas que son como novelas cortas, y que podemos apreciar en un determinado tiempo. El cine ha sido “una forma importante de entretenimiento y aprendizaje, especialmente para los jóvenes, así como uno de los pocos accesos que las grandes masas tienen a ciertos valores culturales y artísticos”<sup>24</sup>.

23. Carlos Gómez P. (1998): “Comunicación y educación en la era digital, Retos y oportunidades”. Ed. Diana. México. p. 10

24. Ibidem. p. 13.

Todo largometraje lleva consigo un diseño de arte en su presentación; por ejemplo al comienzo de la película, observamos el reparto bajo efectos visuales, de acción, espacios a media luz, sobre fondos negros, en el fondo del agua, etc, un contenido visual que apoya a la película. Además es posible visitar el sitio web, en el que encontramos los contenidos, las fotografías de los protagonistas, las mejores escenas, etc. Son realizaciones espectaculares por gente que trabaja en el medio de la publicidad y que toma como herramienta visual al diseño gráfico, para promocionar y hacerle ver a la gente que no se debe perder cada nueva producción.



Figura 29. Distintivos de varias estaciones y corporaciones de radio.

## Radio

El radio es uno de los descubrimientos más importantes del siglo pasado. Esta invención fue producida por David Sarnoff en el año de 1916, en la llamada "transmisión por ondas", que consiste en enviar señales desde un punto alejado que son captadas por "radiotelegrafía inalámbrica", producida por Guillermo Marconi en 1894. Esta era de invenciones que han servido para nuestro bienestar y la comunicación, ha sido la base de lo que hoy compone nuestra herencia tecnológica.

La creación de la radio surge de la necesidad de lograr una eficiente comunicación a distancia entre las personas; en el radio adquirimos conocimientos de noticias que acontecen en otro lugar y que son llevadas a nosotros por la información que, a fines de los cuarenta se escuchaba en nuestro país. Con el impacto de la radio, aparecen los discos de 33 y 45 revoluciones por minuto, que traen como consecuencia la extinción de los programas que eran transmitidos en vivo. Con la desaparición de algunas programaciones, el radio toma un formato de "rockola", que carece de imaginación y originalidad en las programaciones transmitidas, "consistente en intercalar música y comerciales, con el pretexto de dar respuesta a las demandas del público en lo que se denominó "complacencias musicales"<sup>25</sup>.

En este medio de comunicación, el diseño gráfico aporta elementos visuales como los logotipos, signos de identidad o corporativos. Estos elementos sirven para identificar unas estaciones radiofónicas de otras. Los contenidos que escuchamos, van desde distintos tipos de música: clásica, rock, pop, grupera, etc, al igual los noticieros con diversos enfoques en su

25. Ibidem. p. 16.



programación, así como los programas de espectáculos, con gran variedad en las programaciones de radio, que podemos escuchar en las diferentes estaciones que se encuentran a todo lo largo del cuadrante. Estos elementos, además de identificar, se caracterizan por el manejo de colores, formas y sobre todo están bien enfocados y nos permiten saber a qué estación pertenecen cuando vemos un logotipo, pues tienen un cierto impacto visual que hace que los recordemos.

Esta es una de las razones por las que el diseño gráfico se involucra en este medio de comunicación, porque elabora su identidad visual, con base en un análisis de audiencia, del tipo de personas que los escucha, la música que se toca, y los contenidos que son esenciales para definir un espacio en la radio.

## Televisión

Años más tarde, después de la invención de la radio, nació la televisión con un poder magnífico y seductor, donde veíamos y escuchábamos las imágenes con voz, pues se pensó que con este nuevo descubrimiento podría llegar a desaparecer la radio o tal vez minimizarse. La transmisión de las imágenes, por mucho tiempo eran monocromáticas, pero fue hasta principios de los sesenta, que presenciamos la televisión a color. La televisión fue desarrollándose como un medio de comunicación único y especial, que podía acercarse a lugares, que en el público despertaba el asombro, de casi poder estar en el lugar donde se transmitían los hechos. "Hablar de la televisión, al igual que de la radio y de la telefonía, es hablar del mundo de las telecomunicaciones, es decir, de un mundo vertiginoso de avances tecnológicos encaminados a lograr una cada vez mejor, más rápida y más eficiente comunicación a distancia entre los seres humanos"<sup>26</sup>.

En este medio de comunicación tan importante, vemos que el diseño gráfico tiene mucho que aportar en el diseño de los logotipos de los diversos canales televisivos, que también cuentan con su propia marca, una identidad que los diferencia de los demás canales o compañías televisoras. Con solo ver su logotipo, podemos saber de qué canal se trata, la imagen visual que manejan y el impacto que provoca en la audiencia. También la televisión, cuenta con una variedad de enfoques en su programación, como canales de arte, de entretenimiento, de naturaleza o biodiversidad, canales juveniles, canales para el ama de casa, etc.,. Son canales que están ahí para adentrarse en todos los gustos de las personas que vemos televisión y que ciertamente influyen en nuestro comportamiento y manera de pensar.

26. Ibidem. p. 18.

Nos encontramos rodeados de información circulante; abarcamos de un vistazo una gran cantidad de información en lo que más nos pueda interesar, puesto que la encontramos en una o más páginas del periódico, o en la información que nos es transmitida a través del radio. Los medios permanecerán presentes informándonos, orientándonos, educándonos, gracias a una sociedad en completo desarrollo, que circula y se enfrenta a los cambios en los que vivimos.



Figura 30. Algunas de las variedades de televisores anteriores y su modernidad

Pero existen cambios en los medios de comunicación circulantes, como en las publicaciones periódicas, que ahora podemos verlas publicadas y leerlas en Internet, como una nueva apreciación de la información impresa, activa e interactiva. Esta nueva implementación interactiva, de los medios impresos, sean periódicos o revistas, han ofrecido al público la forma de proporcionarle la información contundente, y navegar a través del ciberespacio en búsqueda de noticias, así como de música, información, ciencia, tecnología, etc. Esta nueva implementación de los medios impresos en Internet, ha permitido configurar a los medios

como electrónicos, porque se han podido adaptar a este nuevo canal; al digital. Es un medio de comunicación con mayor demanda y con todo tipo de información a la que tenemos acceso, al trasladarnos de un sitio a otro desde nuestra misma computadora. Como medio de comunicación, es capaz de almacenar toda la información posible, haciendo de Internet, el medio que más audiencia tiene.

Hasta ahora, hemos visto lo que los medios de comunicación han sido, los canales por los que recibimos información de los acontecimientos de nuestra vida social, así como el constante desarrollo que éstos han tenido en la búsqueda de su audiencia. Hemos conocido el origen que ha tenido la comunicación en el hombre, que se remonta hasta los primeros que habitaron nuestra tierra, descubriendo que entre ellos, podía haber un canal de comunicación que entenderían con respecto a la vida silvestre que les rodeaba. Estos primeros antecedentes, han permitido al hombre actual desarrollar nuevas formas de comunicación. Los acontecimientos surgidos, a lo largo de una larga historia de descubrimientos e invenciones, que el hombre se ha dedicado a perfeccionar día con día para establecer una comunicación más útil y efectiva.

Los medios de comunicación han cumplido con el objetivo de llevar la transmisión de mensajes a comunidades lejanas, con el perfeccionamiento de la comunicación, y la búsqueda de nuevas tecnologías, que le han permitido mejorar la calidad en la transmisión de la información, por la vía digital.

## 1.2.1 Mediática. El desarrollo de las nuevas tecnologías aplicadas a los medios de comunicación.

Es importante hablar del cambio acelerado que han sufrido los medios de comunicación, porque el ser humano ha desarrollado la capacidad de adentrarse en una constante búsqueda de grandes cambios y perfeccionamientos en las telecomunicaciones, que han ayudado a desarrollar modificaciones en la forma de transmitir la información, a través de las vías digitales. Este desarrollo es denominado "mediática" de los medios de comunicación, y se debe a la suma de nuevas tecnologías, para tener la condición de comunicación que el ser humano considera aceptable para optimizar la difusión de la información.

Conforme al paso de la historia de la comunicación, surgieron ciertas necesidades de mejorar la comunicación masiva. Esa búsqueda de desarrollar los medios de comunicación, es lo que teóricos han denominado una "mediática" en los canales de la información, que consiste en llevar a cabo la aplicación de las tecnologías a los medios, que se ven en la necesidad de desarrollar su capacidad para transmitir y mejorar la difusión de la información, ideas y cultura. Lo cual ahora es una actividad inseparable del ser humano.

Cuando hablamos de "nuevas tecnologías", nos referimos a todo un conjunto de herramientas que hacen posible el almacenamiento, procesamiento y transmisión de información por la vía digital. Son herramientas que se han podido incorporar a las tradicionales y que proporcionan a los usuarios nuevas formas de comunicación, dando origen a nuevos soportes que facilitan nuestra interacción. Producto de esto,

es la indiscutible revolución tecnológica, basada en “la evolución que conduce hacia una convergencia de los medios, la digitalización y comprensión de las señales, la propia interactividad y la explosión de una vasta información, esto debido a la sustitución de unas tecnologías por otras. Hasta ahora el resultado ha sido que ningún medio de comunicación se ha extinguido con la innovación de un medio nuevo”<sup>28</sup>. Hemos experimentado una nueva forma de abordar los medios de comunicación, a través de las implementaciones digitales y de su interactividad, que nos han facilitado la tarea de comunicarnos, además de realizar operaciones que pueden llevar muy pocos minutos, y de encontrar información con facilidad.

De tal forma que en la historia de la comunicación, se fueron incorporando nuevos medios gracias al desarrollo de nuevas tecnologías: retomando los descubrimientos que surgieron a lo largo de la historia, hemos sido testigos de los cambios en la evolución de la radio, y la gran amplitud en tecnología para transmitir televisión, gracias al desarrollo de las comunicaciones.



Figura 31. Sustitución de unas tecnologías por otras.

Éste cambio en la evolución, también lo han desarrollado los medios no masivos de comunicación, la evolución del correo que se escribe en papel, y el uso del telégrafo, sustituyéndolo por el envío de mensajes instantáneos con el uso de la Internet en el que se pueden mandar y recibir mensajes por correo electrónico; otro medio que ha tenido una constante evolución ha sido el teléfono, al igual que otros dispositivos electrónicos y digitales como los radioteléfonos.

Dentro de la cultura digital o tecnológica inherente a nuestra sociedad, hemos notado que han surgido una cantidad de instrumentos aplicables a nuestra vida cotidiana, que son el resultado de una revolución tecnológica de la comunicación, tal es el caso de los videojuegos, los teléfonos celulares, las computadoras portátiles y una serie de aparatos que amplían la lista, pero que han dado pie a convertirse en unos verdaderos íconos de la posmodernidad en nuestra sociedad.

28. Carlos Gómez P. (1998): Comunicación y Educación en la era digital. Ed. Diana. México. p. 25.

Los medios de comunicación tienen la facilidad de seguir permanentes y vigentes, porque dan la posibilidad de leerlos y ocuparnos en reflexionar la información contenida; es por eso que han mantenido un "sólido sitio en la transformación de la mediática del siglo XXI" 29.



Figura 32. Acceso de personas a la red o Internet.

Los medios de comunicación, y particularmente la televisión, manejan la experiencia y el saber de las diferentes personas. Otros medios de comunicación junto con esta poderosa costumbre de la televisión, han sido transformadores potentes de comportamientos.

A principios de los años noventa del siglo XX, es cuando se comienza a gestar lo que ahora conocemos como la famosa red mundial o Internet. Previamente a la generación de este nuevo campo en la comunicación, en un transcurso de casi 30 años, se perfecciona reemplazando el uso de los circuitos electrónicos "aderezándolos" con el código digital. El proceso de la digitalización no es muy nuevo como nos podemos imaginar, este proceso

de digitalización en los medios de información convencionales se inició desde varios años antes de que se desarrollara Internet. Algunas de las primeras "fotocomponedoras"<sup>30</sup> terminales de captura y otros, llegaron desde finales de los años setenta y principios de los ochenta.

A medida de que se fue dando el crecimiento de la red o Internet, esta rompía récord, ya que de una docena de miles, durante cuatro años, este número de usuarios pasa a convertirse en cientos de millones de las personas que se comunican mediante Internet.

Al darnos cuenta del auge que ha tenido Internet, es común hacernos una pregunta: ¿prevalecerán los medios impresos o llegarán a su extinción?. Los medios impresos siempre han prevalecido, aún con nuevas generaciones de medios de comunicación, pero no es posible que estos medios tan importantes puedan llegar a su límite. "La transformación de los medios impresos parece ser una ruta obligada, tal vez hacia ciertos reductos, según afirman algunos moderados; pero otros más radicales hablan de la desaparición del medio impreso; sin embargo aún resulta una discusión prematura".<sup>31</sup>

29. <http://www.ull.es/publicaciones/latina>. David Reynaldo D. Rascón. El impacto del formato digital en la mediática del siglo XXI.

30. Son máquinas filmadoras de alta calidad que han sido diseñadas para generar separaciones de color en película para la producción de planchas de impresión.

31. <http://www.ull.es/publicaciones/latina> David Reynaldo D. Rascón. El impacto del formato digital a la mediática del siglo XXI.

Aunque los diarios ya circulaban cuando se dio la revelación en los medios de comunicación de la televisión y el radio, los diarios siempre se mantuvieron; los nuevos medios han sido solo una aportación más a la comunicación, nadie hasta ahora ha

desplazado a nadie, el público los prefiere y los periódicos y revistas, siguen su curso. Ciertamente la amenaza no es nueva, pues existe esta dudosa hipótesis desde el nacimiento de la radio y la televisión; no obstante, estos dos medios electrónicos nunca pudieron absorber algunas características de los medios impresos.

Y es que, a diferencia de los medios tradicionales, “en el caso de Internet, la ficción ha sido superada velozmente por la realidad, y sus capacidades multimediales permiten ya la incorporación de las características de los medios tradicionales a un solo canal, el digital; añadiendo además una serie de nuevas características, imposible de imitar por los medios tradicionales”.<sup>32</sup>

Algunos investigadores afirman que un medio electrónico como la televisión, ha descendido poco a poco su público o audiencia por la llegada de Internet. Pero sucede que es muy difícil que los medios impresos desaparezcan con esta nueva era digital, ya que algunos prefieren la facilidad de comprar un periódico o revista, o de consultar los mismos, pero publicados en Internet.

Los medios de comunicación, en la cotidianidad de la transmisión de mensajes o de la información que promueven, al ser los canales de la comunicación, a diario son absorbidos por nuestra sociedad. Sus características diferentes unos de otros pero eficaces e importantes para el público que los consume, así como la mediática que ha tocado a tantos medios impresos, electrónicos o digitales, lo mismo que revistas y periódicos, se han desarrollado, debido a las posibilidades que les proporciona la tecnología electrónica o digital. Los ejecutivos de varias empresas de medios, tienen la posibilidad de expandirse y hacerse visibles siendo publicados en otros medios o canales de distribución, los cuales ofrecen a los usuarios mayor facilidad de encontrar los contenidos. El canal de Internet, ofrece publicaciones gratuitas; esto ha contribuido a que sus costos como publicaciones impresas, sean un poco más bajos. Este implemento de la tecnología en los medios, se ha vuelto un complemento que no pueden ignorar, debido a que es como una estrategia en línea que permite ampliar su mercado. Varias publicaciones cuentan con aplicaciones interactivas, lo que les permite ir de un lado a otro, entrar a foros de discusión, escuchar una entrevista en línea, ofreciendo toda una gama de funcionalidades en cada página, que cuenta con variadas aplicaciones que son continuamente actualizadas.

32. Ibidem.

En éste capítulo, conocimos lo que significa "mediática", de los medios de comunicación tras los cambios que el ser humano ha producido, en el desarrollo de nuevas tecnologías, en las que la comunicación ha crecido a pasos agigantados, debido a que hoy en día, la transmisión en la información se realiza a través de la vía digital, en la que todos los medios de comunicación han sido transformados, así como transforman nuestra vida social. En el siguiente capítulo, veremos la importancia y características particulares de los medios de comunicación impresos y digitales, ya que son los canales por los que la información es transmitida; veremos cómo se procesan los mensajes y de qué manera estos canales de comunicación actúan en nuestra vida social.

En los medios electrónicos, veremos el avance en las telecomunicaciones, gracias a la mediática que vivimos en el siglo XXI, con la llegada de Internet, descubriremos sus beneficios y características que lo distinguen, con respecto a los medios impresos, y la importancia que ha tomado como el medio de comunicación más ocupado por el mundo en la transmisión y recepción de la información.

## 1.2.2 Medios electrónicos

Conoceremos la aportación de los medios electrónicos y la evolución que han tenido, ya que hoy en día, los medios de comunicación han sido transformados a nuevas tecnologías que han llevado a la población mundial a descubrir nuevos conocimientos, y abierto nuevos campos a las comunicaciones. Ahora al comunicarnos con nuestros amigos o familiares, empleamos nuevas tecnologías por la vía digital. En otra parte del capítulo, conoceremos las características que distinguen a los medios impresos de los electrónicos, distintos cada uno con características independientes, pero que conserva cada quien su propia audiencia, aunque algunos medios sean más modernos que otros. En el caso de la red mundial o Internet, conoceremos sus ventajas, además de la importancia que este medio de comunicación ha adquirido, ya que se ha convertido en uno de los más demandados por la población mundial, porque ha facilitado la vida de los usuarios para el envío y recepción de la información.

En todo progreso tecnológico de los medios electrónicos, la población se fue dando cuenta que no se justificaba el más mínimo temor; cada que se producía un nuevo invento daba lugar a previsiones acerca de las consecuencias que provocaría. No prevemos los efectos que tendrán los demás medios, como sucedió con el radio, que ha tenido efectos que no se habían previsto: el de musicalizar a la población durante su vida cotidiana o de agregar programas que pueden ser narrados. En el caso de la televisión, nuestra acción de ver la teníamos magnificada con el microscopio, y lo lejano a nosotros, lo podíamos ver con el uso de binoculares o telescopio. "Pero la televisión nos permite verlo todo sin tener que movernos: lo visible nos llega a casa, prácticamente gratis, desde cualquier lugar. Sin embargo no era suficiente; en pocas décadas el progreso tecnológico nos ha sumergido en la edad cibernética, desbancando, según dicen, a la televisión"<sup>33</sup>.

Los medios electrónicos de comunicación, han sido estudiados por una gran cantidad de eruditos, que han aportado sus teorías de la comunicación, donde se analizan sus comportamientos y sus contenidos.

33. Sartori, Giovanni (2000): Homo Videns. Ed. Taurus. Madrid. p. 31-32



Uno de los exponentes en la teoría de la comunicación de masas es McLuhan, y expone que los medios electrónicos “se han desarrollado en nuevas tecnologías; su nuevo desarrollo se debe a la existencia de la “convergencia” de la microelectrónica, donde se unen también las computadoras y las telecomunicaciones”<sup>34</sup>.

La palabra “convergencia” es aquí la clave, ya que se refiere a la sustitución de canales que habían venido operando de manera diferenciada, manifestada en la telefonía, el radio, la televisión, etc., agrupados ahora por una tecnología: “donde se lleva a cabo la transmisión de información digital vía interfaces (switches), es decir, un sistema de traducción para que puedan comunicarse computadoras configuradas de manera diferente” <sup>35</sup>.

El proceso de avance tecnológico de las computadoras, durante la creación de transistores y de microprocesadores señaló el inicio de “la segunda y tercera generación en la historia de las computadoras, respectivamente”<sup>36</sup>. La cibernética nos ha traído grandes cambios en la producción de medios digitales que integran la “multimedia” lo cual significa, introducir medios que pueden conjugar imagen y texto. En los medios electrónicos, podemos hacer uso de: la imagen, el texto, el video, el audio, o la animación, por lo tanto, un sistema multimedia, es el que utiliza dos de éstos medios o más.



Figura 33. El uso de algunas aplicaciones multimedia en medios electrónicos y a las nuevas tecnologías celulares.

animación, por lo tanto, un sistema multimedia, es el que utiliza dos de éstos medios o más.

Los medios electrónicos, se han dedicado a formar como sus principales características, una amplia gama de elementos audiovisuales y multimedia o interactivos, tal es el caso de la televisión, el radio, y lo nuevo en comunicaciones, la red mundial o Internet. Este exponente nos permite introducirnos a esta nueva tecnología multimedia, que consta, de computadoras que se encuentran

conectadas entre sí en todo el mundo, que nos ofrecen amplios recursos de comunicación, por ejemplo: nos permite hacer tele-conferencias en tiempo real, proyectar un video, escuchar música, enviar fotografías a una dirección de correo electrónico acompañadas de voz o música, etc., al igual que varios servicios de

34. [http://funredes.org/mistica/castellano/ciberoteca/participantes/docupart/esp\\_doc\\_13.html](http://funredes.org/mistica/castellano/ciberoteca/participantes/docupart/esp_doc_13.html)  
Oswaldo León. Comunicación, globalización y nuevas tecnologías.

35. Ibidem.

36. Carlos Gómez P. (1998): Comunicación y Educación en la era digital. Ed. Diana. México.p. 30

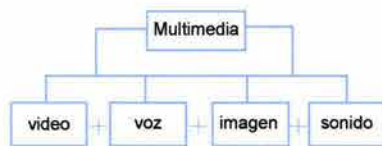


Figura 34. Multimedia. coordinación de medios electrónicos que forman un sistema.

información organizada, como el almacenamiento de un banco de datos, boletines electrónicos, información de arte, cultura, entretenimiento, ciencia, tecnología, ventas o compra en línea, e-bussiness, servicios, noticias, foros de discusión, etc., y una gran extensión de posibilidades que nos ofrecen información en todo lo que es el conjunto de la red de Internet. Su desarrollo ha sido paulatino, gracias a la preferencia de una gran parte de la población mundial.

Los medios electrónicos, involucran específicamente al público ya que se tiene acceso dentro de un extenso circuito de conectabilidad. La red electrónica, cuenta con muy vastos recursos para almacenar la información, "la cual transporta de manera económica y multiescalonada, ofreciendo al usuario un uso interactivo al integrar espacio y tiempo"<sup>37</sup>. El desarrollo de Internet se ha incrementado de una forma muy extensa, convirtiéndose en un sistema libre y con la facilidad de dispersarse a lo largo del mundo, donde se mueve cualquier cantidad y tipo de información "de manera bi o multidireccional y con un gran potencial para la interactividad"<sup>38</sup>.

Los medios de comunicación electrónicos "son como extensiones de nuestro aparato sensorial que alcanzan a todo el planeta. Los censores electrónicos nos llevan de regreso a encuentros aparentemente "directos", pero ahora a una escala global,"<sup>39</sup> el encuentro con los medios electrónicos, nos conduce a una nueva cultura global.

Las nuevas tecnologías (o las herramientas que permiten agilizar la información por medio de la vía digital), han permitido la articulación de un sistema totalmente nuevo y extenso de comunicación, que tiene la capacidad de operar por diversos canales y de manera simultánea, dando lugar a la "multimedia", introduciéndonos a una nueva realidad espacio-temporal, el ciberespacio. Estos medios electrónicos, podrán incluir una variedad de recursos tecnológicos en la comunicación escrita, pero se torna difícil reemplazar al libro, al periódico o a las revistas, ya que la mayoría de la gente esta dispuesta a buscar información que es profesionalmente recopilada, con contenidos del "drama humano expresado con un cierto estilo literario, a través de un lenguaje que evoque imágenes y emociones"<sup>40</sup>.

37. [www.comunicacionymedios.com/Reflexion/teorias/internet.htm](http://www.comunicacionymedios.com/Reflexion/teorias/internet.htm)  
Reflexión. El uso de Internet y la teoría de la comunicación.

38. [http://funredes.org/mistica/castellano/ciberoteca/participantes/docuparti/esp\\_doc\\_13.html](http://funredes.org/mistica/castellano/ciberoteca/participantes/docuparti/esp_doc_13.html)  
Osvaldo León. Comunicación, globalización y nuevas tecnologías.

39. <http://rehue.csociales.uchile.cl/rehuehome/facultad/publicaciones/Talon/talon3/medio7.htm> este Meyrowitz, Joshua.  
La teoría del medio de comunicación.

40. Carlos Gómez P. (1998): Comunicación y Educación en la era digital. Ed. Diana. México.p.



Figura 35. Nuevos medios de comunicación donde interviene la tecnología digital.

El Internet, nace a partir de la creación experimental de científicos norteamericanos para las redes de espionaje, donde se mantenía y se intercambiaba la comunicación desde diversos centros informáticos. La forma de comunicarse era empleando un lenguaje que ellos inventaron: el lenguaje del HTML (HiperText Markup Language, lenguaje de marcas de hipertexto), que sirve para poner marcas, ó etiquetas, en un documento y sus páginas. Con la llegada de Internet (www, world wide web), la red dio un giro totalmente distinto, y en poco tiempo se convirtió en un canal para publicar cualquier tipo de información.

a que es un medio electrónico de fácil acceso para todo el mundo, y de bajos costos para la publicación de páginas Web, es posible adaptar un espacio para la cultura y la difusión del arte, la compra y venta de esculturas, en una página Web como publicación electrónica.

Hasta ahora, hemos visto como los medios de comunicación anteriores a la nueva era digital, habían sobrevivido con tecnologías sencillas y con efectos nunca previstos como sucedió con el radio y la televisión, donde ésta ultima nos ha permitido hacer visible y de manera gratuita lo que sucede en otro lugar.

Pero el nuevo progreso tecnológico, ha conducido a los medios de comunicación hacia un nuevo sistema de transmisión de la información: la vía digital. Que ha permitido que los medios de comunicación electrónicos, se integren al avance tecnológico de las computadoras, donde la cibernética ha producido grandes cambios en la implementación de los medios digitales, introduciendo la multimedia con amplios servicios en la recepción y envío de información, dentro del amplio conjunto de la red o Internet. Esta nueva implementación en las comunicaciones, permite al público tener acceso dentro de un amplio sistema de conectabilidad, los recursos que proporciona la red o Internet son enormes para almacenar gran cantidad de información. Este nuevo medio electrónico con su amplia variedad de recursos tecnológicos, es solo una extensión en la gama de medios de comunicación, donde la prensa escrita, el libro o la revista serán siempre vigentes.

En otro capítulo, veremos la conjugación de la comunicación visual que se produce a través del diseño gráfico, que hace uso de los medios de comunicación para el envío de los mensajes.



## 2.

La función del diseño gráfico como comunicación visual.

## 2.1 La comunicación visual.

En éste capítulo, veremos primeramente a la comunicación visual como una introducción al tema del diseño gráfico, en este tema veremos los elementos de la comunicación visual que hacen posible su comprensión siendo ésta un extenso campo de conocimiento por el que teóricos como Jakobson ha propuesto aplicaciones extensivas a las formas de comunicar, lo que permite ser proyectada y orientada como la resolución de problemas que el hombre se plantea en su proceso de adaptación de su entorno social, físico y espiritual. Posteriormente veremos que el diseño gráfico es la disciplina que cumple una función comunicativa que se encarga de la resolución de problemas de comunicación visual.

La comunicación visual es un suceso que está dentro de nuestro ambiente social, en el que se manifiestan cambios, ideas, aportaciones y opiniones sociales, así como eventos culturales etc. La comunicación visual, se encuentra en todos lados, y trata de significar algo en nosotros con intención de quien la emite.

Ahora veremos algunos estudios de la comunicación visual que nos permite reconocerla como un campo de conocimiento que ha permitido que algunas teorías lingüísticas y semióticas a la teoría de la imagen, hayan expandido sus términos de comprensión de la comunicación visual. Por lo que los elementos o conceptos que analizaremos a continuación, han sido realizados para la comprensión de los signos en el mensaje visual así como su comportamiento social.

La comunicación visual es nombrada por Vilchis como fenómeno de significación consciente, misma que comprende una serie de nociones que ella misma propone en su libro de "Diseño, universo del conocimiento". Estas nociones son determinadas por un grupo de elementos que cada una de estas comprende, la primera en nombrar es la semiosis, esta primera noción es comprendida por el uso de los signos, que se refiere como característica fundamental al "comportamiento humano, la capacidad de evocar, representar o referirse a algo, todas ellas relaciones entre el significante y el significado (o forma de la expresión y forma del contenido) comprendidas en el signo."<sup>41</sup>

41. Luz del Carmen Vilchis. Diseño, universo del conocimiento. P. 33. Ed. Claves latinoamericanas. 1ª. Ed. 1999. México.

La **semiosis** es el proceso en el que los elementos formales actúan como signos por lo que sugieren fácilmente una interpretación, esto explica que la configuración de los mensajes visuales así como su comportamiento social como objeto de significación, se desprenden tres dimensiones importantes en el estudio del signo.

**Sintáctica.** Su característica determina las relaciones formales de unos signos con otros, misma que comprende "las reglas de organización y composición que determinan los alcances combinatorios permisibles de los elementos visuales fundamentales, alcanza su más específica y concreta manifestación en la diversidad de los estilos que han impactado la comunicación visual".<sup>42</sup> Su especialidad es la comprensión de la relación sistematizada entre los signos visuales, además de proponer las reglas sintácticas.

**Semántica.** Es otro de los importantes aspectos de la semiosis que comprende aquellas relaciones que los signos visuales tienen que ver con los objetos o las ideas a los que los signos son aplicables "rebasando la idea originaria de que corresponde únicamente a las imágenes conceptuales o la intermediación con los referentes –las cosas- en virtud de la complejidad de la comunicación visual que da lugar a la condición polisémica en la que los excedentes de sentido constituyen la característica principal de los mensajes."<sup>43</sup>

**Pragmática.** Permite la comprensión de las posibles relaciones de los signos con los intérpretes clasificándose en dos vertientes: "la primera que describe los vínculos entre la necesidad, el mensaje y los diseñadores y la segunda que se interesa exclusivamente por los vínculos entre los perceptores, receptores o usuarios del diseño y los objetos de comunicación visual."<sup>44</sup>

Este estudio propuesto por Vilchis, permite que el diseñador gráfico analice el comportamiento de los signos en base a estas teorías que muestran los componentes para la comprensión de la comunicación visual, ya que "no es posible entender los términos de desarrollo del lenguaje visual si su conjunto de signos carece de dimensión sintáctica",<sup>45</sup> por lo que el signo se caracteriza por las relaciones que guarda con otros signos, sean objetos y usuarios, la comprensión del estudio de los signos, desprende otros aspectos como las reglas de formación, las cuales "determinan las relaciones independientes y permisibles de los elementos de un conjunto visual, y las reglas de transformación que determinan los complejos visuales que pueden obtenerse de los conjuntos visuales básicos".<sup>46</sup>

42. Ibidem. p. 39.

43. Ibidem. p. 39

44. Ibidem.

45. Ibidem.

46. Ibidem p. 39 y 40.

## 2.2

### Elementos que integran la comunicación, para la elaboración de los mensajes visuales.

En este tema veremos que los signos que integran la comunicación, son las herramientas esenciales en la producción de los mensajes visuales, así como la importancia que adquieren en el campo de lo que nuestro entorno está formado, ya que el diseño gráfico se encarga de mostrarlos a través de colores, formas, en el grado de comunicación que para la comunidad es reconocible; en el que todos entendemos de la misma forma. Veremos cómo se componen los elementos de la comunicación visual y el diseño gráfico como función comunicativa, quien es el que se encarga de formarlos. Como ya hemos visto en el primer capítulo de la comunicación, los signos y los códigos se integran a ésta para formar los mensajes.

Hay elementos que integran la comunicación visual, y son los que aderezan el mensaje formando enlaces que hacen posible entender cómo se conjugan para generar la comunicación. Veamos en qué consiste éste conjunto de elementos y la acción que emplean en el mensaje. Estos elementos de la comunicación visual, se complementan, actúan unos sobre otros y juntos refuerzan cualidades específicas. La información visual "representacional", "es el nivel más eficaz para la información directa e intensa de los detalles visuales del entorno, sean naturales o artificiales"<sup>55</sup>; con la invención de la cámara fotográfica, adquirió un valor importante en la representación fiel de la realidad de lo que se ve.

Otro nivel en la información visual es el: "simbólico", los símbolos son un medio de comunicación visual con significados universalmente reconocidos. Algunos ejemplos que nos pueden dar la idea de símbolos, las palabras, los números, la cruz roja, etc., son símbolos. Los símbolos siempre se mantienen dentro de la comunicación visual y además indican o previenen sobre algo, como los de las carreteras o sencillamente, se refieren a una institución, representan una idea, un negocio, o un partido político.

Por último, el nivel que hace posible la información visual, es el nivel "abstracto"; éste "ha sido el instrumento primario en el desarrollo de un plan visual. Es muy útil para la exploración no comprometida de un problema y para el desarrollo de opciones y soluciones visibles"<sup>56</sup>.

55. Dondis, D. A. (1995): Sintaxis de la imagen. 11ª. Edición. Gustavo Gili. Barcelona. p. 98.  
56. Ibidem. p. 99



Figura 36. Normas pictográficas de la señalización del aeropuerto de E.U

La naturaleza de este nivel de abstracción, radica en representar una solución final acabada, permitiendo exteriorizar aquellas fuerzas estructurales y subyacentes de la composición, donde aparecen en un principio aquellos elementos visuales puros, que después adquieren la forma de lo que será representado, con las técnicas que se apliquen.

Definimos así a los signos como la herramienta en común para la emisión de mensajes, que indican si algo está mal, si hay fuego, pánico, etc; son los síntomas o signos de que algo está pasando.

Estos signos o códigos, son de los que se compone el diseño gráfico y, por tanto, la comunicación visual.

“El significado hace referencia al contenido interno del mensaje, mientras que el significante concierne al contenido externo y visible del término. Ambos niveles son necesarios para que el acto de la comunicación pueda efectuarse. Significados y significantes son categorías abstractas, conjuntos unitarios, como lo demuestran los ejemplos de las variantes de un mensaje y de una señal. Si embargo, la estrecha conexión que se establece entre un

significado y un significante determinados, conexión que se individualiza de todas las demás conexiones de significados y significantes de un mismo código, es la que se denomina signo (o sema)” 57. De esto son derivados los códigos, que se componen de una extensa variedad de conexiones entre significado y significante; es decir que desarrollan o agrupan todo un sistema de signos. Dentro del campo del diseño gráfico, podemos ver toda una extensión de elementos de comunicación visual, como elementos físicos y estéticos, con contenidos significativos en una conjunción de mensajes visuales, que son creados y agrupados para ser leídos y comprendidos por la sociedad. El signo se compone de tres formas que mantienen relación hacia el objeto al que se refieren y son utilizadas de forma común, dentro de nuestro entorno.

**El icono:** es la imagen formada que parte de un objeto, que mantiene ciertos rasgos semejantes del mismo (como la silueta de un peatón en una señal de tráfico).

57. Otl Aicher, y Martin Krampen ( 1991): “Sistemas de signos en la comunicación visual”. 3ª. Edición. Gustavo Gili. México. p. 10.





Figura 37. Principales señales de tránsito en calles y carreteras. Cada una muestra un Pictograma.



Figura 38. Iconos de la cabecera. Software Mac Os.

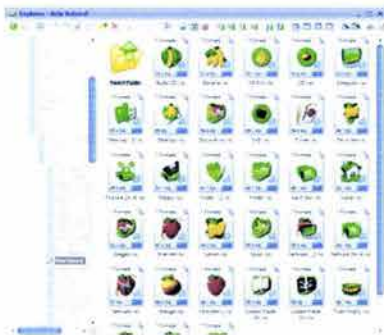


Figura 39. Iconos de un directorio de software con otro tipo de pequeños pictogramas

**El índice:** que representa directamente al objeto y su circunstancia (como la indicación de un cigarro prohibiendo fumar, ó las indicaciones de qué hacer en caso de emergencia). Muestran imágenes comprensibles de aquello a lo que estamos obligados.

**El símbolo:** es la formación de aquello que se originó por convención, pero que representa un objeto. Por ejemplo el triángulo nos indica peligro, una forma implicada en un círculo nos indica prohibición y orden, una forma incluida en un cuadrado sugiere indicación.

Los signos pueden presentar distintos grados de iconicidad, desde lo más fiel al objeto representado, hasta un grado de abstracción total.

**Los pictogramas:** son un conjunto de signos tratados con síntesis en su estructura, de tal manera que nos transmiten una información de forma rápida; los pictogramas tienen la particularidad de ser visibles en soportes redondos, cuadrados, o triangulares, con formas explícitas que son reconocidas; tal es el caso del "No Fumar", las señales de la carretera que nos indican lugares cercanos donde comer, o cargar gasolina, que sin duda, son pictogramas que el observador puede identificar fácilmente.

También existen otros elementos que estructuran y complementan el mensaje. Existen objetivos comunicacionales intencionales, que pueden influir en la forma de estructurar los mensajes visuales, para hacer que éstos cumplan con el propósito de comunicación:

- **La persuasión:** Procura convencer al receptor de que no existe más que una elección razonable, a través de valores emotivos. Aquí, el papel de los mensajes está destinado a afectar el conocimiento, las actitudes y el comportamiento del público.
- **La identificación:** Se encarga de distinguir al elemento del contexto a través de valores neutros que sirven para el reconocimiento del mismo mensaje.
- **La información:** Se refiere a la comunicación objetiva de los eventos; los mensajes llevan consigo valores funcionales, utilitarios y racionales.

Estos tres elementos, como valores son auxiliares para enfocar los mensajes con dicho propósito, en el hecho de transformar actitudes, ideas, comportamientos; así como podemos también reconocer o identificar al mensaje que nos aconseja prevención,



Figura 40. Marca denominada “Emsignia” por la empresa y “el ala del murciélago”, por sus fans en la comunidad del diseño, el estilizado monograma M de Motorola se presentó en 1955.



Figura 41. Logo o marca. Gift es una línea de camisas de Molly Enterprises, una empresa especializada en ropa para chicas adolescentes.



Figura 42. Logotipo en forma de señal. Museo de Historia Natural de Nuevo México. Señalización del museo en base al logotipo.

información de algún suceso o situación que esté afectando, etc. Estos son elementos que se implementan en la comunicación de los mensajes visuales con la intención de quien los emite.

También existen otros elementos importantes, que hacen que se lleve a cabo la comprensión de los mensajes en la comunicación visual, y son empleados dos niveles de interpretación; uno se vale de signos para la comprensión denotado, y otro nos lleva a entender el mensaje connotado.

**Primero:** El nivel “semántico”<sup>58</sup> denotado (lo que quiere decir el mensaje o significado del mensaje) es el nivel que nos hace comprenderlo, tomando en cuenta los tres elementos que anteriormente acabo de señalar, así como el uso de los signos, y los códigos que hacen, que el público interprete claramente el significado.

**Segundo:** El nivel “sintáctico”<sup>59</sup> connotado (seduce estéticamente al decirlo). En este sentido, lo que nos dice una imagen visual, o el uso de palabras que completan el mensaje, implica una connotación. Ideas que forman opiniones y comportamientos de los contenidos que el mensaje visual produce en el público.

Estos niveles de la comunicación visual, ponen en práctica la producción de los mensajes como los ingredientes que los complementan, estos niveles están presentes para apoyar los mensajes que son dirigidos a la publicidad, para ofrecernos servicios, para adquirir alguna compra, etc. Se ven obligados a apoyar la comunicación de los mensajes visuales complementando el trabajo estético, que es la labor del diseño gráfico.

La vasta cantidad de llamados de atención que recibimos constantemente en nuestra ciudad tan caótica, hace fácil entender que llevamos a cabo una gran selección de los estímulos circundantes; procesamos sólo una mínima cantidad de la información ofrecida por el medio visual que nos rodea. A partir de aquí, se hace evidente la necesidad de comunicar el contenido de un mensaje, mediante sus elementos más inmediatamente visibles.

58. Semántica (del griego *semantikos*, “lo que tiene significado”), estudio del significado de los signos lingüísticos, esto es, palabras, expresiones y oraciones.

59. Sintáctico ó Sintaxis: Gram. Parte de la gramática, que enseña a coordinar las palabras para formar las oraciones.

Además de estos conjuntos de elementos que la comunicación visual nos muestra para comprender extenso campo de conocimiento, así como su función y aplicación dentro de los mensajes visuales, el planteamiento de conceptos anteriores dan pie al conocimiento de otros elementos llamados códigos o también signos, los cuales forman un sistema de comprensión dentro de la comunicación visual, mismo que también son objeto fundamental de la disciplina de la comunicación gráfica.

Los códigos o también denominados signos, son quienes se encargan de formar los mensajes y que permiten su movilidad dentro del campo de la comunicación visual, pero en la comunicación gráfica los códigos se articulan de tal forma que uno conduce a la modificación de otros, como consecuencia la alteración del sentido de la comunicación. L. del C. Vilchis, propone en su libro "Diseño universo de conocimiento", una clasificación de diversos códigos articulados, esenciales en la comunicación gráfica.

**Código morfológico.** Son dos tipos de códigos, unos son llamados *esquemas formales abstractos*, que son un tipo de elementos sencillos para el diseño (líneas, contornos, esquemas de composición); *elementos formales figurativos*, elementos gráficos auxiliares que permiten completar las características formales en la composición del diseño (dibujos, ilustraciones, viñetas, etc).

**Código cromático.** Permite que la selección del color sea elegido eficazmente de acuerdo a las características semánticas y culturales específicas del diseño.

**Código tipográfico.** Se refiere a la traducción semántica del lenguaje que a su vez se convierte en el significado del diseño, constituye una de las expresiones de la función metalingüística de la comunicación gráfica, es un código morfológico que transporta al diseño al campo de comunicación; el código tipográfico se caracteriza por la variedad de tamaños, formas, y todo un arsenal gráfico para la selección adecuada de los signos.

**Código fotográfico.** Es el lenguaje visual de la comunicación gráfica que se compone de imágenes originales o manipuladas por la existencia de medios externos que forma una pieza importante en el diseño, en el que imagen y texto juntos forman un equilibrio reforzando el mensaje. Este código tiene diversas referencias visuales donde la imagen adquiere configuraciones distintas dependiendo del campo en el que se utilice. Puede nombrarse *núcleo*, como el foco de atracción en el diseño; *testigo*,

testimonio o memoria permanente a través de los tiempos; *documento*, gráfico que narra los hechos o sucesos; *emoción*, la imagen que provoca el efecto sentimental; *narración*, relación de ideas; *símbolo*, vinculado con algún significado; *anclaje*, funciona como el elemento destinado como recurso principal para la fijación en el diseño; *sopORTE*, apoya la idea manifestada en el diseño; *ornamento*, adquiere la característica de ornamento artístico o poético en el diseño; *texto*, un recurso útil para la tipografía.

La comunicación visual se ha hecho posible, desde los primeros hombres que tuvieron lugar en nuestro planeta, en su necesidad de mostrar con dibujos y pinturas, el mundo que les rodeaba. Vimos también cómo la evolución en el conocimiento la comunicación visual, que ha mostrado que somos una cultura de expresiones artísticas, proyectando sucesos que nos forman como sociedad con una amplia cultura. Hemos visto la importancia de la comunicación visual en la producción de mensajes, y lo que hay en ella de conocimientos, donde aprendemos a describir aquellos que son enviados para comprenderlos.

Hemos visto hasta ahora los niveles de información visual, con los que se componen los mensajes, el nivel representacional, es donde se logra representar fielmente la realidad de las cosas. Otro nivel es el simbólico, que utilizamos para representar aspectos que son del conocimiento universal, que nos informan y mediante la representación más mínima en el manejo del signo. Por último, hemos visto el nivel abstracto que representa una solución simple y natural de aquello que es representado. En otra parte del capítulo, vimos que los mensajes visuales se componen de dos campos de interpretación, el semántico, que es el que se representa a base de signos con los que desciframos su significado, y el nivel connotado, que es el contenido intencional del mensaje visual.

En el siguiente tema, veremos que el diseño gráfico es una solución a diversas necesidades de comunicación que se auxilia de ésta actuando como una función comunicativa. El diseño gráfico, tiene la capacidad de enfocar los mensajes visuales a un público y un contexto específicos y a todo aquello que implique comunicar; se encuentra visible en revistas, periódicos, Internet, etc; veremos algunas de sus características y objetivos que lo describen para comunicar con signos, formas, imágenes y colores.

## 2.3 ¿Qué es el diseño gráfico?

Gráfica es "...la naturaleza misma como modelo de lo real y su forma. El hombre es producto de la naturaleza y su imitador. Todas las formas creadas por el hombre son tomadas de la naturaleza. Al fijarse en la naturaleza (el hombre) imita sus formas haciendo un diseño gráfico porque (la naturaleza) tiene forma gráfica"<sup>60</sup>.

Norberto Chaves.

Ahora veremos que el diseño gráfico es una solución de comunicación a diversas necesidades, autores y estudiosos del área como Joan Costa, quien plantea una definición sobre lo que significa diseño y gráfico, conceptualizando la conjugación de éstos dos términos, para los que existen variadas formas de clasificación y expresión de todo lo que representan y desarrollan; veremos que el diseñador gráfico es quien pone en práctica esta actividad en la proposición de ideas que forman parte del canal de la publicidad, así como en variados medios de comunicación. Por otro lado se han propuesto algunos objetivos que el diseño gráfico debe realizar en el cumplimiento de su función en la aportación de propuestas para las necesidades de comunicación del emisor, mismas necesidades que lo definen como función comunicativa. Por último veremos que la tecnología es indispensable para el desarrollo del diseño gráfico, y que son tecnologías especializadas para la producción de medios y soportes publicitarios.

Hoy en día el acto de comunicarnos es indispensable para nuestra sociedad, y valorado con el apoyo del diseño gráfico, que da forma o significado a los mensajes visuales.

Para definir al diseño gráfico, Joan Costa concibe el diseño como, "diseño no es el producto que resulta de él. Es una disciplina, un proceso previo al producto; un itinerario oculto que es la mismísima morfogénesis de los objetos, los espacios y los mensajes"<sup>61</sup>. Diseñar, es dar forma con los primeros esquemas, los bocetos, las ideas, en el complemento del diseño con lo gráfico, existen varias formas de encontrar una clasificación que pueda reunir en una sola frase todo lo que el diseño gráfico representa y desarrolla en la labor de ordenar estéticamente aquello que se expresa gráficamente, con el objeto de manifestarse en varios medios de comunicación. Por lo tanto Costa menciona que, "el grafismo está ligado a la industria y al comercio, y por tanto a la

60. [www.wolkoweb.ar/apuntes/textos/chaves.rtf](http://www.wolkoweb.ar/apuntes/textos/chaves.rtf)

Norberto Chaves. ¿Qué es lo gráfico?.

61. Costa, Joan (1994): "Diseño, comunicación y cultura". Ed. Funesco. Madrid. P.180.

economía; a los medios audiovisuales, la cultura, y asimismo a la política; al marketing y al consumo; a la estética y a la semiótica; a la ciencia de la comunicación y, por eso mismo, a las ciencias humanas y a las nuevas tecnologías”<sup>62</sup>.

Como vemos, el diseño gráfico no se limita al estudio de una sola área, el diseño gráfico hace presencia en todo aquello que implique comunicar por la vía de los mensajes visuales “(dar a la gente la información necesaria en cualquier ámbito de la vida social). El diseño de persuasión (que intenta convencer, seducir para que las personas compren cosas y voten a personas, o se adscriban a ideologías)”<sup>63</sup>.



Figura 43. Diseño gráfico y editorial en el documento electrónico de [www.oncetv.com](http://www.oncetv.com)



Figura 44. Material promocional y gráfico con interior y exterior elaborados con diseño editorial



Figura 45. Soportes promocionales y editoriales

El diseño gráfico, se encarga de proponer un estilo en cada uno de los medios visuales o audiovisuales (en el caso de diseñar páginas web para Internet, que interactúen con el usuario), que requieren la interacción entre el comunicador y el usuario final. Más adelante veremos cuál es la tarea esencial del diseñador gráfico.

Otra definición conjuga al diseño gráfico con la comunicación: “el concepto de diseño gráfico, como rama de la comunicación que estudia la disposición correcta de textos y elementos gráficos para transmitir un mensaje de forma idónea. Combina aspectos como colores, formas, tipografía, espacios, etc., para crear un espacio visual en el que el mensaje llegue al espectador de forma clara, amena y efectiva”<sup>64</sup>. El diseño gráfico, está implicado con todo aquello que adquiere de tal modo un valor estético y visual. Todo aquello que es diseñado, necesariamente implica una auténtica planificación, comenzando por trazar las ideas en papel, para después ser esbozado, dibujado con base en un cálculo, un análisis y una configuración textual, elaborando posteriormente una conformación, un proceso de síntesis formal, donde finalmente se adquiere una idea proyectada para lanzar

al exterior, la publicidad o el marketing.

El diseño gráfico se puede catalogar como el proceso de creación y elaboración por medio del cual el diseñador traduce un propósito en una forma. Esta definición plantea una etapa de creación, indica que el diseño realiza un proceso mental para

62. Costa, Joan (2003): “Diseñar para los ojos”. Colección Joan Costa. Bolivia. p. 11.

63. Ibidem. p 12.

64. [www.htmlweb.net/disenio/que\\_es\\_diseniador/diseniador\\_3.html](http://www.htmlweb.net/disenio/que_es_diseniador/diseniador_3.html)

Luciano Moreno ¿Qué es un diseñador web? (III)

proyectar. Para el desarrollo de nuevos proyectos de diseño gráfico, el diseñador debe identificar el problema que tiene que resolver con el propósito de dar forma a una idea que funcione, seduzca, convenza, por medio de la información únicamente necesaria.

El diseño gráfico es una función comunicativa con carácter masivo, esta comunicación requiere de un canal visual, que se lleva a cabo a través de medios que establecen una distancia entre emisor y receptor y cuyo carácter es colectivo. Esto significa que sea un medio de comunicación de masas, sino que circula y se desarrolla a través de distintos medios de comunicación; lo podemos ver en los diarios, revistas, libros, en calles, televisión, Internet, etc.

El diseñador gráfico maneja un campo extenso donde proyecta su creatividad, y su expresión dentro de las comunicaciones. Dispone de una variedad de medios impresos, electrónicos y multimedia que transforma, produce, crea o dirige proyectos que cumplan con determinadas necesidades de comunicación. Su actividad radica en el proceso de combinar textos, imágenes y gráficos para comunicar un mensaje efectivo.

Es tarea del diseñador gráfico, así como otros expertos en el grafismo, realizar el estudio y el análisis para manifiestar los mensajes visuales. "El diseñador gráfico, el grafista, el visualista, el infografista, diseñan los mensajes, las noticias, las informaciones, las comunicaciones visuales y audiovisuales, a los que reaccionamos y obedecemos (o no, en la medida de nuestra limitada libertad personal). Ellos manejan las imágenes, las palabras, los signos y los símbolos de un lenguaje de simulaciones y convenciones que llega a reemplazar a las mismas cosas de la realidad a la que representan o designan"<sup>65</sup>.

El campo del diseño grafico es muy amplio, por lo que cada área de nuestro entorno social se enfrenta a problemas de comunicación por los que el diseño gráfico es capaz de resolver.

El diseñador, a diferencia del artista, no es normalmente la fuente de los mensajes que comunica, sino el intérprete visual de la imagen. El mensaje tiene que estar de acuerdo y sobre todo, tiene que ser claro para el que lo recibe. Los códigos utilizados, deberán ser conocidos por el destinatario y estar pensados en función del mismo. La



Figura 46. Publicidad de telefonía celular de Sony Ericsson



Figura 47. Publicidad en revistas, gráficos de rasuradores Gillette

65. Costa, Joan (1994): "Diseño comunicación y cultura." Ed. Fundesco. Madrid. p. 177.

función del diseño gráfico es emplear la comunicación visual, tomando en cuenta aquellos elementos que hacen al mensaje fácil de interpretar, así como el uso de palabras facilitan la comprensión del mensaje.

Los elementos que son integrados concluyen con la realización del diseño gráfico, que sea una expresión artística y visual del mensaje, para hacerlo funcional y comprensible. En respuesta a esto, el diseño gráfico nos da la solución a necesidades comunicacionales de cualquier tipo, sea ciencia, disciplina, estudio, cultura, arte, etc. El diseño gráfico visto como una actividad "es la acción de concebir, programar, proyectar y realizar comunicaciones visuales, producidas en general por medios industriales y destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos determinados"<sup>66</sup>; la combinación y el desarrollo de un sin fin de diálogos visuales, permite lograr la idea estética adecuada a la necesidad de comunicación que se presente.

En la actividad se nombra diseño a la etapa que emplea un proceso de análisis de la información y es mediante su ordenamiento, como se consigue la solución.

Por otro lado, diseñar es la actividad que consiste en la programación, proyección, la coordinación de una amplia lista de factores materiales y humanos, que traduce lo inexistente en tangible, comunicar con el propósito de una solución posible a todo.

Hasta ahora, hemos visto que la función del diseño gráfico es estudiar, valorar y elaborar los mensajes visuales, tomando en cuenta que éstos deberán cumplir una importante función comunicacional, ya que es quien clasifica y ordena elementos visuales que se dirigen y que son creados para el público.

La comunicación que se produce con la ayuda del diseño gráfico, tiene un amplio grupo de destinatarios que comprenden el mensaje del emisor, por lo que es necesario imponer nuestra visión utilizando soportes, tales como carteles, folletos, espectaculares, periódicos, revistas, catálogos, etc. "Toda la comunicación mediática es un formidable flujo de imágenes y textos en sus infinitas variedades y combinaciones"<sup>67</sup>. Basta con mirar a nuestro alrededor para darnos cuenta del enorme campo de acción del diseño gráfico.



Figura 48. Publicidad en revistas de un famoso laboratorio anunciado en televisión.



Figura 49. Publicidad en revistas de productos Gillette.

66. Frascara, Jorge (2000): "Diseño gráfico y comunicación". 7a. edición. Ed. Infinito. Argentina. p. 19.

67. Costa, Joan (2003): Diseñar para los ojos. Colección Joan Costa. Bolivia. p. 37.



Por ejemplo, al preparar una campaña publicitaria, la forma visual y la emotividad que se plasma en un cartel; el colorido y la composición de un folleto o catálogo, ilustrar libros, el diseño de sitios Web en Internet, etc. Esto es solo un fragmento de la obra gráfica del diseñador.

El diseño gráfico tiene una amplia variedad en definiciones; veremos ahora al profesional que se encarga de dar solución a los problemas de comunicación en el grafismo.

El diseñador gráfico se adapta a diferentes sistemas de comunicación, “el diseño es creador de “exteriores”, “(lo mismo se trata de diseñar un espacio, un objeto, un mensaje, un servicio, un sistema o un proceso y sus normas y procedimientos). Unos trazos, en un principio vagos y tentativos, que son el reflejo del proceso de ideación”<sup>68</sup>. Podemos ver que los trazos y dibujos que al principio son puestos en el papel, van originando ideas, conceptos, hasta lograr la idea concreta que se ha de proyectar, donde la creatividad del diseñador, se traslada hacia el manejo de técnicas y experimentaciones en la imagen, en fin, todo un proceso de labor visual con un contenido significativo y comunicacional.

Así es como el diseño gráfico pasa a ser proyectado a un exterior con el que entra en diálogo o discusión, de acuerdo con las circunstancias. Al momento de pasar a una fase de proyección, podría decirse que el diseñador, como el productor del mensaje objetual o gráfico, “ha perdido todo control sobre su obra en el momento en que suelta de sus manos el producto forjado y lo deja libre en el canal de la propaganda, la comunicación, la distribución o el consumo”<sup>69</sup>. Por consiguiente, lo que el diseñador proyecta, se convierte en algo objetivo, es decir, en algo que toma lugar dentro de una perspectiva distanciada, de alteridad, para los receptores o sujetos que verán o usarán lo que el diseñador ha proyectado en el mensaje.

En el diseño gráfico se llevan a cabo procesos complejos donde es necesario emplear un carácter comunicacional; en el interviene un emisor, que es quien tiene un problema de transmisión de información, un medio o canal, que es el diseño gráfico, y por último un receptor. Un diseñador gráfico es un profesional encargado de solucionar



Figura 50. Imagen de diseño corporativo

68. Costa, Joan (1994): “Diseño comunicación y cultura”. Ed. Fundesco. Madrid. P. 178.

69. Llovet, Jordi. (1979): Ideología y metodología del diseño. Ed. Gustavo Gili. Barcelona. p. 108

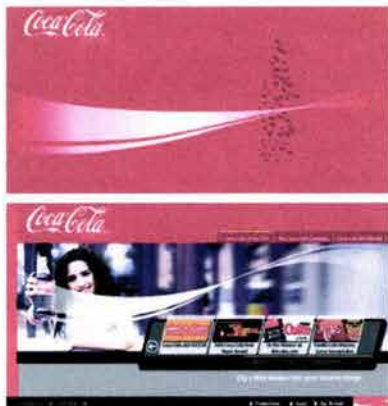


Figura 51. Website de Coca-Cola, que incluye una variedad de gráficos en la que conservan una línea estética y visual sobre la marca.



Figura 52. Diseño de logotipo para una organización de diseñadores gráficos.



Figura 53. Diseño de logotipo para el sitio web de una empresa de hospedaje de páginas web.



Figura 54. Diseño de logotipo para un negocio de bienes y raíces.

Figura 55. Diseño de logotipo para un despacho de arquitectos.

la comunicación, con el uso adecuado de la imagen, tipografía, color y demás elementos que son los que armonizarán su diseño, además de visualizar y tener la percepción de acomodar y transformar la información originando así los mensajes, a través de un orden lógico y coherente, adecuado para su comprensión. Un diseñador gráfico tiene la capacidad de diseñar para ciertos sectores, porque no todos los sectores requieren de la misma información.

Nuestras necesidades son diferentes, también el diseñador gráfico, tiene la capacidad de pensar y crear el mensaje para quien lo recibe, es aquí donde se lleva a cabo una configuración del mensaje, y para encontrar la configuración correcta es necesario seguir un método o proceso de desarrollo, hasta encontrar la correcta estructuración del mensaje visual para hacerlo efectivo. Para dar forma a lo que el diseñador procesa en su mente, debe dibujar las ideas a través de un soporte físico, es aquí donde el diseñador gráfico poner en orden sus ideas, para producir el mensaje y establecer lo que se propone comunicar.

El diseñador gráfico es el que procesa y da forma a la imagen o al mensaje visual y es quien trabaja en la interpretación, el ordenamiento y la presentación estética. Su gran tacto o sensibilidad para la forma, debe ser paralela a su sensibilidad para lograr el contenido visual adecuado. El diseñador gráfico debe prestarle suma importancia a la coherencia entre el contenido (el significado del mensaje) y la forma (la materialización del mismo) para cumplir la tarea para la cual el emisor del mensaje nos ha requerido.

El diseñador gráfico debe de concientizarse cuando se encuentra en la elaboración de una pieza de diseño; su función es establecer una adecuada comunicación con el receptor, donde posiblemente podrá estar en competencia con otros estímulos visuales, por lo que deberá atraer y retener la atención de aquellos que lo observen.

La imagen debe producir los estímulos visuales, con una intensa capacidad como para emerger o vibrar en el público y contexto en el que se encuentra, mediante el

uso de contrastes en aspectos de forma, contenido y tema, donde el significado de la imagen visual deberá relacionarse con los intereses del receptor. La selección del lenguaje visual adecuado, es uno de los problemas a los que el diseñador se enfrenta y tiene que resolver tomando en cuenta todos los requerimientos de su mensaje, ya que esta tarea representa uno de los primeros pasos en el proceso de diseño.

Un ejemplo de manejar o integrar al diseño gráfico, es que tiene que ver en la creación de nuevas ideas sencillas o complejas, pero al final, lográndolo dentro de espacios publicitarios o editoriales.

Cuando nos detenemos a leer una revista revisa, observamos los detalles que la integran, desde su tipo de letra, el tamaño, las líneas, las columnas, amplios espacios en blanco, las imágenes, incluyendo su portada. Es labor del diseñador gráfico, saber manejar el campo del diseño editorial. El diseñador gráfico, al igual que los demás profesionales, es un especialista en el manejo de la imagen, quien ofrece servicios al cliente, dando soluciones de comunicación y medios adecuados a cada tipo de necesidad, en la elaboración de la idea que pretende transmitir el emisor en el mensaje, que generalmente trata de tipo comercial; la elaboración de las ideas para los mensajes, se centran en diferentes fuentes para tener sus propios recursos gráficos, ilustraciones, textos, fotografías, haciendo uso de diferentes soportes carteles, folletos, panfletos, trípticos, libros, etc; en la aplicación de diferentes técnicas como la geometría espacial, tipografía, teoría del color, psicología aplicada, etc; para conseguir la atención del receptor final con el objetivo de que el mensaje produzca el efecto esperado.

Hasta ahora, las definiciones de diseño gráfico que he propuesto en este capítulo, han sido variados puntos de vista de concebir el diseño gráfico, primero Chaves describe que gráfica es la naturaleza vista como modelo, siendo el hombre imitador de sus formas; de la cual, considero un tanto poética que no ilustra en sí lo que el diseño gráfico comprende como disciplina; por otro lado, Costa conceptualiza uno por uno los términos diseño y gráfico, asociándolos para formar una definición concreta del diseño gráfico, que considero como una definición más general pero acertada, ya que como actividad multidisciplinaria, está ligada a todo tipo de área que implique ordenar estéticamente aquello que deba expresarse gráficamente en una variedad de medios de comunicación, mismo que como actividad se encuentra con toda clase de necesidades de comunicación.

El diseño gráfico como función comunicativa, elabora los procesos de análisis de acuerdo a las necesidades específicas del emisor para generar los mensajes visuales que éste intenta comunicar.

## 2.3.1 Los objetivos y la función del diseño gráfico.

Diseñar para la sociedad es el objetivo principal del diseño gráfico, resolver problemas sociales de comunicación, es el único interés en el que debe pensar el diseñador, empleando sus conocimientos en la producción de ideas adecuadas a las características que deben reunir los mensajes visuales que serán expuestos a la sociedad. Se tratarán de reunir algunos de los objetivos que el diseño gráfico contempla, para la realización del trabajo estético y visual, en la producción de los mensajes visuales.

El objetivo principal del diseño gráfico, es mostrar un lenguaje básico de la imagen y el texto, y que Costa ha denominado "lenguaje bimedia"<sup>70</sup>, que se refiere al lenguaje icónico y tipográfico, que el diseño gráfico, organiza conjuntamente cumpliendo necesidades específicas de comunicación.

Para que un diseño sea funcional, debe de expresar contenidos que lo hagan esencial, útil. El diseñador emplea la comunicación por diversos canales, que son la ayuda visual para llevar la información. Llovet explica en su libro "Ideología y metodología del diseño," que la importancia y objetivo de un diseño, puede tener un ámbito de utilidad, "como algunos diseñadores o teóricos del diseño ya se han atrevido a expresar, no se puede decir que un objeto tenga una parte "significante" y una parte "significado", un "plano de expresión" y "un plano del contenido" una "forma" y un "contenido", una "utilidad", y una "esteticidad"<sup>71</sup>. Esto que explica Llovet en la realización de un diseño con utilidad, debe de incluir un sentido bien definido, y para que el diseño gráfico tenga sentido, debe ser capaz de resolver el problema de comunicación con un mensaje útil, adecuado a determinada necesidad para quien se dirige. El objetivo del diseñador deberá ser el emplear el análisis para la realización del diseño implementando valores estéticos para configurarlo, tales como creatividad, conocimientos y experiencia en la realización de mensajes visuales para la necesidad que se presente.

A las características del diseño gráfico se le agregan también la utilidad y forma, función y estilo, necesidad y libertad expresiva que no se pueden deslindar como los elementos útiles del diseño gráfico.

70. Costa Joan, (2003): Diseñar para los ojos. Colección Joan Costa. Bolivia. p. 12.

71. Llovet, Jordi. (1979). Ideología y metodología del diseño. Ed. Gustavo Gili. Barcelona. p. 108

Éstos mismos elementos como la utilidad, la forma y la función en el diseño gráfico, surgen y de ellos se desprenden una serie de paradigmas sólo aparentemente propios de cada uno de estos campos, para fundirse inseparablemente en la síntesis de un objeto, un fin o concepto.

El objetivo, es la utilidad del concepto con mensaje que se realiza a una necesidad, con un trabajo expresivo y libertad de crear, diseñando elementos icónicos y textuales, aplicando técnicas con la creatividad del diseñador gráfico con el fin de cumplir con los parámetros objetivos.

También el diseño gráfico, cumple objetivos específicos cuando el diseñador ha concluido el trabajo de diseñar, empleando sus conocimientos y las características de comunicación con las que el mensaje debe reunir. El objetivo principal del diseño gráfico es de carácter comunicacional, al transformar las imágenes, las formas y elementos de expresión en mensajes visuales que llevan consigo la persuasión en la mente de quien está viendo el mensaje. "El diseñador, como emisor del mensaje objetual o gráfico, ha perdido todo control sobre su obra en el momento que realiza su segunda "proyección", cuando suelta de sus manos el producto forjado y lo deja libre en el canal de la propaganda, la comunicación, la distribución o el consumo. También en este momento, por lo demás, el proyecto del diseñador se convierte de verdad en algo objetivo, es decir, en objeto: algo situado en una perspectiva distanciada, de alteridad, para los sujetos que van a ver o usar aquello"<sup>72</sup>. El diseño gráfico entra en un canal de comunicación con la sociedad, quien determina si el mensaje se acomoda y puede entrar en discurso, con un fin integrado para la adquisición, la compra o la propaganda.

Como conclusión podemos decir que, los objetivos del diseño gráfico nos muestran la conexión inherente que existe con la comunicación y el lenguaje que ésta tiene para formar una conjunción, que Joan Costa denomina "bimedia", como el vínculo de elementos icónico-tipográficos, que son organizados por el diseño gráfico, haciéndolos cumplir con su objetivo comunicacional en la producción de los mensajes visuales. Estos mensajes que son puestos en el canal (o los medios masivos de comunicación), que llevan consigo la parte expresiva y estética del diseño, conduciendo una información de utilidad para aquellos que al verla se motiven o implique determinada necesidad; lo cual significa adecuar o dirigir el mensaje para quien lo recibe. Resumiendo el capítulo, es lo siguiente: del diseño gráfico surgen elementos esenciales que son inseparables en el momento de diseñar un objeto o concepto,

72. Costa, Joan (1994): Diseño, comunicación y cultura. Ed. Fundesco. Madrid. p. 109 .

tales como la utilidad, la forma, la función, el estilo, la necesidad en conjunción con la libertad expresiva, lo cual también se une con determinadas necesidades de comunicación objetivas que se le presenten al diseñador, en el cumplimiento de sus actividades de creación y producción de los mensajes visuales. En el siguiente capítulo, veremos cómo el diseño gráfico aprovecha la tecnología para la producción de imágenes, textos, y mensajes que son puestos en los diversos canales de comunicación.

## 2.3.2 La tecnología en el diseño gráfico

Las primeras expresiones del arte antes de ser denominadas diseño gráfico, parten a finales del siglo XIX durante la segunda revolución industrial con el nacimiento de la electricidad, momento en que se desarrolla la tecnología del ensamblaje y de la ergonomía a principios del siglo XX. Con el inicio y el incremento de las masas consumidoras. Para los años veinte, acontece el vigor de los diseños. Pensando que podría ser un acontecimiento con una maduración en proceso de expandirse tarde o temprano.

El diseño gráfico podría decirse que partió desde el manuscrito, donde calígrafos adornaban cantidades de páginas y copiaban libros. Pero este momento se consolidaba como una actividad artesanal, porque en dicha labor era muy notable la calidad estética y la belleza formal, aunque cabe señalar que la utilidad también estaba presente. Al desaparecer la caligrafía, se produce un giro en las artes gráficas con el nacimiento de la imprenta, de esta actividad se origina el impresor cuyo trabajo consistía en distribuir tipografía formando textos dentro de un espacio gráfico, cubriendo las páginas con una gran abundancia en ornamentos, iniciales y tipografía de variados tamaños.

Figura 56. Computadora Power Mac G4, útil para los diseñadores que manejan formatos grandes para el diseño gráfico.



Figura 57. Computadora Mac, una compañía especializada en desarrollo de tecnología de vanguardia para diseñadores.

Posteriormente crecen rápidamente los avances mecánicos en la imprenta, en el papel, en la calidad de la impresión, y en la producción de grandes volúmenes de libros que nutrirían de conocimientos.

A comienzos del siglo XIX la prensa, tuvo un desarrollo acelerado, lleno de avances mecánicos donde las máquinas operaban por sí mismas, desplazando la mano del impresor. Conforme avanzaba la importancia de la prensa, tomaron en cuenta algunos conocimientos del arte, surgió la necesidad de presentar las páginas con una adecuada distribución de imagen y texto, visualmente apoyados en una diagramación y un diseño empírico de las páginas y con un bajo contenido visual. La prensa de ese entonces, no se enfocaba en la publicidad, ni mucho menos en persuadir al lector, pues es hasta el año de 1845 que se da a conocer en París “la fundación de la primera agencia de publicidad dirigida a la prensa”<sup>73</sup>.

Con el éxito de éste importante medio de comunicación, con la ilustración de la prensa, otros medios visuales y gráficos se perfeccionaron, como es el caso de la fotografía, que ilustraría más aún las noticias, nutriendo a la prensa de más contenidos. Consecuentemente se originan otros modos de impresión, que agilizarían la producción en serie, utilizadas para grandes tirajes, como “el fotograbado, el linotipo, el offset y las rotativas eléctricas, en verdad masivas y rápidas”<sup>74</sup>.

Conforme avanza la industrialización y la tecnología digital, en la producción de nuevas herramientas que hacen más práctica la vida del hombre actual, se producen una gama de computadoras que se ocupan para la producción en el diseño gráfico, y que ofrecen al diseñador, infinidad de posibilidades para crear y recrear su creatividad, produciendo impactantes diseños entre los cuales están: “la creación de caracteres, titulares, carteles, maquetas, compaginación y posiciones textuales”<sup>75</sup>.

El diseño gráfico, se ha podido acoplar a las nuevas herramientas que la tecnología le proporciona. “Las primeras imágenes del ordenador tenían funciones claramente utilitarias. Y el impulso creativo las trasladó al terreno del arte, de la creación libre, de la experimentación. La máquina pasó así a desarrollar funciones prácticas y estéticas”<sup>76</sup>.



Figura 58. Impresora HP color, imprime calidad fotográfica.

Lo que permite esta tecnología, es visualizar y diseñar los enormes formatos que se ocupan para anunciar publicidad que se utiliza para comunicar mensajes y de persuadir a un público.

74. Juan Acha (1988): Introducción a la teoría de los diseños. Ed. Trillas. 1ª. Ed. México. p. 102.

75. Ibidem. p. 102.

76. Costa, Joan (1994): Diseño, comunicación y cultura. Ed. Fundesco. Madrid. p.326Ibidem. p. 326.

El diseñador gráfico cumple con su estado codificador, diseñando todo un proceso en la elaboración de imágenes y contenidos que se observan desde la pantalla visual de la computadora, donde se procesan, se diseñan y ordenan los elementos gráficos que dan origen a formas visuales en una composición determinada.

La tecnología y el uso de las computadoras, ha absorbido a otras disciplinas que se rigen bajo la norma tecnológica, que les permite elaborar su trabajo, pero las computadoras están al servicio de nosotros, quienes les ordenamos, para que ejecuten una acción. Estos "instrumentos materiales se hacen más complejos, en una ideología del servicio al hombre: ser sus extensiones productivas. Así, el instrumental para la generación de imágenes, ya hemos visto que se multiplica y se diversifica en un verdadero arsenal tecnológico a un ritmo creciente" 64.

De tal modo que las herramientas han sido creadas para hacer comunicación, han servido para el almacenamiento de información y su tratamiento, han servido también para registrar la acumulación de imágenes realistas o de aquellas que son copiadas y reproducidas.

Están a disposición de los artistas y de los creadores gráficos, que manipulan la imagen para producir efectos visuales en el instante en que es convertida en imagen impresa, para la prensa, el cartel, la revista, el logotipo, etc.

Hemos podido ver que las primeras expresiones gráficas eran fundamentalmente artísticas, con manuscritos caligráficos, que contenían calidad estética y belleza formal para adornar páginas de libros.

Con el nacimiento de la imprenta, se desarrollan las artes gráficas. La actividad del impresor que consistía en acomodar tipografía de variados tamaños, formando textos en espacios gráficos, adornaba las páginas con ornamentos y grandes iniciales en el comienzo de cada texto, su producción abarcaba grandes volúmenes de libros. Para comienzos del siglo XIX, la producción de la prensa pasa por un desarrollo acelerado, lo cual acabó con la mano de obra del impresor, pues ahora podía ser reemplazado por personas especializadas en el trabajo mecánico.



Figura 59. Ilustración de un libro antiguo, con ornamentos hechos a mano.



Figura 60. Cartel impreso con tipos móviles, con tipografía de variados tamaños.



Las primeras publicaciones de la prensa, se elaboraban con poco cuidado en el contenido visual, pues se apoyaban empíricamente en una diagramación y un diseño en las páginas; no se colocaban anuncios y publicidad que persuadiera al lector. En 1845, se funda en París la primera agencia de publicidad dirigida a la prensa. La ilustración comienza a nutrir visualmente cada página, pero la fotografía se perfecciona aún más para ilustrar las noticias o contenidos gráficos.

Con la implementación de nuevas técnicas de impresión eléctricas, que producían en serie las páginas del periódico, se masificó este medio de comunicación; del mismo modo la producción de libros aumentó su audiencia. Es hasta la llegada de la nueva industrialización y el descubrimiento de la tecnología digital, y la producción de herramientas computacionales que hacen más práctica la vida del hombre, pero sobre todo que ayudan al diseñador gráfico a producir con rapidez el diseño, expandiéndolo hacia los terrenos del arte, la experimentación y a todas esas infinitas posibilidades de creación libre de diseños: le ayuda a crear caracteres, títulos, carteles, compaginación y posiciones textuales. El apoyo que el diseñador toma de la computadora, le permite desarrollar funciones prácticas y estéticas, crear los enormes formatos de campañas publicitarias; diseñar y elaborar toda clase de imágenes y contenidos gráficos.

---

# 3.

El diseño editorial: base del diseño gráfico digital en la producción de sitios web.

## 3.1 ¿Para qué el diseño editorial?

En este capítulo, veremos que el diseño editorial es un área del diseño gráfico, dedicada a la producción y formación de documentos impresos. El motivo de citar al diseño editorial en la producción de páginas web, representa un nuevo reto a los diseñadores de información, la mayoría de los consejos que se necesitan para diseñar, crear, montar, editar y organizar múltiples elementos en distintos formatos no son radicalmente distintos de los que se utilizan en la práctica actual del medio impreso. Lo que veremos en éste capítulo es referente a los documentos web que pueden adaptarse a las técnicas en la configuración de estilo editorial, acerca de lo que todo diseñador gráfico debe saber acerca de cómo crear los estándares internos de una publicación electrónica clara, amplia y consistente.

Con el objetivo de aplicar el diseño editorial, se pretenden reunir las cualidades, necesidades y objetivos de comunicación del emisor, en base a la realización de un estudio se podrá identificar al tipo de público al que va dirigida la publicación, obteniendo el resultado del mensaje que pretende comunicar en la página web.

La planificación de una página web, es el proceso principal antes de comenzar la edición, dedicar algún tiempo en la planificación de un proyecto asegura aquello que va a incluir la página web, el lugar donde obtener la información y el aspecto externo de diseño que adquirirá.

La planificación del diseño en la elaboración de una página web, contribuye a reducir los errores que se producen durante la edición, para esto se incluyen los siguientes aspectos.

1. **Definición de la audiencia.** Con la creación de una página web, el emisor desea comunicar adecuadamente su mensaje de acuerdo a los contenidos que quiera incluir. El diseño editorial de una página web va en función de la audiencia para la que se genera la información y mensaje.

2. **Establecer los objetivos** que se pretenden alcanzar en la creación del proyecto, objetivos para los que debemos pensar si la página web va a divulgar información, promocionar una asociación o comercio electrónico, si va a educar o a promover el entretenimiento. Los objetivos principales deben estar bien definidos para posteriormente planear los contenidos que incluirá la página web.

3. **Organización**, cuando se han definido los objetivos, lo que sigue es obtener la información y el material gráfico que incluirá la página web, una vez obtenidos los materiales se colocarán en las secciones correspondientes formando una organización del sitio.

Estos han sido solo algunas especificaciones con los que cuenta el diseño editorial para aplicar el diseño en páginas web, más adelante veremos algunas otras cuestiones que el diseñador debe enfrentar en la realización de proyectos de diseño para documentos electrónicos.

## 3.2 El diseño editorial y su aplicación en el diseño de páginas web.

El diseño editorial configura elementos de diseño gráfico para el diseño de soportes electrónicos o páginas web para internet, para lo que se necesita conocer las necesidades del emisor hacia su público y diseñar una página web funcional.

El diseño editorial, cuenta con la flexibilidad de acoplarse a la realización de varios elementos gráficos y visuales, que van desde un folleto, tríptico, revista, periódico, etc, hasta emplear el diseño gráfico y editorial en la producción de sitios web. Lo que a continuación veremos es cómo diseñar una página web, que pueda interesar al público, por el contenido cultural, artístico o visual, de acuerdo con lo que el emisor o cliente necesita para darse a conocer, por los servicios que ofrece, e incrementar sus ventas. El diseño de una página web, depende mucho de lo que ofrezca el cliente; el diseñador encontrará la solución a cada caso que se requiera.

La respuesta a los contenidos visuales, se encuentra en el diseño editorial para páginas web, pues tiene que ver con la composición de los elementos para la realización de un buen diseño, que deberá ser casi transparente para los usuarios. En este capítulo se tratará de abarcar todos aquellos contenidos que hacen posible que perdure un buen diseño en la red, sin que la moda nos imponga mover, o cambiar nuestros contenidos. Porque para realizar un buen diseño y que nuestro sitio web soporte las

pruebas del tiempo, el elemento fundamental en el que debemos pensar para nuestro diseño, es una adecuada comunicación, clara y comprensible hacia los usuarios.

Antes de comenzar a diseñar un sitio web, debemos conocer el proceso que nos llevará a una solución adecuada en el diseño editorial con las necesidades del emisor hacia su público.

Es necesario plantear algunas preguntas para organizar las ideas y el proceso de producción.

¿Quién me está encargando el diseño de una página web?

¿Por qué y para quién se va a construir un sitio web?

¿Para quién voy a diseñar una página web?

¿Cuáles son los objetivos para diseñarla?

Son preguntas sencillas de responder antes de comenzar a pensar en el diseño editorial de la página web; es importante responder a ellas de forma concreta para garantizar un resultado provechoso. Para la pregunta final, es importante plantear algunos objetivos que para la base del diseño editorial, con algunas ideas que describan las estrategias específicas de cómo se construirá, los tiempos que serán dedicados al diseño editorial, a su construcción en general y su implementación una vez que esté terminada completamente.

Otro aspecto importante para la construcción de una página web, es el público al que va a ir dirigido nuestro mensaje, para poder construir el diseño en función de lo necesario. Planteando ciertas características que puede tener cada tipo de usuario "los conocimientos, procedencia, intereses y necesidades" <sup>77</sup>. Una página web con la estructura de diseño adecuada, con sistemas de programación correctos, es una página que tiene la capacidad de asegurar los intereses de los usuarios. La página principal (homepage) deberá contener una estructura visual, parecida a las portadas de las revistas, con el objetivo de atraer al usuario con toda una gama de gráficos persuasivos, con enunciados cortos y transparentes sobre el contenido de la página web, apuntando hacia los enlaces del interior de la página. Estos contenidos deberán ser claros y atrapar al usuario, "si la página principal no está dispuesta de forma clara y atractiva, desistirán de traspasar el umbral y acceder al lugar <sup>78</sup>."

77. Patrick J. Lynch. (2000): Principios de diseño básicos para la creación de sitios Web. Ed. Gustavo Gili. Barcelona. p. 2.

78 Ibidem. p. 2.

Recordemos que estamos diseñando para la red de Internet, donde tienen acceso un gran número de usuarios que pueden estar abriendo nuestra página en otro lugar del mundo, por lo que, para mantener la atención de los usuarios extranjeros, se utilizan traducciones en dos o tres idiomas, para facilitar a los usuarios la lectura de los contenidos en su propio idioma (inglés, francés, italiano, alemán y español).

Cuando se han valorado estos aspectos, se procede al desarrollo del sitio web tomando en cuenta diferentes modelos de páginas exitosas. Es posible abordar el tema del diseño de página web con la visión de un usuario al utilizar alguna otra página para la realización de críticas, para saber qué es lo que convierte una página web en un éxito.

Es posible que como diseñadores gráficos, tengamos una lista de aquellos enlaces o sitios web que aporten un concepto positivo en la calidad de sus contenidos y en su sistema de programación, para poder analizarlos y evaluar los elementos gráficos y de diseño que forman su contenido visual.

Cuando abordamos el proyecto de diseño, es necesario tener en cuenta los contenidos o temas de los que hablará nuestra página. Desarrollar estos contenidos es tal vez la tarea más difícil, pues puede llevarse algún tiempo en completarlos, pero si se cuenta con una adecuada planificación y la información necesaria de los elementos que son prioridad dentro de la página, estaremos completando un sitio web correctamente estructurado con el contenido de información que interese al usuario.

### **Mantenimiento y vigencia de una página web**

Las páginas web requieren de un mantenimiento constante evitando que queden en el abandono una vez que se haya publicado en Internet, es posible actualizarla periódicamente mientras sea necesario, en forma diaria, semanal, mensual, bimestral, semestral o anualmente; o bien, estableciendo una frecuencia de actualización con el dueño de la página para que el diseñador gráfico o webmaster (encargado del mantenimiento), se responsabilice de los aspectos estéticos, actualización y vigencia de los contenidos, así como, del mantenimiento de los estándares gráficos y editoriales vigentes, asegurándose de que los enlaces y la programación de las páginas continúen funcionando. En internet, los enlaces son perecederos y deben ser periódicamente revisados, especialmente cuando éstos son de carácter externo, de aquellos que son dirigidos a páginas fuera de la web. Cuando se ha obtenido el público de una página web, debe mantenerse con un mantenimiento periódico, pues si se descuida puede volverse aburrida y obsoleta a causa de no dedicar el tiempo suficiente a su mantenimiento.

## 3.2.1 Diseño de la interfaz

Además del diseño gráfico y editorial que la página web necesita, debe de estar contemplada la posibilidad de interactuar de manera creativa, funcional, y que interese al usuario dentro del sitio en el que se encuentre. La Interfaz Gráfica de Usuario (GUI: Graphic User Interface), es creada dentro de un sistema informático que implementa páginas web, incorporando "ágiles metáforas para la interacción, uso de imágenes y conceptos para transmitir funciones y significados a la pantalla del ordenador, características visuales detalladas de cada uno de los elementos de la interfaz gráfica y la secuencia funcional de interacciones en el tiempo que proporciona singularidad y apariencia especiales de los sitios web con sus relaciones de enlaces en hipertexto."<sup>79</sup>

Es un elemento que no debe pasar desapercibido, pues es imposible separar el diseño gráfico de la construcción de la interfaz.

El concepto de estructuras de información proviene del diseño editorial de documentos impresos, de la organización de libros y periódicos, sistemas que se desarrollaron con la imprenta.

Para producir una página web interactiva con herramientas multimediáticas, o específicamente *hipermedia*, las nuevas tecnologías aportan la creación de nuevos espacios y de nuevas necesidades. Un exponente importante como antecedente inmediato, de los orígenes de un hipermedia es el *hipertexto*, ya que ambos elementos contienen la misma base tecnológica.

En los años de 1945 a 1970, científicos como V. Bush, Theodor Holm Nelson y Douglas Engelbart, crearon gran parte del desarrollo del hipertexto. El término fue puesto por Nelson (1960); consistía en la organización de textos de manera no secuencial, de acceso no lineal. Ellos pudieron utilizar la habilidad técnica de las computadoras en la búsqueda y recuperación de datos, con el fin de asociar la información, en la creación de una red completa de información.

Un caso sencillo del hipertexto, es cada uno de los elementos que conforman un libro (por ejemplo, la página con la tabla de contenidos hasta el índice o las notas a pie de página), que resultan ser los primeros elementos organizativos a los que se enfrenta hoy un usuario de un documento hipermedia.

79. Ibidem p. 11

Es posible que los documentos web, experimenten alguna evolución en los recursos para organizar y disponer la información electrónica.

No existe gran distancia entre la práctica actual que los diseñadores gráficos utilizan en el medio impreso, pues la extensa red de documentos hipertexto interactivos que recorremos por Internet, han requerido de los mismos conceptos de diseño editorial, tales como la originalidad del diseño, el montado, la edición, en toda una serie de elementos organizados en diferentes formatos. En su mayoría, los documentos electrónicos web, han podido adaptarse a los usos tradicionales de estilo editorial y la organización de textos.

Sin embargo, existen algunas diferencias entre los libros y los documentos electrónicos, y las diferencias son bastante notorias, pues los documentos con enlaces de hipertexto permiten el acceso libre, sin obstáculos que impiden a los usuarios visitar otras páginas web. "Así, una página web deberá tener mucha más autonomía que las páginas de un libro convencional."<sup>80</sup>

Significa que sus encabezamientos y pies de página son más informativos y elaborados que las páginas de libros o revistas impresas. Podemos ver que en estos impresos, no es común ver repetido el copyright, los datos del autor o la fecha al pie de cada página. Comúnmente las páginas web requieren de esta información en cada una de sus páginas, pues existe la posibilidad de que sea la única información que el usuario vea o requiera de un sitio web.

Para generar las páginas en una publicación electrónica, es posible aplicar unos pocos principios básicos de diseño editorial. Los elementos básicos que integren una página no tienen que ser complicados, pues no tienen nada que ver con la tecnología de Internet. Pero debemos de tomar en cuenta para quién se va a generar esta información, para saber enfocar el diseño editorial de página web, porque el usuario al entrar a un sitio podrá preguntarse ¿quién me está hablando? ó ¿quién me está diciendo esto?. Para que nuestro diseño web funcione, debemos tomar en cuenta la parte más fundamental de la información que un lector necesita para identificar la procedencia de un documento. Es tarea del diseñador gráfico ordenar la información dentro de sus páginas, debe facilitar siempre al lector el nombre de quién ha producido la página proporcionando el nombre del autor o de la organización que ha generado esta información.

80. Patrick J. Lynch. (2000): Principios de diseño básicos para la creación de sitios Web. Ed. Gustavo Gili. Barcelona. P. 12.



La información básica contenida dentro de todo documento web, es la siguiente:

“Título informativo; identidad del creador (autor o institución); fecha de actualización; al menos un enlace a la página principal; la dirección URL de la página principal, al menos en las páginas más importantes de la web. ”<sup>81</sup>

Al incluir sobre todo este último elemento de la lista, dentro de la página principal del sitio web, o al menos en páginas con mayor importancia dentro del sitio, es más fácil mantener el vínculo del lugar de donde ha sido generada la página. Sucede que cuando guardamos las páginas como un archivo de texto o que es más fácil tenerla impresa, el vínculo se pierde. Incluir la dirección URL en los documentos web, que a veces preferimos tener impresos, permite localizar su procedencia con facilidad.

El tema de diseño básico de la interfaz, con el diseño centrado en el usuario, permite obtener los mejores resultados para ordenar la información que se incluye dentro del diseño de la página web para evitar problemas en la distribución de los contenidos en cada una de sus páginas, y que esta información sea comprendida por el usuario que va a ver la página web.

81. Ibidem, p. 13

## 3.2.2 · Diseño básico de la interfaz

Antes de colocar la información en la página web, es necesario analizar al público que lo va a necesitar para esto, es importante pensar en la “Interfaz Gráfica de Usuario” (GUI), que ha sido implementada en los medios electrónicos para proporcionar al público el control directo sobre sus computadoras personales. Ejemplos claros de la “Interfaz Gráfica de Usuario” son las páginas web. “El objetivo es satisfacer las necesidades de todo usuario potencial, adaptando la tecnología web a sus expectativas, sin imponer nunca al usuario una interfaz que obstaculice sus intenciones” 82.

Resulta imposible crear el diseño sin conocer a las personas, sin antes comprender perfectamente sus necesidades, se necesita plantear ejemplos de marcos hipotéticos que puedan funcionar en una variedad de usuarios que busquen información en la web.

El diseño de la página principal de un sitio web, deberá estar correctamente planteada antes de mostrarla al público que va a visitar el sitio, por ello es preciso pensar en si, “¿ayudará o entorpecerá a un usuario con experiencia en la búsqueda de una parte específica de información? Un complejo menú basado en texto, ¿intimidará a un principiante?”83. La revisión de los diseños y la observación de las reacciones de los usuarios concretos, permiten comprobar si los conceptos de diseño que se han utilizado son los adecuados y si proporcionan lo que realmente los usuarios esperan de una página web.

El contenido de una página web, puede incluir dentro de su información visual y de contenidos textuales, ayudas claras para la navegación de los usuarios; en cada nueva página web vemos el uso de la tecnología con la que han sido creadas, la mayor parte de las interacciones del usuario con la web están hechas de enlaces de hipertexto para la navegación entre documentos; hay un problema común que enfrentamos al diseñar una interfaz para páginas web, es la pérdida del sentido de orientación del usuario que visita el sitio, pues existe la posibilidad de extraviarlo dentro de la organización local de la información.

82. Ibidem. p. 14.

83. Ibidem p. 14.

Los medios gráficos son auxiliares para la navegación a través de los contenidos que integran nuestro sitio web; por lo que debemos considerar que el diseño de “iconos consistentes y claros, diagramas gráficos de identidad y pantallas con mapas de conjunto o índices pueden proporcionar al usuario la confianza necesaria en encontrar, sin una excesiva pérdida de tiempo, lo que busca”<sup>84</sup>.

Para conservar la atención del usuario, siempre debe de existir la posibilidad de hacerlo retornar hacia la página principal donde inició su búsqueda. Es importante poner especial atención en colocar estos enlaces básicos en cada una de las páginas. Por lo general estos enlaces son botones gráficos, que ayudan a la libre navegación del usuario; al mismo tiempo los botones que son creados para el sitio, ayudan a conformar la imagen gráfica o corporativa e indican al usuario su posición dentro de los “dominios”. El siguiente ejemplo de la barra con botones, aparece en cada una de las páginas que conforman el sitio.

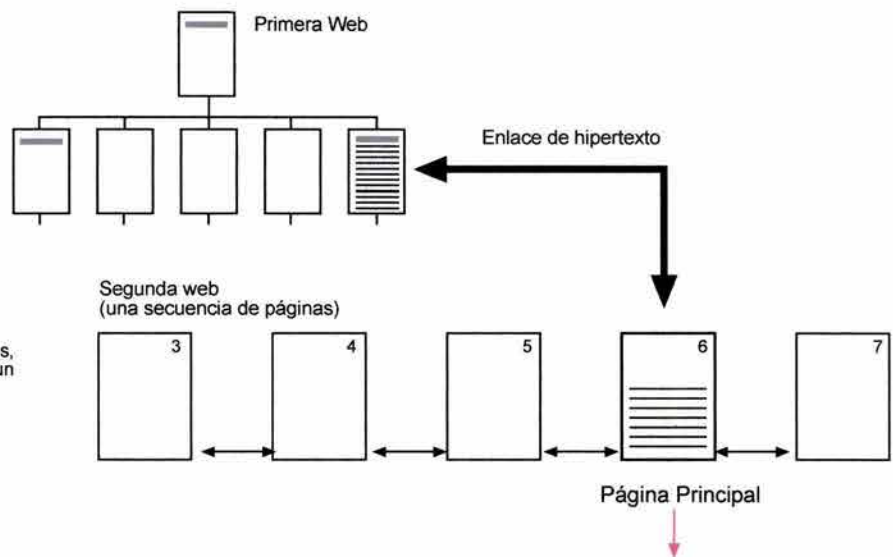


Figura 61. Secuencia de páginas consecuentes, esquema de la estructura de las páginas en un sitio web.



Figura 62. Esquema de los encabezados que direccionan a diferentes páginas del sitio web.

El uso de la barra de botones, es muy útil pues proporciona un gran número de posibilidades a elegir en un mínimo de espacio. La barra debe permanecer a lo largo del recorrido del sitio web y al pie de cada una de las páginas, generando la propia identidad gráfica del sitio web.

84. Ibidem p. 14.

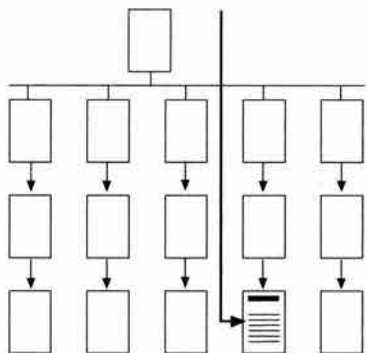


Figura 63. En esta página no hay ningún tipo de enlace, ésta se convierte en un callejón sin salida.

Evitar que el sentido de una página web sea un callejón sin salida, para esto es necesario proporcionar en toda página al menos un enlace. La falta de enlaces hacia otras partes del sitio, provocan la frustración del usuario, perdiendo la oportunidad de atraer al internauta a las demás páginas del sitio web. Algunas páginas web carecen de algún tipo de introducción o presentación, solo permiten al lector un enlace a la sucesión de páginas que pueden perder al usuario, ya que no cuentan con un enlace hacia la página principal (*homepage*). Cometemos un error si las subsecciones de un sitio web, no cuentan con enlaces que permitan retroceder en la jerarquía, o bien regresar a la página principal o alguna página con menú en las que pueda ver las secciones que componen el sitio web. Si éste carece de enlaces, habremos extraviado al usuario en toda la información, sin ofrecerle ninguna posibilidad de recorrer el resto del sitio web.

Para crear un eficiente diseño de interfaz, se tiene que facilitar al usuario un acceso directo a la información, con el objetivo de "construir una jerarquía de información eficiente para minimizar el número de pasos a través de páginas con menús"<sup>85</sup>. Es conveniente reducir en el menú la cantidad de información que pueda molestar o hacer largo el recorrido del usuario a través del sitio web.

Otro factor interesante dentro de la construcción de un sitio web es la interacción del usuario y el ancho de banda para acceder a Internet. Como usuarios, no toleramos largas demoras al visitar un sitio web. Algunos estudios han demostrado que el "umbral de frustración está alrededor de los 10 segundos"<sup>86</sup>, por lo que es necesario tratar de no aburrir al usuario y proporcionarle una respuesta a tiempo.

La mayoría de los usuarios que visitan Internet, usan la línea telefónica que proporciona una velocidad de 28.8 kbps. Con este problema en la velocidad de Internet, debe evitarse la colocación de gráficos demasiado grandes o en formato de mapa de bits, que impiden desplegar los datos a través de la línea telefónica y solo logran la desilusión de los usuarios. Algunos diseñadores han tenido la idea de incluir dentro del sitio web algunos gráficos y elementos multimedia que visualmente son un poco más ambiciosos, con el objetivo de lograr atraer al usuario con toda una serie de gráficos en movimiento.

85. Ibidem. p. 16.  
86. Ibidem.

El diseño de un sitio web, debe ser simple y consistente. Al usuario se le debe proporcionar una página web con la información oportuna, detallada y que relacione los contenidos incluidos dentro del sitio. El conjunto de la interfaz debe proporcionar al usuario la facilidad de encontrar lo que busca, logrando una sencillez, familiaridad y una lógica contenida en ella. "Los mejores diseños de la información son los que pasan desapercibidos a un usuario tipo"<sup>87</sup>. Una muestra de un trabajo logrado en las especificaciones que hasta ahora se han descrito, es la página de "Glaxo Smith Kline" [www.gsk.com](http://www.gsk.com), como ejemplo de un diseño de la interfaz sencillo, flexible y consistente. Durante la navegación a través del sitio, podemos ver que los encabezamientos gráficos, están contemplados en todas las páginas para que el usuario no se pierda durante su navegación, facilitándole la búsqueda de información. Esto ayuda a que la interfaz no se note y sea casi invisible.

Para obtener una respuesta de funcionalidad y legibilidad dentro de la construcción del sitio, se debe de diseñar un sistema o patrón de retículas que se comparta en cada una de las secciones, así como también prever los mismos temas gráficos, su composición editorial y las jerarquías de organización que conformarán el sitio web. Es apropiado considerar estos temas en el diseño del estilo para el sitio, pues una semejanza gráfica, "proporciona pistas visuales para la continuidad de la información"<sup>88</sup>.

Un ejemplo en la legibilidad del sitio web, son los encabezamientos de la página de "www.gsk.com", donde podemos ver la consistencia en el diseño de interfaz, en cada una de sus páginas o secciones, no desatan confusiones a los usuarios, y ofrecen toda una gama de opciones para navegar a través del sitio, con la posibilidad de retornar al lugar que uno desee, por el ordenamiento y el manejo de colores, conserva uniformemente toda su imagen corporativa.



Figura 64. Ejemplo de legibilidad del sitio web de laboratorios farmacéuticos de GSK. Arriba pág. Inicio. Abajo. Páginas subsecuentes, el diseño es uniforme.

87. Ibidem.  
88. Ibidem. p. 17

Debemos fortalecer la seguridad del usuario en el contexto donde se encuentra, esto se logra implementando marcas dentro de la composición de títulos, subtítulos, pies de página y enlaces de navegación hacia la página principal o páginas del menú utilizando gráficos que indiquen los límites al usuario dentro de la página web.

Además de estos aspectos, también es posible ofrecer al usuario la integridad y estabilidad en el diseño del sitio web. Un usuario debe ser guiado por aquello que le ofrece seguridad, que es confiable y adecuado a sus necesidades. Para obtener esto, es preciso que se guarde una línea uniforme dentro de la estructura de diseño del sitio web, ya que éste será el soporte en el que se elaborará el proceso de desarrollo de diseño editorial. Para obtener buenos resultados, es preciso obtener un buen nivel de calidad en el diseño y sus contenidos editoriales. "Una web de apariencia descuidada, con un diseño visual pobre y unos contenidos editoriales pobres, no transmiten ningún tipo de seguridad"<sup>89</sup>.

El diseño editorial para la página web con la estabilidad funcional, permite mantener los elementos interactivos en orden para mayor disposición del usuario. Para lograr esto, el diseño debe de lograr una configuración desde su inicio y durante el proceso de diseño en la elaboración de los bocetos y planeación de los contenidos con orden y jerarquías. Una vez que éste ha sido colocado en Internet, el diseñador deberá encargarse periódicamente de mantener el perfecto estado y su funcionamiento. Un excelente sitio web, es aquel que cuenta con las características de funcionalidad y de interactividad, de todos aquellos enlaces que dirigen al usuario hacia páginas internas del mismo sitio, o los que son dirigidos hacia otras páginas web. En la elaboración del sitio, el diseñador debe comprobar la correcta funcionalidad de todos los enlaces y los contenidos a los que el usuario será dirigido, antes de que el sitio web sea puesto en funcionamiento en Internet.

En la planeación del sitio web, se establece el diálogo con el usuario o feedback, que pueda responder a las demandas o comentarios de los usuarios. Un sitio web planeado y bien diseñado, debe de considerar los enlaces directos que comuniquen con el webmaster o el responsable del mantenimiento del sitio, ya que un sitio web que ha cuidado su correcta planificación, debe considerar este tipo de información con el usuario.

89. Ibidem.

## 3.2.3

### Navegación a través de los contenidos de una página web.



Figura 65. La página principal de Sony.com, presenta una variedad de opciones al usuario.

Ahora veremos brevemente la manera lógica de estructurar la información dentro de nuestro sitio web; veremos la importancia que tiene el orden y la estructura funcional de un sitio para facilitar la navegación del usuario a través de los contenidos interiores de la información.

El contenido visual de una página web, debe ofrecer "un conjunto fértil de enlaces y elementos gráficos para la navegación," 90 logrando captar la atención del usuario en un desplazamiento a través de "botones de navegación" con los que el propio navegador (Microsoft Internet Explorer, Netscape), pueden conducirnos hacia los contenidos internos del sitio web. Planear dentro del sitio la adaptación de un conjunto de botones que permitan al usuario la

navegación consistente, hace posible observar la estructura lógica y organización interior del sitio, como el ejemplo de la página de [www.sony.com](http://www.sony.com)

El diseño editorial para una página web, debe transmitir desde el Inicio o home, el contexto al usuario. Ubicarlo para saber donde encontrar su lugar, dentro de toda una estructura de información. En una revista impresa, observamos una estructura de gráficos elaborados por el diseño editorial de la publicación, en donde el lector se ubica a través del uso de colores que distinguen a una sección de otra. Pero una página web ofrece distintas claves. "Cuando vemos un enlace de hipertexto en una página web, pocas pistas tenemos de hacia dónde nos va a llevar, qué volumen de información encontraremos al otro lado y la manera en que esta información a la que accedemos se relaciona con la página que estamos visitando"91. En los monitores de 14 ó 15 pulgadas, no es posible observar la vista completa de una página web, de tal modo que siempre existe una parte que al usuario le es imposible ver.

90. Ibidem. p. 19.

91. Ibidem. p. 20

Es necesario entonces que la página web proporcione al usuario pistas para ubicarlo en el contexto, en cuanto a la organización y la estructura de la información que encontrará dentro del sitio, y presentar la información visible y completa al menos en una página. Esto quiere decir que al usuario se le está indicando claves de función y contexto.

Dentro de los sistemas de hipertexto se incluyen los contenidos característicos que indican hacia atrás o página anterior, hacia delante o siguiente página, que se localizan dentro del sitio. Estos botones proporcionan toda una serie de enlaces en el orden de las páginas, que permiten retroceder o avanzar entre cada una de las secciones que se visitan. Al clicar estos enlaces dentro del documento, el sitio web es capaz de transportarnos de un lugar a otro dentro de la red mundial, y así sucesivamente. Al accionar estos enlaces representados en forma de botones, nuestro sitio web se vuelve bidireccional, porque puede retroceder o avanzar en sus contenidos.

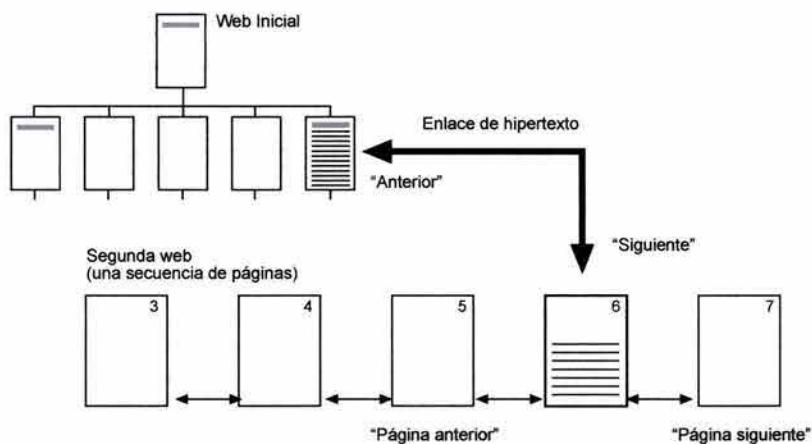


Figura 66. Esquema de una página web direccionada.

Incluir una barra de botones en la página web, permite también formar enlaces hacia otros sitios de la página o fuera de ésta, al incluir una barra de enlaces para diseñar la información, evitar confundir al usuario o sacarlo del contexto, pues elementos mal cuidados dentro del diseño de la página, o aquellos "cambios radicales de contexto que un enlace puede generar pueden confundir fácilmente a cualquier usuario, que exige elementos claves de organización en la interfaz para poder entender estos cambios de contexto entre una y otra página web"<sup>92</sup>. El usuario necesita permanecer y además reconocer el ambiente o contexto en el que se encuentra, dentro de una secuencia ordenada de documentos. En el diagrama anterior, se explica que el usuario accede de una página a otra, inmerso en una secuencia ordenada en el conjunto de sus páginas, tratando de facilitarle la información.

92. Ibidem. p. 21.



Los botones, que permiten ir hacia la página anterior y página siguiente, como herramientas implementadas dentro del documento web, son llamados enlaces fijos que dirigen al usuario hacia un conjunto de documentos asociados. Un sitio web con botones y enlaces que permitan ir hacia la primera página del sitio, y a los demás contenidos que lo conforman, proporcionan seguridad al usuario, ya que le permite recorrer la información en el orden que le parezca.

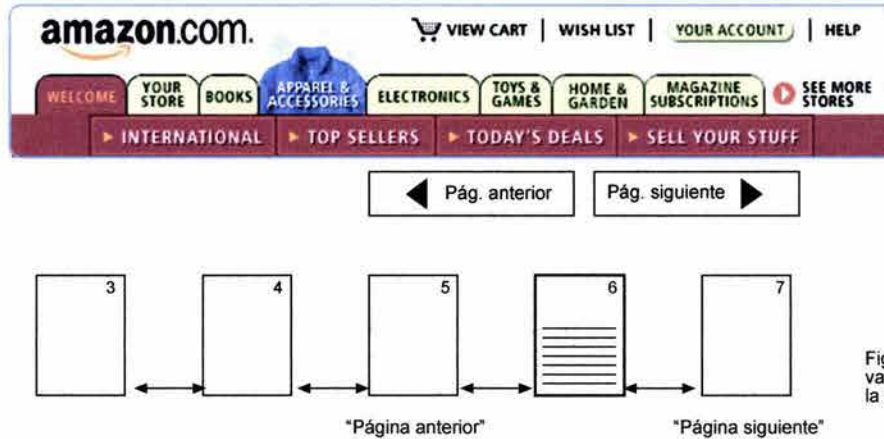


Figura 67. Esquema de una variedad de enlaces o botones en la página de Amazon.com

Por ejemplo, ubicar al usuario con la barra de botones en la parte superior del sitio web, con enlaces hacia las páginas menú y del contenido informativo del sitio. Las barras con botones son los lugares estratégicos para colocar los enlaces que conducirán al usuario hacia el interior del sitio web.

Hasta ahora, podemos ver que el tema han sido pequeños consejos que permiten ubicar la información de manera adecuada y pertinente en el diseño del sitio web, es tan solo la primera parte de conceptos para estructurar y llevar a cabo un orden lógico de los elementos que integran la página web.

En el siguiente tema, veremos cómo el diseño de la página web, va tomando forma tratando de cubrir las necesidades del usuario en la organización de los contenidos para diseñar una página web.

## 3.3

### El orden de los elementos que integran una página web.

Para diseñar una página web se requiere definir el marco de la organización. Como primera fase del proyecto, conviene analizar qué es lo que quiere el público al que se dirige la información, qué es lo que se quiere transmitir y cómo organizar los contenidos para satisfacer al usuario. Respondiendo concretamente a estas dudas, “a primera vista lo que antes percibe el usuario es el diseño gráfico, el aspecto que causa un mayor impacto en su experiencia será la organización de la web” 93, es por eso que el diseño editorial de una página web debe presentar el extremo cuidado en la colocación de los elementos visuales e interactivos, para que el usuario permanezca por más tiempo en la web.



Figura 68. Esquema de una página web direccionada, con una variedad de opciones al usuario.

La parte medular de la organización del diseño de la página, es definir las necesidades del usuario. Es necesario preguntarse qué es lo que va a querer el público al que se dirige la información, para entonces ubicar todo el diseño en referencia a estas condiciones. Sin caer en el error de algunas páginas web de organizaciones en las que de forma secundaria, ofrecen al público sus servicios, los productos y sobre todo, la información que el usuario busca. A la mayoría de los usuarios de Internet, no les interesa saber cómo se organiza el grupo empresarial; retrocederán si es la única información que se encuentra en el sitio. La mejor manera de saber las necesidades del usuario, es hablando con el mismo público al que se dirige la información, hay que adoptar su papel, esto ayudará a ubicar los contenidos principales dentro de la página web inicial.

La página web de Lycos.com, proporciona en la página principal la información importante que el usuario necesita de primera instancia, ya que no muestra una estructura formal, sino que ofrece intereses y necesidades para cierto grupo de usuarios.

93. Ibidem. p. 23.

## 3.3.1 Organización de la información de la página web.

Para lograr el orden y estructura de los contenidos dentro de la página web, es esencial mostrar al usuario la importancia de visitar el sitio para obtener lo que busca en su recorrido por la página.

La función de organizar la información en una página, consiste en establecer fundamentos sólidos y lógicos de organización de los contenidos básicos, precisos, atractivos y bien escritos, fortaleciendo la estructura consistente en la página web.

Para organizar la información se plantean cinco formas que sirven para adquirir la consistencia de un sitio web con necesidades básicas o específicas:

1. Dividir el contenido en unidades lógicas
2. Establecer una jerarquía de importancia entre las unidades
3. Utilizar la jerarquía para estructurar los vínculos
4. Construir un sitio que siga de cerca la estructura de información propuesta
5. Analizar el éxito funcional y estético del sistema<sup>94</sup>.

La información de los documentos en la web, generalmente se coloca a través de un valor jerárquico. La página principal, muestra el plano general del conjunto de la información, y las páginas interiores o submenús presentan la información más específica del documento. Para formar una jerarquía, se elaboran fragmentos de información que se clasifican y se le asignan valores de importancia, para establecer una relación en el documento, edificando “la jerarquía desde los conceptos más importantes o generales hasta los temas más específicos o detallados.”<sup>95</sup>

Un sitio web exitoso, depende de la correcta organización de su información, que se determina por el sistema que plantea para cubrir las expectativas de los usuarios, pues la lógica en la organización del sitio conduce al usuario a identificar el lugar donde puede encontrar lo que busca.

94. Ibidem. p. 24  
95. Ibidem. p. 25.

Debe evitarse confundir al usuario con estructuras caóticas que puedan hacer abortar la visita del usuario a toda la web, por todas las dificultades que pueda encontrar a su paso. Con la información que contenida para la página web, se deberá realizar un análisis de funcionalidad; esto ayuda a facilitar el acceso directo a la información, de modo que refleja la estructura general del sitio.

Lo que hasta ahora se ha analizado es la valoración de la información que contendrá una página web con necesidades básicas o específicas de alguna institución, organización empresarial o de compañías que ofrecen sus servicios. Los elementos contenidos en una publicación deberán ser redactados y llevados a una exhaustiva revisión para saber si la información es adecuada para resolver dudas de los clientes o público en general que verá la página web oficial.

### 3.3.2 Estructura de la página web.

Otro aspecto importante dentro de la formación de una página web, es la estructuración de la información para un documento hipermedia que se enlace con cada una de las páginas que presentan la información, con base en un ordenamiento lógico, estable y comprensible para el usuario.

Una página web o documento hipermedia, se compone de temas estructurales básicos. Estructuras que guían la interfaz de navegación de la página web, que presentan al usuario esquemas mentales de organización de la información. Para estructurar una página web, se consideran cuatro esquemas diferentes. Estructura por secuencias, retículas, estructura jerárquica y en forma de telaraña.

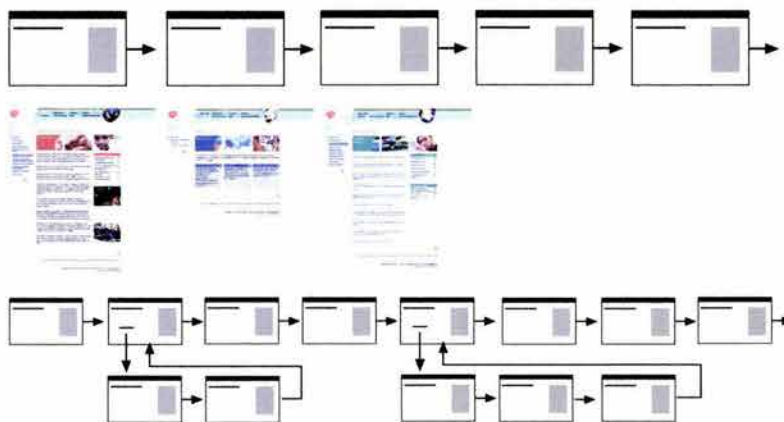
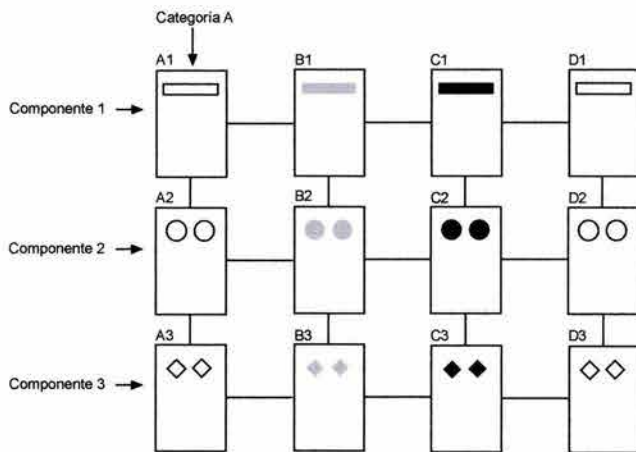


Figura 69. Estructuras que guían la interfaz de navegación de la página web

La primera estructura es guiada por "secuencias". Consiste en implementar una cronología, en una serie lógica de temas que van de lo general a lo particular, o bien, en

orden alfabético, similar a una enciclopedia impresa. Una estructura de secuencia lineal, es una organización que funciona en páginas educativas o de formación en temas específicos; consiste en recorrer la información con enlaces lineales.

Existen páginas web con organizaciones más complejas siguiendo una secuencia lógica, donde las páginas contienen enlaces paralelos que pueden abordar la extensión a temas, información colateral, o trasladar al usuario a otra web.



La segunda estructura de los documentos web, consiste en guiar la información en retículas; esta manera de organizar los documentos, se utiliza en manuales de procedimientos, "las unidades individuales de la retícula deberán compartir una estructura de temas y subtemas extremadamente uniforme, haciendo comprensible al público la estructura general del conjunto."96

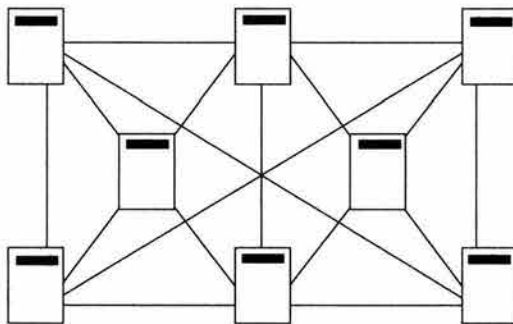


Figura 70 y 71. Estructura en jerarquías arriba, y telaraña abajo.

Esta estructura puede ser muy poco comprensible para el usuario que no esté relacionado con las diferentes categorías de información. Así que solo es adecuada para aquellos usuarios que cuenten con los conocimientos de los temas y la lógica de la organización. Señalando mapas gráficos de conjunto, contribuyen a comunicar este tipo de estructuras en red, que permiten al usuario opciones de navegación.

Otra estructura de páginas distinta a las anteriores es por jerarquías. Es la manera más adecuada de organizar los contenidos. La jerarquía es un esquema que organiza perfectamente un sitio web, mostrando la información dentro de la página principal o home. Es un tipo de estructura bastante cómoda, de uso común en instituciones, o compañías; la estructura jerárquica, sugiere al diseñador de la página web disciplina y análisis de los contenidos.

96. Ibidem. p. 28.

Estructura en forma de telaraña. Estas estructuras no utilizan patrones en la información, pero permiten la fluidez en una variedad de enlaces que van de la información interna y de otros sitios web. El poder de vinculación y de asociación en la estructura, puede llegar a generar la confusión del usuario. Es un esquema que no es apropiado para estructurar una página web, y puede dificultar la comprensión en los contenidos. "Las estructuras en telaraña funcionan bien en webs pequeñas, donde predominan las listas de enlaces, y en sitios web enfocados a usuarios expertos o muy instruidos"<sup>97</sup>

Hemos visto que la organización de la información de una página web que puede estar estructurada por cuatro formas de organización, una página web es comprensible si su estructura es clara y es fácil acceder al resto de sus contenidos.

Para el siguiente tema, describiré los elementos que componen una página web, la importancia de cada una de sus partes y el papel visual que cada sección interior debe contener, en la formación del conjunto de una página web uniforme visualmente y adecuada a las necesidades del cliente.

## 3.4 Diseño de la página

Para este tema veremos la importancia de los elementos visuales en un documento web, elementos como la claridad, el orden y la veracidad en las fuentes de información forman un diseño de página objetivo, que aporta confianza al usuario que se encuentre navegando en ella. La buena organización del espacio, texto y gráficos de una página web con impacto visual, atrae al usuario dirigiendo su atención; la información a la que se enfrenta hace que su interacción con la web sea más fácil y eficaz. Estos elementos como otros de los que veremos a continuación, harán un sitio web adaptado a las necesidades de quien lo solicite, así como de quien verá el documento (usuarios).

El diseño editorial como una actividad del diseño gráfico, persigue un balance entre el estímulo visual y la información gráfica. Si el diseño gráfico no consigue el impacto visual de las formas, el color y el contraste, las páginas pueden notarse aburridas y no motivar al usuario a continuar su visita.

“La continuidad visual y funcional de la organización, el diseño gráfico y la tipografía de la web son fundamentales para convencer al público de que la página web puede ofrecerle una información útil, exacta y oportuna”. Observar y cuidar la funcionalidad del diseño gráfico de la página web ofrece un apoyo a la navegación, evitando errores, auxiliando al usuario en la utilización del máximo de información que se presenta en la web.

## 3.4.1 Jerarquía Visual

La jerarquía visual se refiere al lugar donde se colocan y se organizan los elementos y contenidos importantes de una página web.

El diseño gráfico es la gestión visual que utiliza los recursos gráficos tales como la composición, la tipografía y las ilustraciones o fotografías, para guiar la mirada del lector a través de la página.

En una primera instancia, el lector visualiza una página con plastas de forma y colores; los elementos del primer plano, contrastan con los del fondo. En un segundo estado comienza a observar la información, viendo las imágenes o gráficos (que la mayoría de las páginas contiene), y finalmente comienza a analizar los párrafos de texto con información concreta.

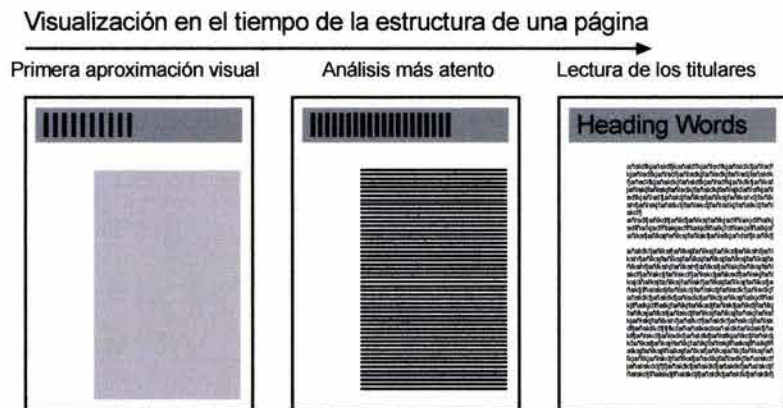


Figura 72. Etapas de visualización de una página web en la pantalla.



Lo fundamental del contraste de una página web, donde se unen el equilibrio y la organización de los elementos diseñados gráficamente, es que provoca la atención del usuario hacia los contenidos. Existen páginas web con errores de organización y visualización de la información; una página es aburrida cuando en ella solo tiene colocado el texto; esto llega a provocar el rechazo de la visión del usuario cuando encuentra que el contenido es monótono, carente de recursos visuales, y sin estructura en la información. Con la realización de un diseño editorial y gráfico apropiado, debe conseguirse el equilibrio del contraste visual con una organización clara para atraer la visión del usuario.

Se puede obtener un diseño bien logrado mediante un nivel de equilibrio visual que se adecue al público al que va dirigido. Los diseños que funcionan para la mayoría del público de Internet son mezclas de texto y enlaces cuidadosamente equilibrados, con la ayuda de algunos pequeños elementos gráficos.

Pesada; sin puntos focales, sin estructura gráfica



Estructura visual fuerte: mejor contraste



En el momento de involucrarse en el diseño que llevará la página web, no se deben dejar pasar todos aquellos atributos generales de la web, un claro ajuste de los contenidos y sobre todo, las expectativas que esperan los usuarios del sitio web.

En el siguiente capítulo veremos de qué manera y hasta donde, se debe involucrar la uniformidad del diseño gráfico de una página web, para mostrarla a los usuarios que visitarán el sitio.

Figura 73. Esquemas para ejemplificar el equilibrio visual de los elementos contenidos en las páginas web.

## 3.4.2 Consistencia

La consistencia permite establecer una retícula que sirva de base para el estilo propio que tendrán los textos y los elementos gráficos. La aplicación de retículas sirve para generar un ritmo y una unidad para todas las páginas de la web. No se trata de crear solo una repetición entre las páginas que formarán el sitio, se trata de afianzar en la mente del usuario una identidad gráfica que genere y refuerce la sensación de navegar por un lugar memorable y diferenciado de otros sitios. La consistencia de

la composición para la navegación de una página web, permite al usuario adaptarse rápidamente al diseño, logrando la localización de la información y el control de la navegación de todo lo largo de la página web.



Figura 74. Esquema de jerarquización de una página web y la consistencia del diseño en todos sus interiores.

El diseñador gráfico, tiene la capacidad de seleccionar una temática gráfica que sea utilizada para todo el sitio web. Seleccionar una cabecera para la página principal, la tipografía, y el diseño de una serie de íconos gráficos para la navegación, permite establecer el tema gráfico y visual del sitio web. La colocación de los elementos a lo largo de las páginas de navegación, permite en todo momento ubicar al usuario en el lugar donde se encuentra.

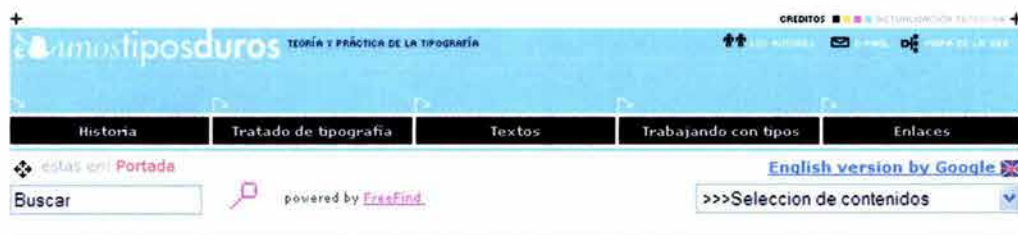


Figura 75. Cabecera de una página web con diseño gráfico e iconografía.

### 3.4.3 Dimensiones de la página.

Las páginas web y los documentos impresos tradicionales, comparten ciertos criterios editoriales y funcionales con el diseño gráfico, pero a diferencia de los medios impresos en papel, el principal medio de visualización de la información en la Red, es el monitor de una computadora. Esta pantalla es por lo regular más pequeña que los medios impresos (libros, revistas o periódicos). Al diseñar la pantalla principal de una página web, debemos aprender de los criterios de diseño para generar la zona visible de un monitor, que por lo general es de catorce o quince pulgadas.

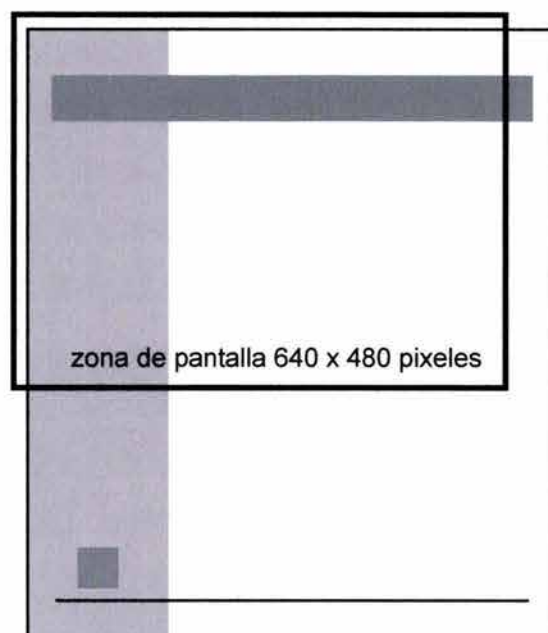


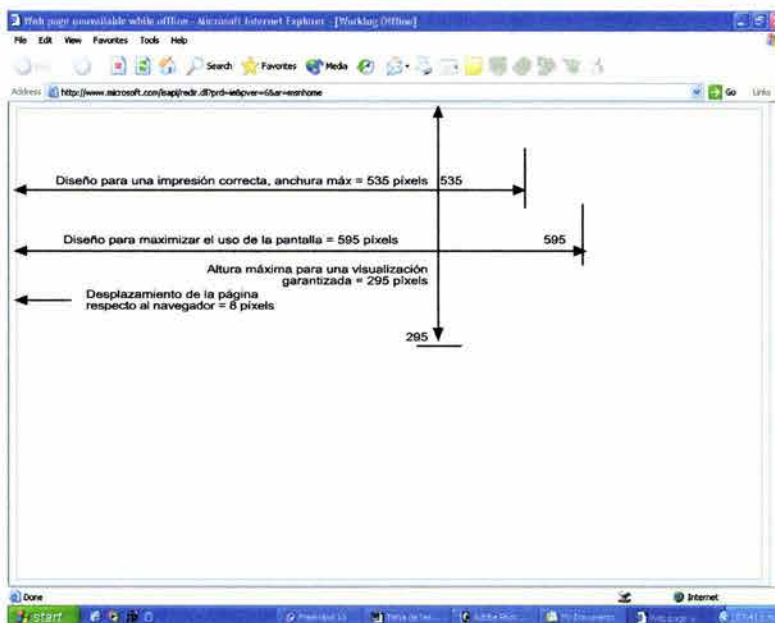
Figura 76. Esquema de la visualización de una página web en la pantalla del monitor

**Zonas seguras en la pantalla.** Antes de diseñar una página web, debemos identificar la zona segura para la colocación de los elementos gráficos. Esta se establece a partir del tamaño de un monitor utilizado comúnmente (640 x 480 píxeles) y del ancho del papel que se utiliza al imprimir una página web. Los elementos gráficos no deberán sobrepasar ésta zona para la colocación de los gráficos; para los usuarios es práctico recorrer la página de manera vertical, pero el desplazamiento en forma horizontal para visualizar completamente la página puede ser molesto para el visitante.

Las páginas web deben estar compuestas para una posible impresión por parte del usuario, aunque para algunos imprimirlas es solo un aspecto que no es necesario. Algunos usuarios optan por imprimir la información para una lectura más cómoda; algunas páginas con demasiado texto son favorables para su impresión. Si las composiciones son demasiado anchas, algunas palabras de cada una de las líneas del texto no se imprimen en su margen derecho.

En el siguiente esquema se presentan las dimensiones de las zonas seguras y que facilitan la impresión de la página web.

Medidas de la zona segura para páginas con diseños que permiten la impresión en el papel.



Ancho máximo 535 píxeles

Altura máxima 295 píxeles

Medidas de la zona segura para diseños que maximicen el uso del espacio en la pantalla.

Ancho máximo 595 píxeles  
Altura máxima 295 píxeles.

Figura 77. Zonas seguras para páginas con diseños que permiten la impresión en el papel.

## 3.4.4 Longitud de un documento web

En el diseño de una página web, se toman en cuenta tanto los criterios del emisor como los del diseñador acerca de la información que será colocada en la página web para determinar el número de páginas que formarán el conjunto de una publicación en Internet.

Para la longitud de la página web, se presentan los siguientes criterios:

1. La relación entre página y tamaño de pantalla
2. Los contenidos de la página
3. Si el lector va a consultar los documentos en la Red o si los va a descargar o imprimir para una posterior consulta.
4. El ancho de banda de que disponen los usuarios".<sup>99</sup>

El diseño de la página debe evitar la desorientación del usuario en las páginas que son muy largas, fundamentalmente cuando elementos como encabezados, detalles de identidad de la página web, o enlaces a otras páginas internas no aparecen en la pantalla.

Estas circunstancias han obligado a que se implementen páginas web para la navegación incluyendo páginas principales y páginas con menú, con un menor contenido de información, además de enlaces para su navegación al principio y al final de la composición de la página.

Cuando una página web es larga y la información sale de la pantalla o desaparece, el usuario no debe perder la orientación; ésta debe facilitarse con la ayuda de enlaces y botones para la cómoda navegación que permanezcan a la vista del usuario.

99. Ibidem p. 59.

El desplazamiento en las páginas web, es a través de aquellas con grandes dimensiones, donde los usuarios dependen de la barra de desplazamiento, de los rectángulos deslizantes de un costado de la pantalla y del lado superior.

En aquellas páginas web con dimensiones grandes, se presentan los movimientos con la barra de desplazamiento, éstas pueden cambiar radicalmente al presentarnos los contenidos en la pantalla, comúnmente el lector es abandonado al notar que no existe referencia alguna que facilite su orientación sobre estos sitios, de modo que el usuario no tiene otra alternativa que descubrir por sí mismo los contenidos que se presenten al mover la barra de desplazamiento.

Las páginas web con grandes dimensiones significan ventajas para los operadores del web, representan un trabajo menor y son fáciles de manejar, y es muy cómodo para el usuario, pues se descargan en menor tiempo. Para los que editan estas páginas es más fácil el control sin tener que ocupar una gran cantidad de páginas y de enlaces. Este tipo de páginas, resultan más cómodas para el usuario cuando éstas cuentan con botones que saltan al inicio o a intervalos de pantallas pequeñas (de unos 600 píxeles), de tal forma que el usuario evitará desplazarse a más de media pantalla para poder tener a la vista el botón de la navegación que le traslade hacia el inicio de la página.



Figura 78. Esquema de una página web con desplazamiento hacia abajo.

Cuando se diseña una página que supera la cantidad de dos pantallas verticales, se deberá conducir al usuario por medio de un botón que salte al inicio y que sea colocado al pie de página:

En una página web con exceso de longitud, o que contiene una gran cantidad de elementos gráficos,

puede que el tiempo de descarga sea demasiado grande, sobre todo para los usuarios con una conexión de baja velocidad. Sumados, estos dos factores pueden arruinar la reserva de la memoria RAM (memoria de acceso rápido) del navegador, impidiendo que la página se visualice o se imprima correctamente.

Para diseñar una página web, debemos tomar en cuenta que los usuarios comúnmente desean imprimir sus páginas de Internet o guardarla en el disco duro de su computadora, con objeto de mantener en la misma página la información de un solo tema.

Es conveniente diseñar contenidos cortos implementados para que el usuario tenga la posibilidad de guardar o imprimir la información. Así estaremos aprovechando al máximo la utilidad y las ventajas del hipertexto que nos ofrece la red.

Una longitud de página que contiene más de cuatro pantallas puede fastidiar al usuario y obligarlo a utilizar demasiado la barra de desplazamiento, lo que deteriora la utilidad de la página y provoca el mal aprovechamiento de las ventajas del hipertexto.

Las páginas largas deberán ser diseñadas con requerimientos importantes, tales como una buena interfaz que al mismo tiempo facilite la impresión y de la posibilidad de guardar los contenidos eficientemente.

Una página larga deberá estar dividida en trozos de información que no rebasen una o dos páginas en papel, incluyendo los gráficos que la acompañan.

El diseño y la colocación de enlaces de archivos adjuntos, que contengan la información completa de textos en una página permite que el usuario imprima o guarde por completo la información.

Las páginas cortas sirven principalmente para:

- El diseño de páginas principales o páginas con listas de menús o de navegación
- Documentos que puedan ser fácilmente consultados o leídos directamente en Red
- Páginas para mostrar solo contenidos gráficos

Tener un documento largo implica:

- Proporcionarles un mantenimiento muy sencillo ( ya que los contenidos mostrados son de una sola pieza y sin trozos enlazados)
- Su estructura es parecida a lo que se imprime en papel
- Facilidad de imprimir y guardar

La información en Internet se presenta de estas dos maneras y es importante saber en qué se diferencian una de la otra y las ventajas al elegir una página con longitudes mayores que muestre solamente información o la colocación de gráficos con enlaces y textos en una página corta.

**Retículas en el diseño de páginas web.** Cada que se encuentre ante nuevos proyectos de páginas web el diseñador debe tener presente, la consistencia y la previsibilidad fundamentales para todo sistema de información bien diseñado.

La colocación de retículas de diseño es fundamental para diseñar cualquier documento electrónico que publique para la red, las relaciones espaciales de los elementos que vemos en la pantalla son continuamente cambiantes en función de la interacción del usuario y de las actividades que genere el sistema.

La colocación de las retículas corresponde a una página ordenada. Las nuevas implementaciones del Lenguaje de Marcas de HiperTexto (HTML) no permiten trabajar con la flexibilidad o control que el diseñador gráfico esperaría, como el uso de software que permita formar retículas con herramientas flexibles o algún otro tipo

de herramientas multimedia. Por ejemplo, si se utiliza adecuadamente el lenguaje HTML, se pueden generar sistemas de información con un grado de complejidad y de sofisticación, y sobre todo funcionales, pero si no es utilizado adecuadamente el control de los elementos gráficos y de tipografía, puede volverse un desastre visual y confuso, carente de jerarquía en valores de importancia de la información.



Figura 79. Una composición de página débil, sin jerarquía visual. Figura 80. Una composición equilibrada.



Mezclar texto y gráficos sin ningún orden, reduce legibilidad en la presentación de los documentos; sin embargo, el diseño de esquemas con un estilo consistente y bien integrado, convencerá al usuario de quedarse dentro de la página web.

Las retículas que ofrecen consistencia y orden apropiados en el diseño de una página web, no existen en la globalidad de Internet. El primer paso es diseñar una retícula de composición básica. Al elaborar esta primera estructura, se genera con más facilidad la relación de los bloques de texto y la colocación de imágenes, implementando las líneas maestras que formarán el estilo de todas las páginas de la web, con la colocación de títulos, subtítulos y botones así como los enlaces que permitan la navegación a través de las subpáginas que componen el conjunto de un sitio web.

Cuando se comienza a armar la composición sobre las retículas, se pueden tomar algunos ejemplos representativos de la colocación del texto con imágenes, así como cualquier otro material gráfico que pueda ser virtualmente presentado. De esta manera es posible reunir una gran cantidad de combinaciones apropiadas para saber "cómo se vá a concretar la interacción del usuario con los contenidos; pero es conveniente probar el esquema de composición ante las posibilidades más sencillas y las más complejas".<sup>100</sup>

La finalidad de este ejercicio, es establecer la composición de una pantalla con elementos que tengan una lógica y una consistencia en el diseño, que permitan la flexibilidad adecuada con la colocación de gráficos y de texto dispuestos de diversas maneras, para evitar que se tenga que diseñar cada página del sistema.

Con la falta de una retícula para la composición, se verá corrompida la unidad del diseño web, orillando la composición a un estilo confuso e incompleto.

La colocación de retículas para el trabajo de diseño de una página web, permite usar correctamente el estilo que integrará el trabajo de diseño, conduciéndonos a crear con orden y consistencia el sitio que nos encontremos diseñando; así mantendremos uniformidad en los interiores de nuestro conjunto de páginas web.

100. Ibidem p. 63.

Más adelante, veremos cómo se dividen las páginas verticales con contenidos y la diferencia que se desprende entre la primera visualización y las pantallas superiores, formando un conjunto de páginas agrupadas por jerarquía y que se muestran progresivamente a lo largo de nuestra pantalla.

**Diseño de pantallas con información.** Las páginas web con una longitud mayor que la medida tradicional de un monitor común de 14 pulgadas de largo, tienen una característica particular respecto de las demás páginas que conocemos como un conjunto de páginas direccionadas. Las páginas verticales, son solo informativas; guían al usuario a través de menús que son colocados en la parte superior y conducen al usuario a recorrer la página con la ayuda de la barra de desplazamiento para descubrir nuevos contenidos.

En Internet vemos una gran cantidad de páginas web diseñadas y divididas verticalmente por zonas que cumplen distintas funciones y por niveles de complejidad compuestos por texto y gráficos. Conforme se descubre progresivamente la página con el uso de la barra de desplazamiento, surgen nuevos contenidos ocultándose los superiores. A medida que el usuario desplaza hacia abajo la página, notará un nuevo panorama gráfico. Para el diseño de una página web debe pensarse en partir la página en

unidades funcionales y visuales, que el usuario no se encuentre con un diseño plano o general a toda la página, sino que encuentre la lógica de la composición en cada pantalla de información.

En la estructura vertical de este sitio web, podemos ver que la página principal con la pantalla superior, se encuentra con una gran parte de enlaces, siendo la única zona de la página que es visible para todos los usuarios en otro tipo de monitores.



Primera pantalla  
Principales contenidos del sitio  
Los temas espacial prioridad  
Mayor densidad de enlaces

"Por encima del pliegue"

"Por debajo del pliegue"

Segunda pantalla  
Temas diferentes a los anteriores  
Otro tipo de enlaces  
Otras posibilidades de elección

Figura 80. Esquema de la estructura vertical de este sitio web con los temas principales puestos arriba del pliegue, los consecuentes pero importantes, con la colocación abajo del pliegue

## 3.4.5 Estructuras formales de la página web

Los elementos gráficos que a continuación se describen, son fundamentales para diseñar páginas web y auxiliares para la navegación de las páginas subsecuentes. Los encabezados son visualmente importantes para saber de qué temas está compuesta la web, ayudando a generar un carácter gráfico y visual de sus contenidos.

Los **encabezamientos** son una parte importante dentro de la identidad de la página web; el diseño gráfico es el que aporta a la página su propia identidad visual. La composición gráfica y de carácter exclusivo del tema, atrapa al usuario de forma inmediata, presentándole la relación hacia otras páginas. La utilización de gráficos para los encabezamientos, señala que existe interrelación entre un grupo de páginas web.

Esta página web incluye un encabezamiento con un diseño gráfico identificativo que ha sido colocado como barra de navegación, invitando al usuario al recorrido entre el grupo de páginas que forman el sitio.

Los encabezamientos pueden no estar formados por gráficos, eso es decisión del diseñador, pero en la zona de los encabezamientos para las secciones del documento deberán incluirse titulares visibles en la zona superior de las páginas.



Figura 81. Los elementos que figuran como encabezados del documento, deben ser los mismos en su estilo o tratamiento en todas sus páginas subsecuentes.

Los gráficos colocados en la zona superior del título, no deberán rebasar el tamaño determinado para éstos, lo que evitará que la introducción de la página o el título, desaparezcan visualmente de la pantalla en monitores comunes de 15" (pulgadas).

Para el mejor funcionamiento de una página web, los elementos que figuran como encabezados del documento, deben ser los mismos en su estilo o tratamiento en todas sus páginas subsecuentes.

Estos elementos de diseño gráfico, son de gran importancia en la navegación del sitio a través de sus páginas subsecuentes; guían al usuario a navegar hasta el final describiendo los temas y generan un carácter gráfico de los contenidos que la componen; así como otros elementos importantes en la composición que hacen notar una página web más completa y sirven de referencia durante la navegación.

Los elementos que deben estar en el diseño de una página web, son los **pies de página** y su colocación como elementos gráficos auxilian al usuario dentro de un documento web y representan elementos importantes que identifican y se integran al sitio.

Estos elementos deben colocarse cada que se diseña una página web. Cada página debe contener la información que describe su origen y fecha de realización; esta información puede ser de carácter repetitivo.

Los datos no son necesariamente colocados en un lugar preciso o destacado, simplemente se pueden colocar en la parte inferior de la página web.

Los pies de página con un diseño adecuado proporcionan al usuario la información básica sobre el lugar donde se encuentra y pueden incluir enlaces que lo dirijan a otras páginas.

El pié de página de esta web incluye un diseño sencillo gráfico sencillo que proporciona al usuario ayudas para la navegación.

Hasta ahora hemos visto que los elementos gráficos que se localizan al principio son los encabezamientos y al final de un documento encontramos los pies de página, representan una guía al usuario al navegar, describiendo paso a paso los temas que integran la web y la referencia de procedencia de la misma.

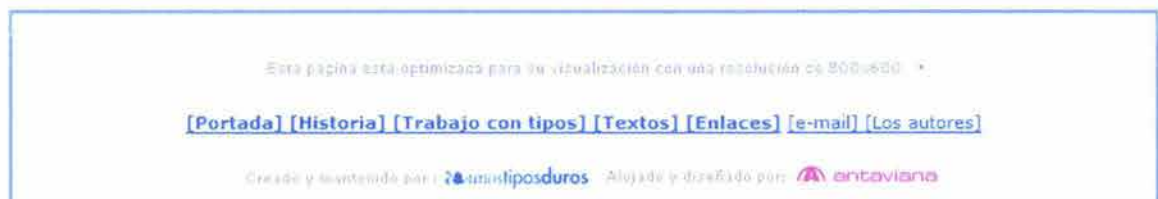


Figura 82. El pié de página de esta web incluye un diseño sencillo gráfico sencillo que proporciona al usuario ayudas para la navegación.

Ahora veremos otros elementos importantes que conforman un documento web, creados para dar orden, presencia e integridad al diseño gráfico de las imágenes y textos que formarán la composición de los documentos.

El lenguaje HTML creado por ingenieros y científicos que no imaginaron que su lenguaje alcanzaría enormes dimensiones; por ejemplo; que sirviera como herramienta de maquetación, porque su objetivo era proporcionar una herramienta para estructurar la información de los documentos web (pero nunca la apariencia de éstos), y además que fuera utilizado en cualquier tipo de plataformas.

Al hacerse pública esta herramienta, los diseñadores gráficos comenzaron a adaptarse con las versiones más antiguas del lenguaje HTML, lo que sirvió para generar otro tipo de páginas con composiciones gráficas adecuadas, tratando de evitar los enormes bloques de texto simples en los documentos web.

Las herramientas implementadas por los diseñadores gráficos, que adaptaron el lenguaje HTML para la realización de otras tareas, además de colocar texto en los documentos, han resultado útiles para aquellos que se dedican al diseño de documentos web con estilo, unificando la composición, su descripción es la siguiente.

Las **tablas** para la composición de un documento web, son las herramientas de las que el diseñador gráfico se vale para generar un estilo propio en sus páginas web.



Figura 83. Las tablas en la composición de un documento web, son las herramientas de las que el diseñador gráfico se vale para generar un estilo propio en sus páginas web.

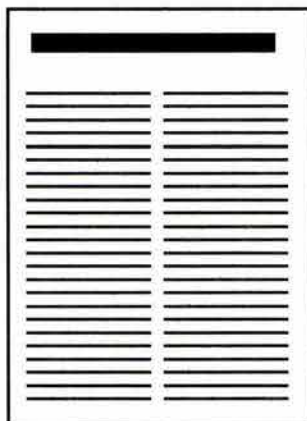
El diseñador gráfico, tiene la libertad de colocar en las tablas elementos que formarán parte de su documento web, como palabras, imágenes y elementos gráficos. Estos elementos que se colocan sobre tablas son herramientas que funcionan en gran número de navegadores, y son la solución adecuada a la composición de un documento web, pues sin estas herramientas que el lenguaje HTML proporciona, los elementos quedarán sin ningún orden, colocados arbitrariamente.

Otra fase en la composición, es la **longitud de la línea de texto**, veremos sus beneficios y los problemas de lectura que causan cuando la línea de texto rebasa un cierto número de palabras.

La **longitud de línea** se refiere al número de palabras que componen una línea de un párrafo tipográfico. Uno de los errores tipográficos más comunes, es no respetar los estándares para determinar la longitud de línea. Los expertos han mencionado que una línea que se compone por más de doce palabras es incorrecta, porque se vuelve incómoda para el usuario. Es decir que se debe colocar una distancia corta para el giro de la vista del usuario que retorna al margen izquierdo. Porque es fácil de que su vista pierda la siguiente línea de texto y tarde en encontrar dónde continúa su lectura.

Además, se ha demostrado con estudios que colocar longitudes de línea moderadas aumenta la capacidad de lectura del texto. El uso de tablas ayuda a controlar la longitud adecuada de las líneas, mismas que deben ser de entre diez y doce palabras.

Los **márgenes** en una página web son los elementos que separan el cuerpo de texto de otros elementos, así como de los iconos de navegación, o simplemente elementos gráficos que forman la interfaz, definiendo la zona de lectura en el documento web.



Los márgenes aportan un contraste e interés visual; la utilización de celdas de las tablas servirá para establecer los márgenes; cuyo uso en la totalidad de la página web aporta una singularidad al diseño de la composición.

Otro recurso son las **columnas** que se utilizan para la colocación de texto en los documentos, además, de hacer funcional y legible la composición de la página, utilizando las tablas se dividen en columnas para la colocación de textos. El uso de las tablas y su división favorece a la composición y proporciona flexibilidad en el espacio del documento, lo que hace posible las variaciones en la presentación de la página web.



Figura 83. Los márgenes en una página web son los elementos que separan el cuerpo de texto de otros elementos,

**Canalones.** Los canalones son los espacios que se encuentran entre columnas, para impedir que una columna se desplace o se junte con la otra.

En el lenguaje HTML, se crean canalones de tres formas distintas:

a) Al añadir una celda dentro de la tabla, b) la orden, "Table: Cellpadding" (relleno de celda o espacio entre los límites de la celda y el texto) el recurso es funcional pero existe otra forma igual de sencilla pero con otra orden; c) es el recurso de la etiqueta "Table:Cellspacing" (espacio que rodea la celda o espacio entre celdas). Estos recursos son utilizados para formar un canalón y evitar que las columnas de texto se interpongan una con la otra.



Figura 84. Columnas sin canalón



Figura 85. Tabla con celda canalón

Además de las tablas como recurso esencial de la composición de un documento, se encuentran los **bordes**.

Los **bordes** son el contorno de las tablas que se vuelven visibles cuando el diseñador gráfico lo requiere para el control de los elementos en una página web. De los contenidos en forma de tabla se desprenden otros atributos para delimitar la información, así como el espaciado del texto, su alineación, el sangrado o la colocación de líneas horizontales simples.

101. Sangrado ó sangría: Comenzar una línea más adentro que las otras. Diccionario Larousse.

**Atributos de celda y dimensiones de la tabla:** Las tablas en el lenguaje HTML, tienen un comportamiento que depende de las celdas que las componen. Una característica de las tablas, es que se agrandan o se reducen acomodándose a un tamaño en función de la ventana del navegador del usuario.

Las tablas son una herramienta útil en la composición de páginas, al introducir tablas debe determinarse el ancho de las celdas asignando valores absolutos evitando alteraciones en la totalidad del espacio en la ventana de los navegadores.

Determinar valores absolutos a las celdas que forman una tabla, impiden que éstas se contraigan para adaptarse a ventanas pequeñas, permitiendo a las tablas a conservar la dimensión correcta, siendo visibles independientemente del tamaño de la ventana del navegador.

Las tablas en una página web pueden ser utilizadas para distintas combinaciones de alineación del texto, las alineaciones varían dependiendo de la composición en la página, el texto se coloca alineado a la derecha o a la izquierda.

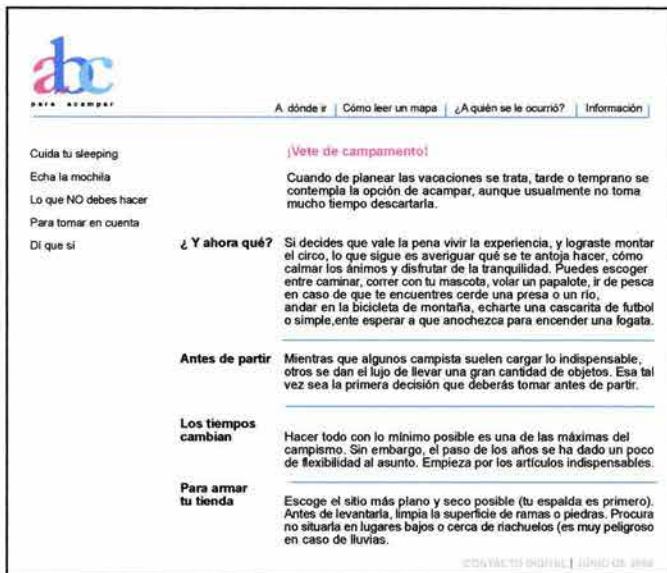


Figura 86. Esquema de una página con celdas y bordes

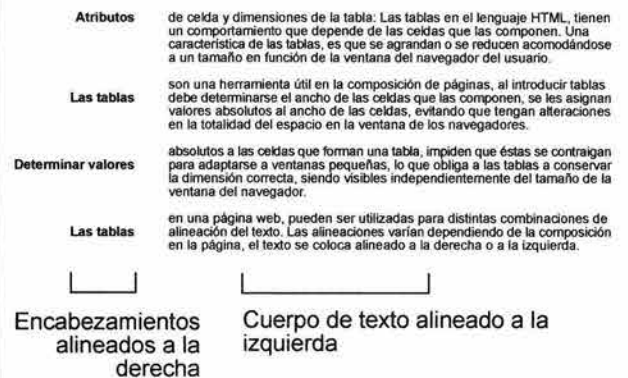


Figura 87. Tabla avanzada



Además de alinear texto en las tablas éstas permiten que el diseñador tenga una mayor flexibilidad, para colocar imágenes dentro de las celdas que componen la tabla, las tablas permiten el diseño de composiciones especiales incluyendo texto, imágenes y recursos multimedia.



Figura 88. Página con tablas con el atributo `BORDER="0"`

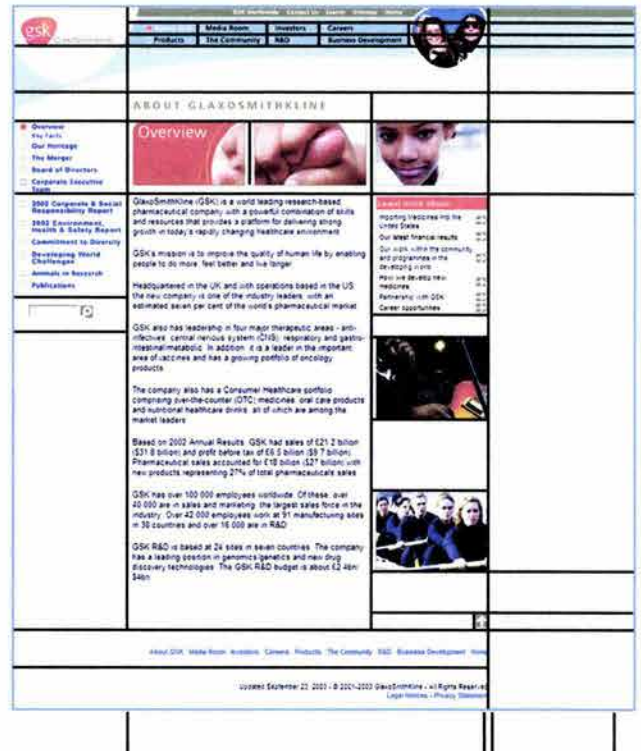


Figura 89. Texto en html. Imagen partida en trozos y recompuesta con una tabla

La colocación de las imágenes en una tabla es muy sofisticado, porque una imagen puede partirse en trozos para después componerla insertando las imágenes en las celdas de la tabla, para la composición es un método funcional que permite que los textos se adapten a la imagen completamente.

Recomponer una imagen en tablas requiere tener algunos cuidados con los saltos de línea en el código HTML. Los saltos de línea son espacios añadidos no deseados entre las celdas, los atributos de las celdas deben de permanecer en cero para que las imágenes fragmentadas se adecuen perfectamente en las celdas.

Otro aspecto importante en la composición de la página web es la colocación de marcos o frames, éstos son "metadocumentos" con parámetros HTML que muestran documentos dentro de la misma ventana del navegador.

El recurso de los marcos funciona para documentos que facilitan el mantenimiento de una página web, son prácticos para proporcionar orden en la información, consistencia y diseño; la pantalla del navegador se divide en dos marcos: uno que muestra la navegación y otro que muestra los contenidos a los que es posible el acceso; los marcos permiten que los contenidos de distintos archivos HTML ocupen el espacio posible en la ventana del navegador.

Los marcos tienen características esenciales para la estructuración de una página web. Unas características de los marcos permiten la **flexibilidad**, los marcos son adecuados para sitios web que cambian con frecuencia; los sitios web que se basan en el diseño con marcos, integran la navegación en un solo archivo, con lo que es posible agregar o quitar programas de la web.

**Interactividad**, las páginas web con la ayuda del lenguaje HTML, permiten ofrecer a los usuarios una variedad de opciones de acceso a los contenidos. Es posible colocar archivos de gran tamaño, como el de una película dentro de la página web, en la que su descarga es opcional o bien automática con la colocación de etiquetas HTML; los marcos también son opcionales, ya que se designan en la pantalla para descargar una película mediante enlaces para su vista.

**Consideraciones del diseño.** Existen dos formas de experimentar el contenido de las páginas web, por ejemplo el que es leído directamente en la pantalla y a modo de descarga de la información en archivos con formato de texto que se guardan en el disco o se imprimen en papel.

La información de los documentos debe ser leída claramente y con el menor volumen de gráficos para facilitar su descarga, considerando que el ancho de banda de un usuario medio es de 56 kbps.

Una página web debe contener elementos que orienten al usuario, por ejemplo, cada página deberá contener un título, nombre del autor, referencia en el documento que identifique de quién se trata, fecha de la última actualización, información sobre los derechos reservados y el enlace que permita regresar a la página principal del sitio web.

El estilo gráfico y editorial de un sitio web, debe de estar compuesto por el manejo adecuado de los contenidos que componen la página, su cuidado se debe a la calidad de las imágenes y de su resolución así como de la originalidad en su composición.

**Aprovechamiento del espacio de la pantalla.** La importancia de una página web es su parte superior, porque es la primera parte que destaca al entrar a un sitio web, principalmente en un monitor de 15 pulgadas, el área de esta parte de la página se utiliza para encabezados contundentes de primeras páginas, por lo que el espacio requiere de la atención del diseñador con los elementos que coloca.

El uso de colores dentro de un sitio web, deben ser manejados con armonía y moderación, la selección del color debe conjugar con el estilo y su tema ; los colores visualmente atraen el interés del público además de los contenidos gráficos e informativos que la componen.

**Gráficos y ornamentos de la página web.** Los ornamentos gráficos son los íconos, marcas o imágenes visuales que se utilizan en el diseño de páginas web; el uso de estos elementos debe ser moderada y equilibrada para no crear una composición confusa y demasiado ornamentada. Para lograr la calidad estética de una composición, debe cuidarse el uso de tipografías de gran tamaño y exageración de los textos, jerarquizar la información adecuadamente mantiene la calidad estética del documento.

En este capítulo hemos visto las consideraciones que implica formar un sitio web en la composición de sus páginas y el orden de sus contenidos. Lo que hemos repasado hasta ahora han sido las técnicas generales que hemos de tomar en cuenta para posibles proyectos web, ha sido solo una parte de lo que necesitamos aprender para la aplicación del diseño editorial y el uso del lenguaje HTML en el que es posible experimentar un amplio repertorio de técnicas para realizar un sitio web funcional con los requerimientos necesarios y hacerlo posible.

Lo que veremos a continuación, es el uso efectivo de la tipografía para un sitio web en el que veremos técnicas y procedimientos que nos orientarán a conseguir el estilo adecuado de nuestro proyecto de diseño editorial para una página web.

## 3.5 La Tipografía en el diseño de páginas web.

En este capítulo conoceremos la importancia de la tipografía como un recurso visual para el diseño de páginas web, veremos que la tipografía es comunicación verbal y visual para el lector que adopta los contenidos de la página invitándolo a descubrir el sitio en el que se encuentra.

Al navegar hacia un nuevo sitio web, nos guiamos principalmente en función a un reconocimiento gráfico general, después nuestra visión analiza el lenguaje y leemos y si es posible, nos convence a introducirnos por completo al sitio hasta llegar a su final.

Para diseñar un nuevo sitio web, es conveniente elegir la tipografía adecuada que acompañará a nuestro conjunto visual y gráfico; el manejo de la tipografía deberá colocarse por medio de jerarquías visuales y énfasis gráficos que indiquen al lector la relación del texto y la imagen, titulares y bloques de texto.

## 3.5.1 Características tipográficas de la red

Las características tipográficas para la web, son sustancialmente distintas vistas en una pantalla o impresas en el papel. La tipografía del monitor de una computadora reproduce una resolución inferior que la que vemos impresa en libros y revistas o una página salida de nuestra impresora. La tipografía de documentos impresos tienen una resolución de 1,200 puntos por pulgada (dpi) o tal vez mayor, pero la pantalla de la computadora es de menor resolución de 85 dpi .

Posiblemente la característica diferencial de la tipografía web sea su variabilidad; las líneas de texto, titulares, estilo y tipo de fuente son reconstruidos cada vez que se descargan en el navegador, servidor y sistema operativo del usuario; el proceso de descarga de los documentos llega a tener algunos problemas como una fuente que no se encuentra disponible en el sistema, un navegador que no se encuentre actualizado o ciertas preferencias del usuario, debemos decirle cómo debe visualizar la página en pantalla.

**Estructura de los contenidos y lógica visual.** Los científicos que diseñaron el lenguaje HTML solo pensaron en el desarrollo de un medio para compartir documentos específicos de su estudio secreto, nunca les importó la apariencia visual de los documentos presentados en la pantalla de la computadora, pues su diseño marcó una clara separación con la estructura de contenidos y diseño gráfico. Su importancia era generar una red mundial o telaraña con páginas que se visualizaran en la gama de sistemas y navegadores disponibles, incluso pensaron en usuarios con discapacidad visual implementando navegadores que pudieran leer la información.

La separación de la edición y publicación tales como diseño gráfico y contenido editorial, buscaron que los documentos y el lenguaje HTML solo fueran compañeros de las máquinas además de ser comprendidos por los propios creadores. Al ver que sus investigaciones solo se encaminaban a la estructura lógica de los documentos, nunca tuvieron la mentalidad de implementar una lógica visual que compartieran diseño gráfico y tipografía.

El HTML que han aportado en las etiquetas estándar para encabezados (H1, H2, etc.) no son utilizadas por los diseñadores gráficos, debido al escaso aporte estético que contienen, en la mayoría de los navegadores, las etiquetas para encabezados hacen notar una apariencia informal y desagradable por el exagerado tamaño de encabezados (H1 y H2) y demasiado pequeños para encabezados (H4, H5 y H6). Las etiquetas para estos titulares no fueron diseñadas con una mentalidad orientada a una composición gráfica, su propósito solo consistió en aportar una jerarquía en los titulares o encabezados, para que el usuario y su motor de búsqueda automatizado vieran los documentos y determinaran con facilidad la estructura de la información. Con el tiempo, los diseñadores de software para crear páginas web, han decidido cambiar y establecer distintos tipos y tamaños de fuentes tipográficas a las etiquetas Hx.

**Hojas de estilo en cascada (css).** Las hojas de estilo se han implementado al lenguaje HTML para un mayor control en el estilo de encabezamientos, párrafos de texto, o elementos necesarios que completen nuestra página. Permiten especificar una serie de parámetros en una hoja de estilo en cascada (css). Con el uso de estas hojas, es posible mantener una lógica de la estructura de etiquetas HTML, y son flexibles en la colocación de elementos gráficos; Internet Explorer 6.0 y Netscape Navigator 7.0 presentan páginas diseñadas con hojas de estilo (css).

Si se ocupara el máximo aprovechamiento de trucos que nos ofrece el lenguaje HTML, es posible lograr una composición de forma limpia y sofisticada con una construcción de documentos que adquieren una lógica en el diseño de una página web atractiva que mantenga la atención del público; la colocación de tipografías en las hojas de estilo, pone especial interés en el diseño visual además de la lógica estructural que deja atrás el HTML simple.

Estructura de los contenidos y lógica visual. Los científicos que diseñaron el lenguaje HTML solo pensaron en el desarrollo de un medio para compartir documentos específicos de su estudio secreto, nunca les importó la apariencia visual de los documentos presentados en la pantalla de la computadora, pues su diseño marcó una clara separación con la estructura de contenidos y diseño gráfico. Su importancia era generar una red mundial o telaraña con páginas que se visualizaran en la gama de sistemas y navegadores disponibles, incluso pensaron en usuarios con discapacidad visual implementando navegadores que pudieran leer la información.

**Legibilidad:** Una agradable composición con tipografía está basada con el contraste visual entre una variedad de tipos de letra y de distintos bloques de texto, que incluye titulares y colocación de espacios en blanco que circundan la composición. El ojo y la mente del usuario son atraídos por la aplicación de contrastes y el tratamiento adecuado de cada uno de los elementos gráficos y del cuidado del diseño visual de las páginas web. La carencia de legibilidad sucede al rellenar con demasiados elementos tipográficos o textos las páginas de la web, orillando al lector a desinteresarse y salir del sitio si se encuentra frente a una carencia de contraste y tratamiento visual de la web, puesto que los elementos que la componen se encuentran con un tamaño parejo así como las fuentes en negrita que se vuelven monótonas tienen la misma propiedad.

Cuando el texto es el único contenido de una página web, la tipografía deberá ser la herramienta para la composición y el ordenamiento; los elementos que ayudan a incrementar la legibilidad cuidadosamente, son la utilización de esquemas compositivos que ordenan el texto y la imagen para todo un conjunto de páginas sucesivas. A los lectores se les dificulta reconocer la estructura de trasfondo cuando encuentra una tipografía diferente, donde resulta imposible localizar la información en documentos que carecen de consistencia y legibilidad.



Figura 90. Desigual e inconsistente



Figura 91. Ejemplo de consistencia y legibilidad



Amplios espacios blancos      Colocación de textos con el margen alineado a la izquierda.      Espacios para colocación de datos extras a la información      Amplios espacios blancos

Figura 92. Consistencia en la integración que marca el estilo del sitio web

**Alineaciones:** El uso de márgenes en las páginas, permiten la ubicación de la zona de lectura de un cuerpo de texto y la zona que lo circunda. En todas las variedades de documentos, los márgenes son el espacio que aporta un descanso visual; para el diseño web se trata de contemplar los espacios en blanco para cualquier pantalla de nuestra computadora, en la interfaz del navegador en ventanas con variedad de contenidos, en conjunto de índices o menús o incluso en nuestro propio sistema operativo.

Los márgenes en general permiten marcar la diferencia entre el cuerpo de texto y la variedad de elementos que se encuentren en la página. Los márgenes utilizados bajo una consistencia, permiten una integración del diseño del sitio web, además de una estructura que marca un estilo, aportando interés visual si se añade contraste entre los espacios en blanco y la colocación de textos y gráficos.

En bloques de texto con márgenes de diferentes tipos, los textos pueden encontrarse alineados a la derecha, al centro, y alineados a la izquierda, o bien justificados.

**Justificar los textos** implica cubrir los espacios del bloque de texto de la izquierda y la derecha formando un texto sólido, si los encabezamientos son centrados el

documento logrará una apariencia simétrica y formal. Para documentos impresos, justificar los textos consiste ajustar los espacios entre las palabras o separar palabras con guión en saltos de línea. Los programas de composición de texto llegan a partir las palabras y no mantienen el cuidado en el espaciado del texto, por lo que requieren de un cuidado manual. Aún en la web, las posibilidades son remotas para los textos, no hay un nivel de control para quedar completamente justificados, el texto para la web no consigue lograr una justificación correcta si esto sucede, el documento pierde composición y claridad.

La lectura de bloques de texto justificados a la derecha incomodan la lectura. Nuestra visión de lectura consiste de izquierda a derecha en un trayecto en línea vertical partiendo del margen izquierdo.

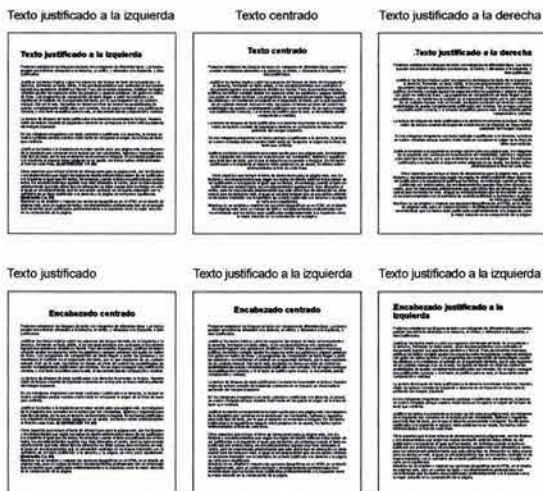


Figura 93. Diferentes formas de justificar los textos.

En los márgenes irregulares con texto centrado o justificado a la derecha, la lectura se vuelve compleja porque nuestra visión tarda en recuperar el origen de la línea de texto que continúa.

Justificar los textos a la izquierda es la mejor opción para una página web, los márgenes de la izquierda son comunes en la lectura por ser constantes, óptimos y regulares para todo tipo de texto, por lo que el derecho es incomodo e irregular. En los textos justificados a la izquierda el espacio entre palabras no se ajusta, los textos sufren arbitrariedades al final de cada línea.



Otros aspectos que incluye el tema de alineaciones son los titulares y encabezamientos, que según las reglas de diseño editorial éstos deben de ser justificados a la izquierda al igual que los textos; sin embargo cuando el texto es justificado por ambos lados, los encabezamientos quedan muy bien alineados al centro, pero este tipo de alineación no debe usarse para los textos en web; al igual un encabezamiento que se encuentre centrado no da buena impresión con la asimetría de un texto justificado a la derecha resultando una página poco equilibrada.

Mientras no se amplíen y mejoren las opciones tipográficas del HTML para el diseño de páginas web, profesionales han recomendado que para un cuerpo de texto y encabezamientos que los textos sean justificados preferentemente a la izquierda como la mejor solución en la composición de la página.

Los monitores de la computadora tienen una baja resolución, lo que complica la lectura de la línea de texto, además de las malas composiciones de algunas páginas web que no han respetado las reglas principales de la tipografía; violentamente son colocadas largas líneas de texto que dificultan la lectura, aunque columnas de texto para revistas o libros, resultan ser estrechas para su cómoda lectura, nuestra visión abarca correctamente una línea de texto con ocho centímetros de ancho; por otro lado una línea de texto más ancha provoca en el lector el giro de cabeza ligeramente, lo que forzaría los músculos del ojo hasta el término de la línea. La rapidez de lectura también se vería afectada en la búsqueda de la siguiente línea.

Para colocar las líneas de texto que de cincuenta hasta setenta caracteres por línea en una página web, es posible utilizar tablas con celdas que no pasen de 365 píxels sin que estas incluyan bordes. No es posible prever el número de caracteres por línea por lo que cada sistema operativo y software que se utiliza para trabajar las páginas web, muestran diferentes tamaños de fuentes. Sin embargo las columnas de texto para periódicos o revistas, es común que incluyan de treinta a cuarenta caracteres por cada línea.

Para lograr un buen equilibrio de la lectura en una página web, en la celda se colocan fuentes de 12 puntos con una tipografía legible como Times New Roman, que en ese ancho de celda de 365 píxels, permite formar una línea con cincuenta caracteres, o bien de nueve a doce palabras por cada línea. Lo que se pretende conseguir con esta forma de colocación de textos, es que lograr el equilibrio en los espacios para una buena amplitud de lectura.

Utilizar mayúsculas y minúsculas en los textos, proporcionan un efecto importante en nuestra percepción, por ejemplo, en un encabezamiento. Para la comprensión de la lectura, no debemos hacer uso de las mayúsculas para la colocación de encabezamientos. Al colocar frases en mayúsculas estas se convierten en una lectura cansada con rectángulos monótonos que no aportan actividad visual a nuestros ojos.

Para la composición de encabezamientos o titulares, se recomienda utilizar una escritura sencilla en minúsculas de tipo oración, con mayúscula la primera letra de la palabra, para hacer la lectura un poco más cómoda.

La tipografía para los textos, van ligados otros aspectos importantes dentro de la composición, estos aspectos son llamados interlineados que son los espacios verticales de los bloques de texto, que se encuentran entre línea y línea de texto. Los interlineados pueden ser vistos de dos tamaños, uno que puede ser demasiado grande y que puede

afectar al ojo para localizar la siguiente línea; o bien demasiado pequeño, con el que podemos confundir las líneas de texto superiores que se interpolan con las palabras de la línea inferior. En el lenguaje HTML es difícil controlar el interlineado, salvo si se ocupan las hojas CSS permiten un control entre líneas o interlineado.

the 20th Century		History 53: Europe in
Announcements Course Information	Week of	Topics and Assignments
Discussions Course Links Student Links Extra Links	Sept. 22	Introduction Europe in 1900 Paxton, Europe in the Twentieth Century, chs.1,2 Ibsen, Enemy of the People (on reserve) Links
	Sept. 29	World War I Revolution Paxton, chs.3, 4, 5 Remarque, All Quiet on the Western Front

Figura 94. Representación de los espacios en blanco en una composición.

Para los medios impresos, se considera correcto el interlineado que se encuentra a dos puntos por arriba del tamaño de la tipografía; si tenemos un texto de 12 puntos se ocuparía un interlineado de 14 puntos o para un interlineado generoso se ocupan 16 puntos.

Otros espacios en blanco son las sangrías que señalan el inicio de cada nuevo párrafo, las publicaciones impresas o electrónicas, utilizan una línea en blanco con la que marcan el espacio de separación entre párrafos. Párrafos con sangrías funcionan cómodamente para bloques de texto largos, además de señalar párrafos nuevos con pequeñas interrupciones de flujo de texto. Las líneas blancas entre párrafos proporcionan tranquilidad en nuestra vista, cualquiera de estas opciones es válida para aplicar a los textos que forman una página web.

Para que el texto en páginas web tenga claridad y estilo, es posible saber qué tipografía escoger, el lenguaje HTML proporciona algunas variantes tipográficas que nos pueden servir para arreglar los textos; veremos algunas opciones de lo que se puede hacer con una cierta cantidad de estilos tipográficos.

Si nos damos cuenta, cada tipografía tiene un estilo propio que ayuda a crear una armonía con los aspectos verbal y visual de los contenidos de una página; anteriormente diseñadores de sitios web no controlaban los tipos de letra o fuentes, éstas eran puestas por el usuario pero proporcionadas por el navegador. Ahora programas especiales en HTML se han perfeccionado, el diseñador gráfico es libre de elegir la tipografía que más le convenga. Con las nuevas modificaciones al lenguaje es posible modificar y controlar la parte estética y tamaño de tipografía, permitiendo una composición adecuada y equilibrada en cada una de las páginas.

Los tipos de letra se especifican en el programa HTML en el que se construye la página web, colocando las fuentes que vienen por defecto; si al diseñar la página no se especifica la fuente que el usuario no tiene en su computadora, automáticamente el navegador cambia la fuente que el usuario tenga en su sistema por defecto.

Algunos usuarios modifican las preferencias del navegador en las que se ignoran etiquetas <FONT> mostrando textos que el usuario ha seleccionado por defecto.

Algunas tipografías facilitan la lectura en la pantalla; la **Times New Roman** como fuente tradicional es la más legible para los impresos, pero su tamaño es tan pequeño para la pantalla de la computadora que su forma es irregular, pero es un ejemplo de tipografía que se ha adaptado a la lectura en pantallas de la computadora. El estilo de esta tipografía es apropiada para documentos con una gran cantidad de texto.

Otras fuentes han sido diseñadas para que sean colocadas en pantalla **Georgia** o **Verdana**, su diseño es exclusivo para facilitar la lectura en pantalla, su altura es amplia comparado con tipografías tradicionales, su tamaño es notoriamente mayor dentro de la misma dimensión en puntos, son fuentes con una mayor legibilidad para la lectura en documentos web.

Generalmente los diseñadores de páginas web, utilizan fuentes no lineales, por ejemplo **Times New Roman** o **Georgia**, son tipografías que forman el texto de la web. Las fuentes del tipo lineal como **Verdana** o **Arial**, se utilizan para formar encabezamientos.

Los textos que se componen con la fuente **Times New Roman** (tipografía no lineal), proporciona visualmente equilibrio cuando se tiene demasiada información, además de legibilidad para facilitar la lectura.

Expertos en tipografía se han dedicado a investigar sobre la que es más cómoda para la lectura con una tipografía lineal o no lineal, la legibilidad del texto funciona cuando se encuentra en el monitor, en ese instante el usuario puede saber si es legible o no.

Seleccionar la tipografía en HTML es muy sencillo pues el lenguaje cuenta con atributos tales como la etiqueta `FONT`, en la que solo seleccionan alguna de las fuentes que incluye por defecto el sistema operativo de la computadora.

Las siguientes tipografías son las que el lenguaje HTML considera más comunes, que el sistema operativo Windows 2000 incluye siendo el sistema más común en la mayoría de los usuarios.

Tipografías No Lineales	<b>Times New Roman</b> <b>Georgia</b>
-------------------------	--

Tipografías Lineales	<b>Verdana</b> <b>Arial</b>
----------------------	--------------------------------

Para textos incluidos en páginas web, es posible ocupar una familia de fuentes en las que se varía su tamaño y grosor en el caso de reforzar algunas partes del texto o señalar algún énfasis. Pero también es válido combinar familias, en un tipo de selección donde las letras se noten compatibles, no se deben utilizar más de dos tipografías en la página, por ejemplo una lineal y otra no lineal.

Si hemos seleccionado un tipo de letra que el usuario no tenga disponible en su sistema operativo, el navegador utilizará por defecto otra, comúnmente la que escoge es Times New Roman. Se debe considerar la tipografía adecuada desde el programa HTML con los atributos de fuente, en las que es posible seleccionar las tipografías.

El navegador emplea una búsqueda de la fuente seleccionada a través del sistema operativo del usuario, en el que dispone de cuatro alternativas tipográficas.

Tipografías disponibles de Windows 2000 y XP para colocar en páginas web

Times New Roman

El diseñador deberá asegurarse que la etiqueta que ordena colocar la tipografía la ha elegido correctamente o de lo contrario el navegador puede utilizar la que conoce por defecto.

Georgia

Verdana

Un aspecto editorial para los textos de una página web es el **énfasis**. Algunas páginas contienen bloques de texto en los que se dificulta visualizar la estructura de los contenidos y su lectura. Señalar con énfasis o subrayar el texto, hace notar una estructura en la información generando variedad visual.

Arial

El énfasis en un bloque de texto, debe aparecer mesuradamente; un texto enfatizado en negritas resaltará atrayendo la atención de los lectores hacia algo concreto. Para destacar el texto se añade un nivel superior al tamaño de letra.

Estas ligeras variaciones permiten un gran contraste visual; para crear énfasis en el texto, se hace empleando estilos de la siguiente manera.

Los textos con un *énfasis* en *cursivas* atrae la mirada porque se nota un contraste en la forma que adquiere el cuerpo del texto. Las *cursivas* funcionan para citar títulos de periódicos, libros y en bloques de texto que señalan expresiones forzadas ó palabras en otro idioma. Al colocar largos bloques de texto en *cursivas*, dificultan la lectura en la baja resolución de la pantalla de la computadora.

Colocación de textos en negritas, son un contraste por el color; el énfasis señala los títulos de subsecciones; incluir textos en negritas permiten fácilmente su lectura en la pantalla; debemos evitar señalar negritas en algunos bloques de texto lo que provocaría la pérdida del contraste y su eficacia.

El **subrayado** en los textos o palabras, data de la utilización de máquinas de escribir, porque no tenían atributos en señalar los textos en cursivas o negritas. El subrayado carece de estilo estético, por lo tanto, se considera un recurso saturado que además interfiere con las formas de la tipografía.

Subrayar los textos en documentos web tienen una función especial, los textos se muestran subrayados solo para señalar un enlace web; es la marca que incluyen por defecto los navegadores lo que facilita la identificación de éstos, si el texto es subrayado puede confundir al usuario pues lo percibe a manera de enlace de hipertexto.

Señalar los textos en **color** es una opción que señala de forma distinta un texto del cuerpo principal, para la web tiene un significado similar al subrayado, pero no se debe hacer uso de los textos en color, ya que el usuario puede confundirlo con un enlace de hipertexto. El color es apropiado si se utiliza sutilmente para titulares en temas de secciones.

Otro estilo son los textos en **MAYÚSCULAS** que sirven para enfatizar algunos textos, como encabezamientos con frases cortas en las que no resulte monótona e incómoda su lectura.

Estos estilos para páginas web muestran el uso de la tipografía para los cuerpos de texto, tienen la posibilidad de aumentar la calidad del diseño si se emplea un correcto manejo en los estilos en la tipografía a todo lo largo del sitio. Nos abren una nueva visión de cómo estructurar los cuerpos de texto adquiriendo consistencia en el cuidado del diseño, permitiendo que los visitantes naveguen el sitio. Sin la aplicación de estos estilos editoriales y de una desatendida formalización en los textos, rompemos el interés de los usuarios.

En este capítulo hemos visto que el diseño editorial es la parte central del diseño gráfico para la producción de revistas, periódicos, páginas web, etc. Su aplicación tiene que ver con una variedad de actividades dentro del sistema visual y estético de una publicación impresa o electrónica para cada necesidad de comunicación. El diseñador gráfico coloca las piezas adecuadas para las necesidades del usuario que va a interactuar con un sistema multimedia y de comunicación en la producción de páginas web.

Hemos visto que para la producción de páginas web hay piezas claves en el diseño que resuelven las necesidades del usuario, tales como el diseño de una interfaz funcional que el usuario necesita para la navegación a través de la página, los elementos que el diseñador gráfico coloque deben ir perfectamente organizados además con iconos o gráficos apropiados para no confundir al usuario. Dentro del tema de diseño de la interfaz, incluye los elementos que forman una barra de navegación, la colocación de menús con los contenidos de la página, la colocación de texto informativo y fotografías, facilitan la visita del usuario dentro de la web incluyendo botones o pistas que sirven para ubicarlo en el contexto de una organización adecuada con estructura en la información de la página, permitiendo el fácil acceso a los contenidos.

Además de la organización de los contenidos, hemos visto una variedad de estructuras en la organización de la información para páginas web, que forman esquemas mentales en el usuario, la estructura más común es la jerárquica por ser más cómoda y muestra perfectamente el esquema de organización del sitio web.

Por otra parte también hablamos de la importancia de los elementos que dan impacto visual a la página web como la organización funcional en el que se desenvuelve el diseño gráfico, la tipografía y la colocación de ilustraciones o fotografías en la búsqueda del equilibrio y el contraste visual, que permiten la atención del usuario hacia los contenidos.

Esto ha sido solo una muestra de lo que el diseño editorial utiliza para la producción del diseño de páginas web considerando el público al que va dirigida la información así como el estilo de diseño que incluirán sus páginas, la selección del color, de las tipografías, los márgenes, y la distribución de los textos.

En el siguiente capítulo veremos que estos principios del diseño editorial son aplicados al proyecto de diseño de página web; cómo utilizar una metodología que permite seguir un sistema lógico para el desarrollo de cualquier proyecto de diseño.



4.

Desarrollo y aplicación del método de Joan Costa en el diseño de página web.



## 4.1 Aplicación y desarrollo del método de Joan Costa en el diseño de página web.

El método de Joan Costa se ha propuesto para esta tesis con el motivo de seguir la misma estrategia del desarrollo de diseño para la obtención de los mejores resultados en la búsqueda de un diseño de identidad para un documento electrónico, ya que por sus elementos del proceso que lo componen, lo hacen un método flexible que logra ser aplicado a todo proyecto de diseño gráfico.

El desarrollo del proceso de diseño bajo éste esquema que veremos a continuación, permite obtener la solución satisfactoria a los problemas de comunicación que presenta el emisor.

Para este capítulo, comenzaré con el desarrollo del diseño de una identidad de la escultora Marina Pombar, que me permitirá obtener el concepto y estilo del diseño gráfico dando como resultado principal de esta tesis, el diseño de una página web.

El método propuesto por Joan Costa, plantea cinco etapas para el proceso creativo del diseño por los que es posible recaudar la información; obtener la incubación de datos que proporciona el emisor, que más adelante permitirán la creación de los signos o códigos del diseño que formarán la configuración estética de la página web; proposición de las ideas creativas del diseño gráfico con la elaboración de dibujos o bocetos, descubriendo las ideas de una propuesta que reúna los objetivos del emisor con la verificación y análisis que formará la idea original para dar fin a este proceso. Concluiré con los tratamientos de configuración estética de diseño gráfico y editorial al prototipo de página web que el emisor halla elegido.

Para la obtención de resultados en el diseño de página web, se han tomado como muestras a seis escultores, tres de ellos mujeres y tres hombres para la elaboración de un análisis comparativo con páginas obtenidas de internet, con el objeto de encontrar las soluciones adecuadas en la conclusión de un resultado satisfactorio para el diseño de la página web de la escultora Marina Pombar.

A continuación vamos a ver el orden en que se desprende esta cadena comunicacional, con las posibles necesidades del emisor, así como el codificador (diseñador gráfico), que va a establecer el desarrollo del diseño, en base a las necesidades requeridas por el emisor, para obtener una propuesta gráfica de una página web que será publicada en Internet como documento electrónico que estará disponible al público que se muestre interesado en conocer la obra escultórica de Marina Pombar.

**1. ¿Quién utiliza el diseño?** El emisor ha solicitado un proyecto de comunicación, donde el soporte de diseño es una página web que tendrá que ser publicada en Internet. La escultora Marina Pombar, quien forma parte de este primer punto como emisor, es una persona que busca el éxito y el conocimiento de un público más amplio, es por eso que se ve en la necesidad de mostrar su obra artística, hacia un público usuario interesado en conocer, y adquirir el trabajo de la escultora.

Objetivos del emisor:

- Mostrar su obra artística (su escultura), en una publicación electrónica.
- Elaborar una página web para la promoción de su obra.
- Mostrar las piezas escultóricas al público para la venta de éstas, hacer pública esta actividad como escultura para la solicitud de trabajos por encargo.
- Ampliar los horizontes para la publicidad, en el que pueda recibir la crítica del público sobre la obra.
- Obtener posibles compradores o coleccionistas de piezas de arte.

**2. ¿Que lo establece?** Codificador o diseñador gráfico, en este punto tiene que analizar el planteamiento propuesto por el emisor o usuario, satisfaciendo la necesidad de comunicación que se ha requerido. Como diseñador gráfico, deberá de reunir y considerar las necesidades de comunicación que se le plantean para originar el diseño gráfico adecuado. Para desarrollarlo, se encuentran las siguientes etapas en el proceso del diseño gráfico de la página web de la escultora.

Objetivos del codificador:

- Reunir la información requerida para la realización de propuestas gráficas que contendrá el sitio web de la escultora.
- Crear contenidos visuales y gráficos adecuados para describir la personalidad de la escultora.
- Lograr los requerimientos de comunicación del emisor.
- Reunir los contenidos visuales y gráficos necesarios dentro del sitio para lograr que un público más amplio conozca el trabajo de la escultora.

## **Etapas del proceso creativo de diseño:**

### **I. Información:** Reunión de datos que describen al emisor.

El primer paso del proceso creativo del diseño gráfico, es tomar la información visual y documental del usuario o emisor. En este caso, la información documental, la proporcionó la escultora (emisor) de un cuestionario realizado en una entrevista, dentro del espacio o galería de su domicilio.

Además de la información proporcionada por ella, se complementa con una publicación impresa "Revista Culturando", y de programas que ella ha elaborado para las exposiciones itinerantes en la presentación de sus esculturas.

Para iniciar el diagnóstico de necesidades de la escultora (emisor) , transcribo a continuación las preguntas y respuestas que apliqué.

#### 1. Cómo nació tu idea de hacer escultura?

*Yo siempre hacía cosas con las manos, pero yo no sabía lo que eso implicaba, y una vez hago esta pieza que fue armada con un cono de papel de baño, aquí un casett, y aquí unos lápices, esa es la manera en que la sostuve, entonces me llevaron a un taller donde me enseñaron y ahí aprendí como se hacía una escultura. Y ahí es donde vi qué es lo yo podía hacer con las manos.*

#### 2. Desde hace cuántos años te has dedicado a esto?

*Llevo 20 años a dedicarme desde siempre, tengo momentos que no me sale nada, que me siento..., y que me salen monstruos, que no están en mí, y hay momentos que me siento y... en media hora salen las cosas.*

#### 3.Cuál es el sentimiento que más te gusta representar en las esculturas?

*Yo creo que es la persona que tengo yo, tengo vertientes, o soy, o caigo y ando por acá abajo en el suelo, así como triste deprimida desecha, o estoy en la otra parte como muy pasional, muy feliz. Cuando estoy normal, contenta normal con toda la gente, no me sale nada, no tengo nada qué decir. Necesito de esos momentos en los que estoy muy contenta, muy pasional o muy enamorada como en estos momentos, y que pues me encanta la música mexicana, esas canciones que duelen hasta el alma, y parten el corazón.*

#### 4. Cómo llegan a ti estas imágenes para crear una nueva escultura?

*Me llegan a veces, algunas veces me llegan al sueño, como esta de "reencuentro", me llegó al sueño, a veces las veo o como esta me costó mucho trabajo no, tenía una idea de "soledad" que no sabía qué proyectar, lo que era lo que yo quería decir, me*

*tardé como 3 años con esa pieza. Y esa máscara (que tiene la pieza) yo creo que es lo que hacemos ante la sociedad. Pero ella está tranquila y el también, yo creo que es importante que sepas y te guste estar contigo mismo.*

5. En qué lugares se han exhibido tus piezas?

*Tengo por ahí un currículum. Trato de exponer por lo menos cuatro veces al año.*

6. Cómo consideras a la escultura de Marina Pombar?

*Con mucho sentimiento, quizás no soy perfecta en mis medidas, pero no me interesa hacerlo, porque no toda la vida es perfecta, lo que me interesa es conmoverte con algo, y con alguna pieza te voy a conmover, porque son sentimientos reales.*

7. Cómo es Marina Pombar como persona?

*Soy muy soñadora, este sí..., soy muy romántica, muy delicada en ese sentido también, también muy pasional, pero también puedo ser muy fría, aunque también tengo mis extremos no... tengo miedo de enseñarme, por eso tengo la pieza ésta "Marina", ella está como cubierta, porque es la cubierta que yo sé que yo uso muchas veces no, me aísla mucho... sí, ante la gente. Totalmente pues. Hay gente que... en las clases de inglés que doy, estoy fascinada porque hay una yo, una faceta mía que me gusta, que juego que enseño, soy muy alegre, esa faceta mía me gusta con esa gente, y son las que me llegan a conocer más.*

8. Qué crees que piensa de ti la gente?

*Pues que Marina ya se alocó, yo creo que la gente me tiene admiración, porque hago, convivo, de modo que... muchas gentes quisieran hacer, no estar atados con cosas que... no te permiten. Y yo tengo una vida más libre, he sabido estar libre. Yo no tengo orgullo, estas cosas que ves aquí, me abrió la puerta que yo me tuviera, conocí una Marina que yo no conocía, y aun estoy conociendo... No? Todas estas que están atadas con cadenas, mirando hacia abajo, todo eso me pregunto todavía qué hay pero me estoy conociendo más.*

9. Cómo te relacionas con la gente para que te encarguen diseñar una pieza?

*Tengo que conocer a las personas primero, necesito fotos de ellas para sacarles perfil y frente, y si tienen una composición si necesito ahí conocer un poco más, y rascar para que salga esa personalidad, no quiero hacer algo clásico para que quede ahí nada más, yo creo que tengo ese don para eso, yo creo que lo tengo para enseñar algo.*

10. ¿Qué nos puede aportar la escultura de Marina Pombar?

*Muestran lo oculto de mi persona. Tal vez lo que yo no transmito físicamente, lo represento en mi escultura.*

11. ¿Qué es lo que puede transmitir tu página al público que la va a estar observando?

*Generar la curiosidad de, qué más hay? De mi trabajo, y crear una necesidad de tenerlo en sus casas*

12. ¿Qué es lo más importante para ti y que tu puedas compartirle al público?

*El que yo pueda transmitir o hacer sentir una emoción, un recuerdo, un estado de ánimo, un amor, un momento, del pasado o del presente o un futuro deseo.*

13. ¿Piensas que se debe emplear algún estilo que hable de ti, diseñarte un estilo o crearte determinada personalidad para que el público sepa quién es Marina Pombar?

*Para mi el estilo es fundamental, yo me debo de sentirme como parte de esa página. Me siento bien con el color negro en el fondo me gusta lo dramático de ese color.*

14. ¿Cuál es el propósito que buscas al publicar tu página web?

*Si tengo una persona que esta afuera del D.F., muestro mi trabajo con ella.*

15. ¿Qué significa el poder comercializar tu trabajo?

*Quiero vivir de mi trabajo*

16. Tu meta es encontrar más clientes interesados en tu escultura? *Si*

17. ¿Crees que exista competencia en el mismo medio artístico o tal vez que alguien se dedique hacer lo mismo que tú?

*No creo que es competencia porque cada artista tiene su estilo propio.*

18. ¿Conoces a alguien que diseñe lo mismo, alguien cercano a ti?

*No, como escultor hay muchos, depende del estilo de cada quién. Hay personas que quieren solo vender para decoración para otros es una expresión. Si la pregunta es sobre la página, no conozco a nadie.*

19. ¿Crees que empleen las mismas técnicas o procedimientos que tú utilizas? *Hay muchas técnicas*

20. ¿Diseñarte un sitio en Internet, crees que sirva para comercializar tu trabajo? *Si*

21. ¿Alguna vez te han propuesto que comercialices tu trabajo en Internet? No

22. ¿Puedes describir los procesos que se realizan para lograr una escultura en bronce?

*El proceso es largo, cada pieza tarda 20 días para sacar desde el punto donde ya está la creación, esto prefiero enseñártelo, paso a paso, se llama a la cera perdida.*

### **Biografía de Marina Pombar. He obtenido algunos datos biográficos de la escultora, que fueron proporcionados por ella misma, y que ha escrito.**

Este es uno de sus pensamientos que ha realizado que compuso con una carga sentimental que refleja su estado emocional:

*“Asumo la nostalgia como parte de la vida, y definiendo mi identidad bajo cualquier circunstancia”*

Éste como otros pensamientos más que ella misma ha escrito para describir su interior, también es autora de todos los títulos acompañados por pensamientos que incluyen cada una de sus piezas.

Marina Pombar hija de padres cubanos, su lugar de nacimiento es Detroit, Michigan. Desde niña mostró un especial interés por observar la belleza y comprenderla en toda su composición.

Marina Pombar, refleja fielmente el constante proceso de metamorfosis al digerir cada experiencia vivida, complaciendo al ingenio y a la creatividad misma, plasmando formas y sentimientos, amalgamando magistralmente “la unidad”, como un todo perfectamente concebido, sin ambigüedades, en un plano de armonía y precisa relación entre cada una de las partes.

Hay algo conmovedor sobre sus intentos para mostrar su melancolía, representándose como una mujer solitaria. La mayoría de sus personajes esculpidos no miran al espectador, sus parejas no intercambian contacto visual, todos parecen tener un gesto encerrado en sí mismos. Todos aparentan rechazar el mundo y encuentran paz en su interior.

Examinar su obra es una tarea comprometedora. Marina Pombar es una artista que siempre está en proceso de crecimiento dando pasos a su imaginación. Explora el cuerpo humano y penetra dentro de un mundo sensual en donde las imágenes insinúan el movimiento constante de su espíritu.

Con un nuevo sentido de la vida, acepta el desafío de crear una escultura monumental bajo encargo de la Asociación Protectora de Animales de Missouri, para ser exhibida en el Memorial Park, en nombre de Carol Gates Throop.

La galería Grifé y Escoda de Barcelona, España, ha decidido promover su obra por méritos de calidad y talento innato.

En el 2000 recibe el Premio Italia per L'Arte. Vetrina Internazionale Degli Artisti Latino Americani. Florencia 2000.

**Currículum. En su faceta como escultora, se ha dedicado a cumplir algunas actividades destacadas donde ha tenido la oportunidad de presentar su obra en algunas galerías o lugares importantes.**

●2003. Marina Pombar, fue entrevistada por el Canal Once, para el programa de "Diálogos en Confianza", que se transmitió para "El día internacional de la mujer", en un programa que trató sobre la enfermedad del cáncer, esto es justamente la relación que tiene su trabajo como escultora, es establecer la conexión que existe con la enfermedad en la representación que ha puesto en sus obras. Marina se ha dedicado a luchar y enfrentar la vida día con día y encauzar a otras mujeres a evitar caer en la terrible depresión. Algunas de sus esculturas, representan un dolor en su interior y que es visible observar así como emociones y sensaciones que experimentó justamente en el momento de haber pasado por el problema.

●Una de las esculturas de Marina Pombar, llamada "Cristo", ha sido requerida para ocupar la sala de espera, del Hospital de Cancerología.

●2001 Entrega a los ganadores del premio "Italia Per L'Arte", en la galería S. Menache. México.

●Bienale Internazionale Dell'arte Contemporanea den la Ciudad de Florencia, Italia.

●Exposición Estilos y Lenguaje Plástico, en la Galería Torre del Reloj, Polanco, México, D.F.

●Exposición y venta de escultura con el título, "Sentimientos", en el Centro Asturiano de México, A. C.

●Publicación en la revista "Culturando" Número 19, Vol. 2, Septiembre de 2001. Tema, "La nueva mirada de Marina Pombar".

●Mención a Marina Pombar, por parte del Instituto de Cancerología de México, dentro del 1er. Congreso Nacional de Psico-oncología. Revista "Culturando".

●2000 Exposición en Florencia-Italia "Vetrina Degli Artisti Latinoamericani", en Palazzo Degli Affari.

●Entrega de premios para varios homenajes taurinos en México, Puebla, Joselito Huerta, Eulalio López "Zotoluco", Federico Pizarro, Rafael Ortega, Mariano Ramos, Manolo Mejía, Manolo del Olmo y otros.

●1999 Expo-venta "El arte de hacer política", en oficinas del PRI.

●Escultura para el homenaje taurino de Eloy Cavazos en la Cineteca.

- Escultura para el homenaje taurino de Arturo Gilio en el Museo de Arte Moderno de Durango.
- Exposición permanente, parte de Carol Gater Throop, en Missouri, EU.
- Exposición permanente, Abraham Lincoln en Polanco, México.
- 1998 Homenaje “Día Internacional de la Mujer”, casa de la cultura Quinta Colorada, Bosque de Chapultepec.
- 1997 Exposición “Temperamento y bronce”, en las Jaulas, Polanco.
- Exposición en el Museo de Emilio Carranza.
- 1996 Exposición “La Noche de las Artes Marciales”, plaza Lancaster.
- Premio Mundial de “Artes Leonardo Da Vinci”, Universidad Nacional Autónoma de Tamaulipas.
- 1995 “National Museum of Women in Arts”, en Washington, D. C., E. U.
- Monument for the Human Society. Parque Lincoln, San Luis Missouri. E. U.
- Creadora de los trofeos y reconocimientos entregados a las figuras taurinas de todos los tiempos en el festival “Muestra Taurina”, por cuatro años consecutivos en las ciudades de Monterrey, Coahuila, México, D. F. y Puebla.

Como la presentación de sus obras la han presenciado gran cantidad de personas del ámbito político, empresario y público en general. Le han compuesto una breve crítica, que describe a Marina y lo que sus esculturas transmiten al observarlas.

“Para crear una verdadera obra de arte se necesitan talento y oficio, y Marina Pombar los tiene. Sus obras están llenas de sentimiento; nos transportan a esa parte recóndita del dolor lleno de amor, de tanto amor que nos hace vibrar. Su talento, su oficio, su amor al ser humano y esa gran tenacidad, es principalmente lo que la ha hecho triunfar”.

Gabriel Ponzanelli.

### **Diagnóstico: Breve exposición fundamental, datos que fijan los criterios del diseño.**

A continuación veremos a modo de diagnóstico los resultados que fijarán los criterios de diseño, dentro de la información que se obtuvo anteriormente y que revelarán características descriptivas del emisor. Estos datos, ayudarán a tomar los parámetros específicos con los que se elaborará una identidad propia de la escultora Marina Pombar, así como el diseño gráfico que tendrá lugar dentro de la publicación electrónica para mostrar su obra.

- Dentro de la información proporcionada en el cuestionario, puedo argumentar que Marina se caracteriza en experimentar las cosas que la vida le presenta, una de ellas ha sido el dedicarse a la escultura, en la que por primera vez hace 20 años experimentó, y que resultó el encuentro de una vocación.
- Al instante de concebir las ideas para cada nueva obra, se envuelve en una atmósfera de emociones que la ayudan a descubrir el sentido de crear cada nueva pieza.



- Las emociones, los estados de ánimo son los elementos que canalizan la creatividad de la escultora.
- Su escultura está llena de sensaciones ocultas, sensaciones que ella identifica en las personas que ha conocido a través de su trayectoria artística.
- Ella misma se considera una persona que puede estar en la cima de la felicidad aunque después se encuentre en el extremo contrario, es decir en el temor de abrirse ante la gente.
- Marina ha descubierto que estar rodeada de gente que la conoce la hace sentirse dichosa, alegre, fascinada, es un momento de su persona que le gusta.
- Marina da clases de inglés a un grupo reducido de personas, en su mayoría convive con mujeres que la hacen estar bien y mostrarse en total definición hacia las personas que la rodean.
- Marina tiene una imagen segura ante la gente, siente que además de apreciarla por como es, es una persona a la que le tienen gran admiración por las cosas que realiza.
- Marina comenta que se encuentra en su propia búsqueda de su identidad.
- Ella se considera una persona libre, solitaria y sin barreras que le impidan aprovechar el tiempo para realizar y emprender nuevas cosas que a ella le gusta hacer.
- En la realización de trabajos por encargo, Marina se enfrenta ante retos que le permitan poder reflejar el interior de las personas.
- Marina considera que su escultura refleja lo oculto de su persona, cosa que no transmite físicamente.
- Ella considera que publicar una página web, genera curiosidad en el público que la va a ver y que además conocerá su trabajo.
- Considera que al público puede transmitirle sensaciones, emociones, recuerdos, estados de ánimo, amor; le recuerdan momentos de la vida o tal vez futuros deseos.
- Considera que marcar un estilo visual es fundamental para identificarse hacia el público.
- Marcar lo dramático del color negro es su fascinación.
- Considera que la publicación de una página Web, ayuda a traspasar fronteras, a abrirse hacia más público.
- Con la idea de publicar una página web, ayudará a Marina a mantenerse de su trabajo, de modo que piensa ocupar el espacio para la venta de sus piezas.
- Cada artista escultor tiene su estilo propio.
- La utilización de técnicas entre un escultor y otro, es variada.
- La producción de piezas en bronce, tarda aproximadamente 20 días para sacar el punto de la creación.

### **Argumentos que destacan en la parte de la bibliografía:**

- Desde pequeña, Marina se inclinó en el interés de observar la belleza.
- Refleja en cada una de sus piezas las experiencias que le han tocado vivir.
- El ingenio y la creatividad, son características del trabajo de la escultora.
- Las formas que diseña, son creadas con el sentir interior de ella misma.
- Cada pieza que realiza, es concebida con armonía y relación entre cada una de sus partes.
- Las figuras que representa, conmueven fácilmente al espectador.
- Sus formas encuentran un aspecto conmovedor y melancolía, que representan a Marina como una mujer solitaria.
- Los personajes esculpidos, no miran al espectador son personajes ocultos en su interior.
- Sus formas no intercambian contacto visual, parecen tener un gesto encerrado en sí mismos. Sus esculturas aparentan rechazar el mundo y encuentran paz en su interior.
- Marina se considera un artista que siempre está en proceso de crecimiento, dando pasos a su imaginación.
- En la concepción de sus esculturas, para Marina es fácil penetrar a un mundo sensual donde las figuras sugieren el movimiento constante de su espíritu.
- Ha desafiado su quehacer artístico creando una escultura monumental bajo encargo de la Asociación Protectora de Animales de Missouri, que tiene lugar en el Memorial Park, en nombre de Carol Gates Throop.

### **Los resultados que se consideran dentro de los antecedentes en las actividades destacadas de la escultora, han respondido a lo siguiente:**

- Marina es una escultora que refleja las experiencias de la vida personales y externas a ella en cada una de sus piezas.
- Su escultura se ha destacado por ser además de artística, una representación de emociones y sentimientos.
- Su trabajo escultórico ha sido reconocido, ya que ha sido requerido para formar parte de obras monumentales en algunos lugares, dentro y fuera del país.
- Su escultura la ha llevado a la entrega de algunos reconocimientos.
- Marina ha emprendido el reto de poder colocarse dentro de la Bienal de Florencia Italia.
- La realización de algunas exposiciones que lleva a cabo durante el año, también le ha permitido el reconocimiento de más público.
- El trabajo de Marina, ha dado de qué hablar en algunas publicaciones de arte y cultura.
- Una parte de su escultura, ha sido dedicada al tema de la tauromaquia, como la realización de reconocimientos (o trofeos) para algunos toreros destacados.
- Su escultura le ha permitido presentarse en muestras nacionales e internacionales.

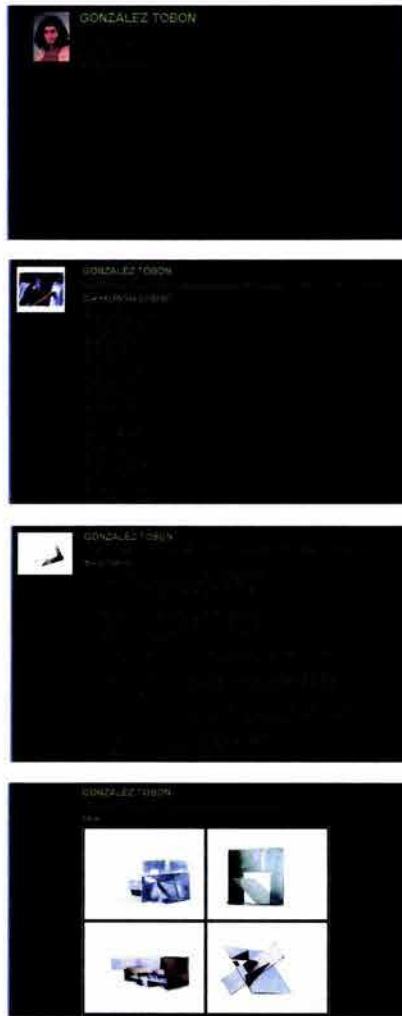


Figura 95. Interior de la página web de la escultora Mónica González.

## Análisis comparativo de publicaciones semejantes a las necesidades del emisor.

El siguiente análisis consiste en tener antecedentes comparativos de cuatro sitios web diferentes, tomando en cuenta a mujeres artistas escultoras casi de la misma talla de la emisora que estoy estudiando. Entre los cuatro sitios podrán existir diferencias, ausencias y necesidades de elementos visuales, importantes en la muestra del trabajo escultórico que publican en estas páginas. Tomando como referencia estos sitios Web, al final de este capítulo, se presenta el contenido de la página web que se propone desarrollar este trabajo.

El primer sitio web que se tomó como análisis, pertenece a la escultora **Mónica González Tobón**, de nacionalidad Española. La escultura que podemos apreciar en este sitio, es geométrica y utiliza laminas o metales. El estilo que toma ésta artista escultora son figuras geométricas y monumentales, pero sobre todo decorativas. Su trabajo escultórico es de calidad, son modelos abstractos con formas geométricas; es una escultura perfeccionista y ordenada que considera la proporción de las formas y del espacio, los acabados de las esculturas son lisos en el color original del metal, incluyendo también colores lisos en algunas de sus piezas.

- En la exploración del sitio, se nota que falta información que puede ocupar dentro del gran espacio de color negro de la página.
- El sitio no cuenta con una dirección propia de la escultora. Su sitio se encuentra dentro de una liga en el buscador de

“Geocities”:

[www.geocities.com/zorrillagonzalez/monica/index.html](http://www.geocities.com/zorrillagonzalez/monica/index.html)

- Dentro del sitio podemos ver una pequeña descripción sobre Mónica González, así como brevemente algunas actividades destacadas de su trayectoria como artista.
- Muy poca información sobre la escultora, en cuanto a su currículum.
- No se presenta algún libro de visitas donde pueda dejar sus comentarios o crítica el público.
- No hay un contador que indique el número de visitantes a esta página.
- La escultora no cuenta con una identidad gráfica personal.
- No se nota ningún tipo de diseño gráfico dentro del sitio, así como un distintivo personal de la escultora.



Figura 96. Interior de la página de la escultora Abreu.

- No podemos apreciar individualmente las piezas escultóricas o algún tipo de interacción dentro de la página.
- Falta información técnica sobre cada una de sus piezas.
- El diseño del sitio, es muy sencillo.
- La poca información sobre la escultora, se encuentra mal distribuida dentro de la página.
- El menú de la parte superior, contempla el idioma inglés y español. Considero que debería de contener el idioma que quieres escoger, al principio de entrar a visitar toda la información.

El siguiente sitio que he recolectado para el análisis, pertenece a la escultora Francisca Bella Martín-Cano Abreu, su escultura es figurativa y abstracta, donde podemos ver el trabajo en piedra y sobre todo de tipo monumental.

- El sitio de la escultora, no cuenta con una dirección personal, también recurre a un buscador en "Lycos": <http://usuarios.lycos.es/martincano/abreu.escultora.html>
- El sitio no cuenta con una identidad personal de la escultora que pueda destacar en su página.
- Es un sitio con abundante información y se encuentra dispersa.
- La información no tiene un orden lógico, el tamaño del texto y color es variable es variable.
- Las fotografías y las ilustraciones que muestran el trabajo de

la escultora son de baja calidad.

- No existe interactividad dentro del sitio.
- No hay un orden lógico en la colocación de las fotografías así como tampoco de la información.
- La información contenida se encuentra en un solo lugar y es muy saturada, tanto de color como de tipografía que varía de un tamaño a otro.



Figura 97. Interior de la página de la escultora Gogy Farias.

Otro sitio que he tomado como muestra para la evaluación de diseño es el sitio web de Gogy Farias escultora: [www.valuarte.com/gfarias.html](http://www.valuarte.com/gfarias.html)

- Gogy Farias, es una escultora con un trabajo figurativo y realista.
- La calidad de sus esculturas es buena, destaca el trabajo en bronce y esculturas en onix.
- El sitio es muy sencillo, contiene información de obras destacadas de la escultora, así como su bibliografía y algunas fotografías.
- El texto se lee en dos lenguajes, inglés y español.
- Los encuadres fotográficos de sus obras, son buenos.
- Cada fotografía presenta la información técnica de sus esculturas.
- Son pocas las fotografías que muestran el trabajo de la escultora.
- Podemos ver que el texto se encuentra mal distribuido, sin ningún orden. De pronto podemos ver bloques de texto muy grandes y luego pequeñas columnas.
- Toda la información está contenida en una sola página.
- La página cuenta con un menú, pero nos conduce a otros lugares que ya no son de esta página de la escultora.
- La página carece de interactividad.
- No cuenta con un marcador del número de visitas.
- No tiene un libro de visitas.



Figura 98. Interior de la página de la escultora Yolanda Zárate.

Otro sitio que tomé como referencia pertenece a la escultora Yolanda Zárate, escultora mexicana <http://www.geocities.com/Paris/Library/8588/index.htm>

- De inicio podemos ver un diseño sencillo, con un tapiz azul que muestra el rostro de la escultora y un pequeño menú, que nos presenta dos opciones en las que podemos entrar a conocer la galería de su obra escultórica, y una breve descripción que nos habla sobre su carrera artística.
- También podemos ver que la escultora, tiene una identidad personal compuesto por las primeras letras de su nombre Y y Z en color azul.
- Al entrar a la galería, podemos observar el trabajo escultórico que realiza en materiales como madera, bronce y terracota.
- Las fotografías que nos muestran las piezas, consisten en esculturas figurativas.
- Podemos ver el texto subrayado con el nombre de cada pieza nos conduce a ver las esculturas individualmente.
- Los encuadres de las fotografías, nos muestran la parte frontal de sus piezas.
- Las esculturas, se pierden en medio de un fondo color negro con la identidad personal de la escultora que se repite en toda su página.
- Eligieron un color azul vibrante para los textos.
- La tipografía azul de la sección galería, se pierde con el fondo negro.
- El contador del número de visitas no está activado, por lo tanto no podemos saber si es un lugar muy visitado.
- La biografía de la escultora es breve, y hay textos que deberían de separarse en otra clasificación de la información en cuanto a actividades destacadas y presentaciones de su obra escultórica.

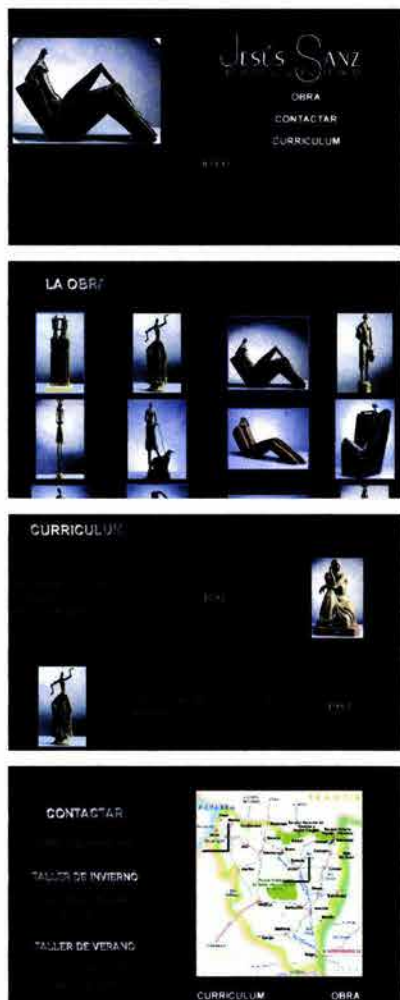


Figura 99. Interior de la página del escultor Jesús Sanz.

Ahora veremos los elementos que integran la información visual dentro de las páginas de escultores que desarrollan la técnica del bronce, uno de los tres escultores que veremos en esta parte es Jesús Sanz con la dirección de página web <http://www.pirineo.com/esculturas.sanz/>; en ella podemos destacar las siguientes características del contenido visual.

- La página principal del sitio web del escultor es muy sencilla, cuenta con el contador del número de visitas; una fotografía de una de sus esculturas. En el costado de la página principal se observa el detalle de un diseñador que desarrolló su identidad personal con el nombre del escultor, un detalle sencillo que se encuentra colocado sobre un fondo negro, mismo que contiene un breve menú en el que destacan tres temas, el currículum del escultor, el contacto y un acceso a su obra escultórica.

- Dentro de la sección del currículum del escultor, que por cierto es muy amplio, podemos notar la característica de su obra con fotografías de muy buena calidad, que describen la trayectoria del escultor a través de varios años en el medio. No cuenta con un diseño en sí esta parte del sitio, pero las fotografías destacan más que las letras pequeñas que nos hablan de su trayectoria artística, todo sobre un fondo negro que al igual permite ver la obra y la hace lucir elegante.

- La página con la sección de la obra del escultor, es igualmente sencilla, con las fotografías sobre un fondo negro, en la que solo aparecen las imágenes de las esculturas donde el usuario solo accede con un clic sobre cada fotografía. La identidad personal del escultor aparece escondida en la parte inferior de la página con el menú de currículum y contacto (que en esta

página cambió de lugar).

- Al dar clic sobre alguna de las fotografías, podemos ver en otra pantalla la fotografía en un tamaño más grande, así como su descripción y la técnica que ocupa el escultor.

- No aparecen más elementos que acompañen a la obra escultórica del artista, el diseño se nota sobrio, serio y repetitivo, pero a diferencia de esto, las fotografías de la obra escultórica considero que son de buen gusto y que hacen destacar la parte central con la fotografía de una escultura.

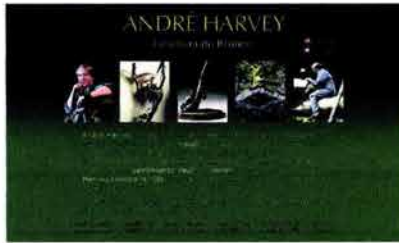


Figura 100. Interior de la página del escultor Jesús Sanz.

Otro escultor que toma la misma técnica del bronce en pequeño y gran formato, es André Harvey con la dirección web <http://www.andreharvey.com/spanish/index.html> gráfico de esta página web es muy sencillo no cuenta con una identidad personal del escultor solo es colocado su nombre en letras grandes que resaltan sobre la página principal. Podemos ver desde un principio quien es el artista y el trabajo que realiza, así como una breve descripción narrativa de su obra y lo que transmite al público.

- En el lado superior de la página aparece el lenguaje que puede seleccionar el usuario para leer; en el lado inferior aparece el menú para explorar la página.
- La página está suficientemente documentada con una presentación sencilla pero funcional, mostrando al público su trayectoria como artista y la actividad que desarrolla dentro de su estudio.
- En el catálogo de su escultura, podemos observar las fotografías con una buena iluminación, donde destaca el objeto principal en un tamaño considerable que el usuario puede observar, incluyendo cada una el título de su obra, la descripción técnica de la escultura y sus dimensiones.
- Cuenta con pequeños botones que permiten al usuario avanzar o retroceder en el recorrido de sus esculturas. El menú principal, se encuentra en todas las páginas en el lado inferior.
- El diseño de la página es sencillo; la información esta bien distribuida y es suficiente para saber sobre el trabajo del escultor; el contenido es colocado sobre un fondo oscuro que se degrada de negro a verde, haciendo resaltar la tipografía en color blanco y amarillo para hacerla notar sobre el fondo. Las fotografías están perfectas y presentadas en un tamaño considerable que el usuario puede observar; todo en general es uniforme en base a la sencillez y un estilo propio del artista.





Para concluir con éste análisis gráfico que incluyen las páginas web de los escultores, el último análisis es sobre un artista escultor que desarrolla el bronce, su nombre es Eduardo Soriano con la dirección de página web <http://www.esculturas-soriano.com/index.html>

- En la página principal de este escultor andaluz podemos notar la sencillez con la que está distribuida la información en la utilización mínima de elementos gráficos en el que ocupa colores cálidos en el diseño. Desde un principio podemos ver el estilo de la escultura que realiza, es bronce a la cera perdida y su tema favorito son los caballos jalando carretas.
- También dentro de la página principal muestra las secciones en que se divide su trabajo como escultor; las secciones son un breve menú que permite al usuario explorar su contenido; estan colocadas en el lado superior e inferior de la página web para que el usuario no se pierda.
- La página del escultor no muestra una identidad personal o gráfica distintiva, solo se maneja su nombre con una tipografía tipo Times, sobre una fotografía de su escultura con caballos.
- Existe la uniformidad en la página y un contenido adecuado de información, exepcto cuando pasamos a la visita virtual de la obra del escultor, el diseño cambia completamente rompiendo con la uniformidad del contenido principal.
- En la parte donde muestra su obra escultórica aparece toda su colección; las fotografías se observan mal trabajadas, en la iluminación de las piezas y la colocación de éstas.

Figura 101. Interior de la página del escultor Eduardo Soriano.

Se ha considerado este análisis crítico para realizar una página web funcional, tomando en cuenta los requerimientos necesarios, tanto del emisor como del usuario, para que la página web sea útil, evitando algunas de las faltas que se analizaron anteriormente. Para que el sitio web funcione, es necesario tomar en cuenta que la barra donde estará el menú sea visible, tratando de guiar al usuario a través de todo el sitio evitando que se pierda o que termine huyendo de la página web.

Otro punto importante a considerar, es la uniformidad entre cada una de las páginas y la colocación de los elementos ornamentales y gráficos. Tratar de implementar la información necesaria para no cansar al lector, así como ir adentrando al usuario en el sitio para que vaya adquiriendo interés y permanezca hasta el final del recorrido. En otra parte del desarrollo de la metodología se tomarán en cuenta las evaluaciones necesarias para la elaboración de la identidad gráfica de la escultora, con argumentos que darán el resultado de los elementos que intervienen con la realización de las esculturas, así como las características de la personalidad de la escultora, para finalmente desarrollar un diseño gráfico para la página web.

**II. Incubación:** Análisis de la información que permitirá reunir los argumentos para la elaboración del desarrollo de diseño gráfico.

La documentación adquirida anteriormente tomando en consideración el análisis de las páginas de escultores y escultoras, ha arrojado como resultado una serie de datos pertinentes para concebir los argumentos con los que se desarrollará la parte creativa para el diseño, ya que primero tendrá lugar la imagen personal que describirá de manera gráfica y visual a la escultora. A continuación, se muestra una lista con características que describen a Marina Pombar y su escultura.

● Descubrió su vocación	Escultora
● Manejo de materiales blandos	Plastilina y ceras
● Soportes de las esculturas de plastilina	Estructuras de alambre
● Proceso de fundición	Consolidación de su obra
● Escultura en bronce	Uso de Metales
● Calentamiento de los materiales	Fuego, calor
● Anatomía humana	Visión artística
● Formas que carecen de proporción	Esculturas figurativas
● Manejo de una cantidad de herramientas	Pinzas, espátulas
● Vender la obra	Visión empresarial
● Esculturas que reflejan el apoyo en la pareja	Amor
● Encuentros entre un hombre y una mujer	Deseos
● Representación del encuentro consigo misma	Intimidad

- Planear el futuro
  - Entrega total del corazón
  - Cubrirse del medio exterior
  - Entrega total a la escultura
  - Búsqueda de su identidad
  - Revive intensos momentos
  - Mujer rodeada de emociones
  - Amplias relaciones públicas
  - Personalidad carismática
  - Imagen ante la gente
  - Esculturas desnudas
  - Formas que conmueven
  - Concepción de formas orgánicas
  - Resurrección emocional
  - Figuras sin el contacto exterior
  - Formas con gran carga emotiva
  - Variedad de temas
  - Expresiones temperamentales
  - Desafío del talento artístico
  - Estilización de formas
  - Fortaleza en el espíritu
  - Dedicación y tiempo
- Soñadora
  - Romántica
  - Delicada
  - Apasionada
  - Misterio
  - Recuerdos
  - Alegría, Dicha
  - Sociable
  - Felicidad
  - Admiración
  - Erotismo y sensualidad
  - Sentimientos
  - Creatividad
  - Renacimiento
  - Solitarios
  - Estados de ánimo
  - Versátil
  - Emociones
  - Emprendedora
  - Experimental
  - Integra
  - Libertad

La información reunida hasta el momento, permitirá desarrollar la imagen visual o identidad personal para la escultora con los siguientes argumentos.

- La imagen visual de la escultora Marina Pombar, debe reflejar las características personales que la describieron anteriormente, con el propósito de crear una imagen que quede atrapada en la mente del público. La tipografía que se elija para su identidad debe sugerir un aspecto romántico y clásico en sus formas que den como resultado la composición de una imagen sensual, que es el tipo de escultura que realiza. El logotipo deberá mostrar su actividad como escultora, sugiriendo visualmente el material duro del bronce con el que concluye su labor en el trabajo de las piezas, en éste punto final se manifiestan y transmiten emociones y sentimientos en cada escultura hecha bronce. Además de cubrir estos propósitos la imagen deberá ser distintiva y elegante.

- La imagen visual que refleje la personalidad de la escultora, deberá mostrar visualmente un sitio adecuado a las características personales que la describen. La página web, debe incluir el tema principal que compone su escultura titulada "Galería Sentimientos", con un conjunto de conceptos o apartados sobre su escultura donde destaca el tema del Amor, la Intimidad, y la Pasión; estos temas permitirán ver al usuario el conjunto de piezas que conforman su obra. Las esculturas mostrarán su descripción técnica y sus dimensiones, la tipografía deberá de estar adecuadamente colocada en lugares específicos, para mostrar la sencillez en el diseño.

Otros temas o apartados que se verán durante el recorrido por la página, son las secciones de Biografía, Actividades Destacadas o Currículum, Contacto y la página principal de Inicio.

El esquema propuesto para el orden de la página.



Figura 102. Jerarquía de la página web para la escultora.

III. **Idea creativa:** Generación de ideas o propuestas que ofrecerán una solución posible al proyecto de diseño gráfico.

En este punto se encuentran las primeras ideas en el desarrollo del diseño gráfico para reflejar la identidad personal de la escultora, tomando en cuenta todos los argumentos ya descritos, así como la realización de tres propuestas de diseño en las que seleccionaré para proponer la identidad personal de la escultora.

- Elaboración de bocetos para de la identidad personal de Marina Pombar.

MARINA  
POMBAR  
ESCULTORA

M P  
ESCULTORA

MP

MP

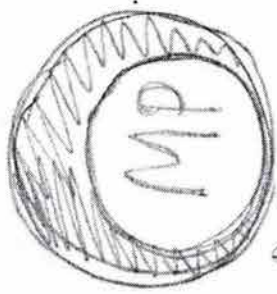
Marina Pombar

Marina Pombar

Marina Pombar

Marina Pombar

Marina Pombar



Marina  
Pombar.

MIP

MP

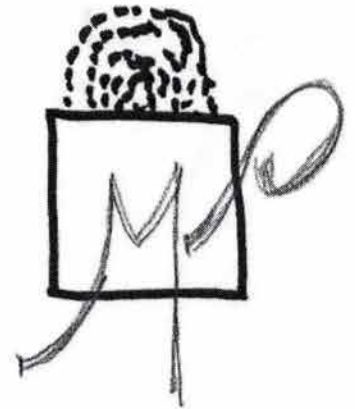
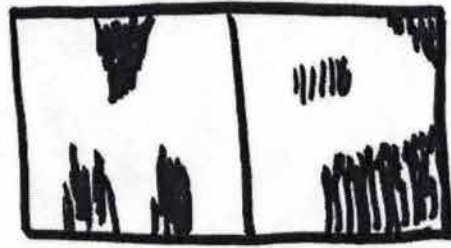
MP

MP

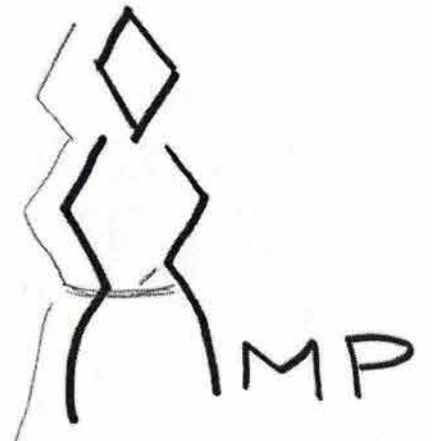
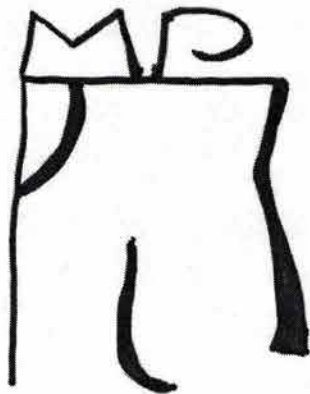
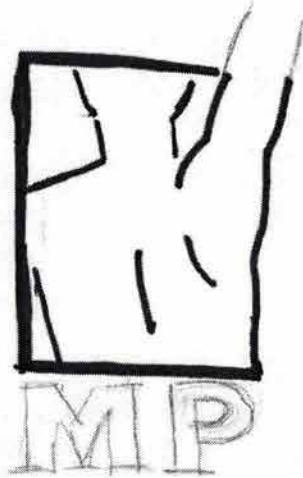
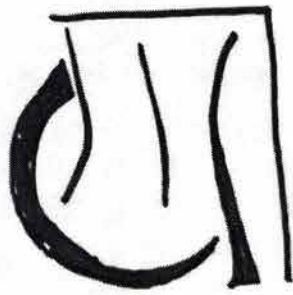
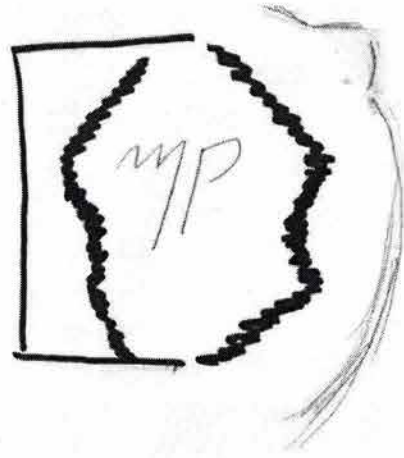
MP

MP

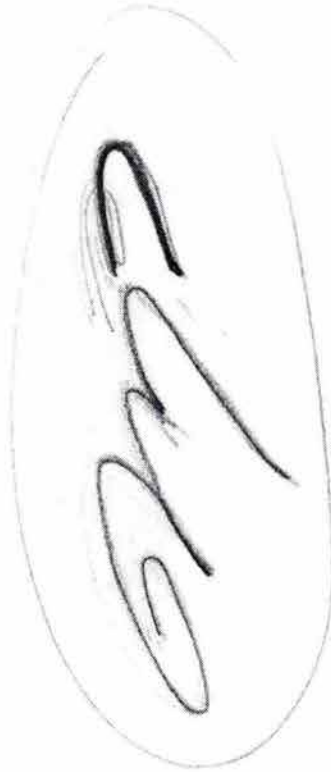
MP



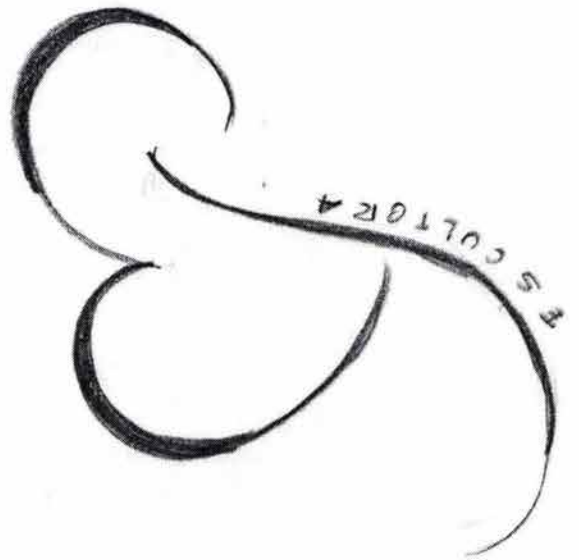




Senepkez.



ESCUPTORA .

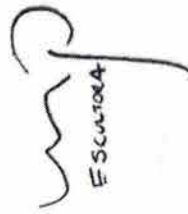


MP

MARINA  
POMBAR  
ESCUPTORA .



MARINA  
POMBAR



ESCUPTORA



ESCUPTORA

MARINA POMBAR.  
ESCUPTORA.

MARINA  
POMBAR.  
ESCUPTORA.

MARINA POMBAR  
ESCUPTORA.

mp  
ESCUPTORA.

MP  
ESCUPTORA.

mp  
ESCUPTORA.

ESCUPTORA.



P

T

T

M

M

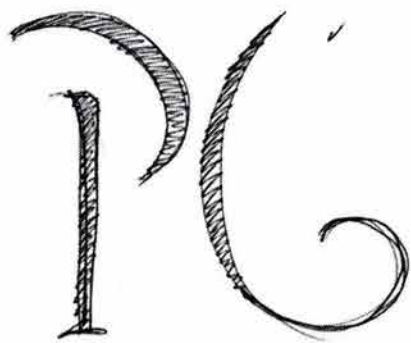
ESULTORA

MARINA POMBAR

MARINA POMBAR

MARINA POMBAR

MARINA POMBAR



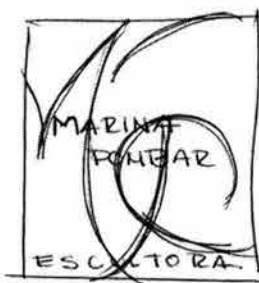
ESCULTORA.

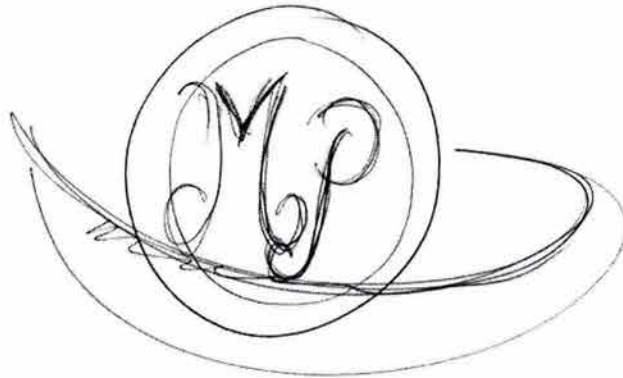


ESCULTORA.



ESCULTORA.





MARINA POMBAR  
ESCULTORA



M

ESCULTORA.

M

M

ESCULTORA.

Marina M Pombar

ESCULTORA.

M

ESCULTORA.

M

ESCULTORA.

M

ESCULTORA.



MARINA POMBAR  
ESCULTORA

MARINA POMBAR  
ESCULTORA

MARINA POMBAR  
ESCULTORA

MARINA  
POMBAR  
ESCULTORA

MARINA  
POMBAR  
MP  
ESCUPTORA

MARINA  
POMBAR  
ESCUPTORA

MARINA ~~MP~~  
POMBAR  
ESCUPTORA

MARINA  
POMBAR  
ESCUPTORA

MARINA  
ESCUPTORA POMBAR

MARINA  
MP  
POMBAR  
ESCUPTORA

MARINA  
ESCUPTORA POMBAR

MARINA  
MP  
POMBAR  
ESCUPTORA

MARINA  
POMBAR  
ESCUPTORA.

MARINA  
POMBAR  
ESCUPTORA

MARINA POMBAR  
ESCUPTORA

MARINA POMBAR  
MP  
MARINA POMBAR  
MP  
ESCUPTORA

MP MARINA  
POMBAR  
ESCUPTORA

MP  
MARINA  
POMBAR  
ESCUPTORA

MARINA  
POMBAR  
ESCUPTORA

MARINA  
POMBAR  
ESCUPTORA

MARINA  
MP  
POMBAR  
ESCUPTORA

MARINA  
MP  
POMBAR  
ESCUPTORA

MARINA  
POMBAR  
ESCUPTORA

MARINA  
POMBAR  
ESCUPTORA

MARINA  
POMBAR  
ESCUPTORA

MARINA  
POMBAR  
MP

MP

MARINA  
POMBAR  
MP

MARINA  
MP  
ESCUPTORA  
POMBAR

MP  
ESCUPTORA

MARINA  
ESCUPTORA  
POMBAR

MARINA  
ESCUPTORA  
POMBAR

MARINA  
ESCUPTORA  
POMBAR

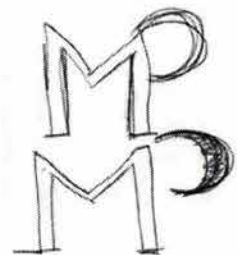
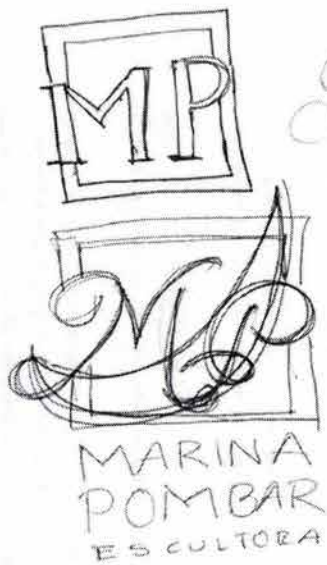
MARINA  
ESCUPTORA  
POMBAR

MARINA  
POMBAR  
ESCUPTORA

ESCUPTORA  
MARINA  
POMBAR

MARINA  
ESCUPTORA  
POMBAR

MARINA  
POMBAR  
ESCUPTORA

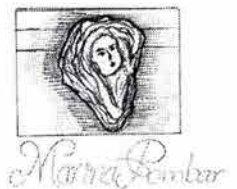


#### IV. Verificación: Presentación de las ideas o propuestas en la selección del diseño final.

En este otro punto de la metodología he seleccionado las siguientes propuestas de logotipos en una presentación de bocetos a lápiz para tomar en cuenta los trazos o elementos principales que se consideren pertinentes para formar parte de la identidad gráfica de la escultora; han sido separados del conjunto anterior para elaborar un análisis y saber si se considerarán útiles para formar parte del diseño final como la identidad o el distintivo personal de Marina Pombar.

##### Propuesta No. 1

En esta primera propuesta vemos el rostro femenino de una mujer que pertenece a la escultura "Desesperanza" que encierra mucho de lo que Marina Pombar transmite en su escultura.



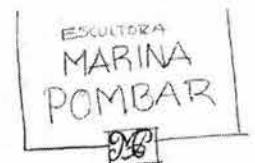
##### Propuesta No. 2

Esta propuesta puede ser seleccionada ya que aparenta el diseño de un distintivo elegante y formal para una mujer como ella. Al centro las iniciales de M y P, el envolvente es un cuadrado que no se cierra en los costados, lo considero sencillo y elegante.



##### Propuesta No. 3

El diseño de este logotipo también es de tipo formal, en una envolvente semi cuadrada que encierra el nombre de la escultora, en la parte inferior, coloqué las iniciales MP, dando un acento clásico y elegante.



Estas propuestas se seleccionaron para cumplir con la siguiente etapa de bocetaje, donde podrá notarse el avance del desarrollo visual y gráfico de cada uno de estos elementos, para finalmente integrarlo al diseño de la página web como la identidad gráfica de la escultora. Más adelante veremos algunas variaciones en el diseño para saber si alguno de ellos es el definitivo.

Los siguientes bocetos han sido trabajados en computadora para la elaboración de pruebas de color, para la selección final de alguno de estos modelos.

MARINA

ESCULTORA

POMBAR

MARINA

ESCULTORA

POMBAR

MARINA

ESCULTORA

POMBAR

MARINA

ESCULTORA

POMBAR





 <p>MARINA POMBAR E S C U L T O R A</p>	<p>MARINA POMBAR E S C U L T O R A</p>
 <p>ESCULTORA MARINA POMBAR</p>	

Selección del logotipo de la escultora: La imagen seleccionada es sencilla con un estilo femenino que habla de Marina Pombar. La imagen se compone del rostro de la escultura "Desesperanza", que muestra un perfil del que se han rescatado solo los rasgos visibles y femeninos. Este rostro se encuentra al centro de una envolvente cuadrada, al costado tenemos el nombre de la escultora y su profesión.



Figura 103. Propuesta final del diseño de identidad para página web.

El rostro femenino de la imagen se encuentra en el profundo y misterioso color negro que sobresale en todo el logo, he denominado un color ocre para la envolvente y la tipografía.

A continuación veremos los bocetos para las propuestas de página web, su descripción es la siguiente.

### **Propuesta No. 1.**

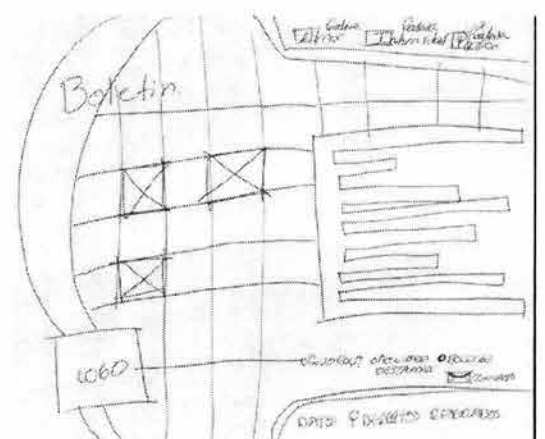
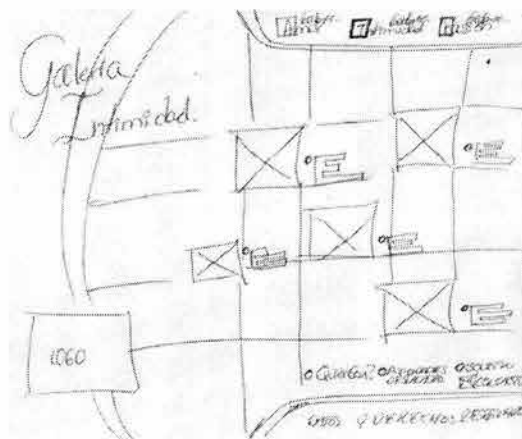
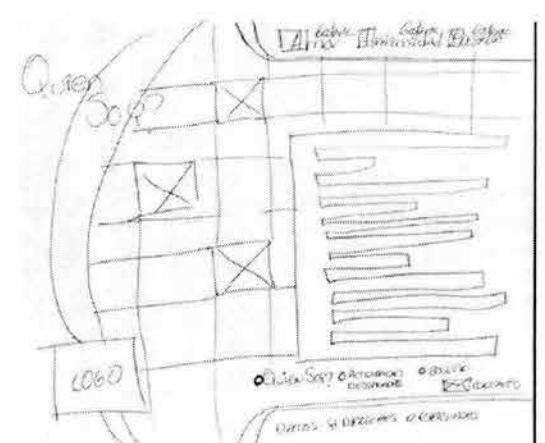
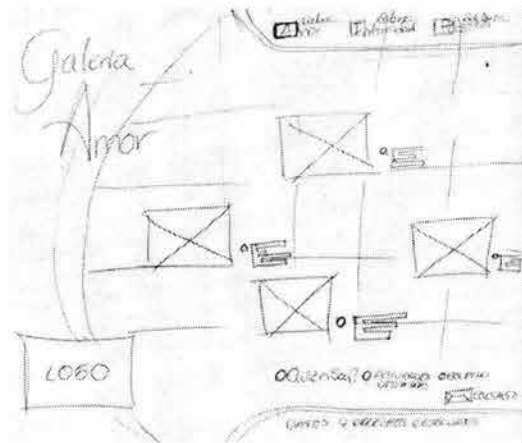
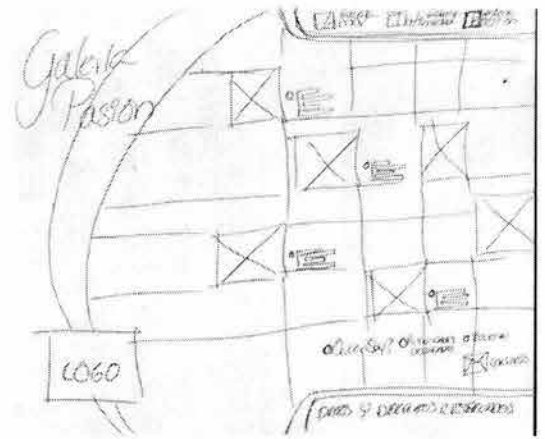
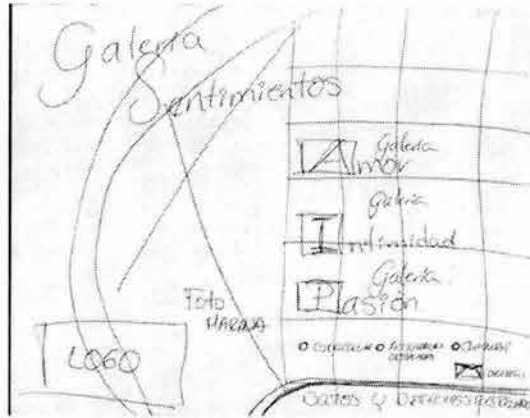
El contenido de la página principal de esta propuesta, busca introducir al usuario a conocer de quién se trata la página; ir descubriendo a Marina Pombar desde el principio, aunque por otro lado se realiza una especie de presentación con la colocación del logotipo ubicado en la parte inferior izquierda de la pantalla.

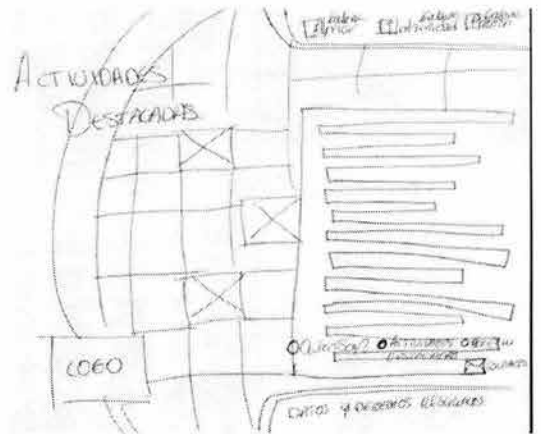
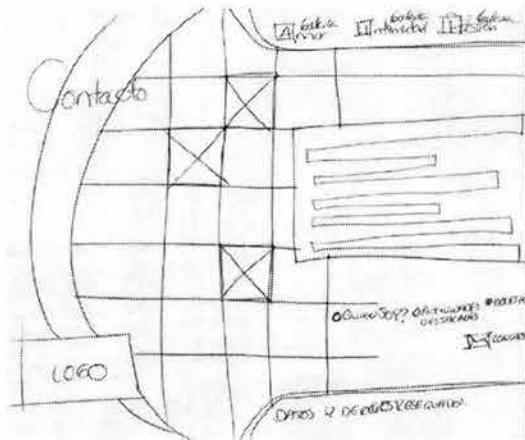
Para presentar la obra escultórica de Marina Pombar, se han determinado tres secciones para los temas principales: el amor, la intimidad y la pasión como menú principal. En la parte inferior de la pantalla continúa un submenú que invita al usuario a conocer la personalidad de la escultora, así como su trayectoria artística, y un botón de contacto para enviar un correo electrónico.

Mas abajo se encuentran los datos de la escultora que permanecerán visibles a través del recorrido de la página, al igual permanecerá el menú compuesto por ¿quien soy?, actividades destacadas, el boletín de actividades y el contacto.

Al seleccionar cualquiera de las secciones del menú principal, se guiará al usuario a conocer uno de los tres temas en los que se ha abierto un panorama que permite conocer la obra escultórica de Marina Pombar. Al observar las fotografías, éstas tendrán una orden que se encargará de conducir al usuario a otra parte de la página, por ejemplo, ampliar la fotografía que haya seleccionado, misma que será acompañada de su descripción técnica y sus dimensiones, así como del pensamiento que Marina ha creado para cada una de sus esculturas y el título de la obra en particular.

## Bocetos Propuesta 1.





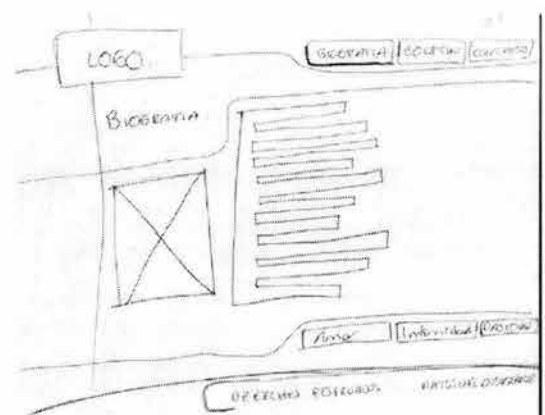
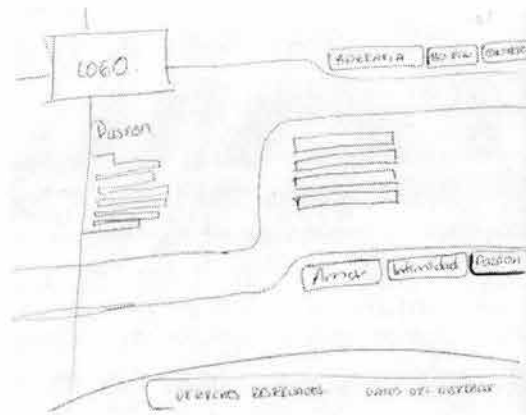
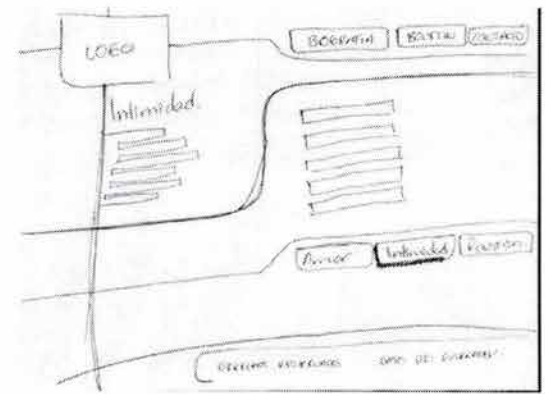
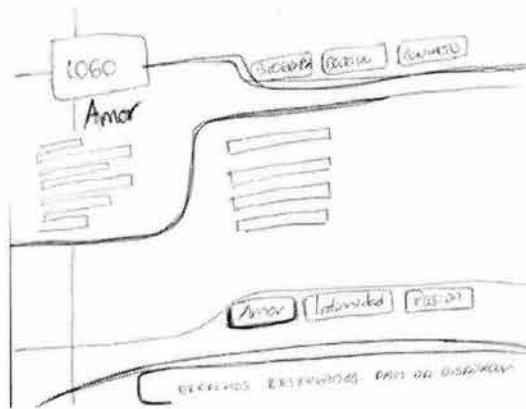
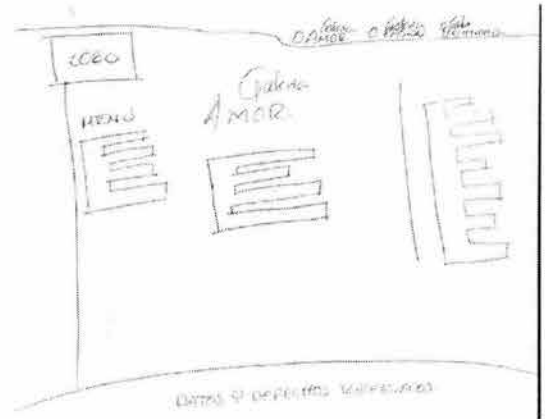
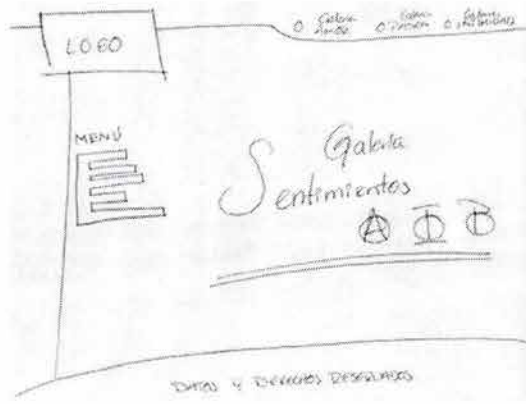
## Propuesta No.2

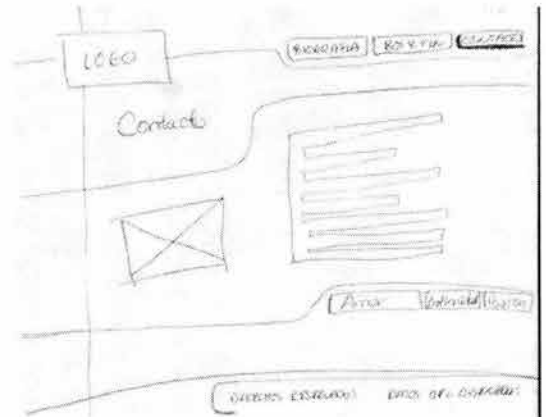
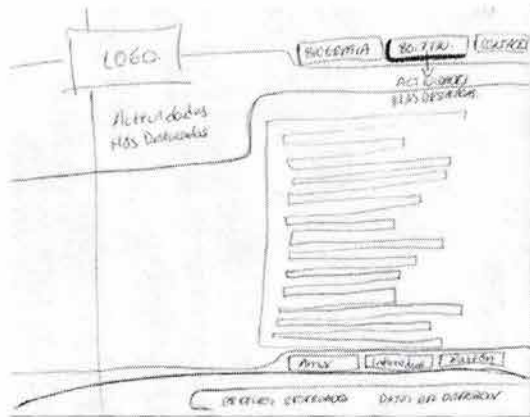
Esta propuesta tiene algunos elementos parecidos a los de la propuesta anterior, he eliminado los títulos del lado inferior, los he sustituido por botones donde aparecen al centro las iniciales, A (de amor), I (de intimidad), P (de pasión). En la parte superior izquierda de la página se encuentra el mismo menú en forma de lista. Cuando el usuario dé clic en alguno de los botones de la página principal, se introducirá en alguna de estas galerías en las que verá los títulos de las esculturas. He omitido las fotografías pequeñas, a un costado veremos el título de la galería y el pensamiento del tema.

En el lado inferior de la pagina se han colocado permanentes las referencias de la página web.

El usuario conoce la escultura de Marina Pombar cuando da un pequeño clic sobre la lista del menú, que componen la sección que se encuentre visitando. Al descubrir la obra escultórica observará una nueva pantalla con la fotografía, el título de la obra que seleccionó, las dimensiones y el pensamiento de cada pieza.

## Bocetos Propuesta 2.





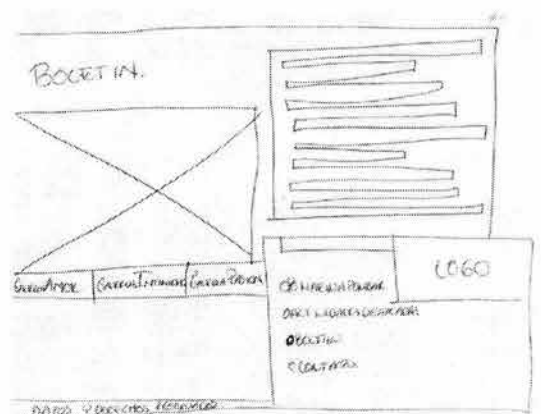
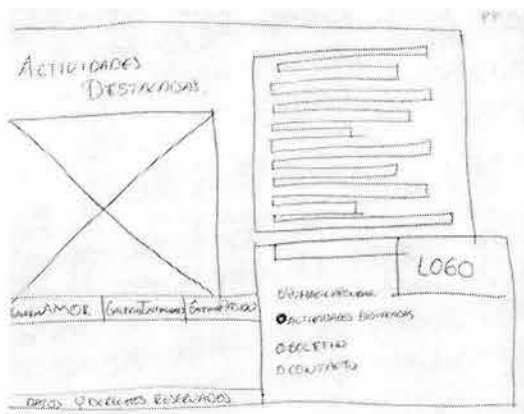
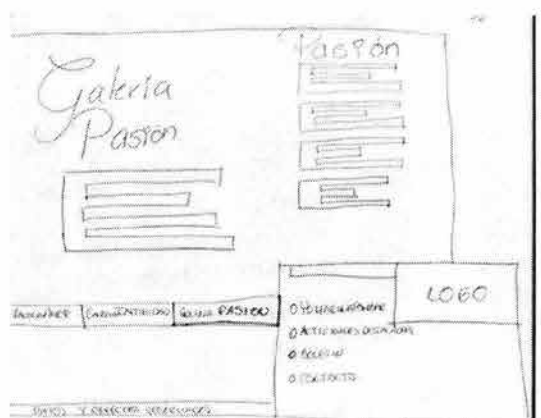
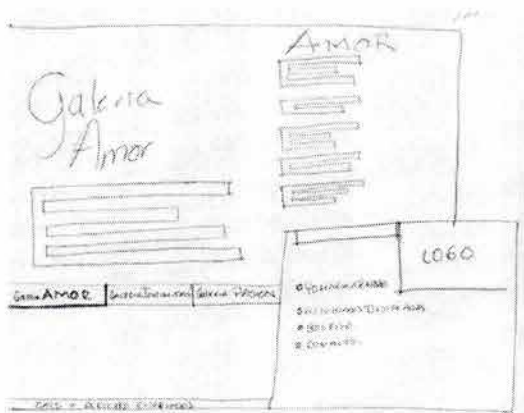
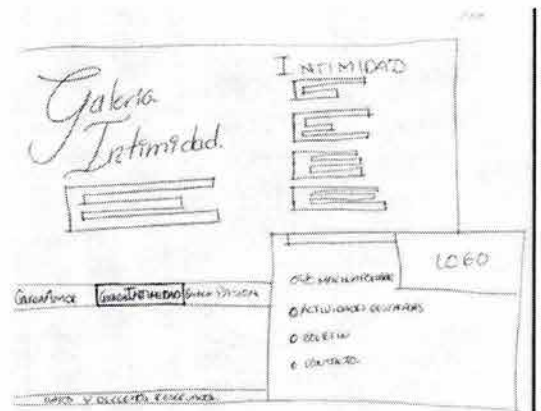
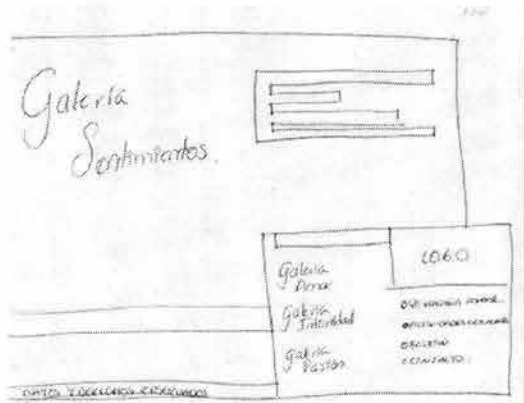
### Propuesta No. 3

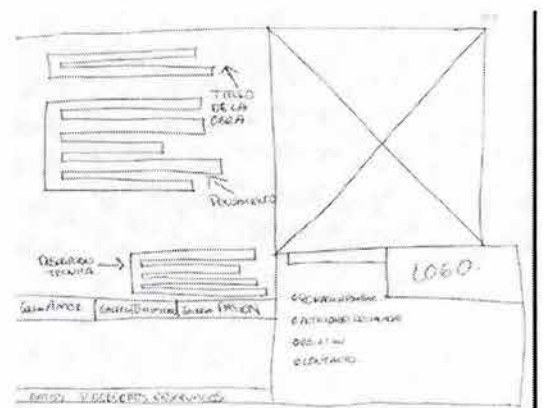
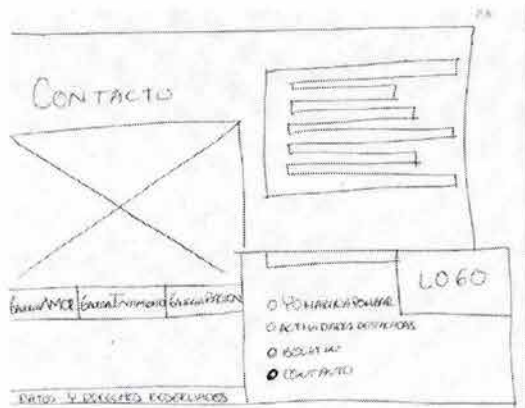
El diseño es sencillo en todo su conjunto. En la página principal solo existe un pensamiento creado por la escultora, el nombre de la galería sentimientos; en el lado superior los tres temas principales en los que he seccionado la obra, y el menú pequeño que se ha mencionado dentro de los otras dos propuestas. El logotipo se encuentra ubicado en la parte de en medio en el costado derecho, los datos que permanecerán visibles durante el recorrido de la página, se localizan en la parte inferior izquierda.

En otra página se puede ver la uniformidad en el sitio web, aunque se ha colocado ahora el menú de su obra escultórica en la parte horizontal dentro de un espacio que quedaba vacío en la página principal, se mantienen los elementos en el mismo lugar de la página anterior.

Los títulos de cada escultura se encuentran en forma de lista , ubicando al usuario con el nombre de la sección que se encuentre visitando, acompañado de el pensamiento para cada galería de las que se compone la página. Al dar clic sobre algún título de la lista, aparece otra página que presenta la fotografía de la obra, su título y el pensamiento, su descripción técnica y sus dimensiones.

### Bocetos Propuesta 3.





#### Propuesta No. 4.

En esta propuesta los elementos se han acomodado de manera distinta de los anteriores, es una propuesta muy sencilla en donde observamos una estructura ordenada de cada uno de los elementos.

El menú principal se compone de las tres galerías que incluirá el sitio; en la página principal, he propuesto unas líneas que Marina escribió, que forma un agradable conjunto en esta página.

En la parte superior de toda la página, se mantendrá fijo el menú que incluye el acceso a las tres galerías y demás secciones de la página, a través de ¿quién soy?, currículum, contacto y el regreso a la página de inicio. Cuando el usuario se encuentre dentro de alguna de las galerías podrá observar una barra con los nombres de cada escultura que pertenecen a dicha galería.

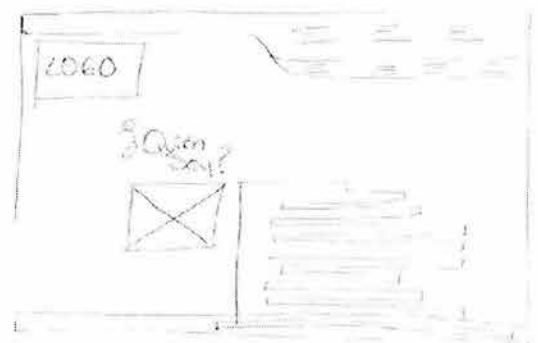
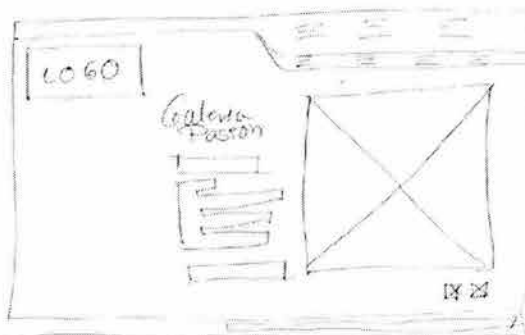
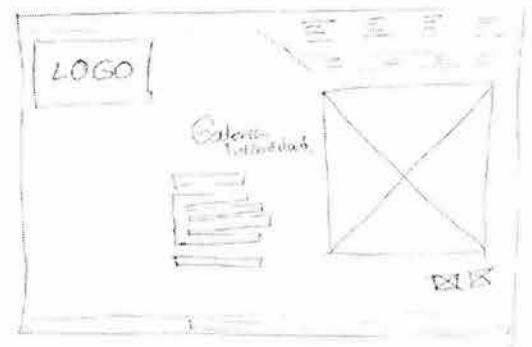
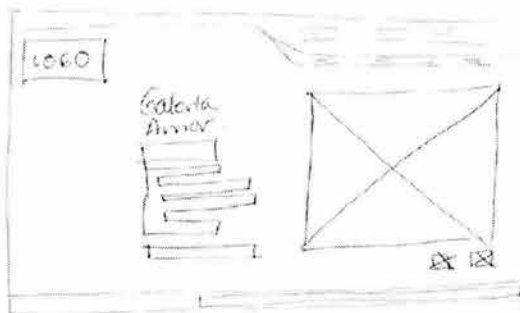
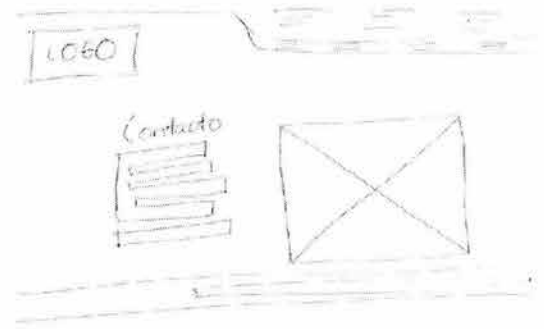
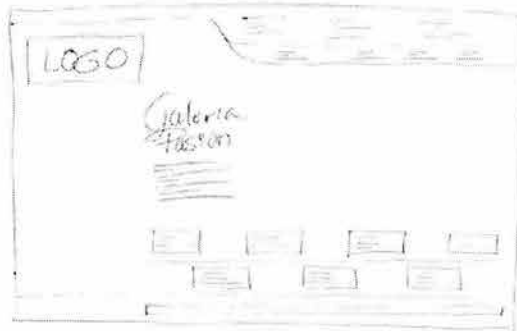
Al presionar sobre alguno de éstos nombres, veremos en otra página la fotografía de la escultura, cada una está compuesta por sus dimensiones y unas líneas o frases que Marina ha compuesto para sus esculturas.

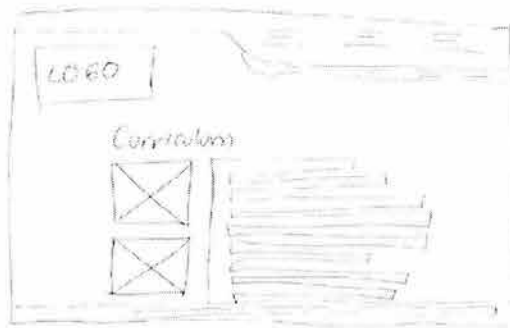
En las demás páginas del sitio el usuario podrá ver la biografía de Marina Pombar, en el currículum, una breve explicación sobre su carrera como escultora, y por último el mapa de localización de su domicilio donde ella realiza sus piezas.

Esta propuesta trata de describir a la escultora, con un diseño gráfico sencillo que fácilmente conduce al usuario a navegar sin ninguna complicación; espero que esta propuesta cumpla con las expectativas de diseño para concluir esta parte de la metodología.



## Bocetos Propuesta 4.





## V. Formalización: Solución al problema de comunicación, presentación del prototipo seleccionado.

La propuesta seleccionada fué la número cuatro por la sencillez en la estructura de la colocación de los elementos, contiene una composición distinta a las demás ya que el espacio al centro quedó libre para presentar fotografías. La idea de los bocetos es solo

el principio para la realización de una propuesta definitiva; los cambios mejoraron la composición. Son una colocación distinta a como lo había propuesto en los demás bocetos, veremos un estilo diferente y específico al tema que se está proponiendo he colocado los encabezados en la parte superior de la página para que el usuario identifique los temas de la navegación a través de la página.

He a asignado un espacio limpio para la colocación del logo en la parte superior izquierda; al centro de la página inicial he colocado los temas principales, el espacio de abajo lo he asignado para la referencia de la página, las páginas subsecuentes también mantienen la misma colocación.

La realización del diseño se llevará a cabo con la ayuda de programas de diseño gráfico. Los programas son los recursos para obtener la formalización que transformará el boceto en imágenes con color, efectos y estilo adecuados en el tratamiento del diseño gráfico de las páginas del sitio web de la escultora.

El programa de diseño requerido para la realización de los gráficos, retoque de fotografías y efectos en las imágenes es el programa Photoshop 7.0 de Adobe; el programa donde se optimizan las imágenes para su publicación en Internet es Image Ready 7.0 de Adobe.

El programa FreeHand 10 de Macromedia es para la realizar imágenes con vectores y de primeros trazos que son posibles de exportar a otros programas (Photoshop).

Dream Weaver 4 con este programa colocaré las imágenes he realizado en los programas anteriores, es aquí donde tendrá efecto la navegación entre las páginas de la web. Es el programa de HTML para la producción de documentos electrónicos en donde es posible colocar imágenes, texto y multimedia, el programa está diseñado para que funcione la navegación de las páginas que conforman la web.


Los programas de diseño son de plataforma PC, la computadora personal donde trabajaré la página tiene 512 MB en Ram, procesador Pentium 4/1700 MHz, disco duro de 1.69 GHz, sistema Microsoft Windows Xp vr. 2002.

La materialización del diseño gráfico será puesto en marcha a través de una publicación electrónica, que tiene como principal objetivo presentar ante un público en general la obra escultórica de Marina Pombar, y para aquel que se encuentre interesado en adquirir alguna de sus obras. El usuario podrá navegar en Internet teniendo el libre acceso a esta publicación, esperando sea interesante y que cumpla las expectativas tanto del usuario como del emisor, ya que el objetivo principal del emisor (escultora), es poder abrirse a un público más amplio para conseguir la venta de sus piezas, dando a conocer su trabajo dentro un medio de comunicación importante, creando el interés en un mayor grupo de personas y más que nada saber que Marina Pombar, es una escultora talentosa y que busca que su estilo agrade a aquellos que se interesen en su obra.

Internet como un medio difusor permite la publicación de una página web al igual que otros medios, sirven para difundir información sobre ciencia, cultura, o entretenimiento, así como la televisión, el radio o el periódico con la información impresa. Pero lo que una página web permite, es difundir información a un bajo costo dentro del sistema de la red mundial.

La elección de este medio de comunicación electrónico, es por su extensa variedad de información que se encuentra al alcance de la mayoría del público y que tiene la capacidad de mantener permanente la publicación de una página web, con la la facilidad de estar al alcance de un público que tiene acceso. Internet, se ha vuelto útil para la comunicación entre empresas, compañías, personas y público en general, pues se ha caracterizado por su funcionalidad además de ofrecer a los usuarios un sistema de interactividad o multimedia, en el que intervienen la animación, voz, sonido, música, y video.

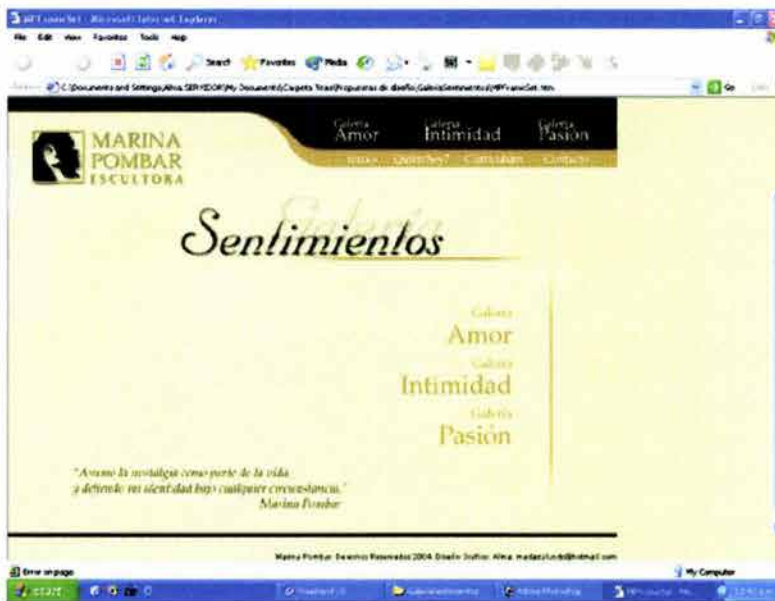
Un sitio en Internet es visto por el mundo entero en la búsqueda de información. El sitio web que estará publicado se enfoca en el tema del arte y la cultura. Esta nueva página podrá ser vista desde cualquier buscador en Internet, que facilitan la búsqueda de sitios de interés que el público necesita. Estos buscadores, se componen de una amplia lista que contemplan temas específicos, aparecen en forma de lista las páginas que el usuario ha requerido y en las que puede ir abriendo, tan solo con dar clic en la dirección electrónica que aparece en la lista de los buscadores, obteniendo fácilmente el acceso a cualquiera de éstas.



El público que visite la página web, se encontrará con la información de la escultora, sus actividades destacadas y su biografía, y la obra que se encuentra bajo el tema de "Galería Sentimientos" y dividida en tres títulos importantes, Amor, Intimidad y Pasión, que nos muestran totalmente la obra artística de Marina Pombar.

Veamos ahora cómo ha quedado compuesta la página web y lo que significó crear el diseño gráfico para que Marina Pombar se dé a conocer en Internet con una página web que la describe como persona, como escultora y lo que su escultura es capaz de transmitir al público.

La siguiente propuesta de diseño de página web, es el resultado de los bocetos de la propuesta número 4, lo que veremos ahora es el diseño materializado de la secuencia metodológica con el que concluye este proyecto, en la búsqueda de una propuesta original de diseño gráfico para página web.



El diseño gráfico de esta propuesta considero que es el óptimo, porque describe a la escultora en base a la sencillez, con un estilo clásico y romántico además de algunas otras características de Marina Pombar.

Características como el romanticismo lo refleja la tipografía de los titulares como Galería Sentimientos y los demás nombres de las galerías, es un tipo Nuptial Script. El estilo elegante lo refleja la tipografía Palatino que son los títulos al centro de esta página principal, así como los encabezados; la disposición de los elementos que se agrupan en esta composición

## 1. Página Inicio

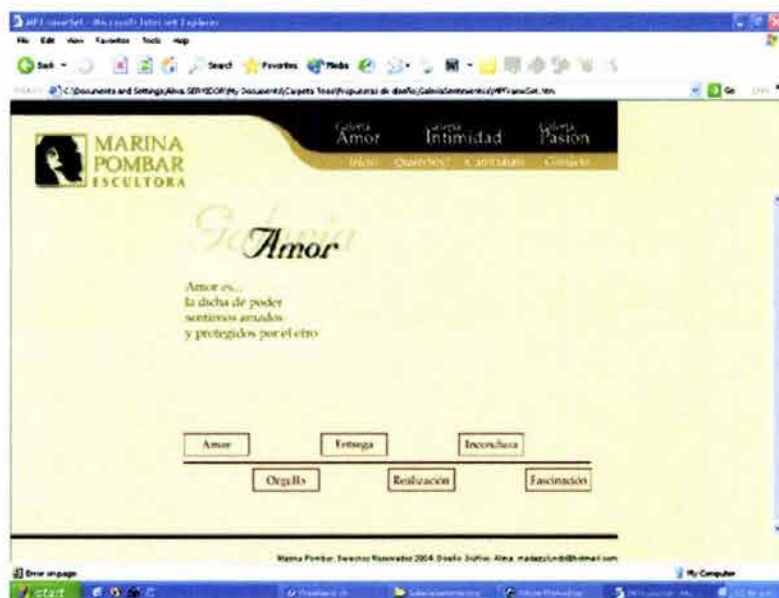
como en todas las demás páginas del sitio, considero que además de sencillez tiene neutralidad sin que intervengan otros elementos.

Este estilo de diseño describe a Marina Pombar, que aparte de romántica es soñadora, femenina, describen a una mujer emprendedora que ha destacado por el reconocimiento de su escultura.

Otra descripción visual es el color que elegí para este diseño, el color con el que Marina termina una pieza de bronce, colores cálidos como el café, ocre o amarillo. Marina decía que su fascinación es el color negro, insistí en que el diseño se notara neutral como lo vemos ahora, el color negro solo está puesto en el rostro femenino del logotipo.

La primera galería que se encuentra en la página principal o en el menú de la parte superior de la página, conduce al usuario a la Galería Amor, en ella se encuentra una composición que describe al tema del amor.

## 2. Página Galería Amor



En esta galería como en las demás, solo vemos los botones con los títulos de las esculturas agrupadas para cada tema; el menú de navegación en la parte superior, es el mismo para todas las páginas.

La composición es sencilla con amplios espacios libres, en los que solo vemos el nombre de la galería, así como los títulos de las esculturas en la parte inferior de la página. No se colocaron más elementos para no romper con la uniformidad que en la página principal se ha propuesto.

## 3. Interior de la galería

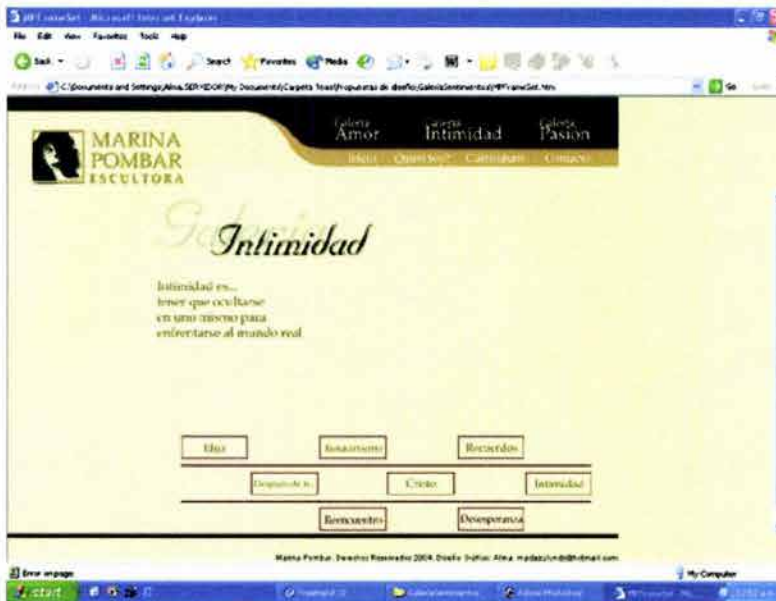


Esta página presenta una de las esculturas de la Galería Amor, en ella vemos que aparece el título de la galería, el nombre de la escultura, así como unas líneas que Marina Pombar compuso para la escultura; la fotografía ocupa el espacio que en la página anterior estaba disponible.

En el inferior de la escultura se encuentran las dimensiones de la pieza, incluye un botón que conduce a la siguiente escultura Orgullo.

Las características visuales de este grupo de esculturas, describen los sentimientos y las emociones de Marina Pombar y de otras personas que han aportado a su escultura; sentimientos y transiciones emocionales, son las características que Marina Pombar canaliza en la concepción de este grupo de esculturas.

#### 4. Página Galería Intimidad



La siguiente galería se titula Intimidad, en ella vemos el mismo menú para la navegación de la página, el título de la galería y una composición relacionada con la intimidad; en el inferior de la página está el grupo de botones con los títulos de las esculturas. Los espacios libres son los mismos en esta página como en la anterior.

Es la galería que más esculturas tiene referente al tema Intimidad.

#### 5. Interior galería



En la página de abajo, vemos una de las esculturas de la galería Intimidad, la escultura se ha colocado en el espacio que estaba disponible en la página anterior; las paginas de esta galería incluyen cada una el título de la escultura y el pensamiento. Bajo la escultura se colocaron las dimensiones de la pieza y los botones que conducen a la siguiente página.

En la Galería Intimidad, Marina Pombar nos transmite lo más íntimo de sus emociones, en ellas podemos ver una emoción oculta o un sentimiento que ella descubre en la pieza titulada Cristo, ella la

describe como su refugio; la pieza Intimidad significa el encuentro con ella misma y el regreso a la vida que representó en la escultura Renacimiento. Son esculturas representativas que describen su sentir, su emoción o tal vez su desesperación.

## 6. Página Galería Pasión



Esta página es la última galería y se titula Pasión, está compuesta por la misma barra de menú que se encuentra en la parte superior de la página, vemos el título de la galería en el mismo lugar que las anteriores, además incluye unas líneas escritas referentes al tema Pasión.

Al inferior de la página vemos el grupo de botones con los títulos de las esculturas que corresponden a este tema, así como los espacios libres incluidos en esta página para no romper con la uniformidad de la composición.

## 7. Interior galería



La fotografía de abajo es una de las páginas de la galería, vemos que el título de la obra se localiza en el mismo lugar, así como las líneas que Marina escribió para cada una de sus esculturas. Debajo de la fotografía de la escultura se encuentran sus dimensiones y los botones que conducen al usuario a cambiar de página.

Las características de las esculturas de la Galería Pasión son eróticas, sensuales con las figuras semidesnudas o desnudas.

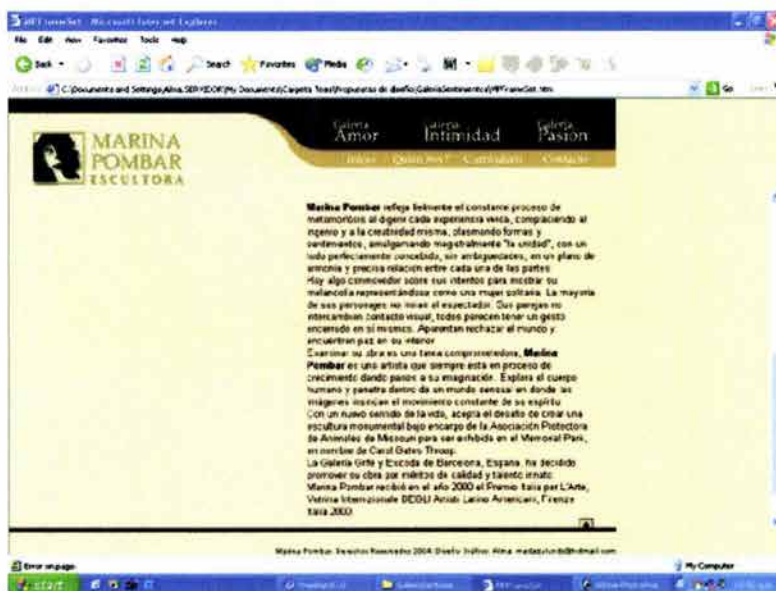


Estas esculturas nos muestran el amor hacia una pareja en momentos pasionales, pensamientos o deseos reprimidos personales o ajenos. Son bellas obras escultóricas en las que ha quedado plasmada toda una carga emotiva y sexual.

## 8. Página Quién Soy?



## 9. Continuación página Quién Soy?



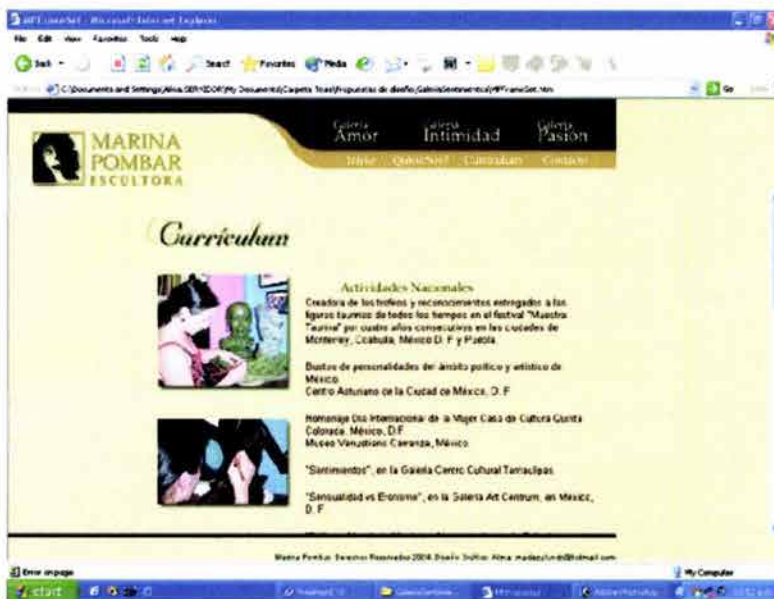
Por último estas páginas son con las que concluye la visita a través del sitio web de Marina Pombar. Aquí la parte de la bibliografía se pensó que el título fuera algo más personal, como diálogo directo con el usuario, es por eso que se tituló con el nombre de ¿Quién soy?. En estas líneas vemos cómo Marina adquiere los dotes de escultora; la bibliografía fué escrita por un amigo cercano de Marina.

Otro tema importante es el currículum que trata sobre la trayectoria de Marina Pombar en lo largo de su carrera; son algunos datos que ella me proporcionó y de los que se siente bastante orgullosa en haber participado para tantos eventos, y de los momentos en los que dió a conocer al público su obra escultórica.

Por último se ha incluido la dirección de la escultora, lugar en el que es posible visitar su espacio, galería y taller que ella misma ha construido dentro de su departamento, ahí mismo tiene un pequeño gimnasio donde ella imparte clases de fisiculturismo.

Para la página de contacto (abajo), se ha incluido un mapa de localización con el nombre de las calles y el metro más cercano para tener una idea más explícita de cómo llegar a su domicilio.

## 10. Página Currículum

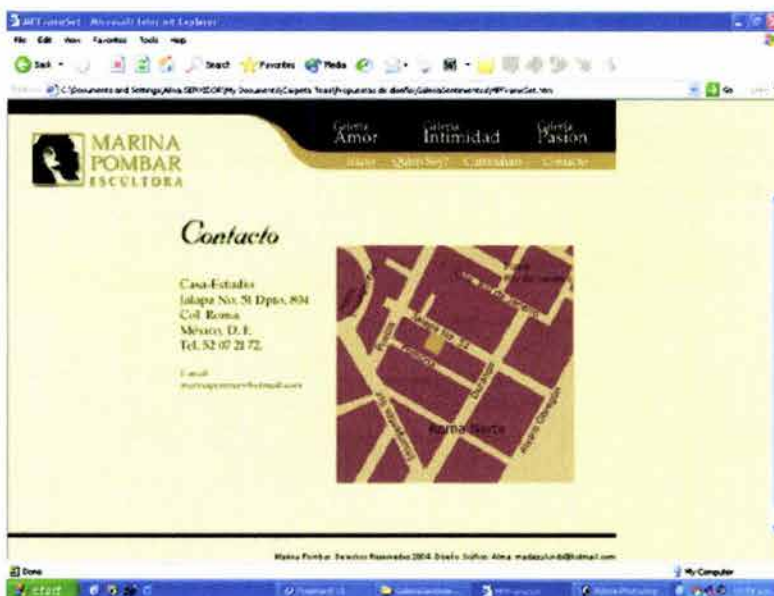


Esto es solo un poco de lo que Marina Pombar ha logrado realizar con el reconocimiento que le ha otorgado su más sincera pasión, su escultura.

En este capítulo hemos visto que seguir una metodología no es nada difícil si se pretende ir en busca del resultado adecuado que debemos presentar al cliente.

El proceso de la metodología me ha aportado grandes conocimientos para llegar al punto que se pretende, en la conclusión de un proyecto de diseño.

## 11. Página Contacto



Con la ayuda de una metodología nos conducimos a la búsqueda de resultados veraces, justificados con los que estará sustentado nuestro proyecto. Es sencillamente un proceso que conduce a preguntarnos ¿porqué?, ¿para quién?, ¿con qué? y ¿cómo?, en las que poco a poco vamos deduciendo posibles resultados, algunos equivocados, y otros seguramente oportunos, pero que nos enseñan a justificar el ¿porqué? de los resultados finales, con el que concluye un proyecto de diseño gráfico, y no solo de diseño, igualmente puede ser empleada a otras disciplinas.

## 5 Conclusiones

El objetivo principal para la realización de este trabajo de tesis, fue el haber realizado una investigación teórica y práctica que me ayudara a ampliar mis conocimientos sobre diseño gráfico y comunicación para después crear y proyectar el diseño gráfico en la página web, que con esfuerzo y dedicación logré obtener los argumentos que me dieron la posibilidad de diseñar un trabajo profesional para mostrar al público de Internet el trabajo artístico de la escultora, ya que tuve que dirigir el mensaje gráfico y visual a un público usuario interesado en la escultura en bronce; gracias a los argumentos de la escultora, me permitieron obtener las características del mensaje gráfico.

Los temas de comunicación, diseño gráfico y diseño editorial propuestos en el contenido de esta tesis, han sido de gran ayuda para ampliar mis conocimientos, además de que fueron propuestos por mi asesora para obtener los contenidos que me ayudarían a concluir con un proyecto elaborado en base a la comunicación para identificar al emisor y al receptor, en los que también logré identificar a los medios de comunicación tanto impresos como digitales, además de conocer la influencia que provocan en nosotros como receptores. Referente al tema de diseño gráfico aprendí que a esta disciplina se le nombra función comunicativa por el acto que realiza a través de la comunicación en el que son elaborados los mensajes visuales que son introducidos en varios medios de comunicación; respecto al diseño editorial he aprendido que es una actividad del diseño gráfico que ordena y configura los elementos formales que implique la elaboración de diseño editorial en variados medios impresos y electrónicos.

Para obtener el resultado del mensaje adecuado en la realización de un proyecto de diseño editorial y gráfico, fue necesario recurrir a un proceso metodológico, propuesto por Joan Costa de su libro "Imagen Global", por el cual se llegó a la conclusión de un diseño editorial y gráfico de página web. Este método se caracteriza por su sencillez, ya que es adecuado en aplicarlo en casi todas las áreas de estudio, pero para el caso de un proyecto de diseño gráfico es sencillamente útil recurrir a este proceso, ya que el esquema que plantea Costa se acopla a un proyecto de diseño gráfico aplicado a un soporte electrónico, como ha sido el caso. Método en el se van acoplando una serie de etapas que desarrollan todo un sistema de información

de campo, posteriormente las primeras ideas con argumentos, en el que después continúa la etapa de bocetaje, que concluye en la etapa final donde se tienen tres propuestas gráficas con color, terminando con este método en la elección de una de ellas para su publicación en Internet.

Considero que la bibliografía que utilicé para la realización de este proyecto de investigación, fue la necesaria para ayudarme a crear mi propia opinión y comprender a fondo los aspectos formales de la comunicación, del diseño gráfico y editorial y sobre todo, sustentar el proyecto final con base a un método sistemático, abarcando todos los aspectos que conducen a realizar un proyecto con argumentos formales y escalonados que dan como resultado final un diseño gráfico exitoso y de valor estético.

Estos conocimientos aprendidos en la realización de esta tesis, me servirán para realizar y sustentar los argumentos necesarios para posibles proyectos en el futuro, no solo de página web, sino en otros proyectos de diseño impresos o electrónicos, ha sido una investigación complementaria a los conocimientos adquiridos con los profesores de la escuela, conocimientos que me servirán de ahora en adelante para documentar otros proyectos de diseño gráfico y de comunicación para realizar mensajes visuales.

El proyecto de página web será agregado a una carpeta de trabajo para mostrarlo a futuros clientes que se encuentren en búsqueda de un diseñador gráfico especialista en el diseño de páginas web.

## 6 Bibliografía

1. Arfuch, Leonor, Cháves Norberto, María Ledesma. "Diseño y comunicación. Teorías y enfoques críticos". 1ª edición. Argentina, 1997.
2. Berlo, David. K. "El proceso de la comunicación. Introducción a la teoría y a la práctica. Ed. El ateneo. México, 1985.
3. Brockmann, Josef Müller. "Historia de la comunicación visual". Ed. Gustavo Gili. México, 1998.
4. Costa, Joan. "Diseñar para los ojos". 1a. Ed. 2003. Colección Joan Costa. Bolivia, 2003.
5. Costa, Joan. "Imagen Global". 2ª edición. Enciclopedia del diseño. Barcelona, 1989.
6. Dondis, D. A. "La sintaxis de la imagen". 11va edición. Ed. Gustavo Gili. México, 1992.
7. Fiske, Jonh. "Introducción al estudio de la comunicación". Ed. Norma. Inglaterra. 1982.
8. Jennings, Simon. "Guía del diseño gráfico. Para profesionales". 1ª. Edición. Ed. Trillas. México, 1995.
9. Lynch, Patrick, J. Sarah Horton. "Principios de diseño básicos para la creación de sitios web". Ed. Gustavo Gili. México, 2000.
10. Llovet, Jordi. "Ideología y metodología del diseño". Ed. Gustavo Gili. Barcelona, 1979.
11. Medina, Cuauhtémoc. "Diseño antes del diseño. Diseño gráfico en México 1920-1960. Museo de Arte Carrillo Gil. CNCA. 1992.
12. Meggs, Philip B; "Historia del diseño gráfico". Ed. Trillas. México, 1998.
13. Munari, Bruno; "Diseño y comunicación visual". Ed. Gustavo Gili. Barcelona, 1990.
14. Pasquali, Antonio. "Comprender la comunicación". 4ª edición. Ed. Monte Avila.
15. Sartori, Giovanni. "Homo Videns". Ed. Alfaguara, Madrid. 1997.

16. Satué, Eric. "El diseño gráfico. Desde los orígenes hasta nuestros días". Ed. Alianza. Madrid, 1988.
17. Sexe, Nestor. "Diseño.com". Ed. Paidós. Buenos Aires. 2001.
18. Vilchis, Luz del Carmen. "Diseño universo de conocimiento. Investigación de proyectos en la comunicación gráfica." Ed. Claves Latinoamericanas. 1a. Ed. México. 1999.

## 7 Bibliografía electrónica

- <http://netfinity.unrc.edu.ar/insti/seyd/irc/proyectos/scp/materiales/seminario.pdf>  
Nuevas tecnologías de la información y la comunicación.
- <http://www.ultragroup.net/sp/spexxtra.html>  
Ultragraph Technologies
- <http://www.ull.es/publicaciones/latina>  
David Reynaldo Díaz Rascón. El impacto del formato digital en la mediática del siglo XXI.
- [www.ainda.info.com](http://www.ainda.info.com)  
Eduardo Manchón. Diferencias entre la red y otros medios de comunicación. Barcelona. 01/01/2002
- [http://funredes.org/mistica/castellano/ciberoteca/participantes/docupart/esp\\_doc\\_13.html](http://funredes.org/mistica/castellano/ciberoteca/participantes/docupart/esp_doc_13.html)  
Osváldo León. Comunicación, globalización y nuevas tecnologías.
- <http://rehue.csociales.uchile.cl/rehuehome/facultad/publicaciones/Talon/talon3/medio7.htm>  
Meyrowitz, Joshua. La teoría del medio de comunicación.
- <http://www.monografias.com/trabajos11/market/market.shtml#PERIO>  
Marketing, los medios de promoción.
- [www.comunicacionymedios.com/Reflexion/teorias/internet.htm](http://www.comunicacionymedios.com/Reflexion/teorias/internet.htm)  
Cartier, 1992. 121. Reflexión. El uso de Internet y la teoría de la comunicación.
- <http://www.wolkoweb.com.ar/apuntes/textos/metodologia.rtf>  
Germán Díaz C. Inés Camps. Metodología del proceso de diseño.
- [www.gestiopolis.com/canales/gerencial/articulos/43/difcominf.htm](http://www.gestiopolis.com/canales/gerencial/articulos/43/difcominf.htm)  
María Escat, Diferencia entre comunicación e información.
- [www.gestiondelconocimiento.com/conceptos\\_diferenciaentredato.htm](http://www.gestiondelconocimiento.com/conceptos_diferenciaentredato.htm)  
Gestión del conocimiento.com. Diferencia entre dato, información y conocimiento.

- <http://www.ull.es/publicaciones/latina>  
Itanel Bastos.
- <http://www.gatelink.net/gatelink/tips/internet/index.htm>  
Conociendo Internet. Gatelink.net
- <http://www.aloportat.com/internettelecom/info%20it/internet.html#paraque>  
Información Internet Telecom.