



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO**

**ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLÁSTICAS**

**“ 6 Visiones de Comunicación Gráfica  
en el Ámbito Laboral ”**

Tesina

Que para obtener el título de:  
Licenciado en Comunicación Gráfica

Presentan:

Jesika Adriana Machado Castillo  
Fernando Antonio Arredondo López  
Reyna Herrera López  
Tanya Pilar Martínez Esquivel  
Raúl González Martínez  
Hilda Elizabeth Guerrero Pinedo



Director de Tesina: María de la Luz Banegas Macías

México, D.F. 2005

m. 340269



Universidad Nacional  
Autónoma de México



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

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

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

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

A nuestra **Universidad Nacional Autónoma de México** quien siempre nos dió  
la oportunidad de desarrollarnos como estudiantes y personas.  
A nuestra **Escuela Nacional de Artes Plásticas** que fue el vínculo hacia el conocimiento.

---

» **Fernando A. Arredondo López**

El siguiente trabajo es dedicado a toda mi gente importante, ya que sin ellos éste trabajo no hubiera sido posible de algún modo u otro.

A mis viejos: **Fernando Arredondo** y **Teresa López**, soy por ellos y sin ellos prefiero no estar.

A mis hermanas: **Ma. Esther** y **Rosalinda**, mi fuerza e integridad, mis segundas madres...aunque ya perdí a una.

A mis sobrinos: **Montzerrat, Brenda** y **Hugo**, quienes son mi compromiso y a quienes no les puedo fallar. Son todo mi amor.

A quien le debo todo por llegar a la meta: **Lic. Antonio Adolfo López García**.

A tíos y familiares.

Y a quienes les reconozco su afecto y cariño correspondido, porque han estado conmigo en todo momento, compartiendo triunfos y pesares. *Fausto Cervantes, Santiago Camacho, Jesús Berdeja, Alejandro Rodríguez, Adolfo López, Oscar Velázquez, Carlos Salazar, Jorge García, Roberto Mariñelarena, Alejandro Zavala, Eduardo Gallardo, Leticia Zárate y por supuesto Berenice Arce.*

En verdad... ¡Gracias!

» **Raúl González Martínez**

Te agradezco primeramente a ti mi Dios por tu promesa "...no temas ni desmayes, porque Jehová, tu Dios, estará contigo dondequiera que vayas"; gracias a ustedes, mi Familia ya que sin su apoyo no hubiera sido posible llegar a este punto; y a ustedes que me impulsaron a lograrlo... ¡Gracias!

» **Reyna Herrera López**

A **Rafael Herrera** el mejor papá del mundo que siempre ha hecho hasta lo imposible por darme lo mejor...te amo.

A **Reyna López** que a parte de ser mi mamá es mi mejor amiga aunque talvez ella no lo sepa...te amo.

A **July, Ale, Amé y Tani Herrera**, mis lindas hermanas, no saben cuanto las quiero.

A **Tonantzin y Dafne Parral** que son las niñas más lindas que conozco y sobre todo a ti **Tonan** que cuando naciste te convertiste en una parte importante de mi vida.

A la **Familia Herrera**, de la cual he aprendido que es una familia y que es dar apoyo incondicional.


A **Karla Vega** la mejor amiga que he tenido, que siempre ha estado conmigo cuidándome y enseñándome que la vida es linda si la vivo sin resentimientos.

A **Eduardo Chávez** el amor de mi vida que me mimaba al extremo y pone orden a mi vida...te amo bebé.

» **Tanya Pilar Martínez Esquivel**

Gracias a mi familia por la confianza, el apoyo y cariño que siempre he recibido, y sobretodo a ti mamá muchas gracias por esa lucha incansable para salir adelante y ayudarme a ser quien soy, éste logro es por ti.

Autorizo a la Dirección General de Bibliotecas de la UNAM a difundir en formato electrónico e impreso el contenido de mi trabajo recepcional.

NOMBRE: GUERRERO PINEDO  
MILDA ELIZABETH  
FECHA: 24/01/2005  
FIRMA: 



# Índice

Jesika A. Machado Castillo / 02 | Fernando A. Arredondo López / 14 | Reyna Herrera López / 21 | Tanya P. Martínez Esquivel / 28 | Raúl González Martínez / 34 | Hilda E. Guerrero Pinedo / 42 | Bibliografía / 47

## Introducción / 01

### Jesika A. Machado Castillo / 02

- / 03 | AFA Producciones\*
- / 06 | Panem\*
- / 10 | ix\*

### Fernando A. Arredondo López / 14

- / 16 | Desarrollo Profesional
- / 18 | Art by hands\*

### Reyna Herrera López / 21

- / 22 | Evra\*
- / 25 | LRstudio\*

### Tanya P. Martínez Esquivel / 28

- / 29 | Rock Centroamericano

### Raúl González Martínez / 34

- / 36 | Código de Conducta  
Secretaría de Energía

### Hilda E. Guerrero Pinedo / 42

- / 43 | La Foto del Recuerdo

## Bibliografía / 47

## ... Introducción

Es curioso que una vez concluida la etapa de preparación escolar aparezca en el profesional la sensación de “no haber aprendido lo suficiente”. En realidad la travesía por una escuela ofrece los conocimientos requeridos para enfrentar un mundo lleno de competencia. Estos conocimientos se nutren a través de la experiencia de los años de trabajo.

El ambiente en el que nos desarrollamos al ingresar al mundo laboral muestra una amplia gama de herramientas y posibilidades que jamás nos hubiéramos imaginado. Diversos sistemas de impresión y difusión, el trato con el cliente, presupuesto limitado e interacción con otras disciplinas son algunos de los problemas con los que nos hemos enfrentado como personas dedicadas a la comunicación gráfica.

Hallamos un ejercicio directo de la comunicación gráfica y la información visual de nuestra experiencia que día con día ha ido creciendo destacando en adaptaciones evolutivas.

Es aquí, de frente al trabajo real, donde hablamos, analizamos y compartimos nuestra labor y conocimientos con el fin de dar una visión personal. Esta tesina se basa en un conjunto de proyectos gráficos que hemos ido acumulando a través de nuestra práctica laboral individual. Estas “Seis visiones de Comunicación Gráfica en el ámbito laboral” son solamente una necesidad de expresar nuestra muy particular experiencia al enfrentarnos a una problemática específica para la cual quizá no fuimos preparados en nuestra etapa escolar.

Algunas reflexiones las hemos ido descubriendo y hemos ido creciendo profesionalmente, cada uno de nosotros ha tenido que aplicar diferentes soluciones de acuerdo a problemáticas distintas. Ahora nos vemos envueltos en una batalla de intereses comerciales donde no debemos cometer fallas porque sabemos que quedan plasmadas, impresas, leídas y sancionadas con el veredicto de muchos ojos, ideas que talvez se contraponen con las nuestras.

Conocemos a que estamos expuestos y lejos de atemorizarnos, nos hace madurar; ahora sabemos que es imposible saber todo pero con una buena base universitaria y nuestra experiencia laboral damos una de tantas soluciones a la comunicación visual.

Nuestra visión de la comunicación gráfica una vez egresados de la Universidad se ha ido ampliando día con día en la vida laboral donde nunca se deja de aprender, donde la preparación constante del profesional es la alternativa para competir en la comunicación visual, a la vez que nos forma un criterio y amplía nuestras herramientas para encarar el momento de poner en práctica lo aprendido.

## ... Jesika Adriana Machado Castillo

<b>Datos personales:</b>	Carrera: Generación: Contacto:	Comunicación Gráfica 1994 - 1998 mjesik@hotmail.com
<b>Experiencia laboral:</b>	» Free lance Generalmente diseño imagen, folletos y fotografía México D. F.	octubre '01 – diciembre '04
	» Milenio Diario Diseño de páginas del diario en la sección cultural México D. F.	agosto '01 – octubre '01
	» Panem... organización integral Diseño de llaveros para turismo y diseño de imagen empresarial México D. F. y Cancún Q. Roo	junio '99 – junio '01
	» Lotería Nacional Diseño de billetes de lotería instantánea México D. F.	octubre '98 – junio '00
	» Jardín de niños DRM Diseño de imagen institucional Señalización México D. F.	junio '98 - agosto '98
	» CISA Diseño de imagen empresarial México D. F.	enero '97 - marzo '97
	» Bienes Raíces Qually Fotografía y diseño de un folleto México D. F.	abril '97- mayo '97
<b>Educación:</b>	» Carrera Técnica Escuela Activa de Fotografía	2001 - 2004

## AFA producciones®

### **P**lanteamiento del problema.

Creación de un imagen empresarial a utilizarse en mantas, folletos, volantes y página Web.

#### 1.- Enunciación de objetivos

• ¿qué es? Empresa: AFA Producciones. AFA significa raíces en el idioma Susu, Guinea- África Occidental. Esta empresa fue fundada en 1999 y desde entonces es en nuestro país una de las precursoras y más importantes difusoras de la danza y percusión guineana. Giro: Organización de eventos sociales y culturales en torno a las percusiones

• ¿cuáles son los objetivos? Incrementar y reunir a más personas al movimiento de la percusión africana en México, unificando a través del ritmo del corazón.

• ¿porqué necesita una imagen? Porque es para hacer labor de difusión, y tener mayor captación de personas para ello es fundamental contar con un ícono de identificación.

• ¿para quién? Para un público que oscila entre 15 y 50 años de clase media a alta.

• ¿dónde? En las principales ciudades de la República Mexicana

• ¿cómo? Extrayendo los conceptos más característicos que nos ayudarán a reforzar el objetivo.

• ¿cuáles son los conceptos a graficar? Reunir; Unificar; Percusión; Movimiento; México; Difundir...

### **Investigación**

Observar trabajos ya realizados.



**Análisis**

- Componentes, forma, color, dimensiones.

Los predominan trazos libres, con tendencia hacia lo redondo, colores que remiten a la idea generalizada que se tiene de un África de pastizales y grandes hectáreas de selva.

**Límites**

- Económico: No se plantearon límites económicos, la cotización que se hizo fue aceptada.
- Temporal: Fueron tres semanas de elaboración hasta la entrega.

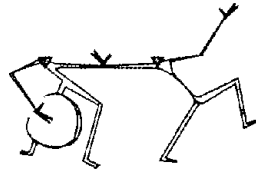
**Síntesis**

- Tabulador

Concepto	Línea	Figura	Libre	Color
» Reunir				
» Movimiento				
» Percusión				
» México				
» Difundir				



• Bocetos



**Proyección**

- Forma final (funcional y versátil para la reproducción)
- Color



**Reproducción**

Entrega de CD, con la imagen en diferentes resoluciones, para sus diversas aplicaciones. Incluyendo clave pantone.



**Implementación y control**

- ¿Está funcionando? La imagen está siendo utilizada en Internet, ha sido aplicada en mantas y postales promocionales, siendo funcional.

## Panem®

Los tres puntos suspensivos se refieren a la frase "no sólo de pan vive el hombre" y comercializa alimentos, ropa deportiva

### Planteamiento del problema.

Proyectar la imagen corporativa de una empresa

#### 1. - Enunciación de objetivos

- ¿qué es? Empresa: panem... su nombre proviene del latín pan, los tres puntos suspensivos se refieren a la frase "no sólo de pan vive el hombre"

Esta empresa comercializa alimentos, ropa deportiva; así como organización de eventos deportivos y entretenimiento.

- ¿cuáles son los objetivos? Incrementar su esfera de control

- ¿porqué necesita una imagen? Porque es parte del crecimiento contar con una imagen que te distinga de las demás.

- ¿para quién? Para niños, jóvenes y adultos de clase media a alta.

- ¿dónde? En la República Mexicana

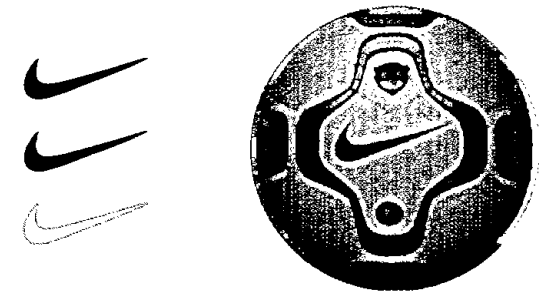
- ¿cómo? Utilizando como estrategia las emociones.

- ¿Cuáles son los conceptos a graficar?

Reunir, unificar, percusión, movimiento; México; difundir...

### Investigación

Observar trabajos ya realizados.



Reebok  
CLASSIC



### Análisis

- Componentes, forma, color, dimensiones.


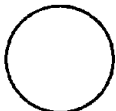

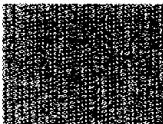
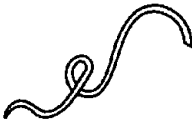
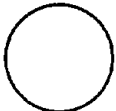



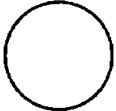



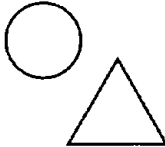




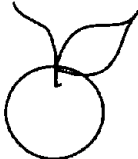

Los predominan trazos libres, con tendencia hacia lo redondo, colores que remiten a la idea generalizada que se tiene de un África de pastizales y grandes hectáreas de selva.

### Límites

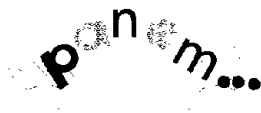
- Económico: No se plantearon límites económicos en tanto la reproducción.
- Temporal: Fueron siete semanas de elaboración hasta registro de marca.

### Síntesis

- Tabulador

Concepto	Línea	Figura	Libre	Color
» Juvenil				
» Diversión				
» Habilidad				
» Dinamismo				
» Alimentos				

• Bocetos



**Proyección**

- Forma final (funcional y versátil para la reproducción)



• Color



**Reproducción**

- Tarjetas de presentación
- Hojas membretadas
- Sobres
- Folders
- Telefax

### Implementación y control

• ¿Está funcionando? La imagen resultó funcional en sus diversas aplicaciones.



pdn m...  
organización  
Integral

000000 000 0000

0000	0000	X
000000	000000	

000000 000 0000

000000
0000
0000
0000

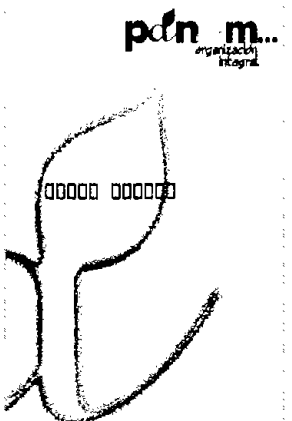
p n m...  
organización  
Integral

000000 000 0000

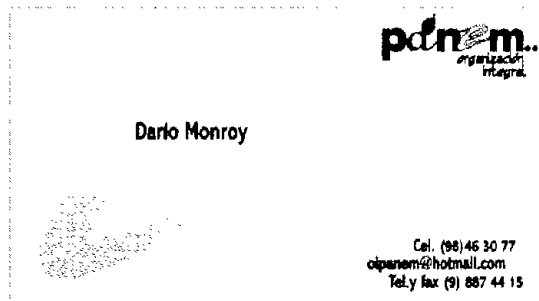
0000	0000
000000	000000

000000 000 0000

000000
000000
000000
000000



Tel (98) 482 486





"IX proviene tzoltzin,  
que significa colibrí.  
La razón social  
es fotografía y multimedia"

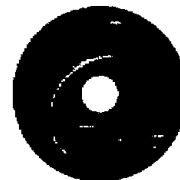
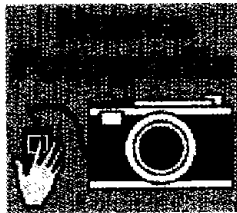
## Planteamiento del problema.

Proyectar imagen profesional para una fotógrafa.

- 1.- Enunciación de objetivos
  - ¿qué es? Empresa: ix su nombre proviene tzoltzin, que significa colibrí. La razón social es fotografía y multimedia.
  - ¿cuáles son los objetivos? Consolidar e incrementar un grupo de trabajo y captación de clientes.
  - ¿por qué necesita una imagen? Porque parte del crecimiento es contar con una imagen que te distinga de las demás.
  - ¿para quién? Público en general
  - ¿dónde? En el D.F.
  - ¿cómo? Ajustándose a las necesidades de cada cliente a través del planteamiento de diversas alternativas.
  - ¿Cuáles son los conceptos a graficar? Imagen, creatividad, autogeneramiento, ilimitado, versatilidad, fresco, jovial.

## Investigación

Observar trabajos ya realizados.



### Análisis

- Componentes, forma, color, dimensiones.


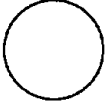



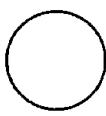







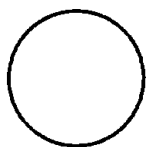
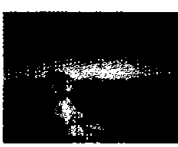


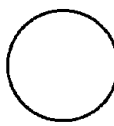


Los predominan trazos libres, con tendencia hacia lo redondo, énfasis en la relación ojo, cámara, predominante de azul, algunos presentan esquemas demasiado cuadrados alejándonos de cualquier connotación creativa.

### Límites

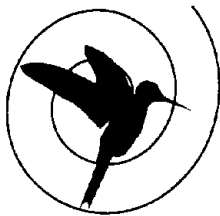
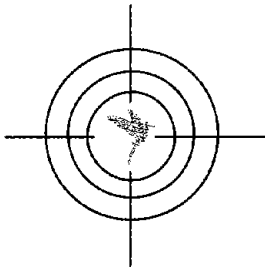
- Económico: No se plantearon límites económicos
- Temporal: Fueron 5 semanas de elaboración hasta entrega de tarjetas de presentación.

### Síntesis

- Tabulador

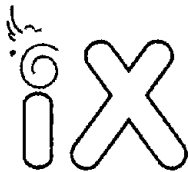
Concepto	Línea	Figura	Libre	Color
» Autogeneramiento				
» Imagen				
» Creatividad				
» Ilimitado				
» Jovial				

• Bocetos



**Proyección**

- Forma final (funcional y versátil para la reproducción)



• Color





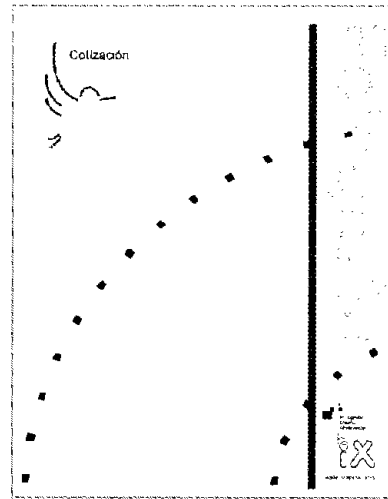


### Reproducción

- Tarjetas de presentación
- Hojas membretadas
- Portada de CD

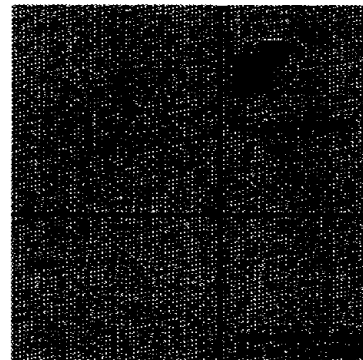
### Implementación y control

- ¿Está funcionando? La imagen resultó funcional en sus diversas aplicaciones.



ix\*  
Imagen profesional, 2003

Como imagen corporativa se conserva una  
línea de diseño en todas las aplicaciones.  
El logotipo es un elemento más que se integra  
al diseño de una manera armónica. »



## ... Fernando Antonio Arredondo López

- Experiencia laboral:**
- » Sistemas y Redes de Alta Tecnología  
Diseño Gráfico, manejo de redes,  
reparación de hardware y software  
de pc's  
  
agosto '00 - julio '01
  - » Fábrica de Ideas  
Corporación internacional creativa  
Diseñador Creativo  
  
octubre '01 - agosto '02
  - » Copicentro WTC  
Diseño Gráfico, pre-prensa colaboración  
en el funcionamiento general de copiado  
  
septiembre '02 - actualmente
  - » Micros y Sistemas S.A. de C.V.  
Diseño de imagen corporativa  
Diseño Gráfico para sus clientes  
  
octubre '01 - diciembre '04
  - » Free lance  
Imagen corporativa, papelería,  
sand blaster en tazas, ceniceros, vasos

## ... Desarrollo Profesional

**E**l objetivo principal de éste trabajo es dar una opinión concerniente a la práctica en mi campo profesional. He de comentar que la vida profesional está envuelta en incidentes y se enfrenta a muchos tropiezos. Es poco lo que se parece a lo que uno se imagina que es, y lo que ciertamente es. Empero cabe destacar que ésta carrera es insuperable.

Por decirlo de alguna manera, el Diseñador Gráfico se reinventa día con día. Los adelantos tecnológicos nos empujan a progresar, la demanda del usuario es implacable y reclamante.

El conjunto de imágenes que nos llenan, elementos gráficos y lenguaje visual se ostentan, nacen y crecen, su permanencia es impercedera.

Podemos creer que un día que la tecnología y nuestra creatividad se empatan, que estamos a la par, y en unos cuantos días comprenderemos que de nueva cuenta hemos sido rebasados.

Por iniciativa propia he querido encontrar un razonamiento hacia a donde se dirige el Diseño Gráfico Mexicano, en específico mi trabajo gráfico, y he deseado retomar de algún modo nuestro valor como cultura. En las pautas de arte de otros países, y en especial si son pertenecientes a una cultura antigua, se refleja al momento de comunicarlas al mundo.

Cualquier obra de arte está penetrada por tradición, raíces e intranquilidad que no hay que desaprovechar. En México podría brotar una escuela cultural atrayente debido a nuestros íconos artísticos. El cine, la música probablemente pueden dar pequeños modelos, pero en nuestro Diseño simplemente no consta de una visión tal.

En esta tesina puedo mencionar que hemos sido como pueblo, nuestros creativos testimoniales y un ejemplo de que podemos explotar, y entonces si diremos que sabemos la ruta adecuada.

De ningún modo podría yo juzgar que estamos en el terreno equivocado, no tengo bases para tal afirmación, simplemente a manera de posibilidad de potencialidad es que trato de dar un estudio y aportación de lo que sería un adecuado y valedero retorno de nuestro colorido pasado, a una serie de aplicaciones al Diseño Gráfico actual.

Como he estado tratando de explicar, la simbología de antaño, el colorido, la atmósfera en general, es suficiente para plantear un problema y por ende, dedicándole mi ejercicio de opinión, la cual espero resulte de validez a toda la gente de la cual depende ser escuchada, proveerme una posible solución.

"El símbolo es la grafía perceptible de una realidad, en virtud de semblantes que se relacionan con ésta por una conformidad benéficamente aceptada". Los símbolos dan la idea de agrupación en conexión de elementos. Es un intento de definir cualquier circunstancia, sentimiento o idea invisible a los sentidos, bajo la forma de una imagen o un objeto.

## ... Desarrollo Profesional

Trataré de ilustrar: El Alfa o la Omega, son la primera y la última letra del alfabeto griego. Significan que Cristo es el principio y fin de todas las cosas. La paloma, con el ramo de olivo en el pico, es símbolo de la paz. Los dos ejemplos admiten, pues, la renovación intelectual de un enunciado por otro, el único propósito de adaptar su representación.

Son valores indeterminados, mediante diseños gráficos u objetos determinados, que generalmente representan ideas o estilos. Han existido en todos los tiempos y los primeros reconocimientos que encaró el hombre para explicarse la realidad adyacente. Son capaces de evocar en nuestro yo una idea genérica, grabada en nuestro ancestral instintivo social.

Es cierto que estamos inagotablemente envueltos de símbolos, sin ser consecuentes de sus significados o sin siquiera mencionarlos; aunque no los refiramos hay símbolos para muchas cosas. Por un lado se encuentra el significado personal que se le atribuye a un símbolo. Y por otro, el significado puede ser determinado por la cultura del país, esto es, o bien no hay nada que le corresponda en la otra cultura, o las relaciones de dicho símbolo son muestras desiguales.

Con los cambios obvios tecnológicos que he venido mencionando, se están perdiendo de modo casi imperceptible pero innegable cualquier vínculo con nuestra orientación Gráfica y sentido de la estética, siendo un potencial por su riqueza y raíces.

Existen temas que han dado el giro del Diseñador y sus expectativas del manejo de su creatividad, experiencia profesional y desarrollo en general, como la Multimedia, Internet y desarrollo de páginas Web.

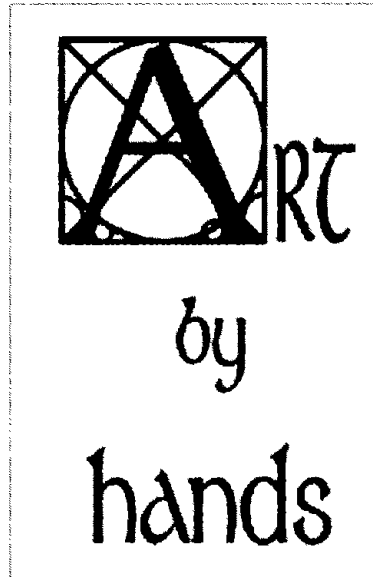
Sin embargo aún con toda ésta tecnología, parecería que nos alejamos de manera irreversible hacia la pérdida de identificación. Y aún cuando creemos que vamos hacia el Diseño Gráfico Internacional, ni siquiera hemos podido valorar nuestras raíces.

Mi experiencia como Diseñador Gráfico, me ha guiado por diversos caminos; todos interesantes. Cuándo creo que he crecido, me doy cuenta que ni siquiera he empezado. He estado envuelto en la vorágine de medios y destacado señalaré el Internet. No puedo comentar mucho de éste poderoso instrumento, porque tendría que dedicarle una tesis entera. Solo diré que según la definición de La Real Academia Española es: Red informática mundial, descentralizada, formada por la conexión directa entre computadoras u ordenadores mediante un protocolo especial de comunicación. Muy probablemente con este razonamiento dimensionaremos de lo poderoso que resulta.

El siguiente ejemplo, ilustra una parte de lo que ha sido mi trabajo profesional a través de mi carrera laboral y como he pretendido justificar o adaptar mi diseño gráfico a está empresa cuya actividad es la exportación de artesanías y muebles mexicanos. He aquí mi reseña laboral.

## Art by Hands<sup>®</sup>

El nombre que en apariencia no estuviera dentro del contexto, utilizando dos tipografías en altas y bajas armonizaron finalmente.



Art by Hands<sup>®</sup>  
Logotipo, página web

Se utilizaron dos tipografías en altas y bajas que armonizaron finalmente. »

La empresa Art by Hands, requería que su nombre tuviera universalidad, ya que como su principal receptor y cartera de clientes se encuentran desde el Internet, por lo que su nombre tenía que estar en inglés, pero todo su concepto tendría que remontar fusión con arte mexicano. Esto siempre fue interesante para mí, por mis conceptos de identidad nacional.

Empiezo por su logo. El nombre como dije anteriormente, se encuentra en inglés. Busqué que aunque el nombre que en apariencia no estuviera dentro del contexto, utilizando dos tipografías en altas y bajas armonizaran finalmente.

Una imagen de un retablo que les gustaba mucho en Art by Hands, se me hizo una gran idea retomarla y se ajustaba perfectamente al concepto que iba trabajando.



Pensé que con la imagen reforzaría en gran medida lo que deseaba plasmar. Esta imagen de San Gabriel le hice un tratamiento.

A la imagen principal le di función de marca de agua, y le reduje el tamaño. Esto porque pensaba que al colocar el logotipo se perdería, y ya con un fondo más claro todo embonaría. Quedando finalmente como la imagen corporativa de la empresa.

Ya teníamos de donde partir al ser esta la imagen principal. Poco después fuimos trabajando su página web.

### Página Web

Lo primero era hacer un cuerpo para las páginas web. Coloqué su imagen principal a la derecha y el nombre de la empresa en el extremo superior derecho.

Abajo en su izquierda coloqué una imagen que en México es conocido comúnmente como eclipse. Todo en gran colorido, y tomando todo tipo de elementos que evocaran arte mexicano. El cuerpo principal ya estaba.

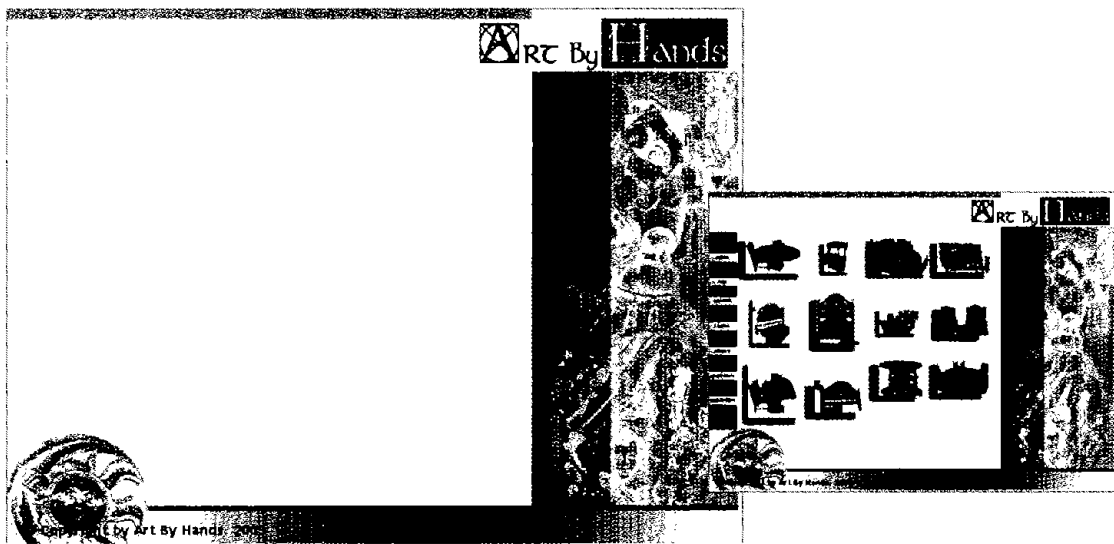
A la izquierda coloqué su barra de navegación y procuré en todo momento que remontara a cuestiones rústicas y de aspectos coloridos y matices de madera.

En todas las páginas que conformaban su página Web, procuré siempre armonía visual y funcionalidad. Así también que nunca se perdiera lo esencial, que era solo un marco del arte que se vende en tal sitio. No debería nunca intentar opacar lo principal, y mimetizarse con su totalidad.



Art by Hands®  
Logotipo, página web

A la imagen principal se le dio función de marca de agua, reduciendo su tamaño, logrando así un fondo más claro para la buena lectura de la tipografía.



A manera de "aterrizar" la información comentaré que, la imagen constituye un componente especial e importante, la aproximación analítica más pertinente a ella parece ser la que adopta, como inicio o punto de despegue, a el reconocimiento de las funciones de este nivel de comunicación.

El lenguaje es el sentido con el que el hombre cuenta de modo natural, y ha evolucionado desde su estricto manifiesto gutural hasta su alfabetidad, lectura y escritura.

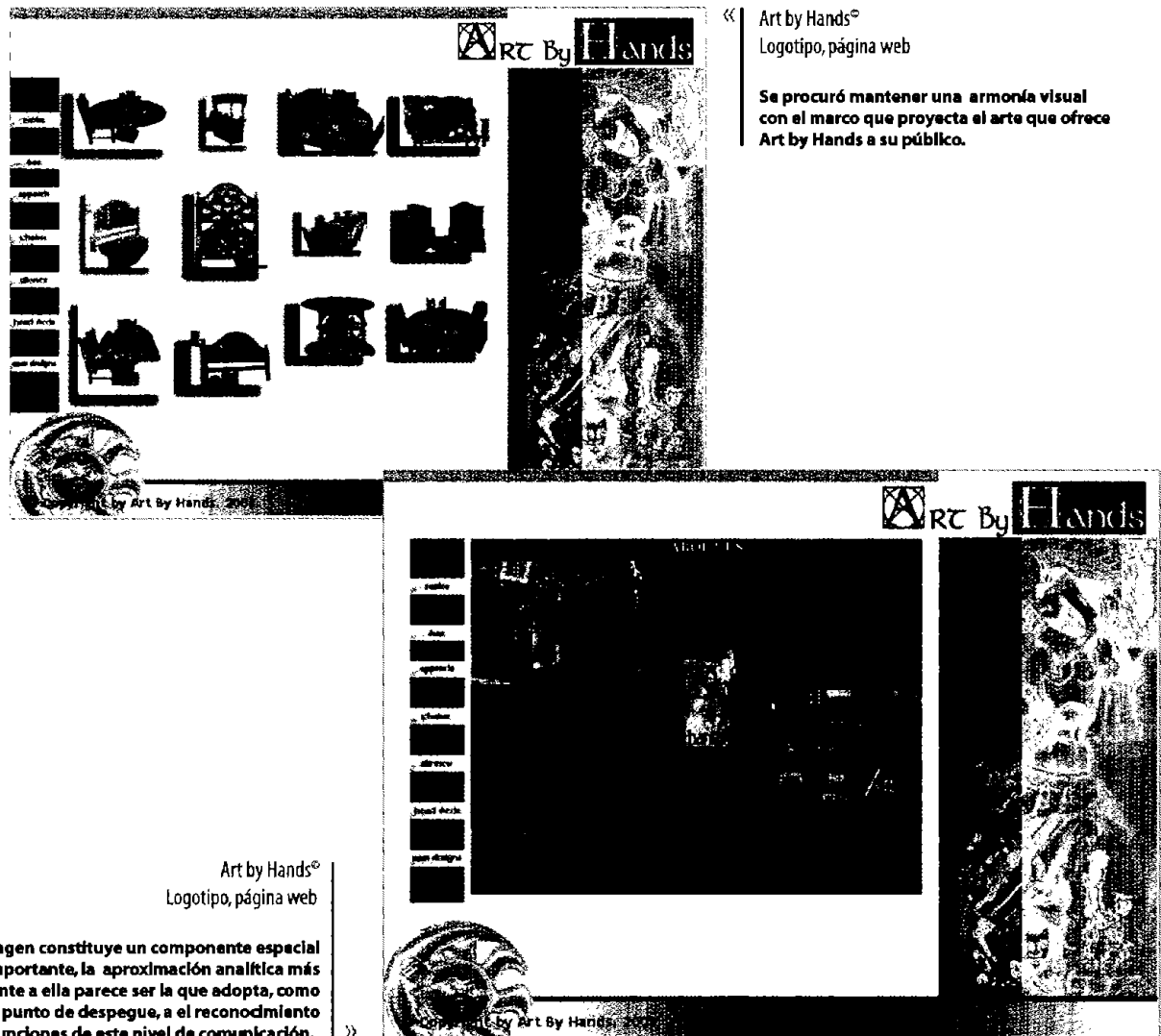
El humano se propone a sí mismo una propensión a la información visual. La visión es una experiencia directa y el suministro de la información constituye la mayor aproximación

que podemos conseguir a aquello que erróneamente definimos como realidad.

La expansión de nuestro sentido visual irá a la par de nuestra comprensión a dicho mensaje.

La imagen es un soporte del Diseño Gráfico que materializa nuestro medio visual, susceptible de permanecer a través de la duración y es constituyente de uno de los componentes principales de los medios masivos de comunicación.

Las imágenes se representan como elementos artificiales de nuestro entorno, el creador permanece distante, olvidado, en consecuencia, la idea del mensaje se vuelve secundario.



« Art by Hands®  
Logotipo, página web

Se procuró mantener una armonía visual con el marco que proyecta el arte que ofrece Art by Hands a su público.

Art by Hands®  
Logotipo, página web

La imagen constituye un componente especial e importante, la aproximación analítica más pertinente a ella parece ser la que adopta, como inicio o punto de despegue, a el reconocimiento de las funciones de este nivel de comunicación. »

## ... Reyna Herrera López

---

<b>Datos personales:</b>	Carrera: Generación: Contacto:	Comunicación Gráfica 1997 - 2000 multimedia@lr-studio.com
<b>Experiencia laboral:</b>	» Free lance Diseño y desarrollo de medios impresos	febrero '98 – septiembre '00
	» Fondo de Cultura Económica Diseño editorial, portadas para libros, colecciones y formación de gacetas	noviembre '00 – agosto '01
	» Macset S.A. de C.V. <b>Director de Arte</b> Diseño impreso y desarrollo Multimedia para Janssen-Cilag en sus divisiones México, Centroamérica y Caribe	septiembre '01 – agosto '04
	» Ortho Evra Diseño y desarrollo de Página Web Diseño de medios impresos para lanzamineto en D.F.	agosto '03 – agosto '04
	» LRstudio <b>Director de Arte</b> Diseño de medios Editoriales, Multimedia y Web	agosto '04 – actualmente



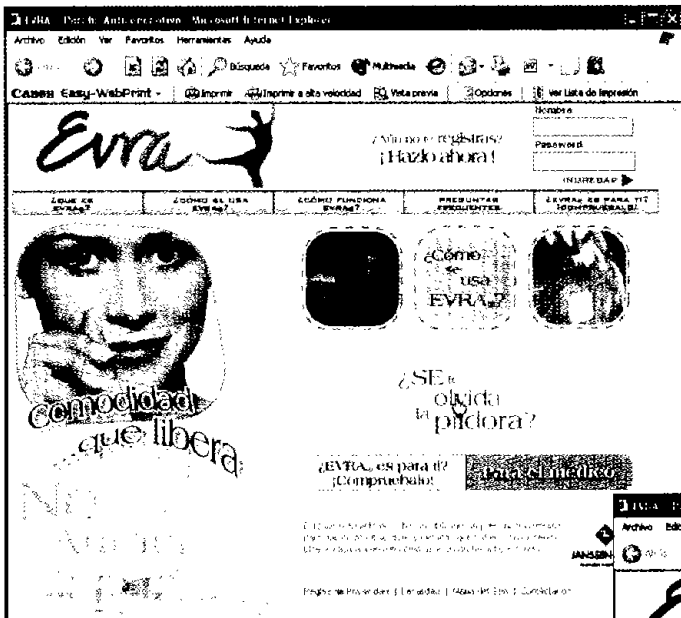
## Evra®

<TITLE=Evra | <META-NAME=Keywords | <CONTENT= parche, anticoncepción, nora, método/>

Se lanza al mercado como el primer y único parche anticonceptivo, el mercado es grande, las necesidades y dudas del público consumidor también.

Es por ello que Evra® consideró ideal tener una página web en internet que cubriera todas estas necesidades, para lograrlo se dividió en tres grandes partes.

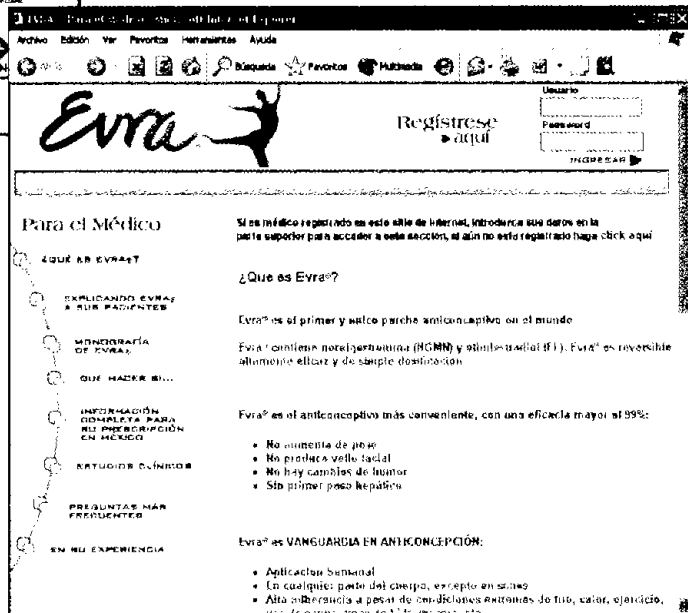
- La primera para todo usuario y médico sin registro: contenidos básicos como el funcionamiento del producto, sus ventajas, preguntas frecuentes, etc.



Evra®  
 Página web, 2003

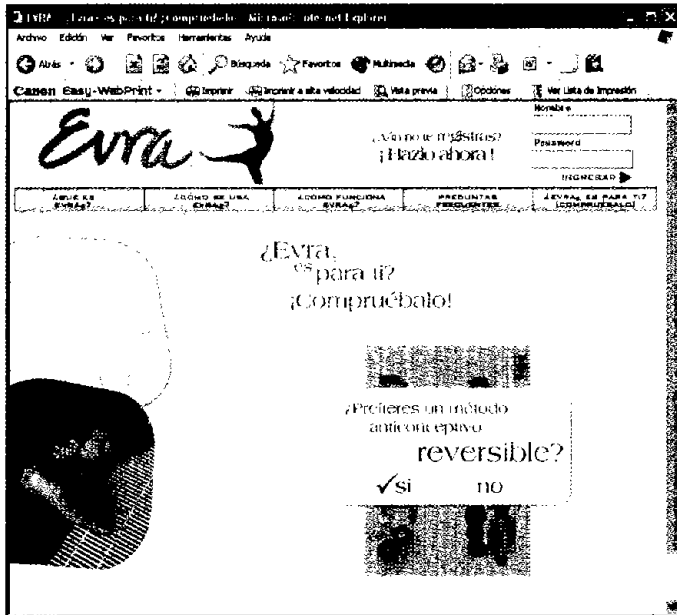
Los tres parches son ligas a las secciones más importantes ya que son las dudas más frecuentes que tienen las mujeres que usan o usarán el parche.

El movimiento de la Interfase responde al ratón del usuario descubriendo fácilmente y paso a paso cada sección.



Evra®  
 Página web, 2003

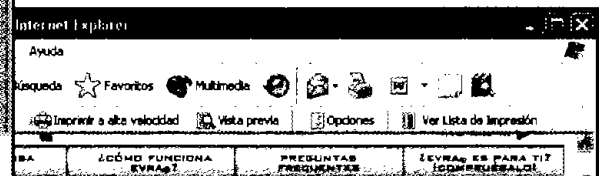
El diseño utilizado para la sección de los médicos fue desarrollado de manera distinta para lograr un ambiente más serio y confiable sin olvidar las características y parámetros del diseño global.



« Evra®  
Página web, 2003

El sitio cuenta con animaciones en flash que hacen más fácil el entendimiento de cada una de las instrucciones del uso del producto.

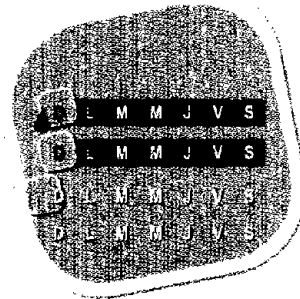
Para incrementar las ventas, las fotografías utilizadas en la página fueron cuidadosamente seleccionadas para lograr así una empatía con el usuario.



### ¿Cómo se usa Evra?

#### Sólo Una Vez por Semana...

Evra® es el primer parche anticonceptivo de uso semanal para prevenir el embarazo. Solo tienes que cambiar el parche una vez a la semana durante tres semanas consecutivas. En la cuarta semana NO necesitas aplicar un parche y se presentará la menstruación.



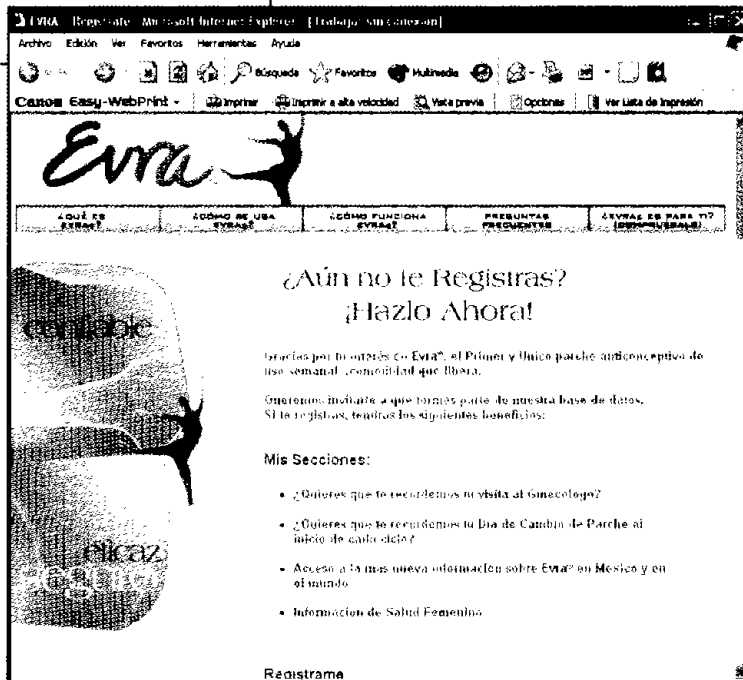
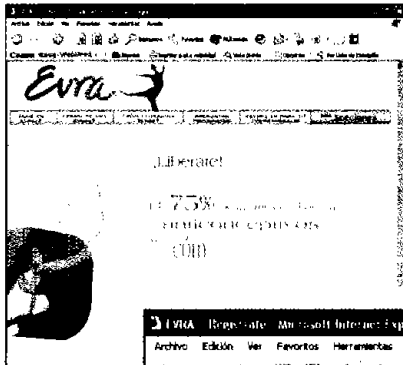
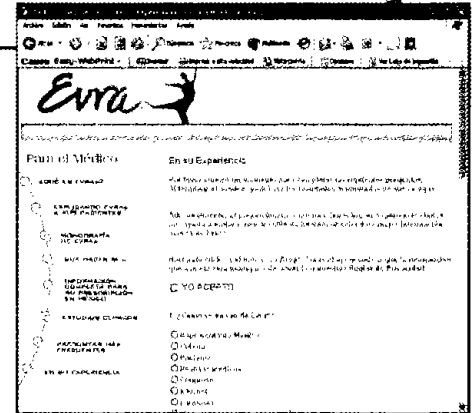
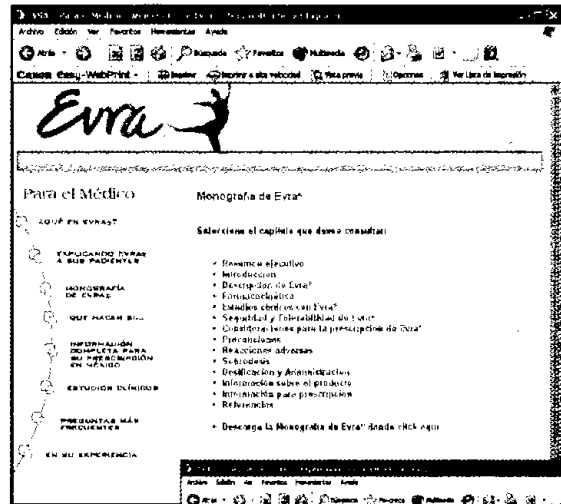
- La segunda para usuarios registrados: con exclusivas secciones especiales, de suma importancia para quienes usan y/o usarán el producto.

- La tercera para médicos registrados: con información médica importante como la monografía del producto, información para prescribir, etc.

Se propuso un diseño apegado a la identidad gráfica existente, teniendo en mente que la limpieza invitaría al usuario a navegar, consultar y permanecer en el sitio el tiempo necesario para satisfacer sus necesidades.

Contiene imágenes, animaciones en flash, submenús interactivos, formas de registro, consejos para la salud de la mujer, recordatorios de cambio de parche, estudios descargables para médico, video del mecanismo de acción y más.

Parecería ser una página web saturada de elementos e información, sin embargo, por su fácil y clara navegación se convirtió rápidamente en el portal latinoamericano de Evra®.



« Evra®  
 Página web, 2003

Consejos para la salud, noticias, recordatorios personalizados de cambio de parche, archivos descargables para el médico, información para prescribir son algunas de las ventajas de ser un usuario registrado.

Con esto Evra® realiza las estadísticas de tráfico y corresponde al usuario con nuevas y mejores secciones.

LRstudio®

**N**ecesitaba equipar a su vendedores con un material innovador, por ello comienza el desarrollo del **business-card**.

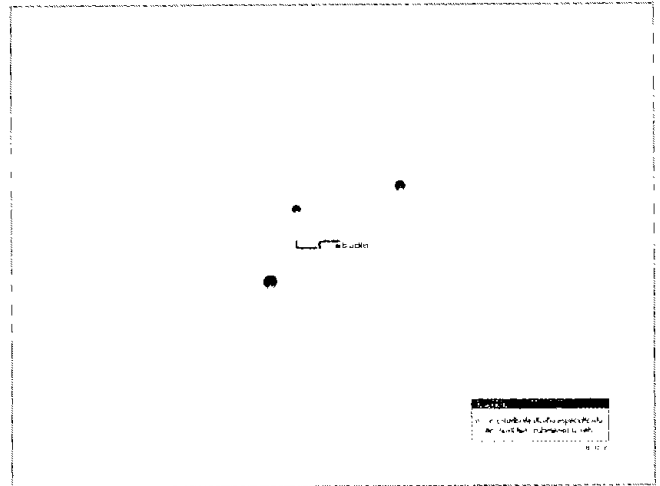
El concepto que se manejó es totalmente elíptico logrando con esto una imagen con un movimiento constante, haciéndola menos aburrida y manteniendo un perfil actual.

Los elementos conjugados no son solamente visuales, se pensó en audio, voz, video, animaciones y onomatopeyas que logran el objetivo de lo que es una **multimedia**.

Los colores fueron cuidadosamente empleados, que no solo dan luz a la presentación sino que tienen un significado restringido, resaltando la importancia de elementos clave como son:

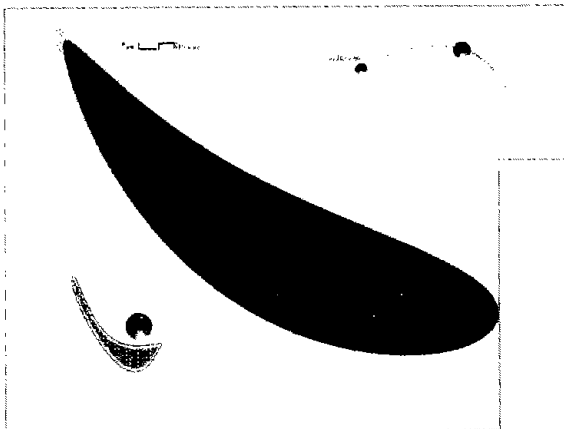
- La identificación de secciones
- Complementar el portafolio de trabajos sin ser un distractor.

El objetivo que se persiguió fue el de tener una presentación dinámica y atractiva.



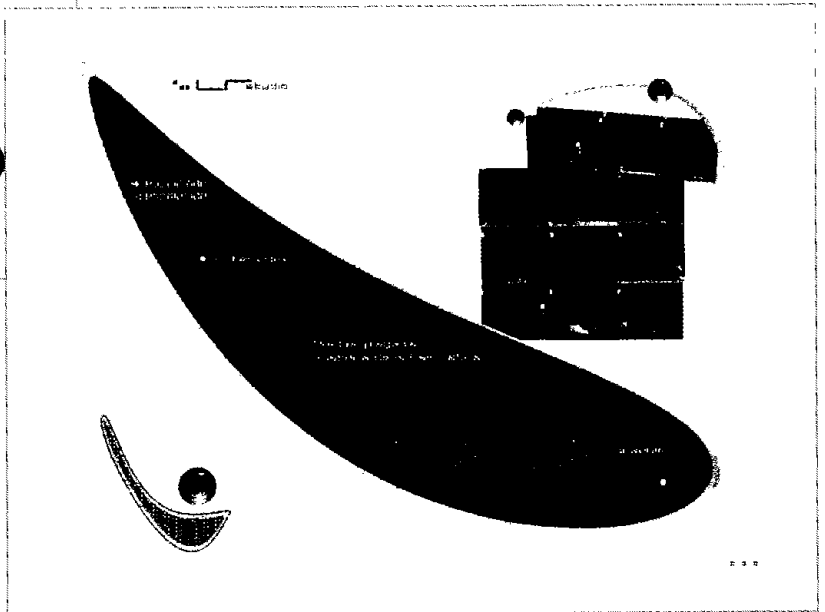
LRstudio®  
Business-card, 2004

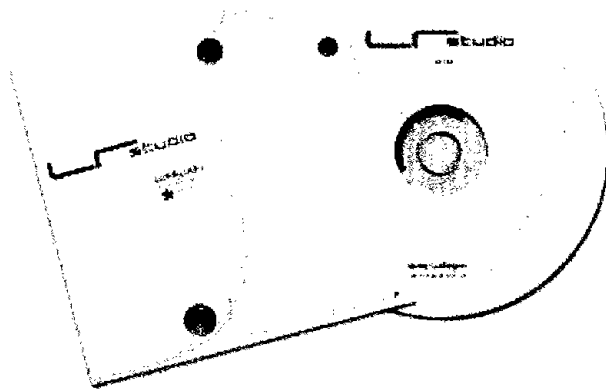
El business-card muestra tres esferas en su menú principal, cada una de ellas representa las áreas en las que se desarrolla LRstudio®: editorial, multimedia y web.



LRstudio®  
Business-card, 2004

Cada sección cuenta con un submenú que muestra las diferentes categorías en que está dividida, apreciando uno a uno el portafolio de trabajos de la empresa. »





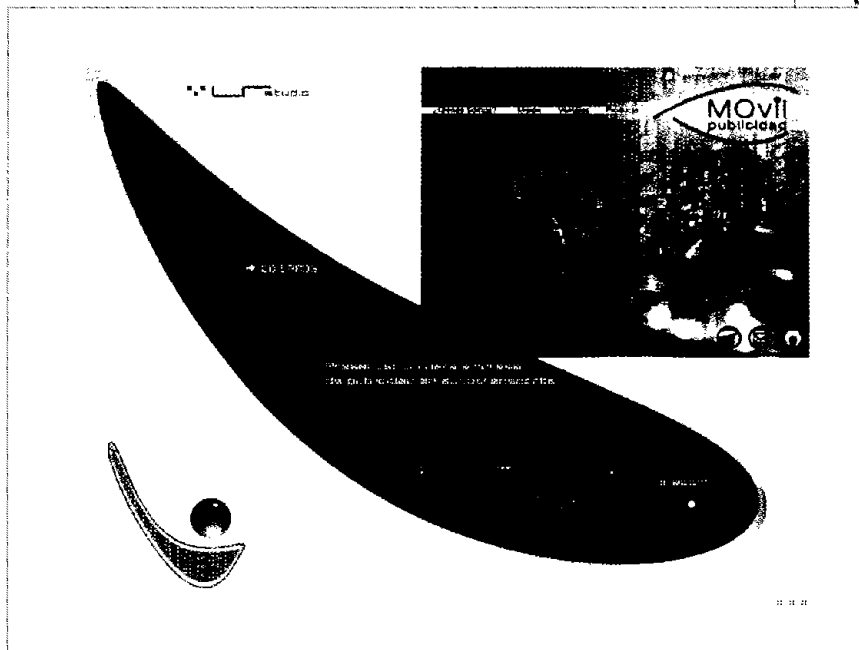
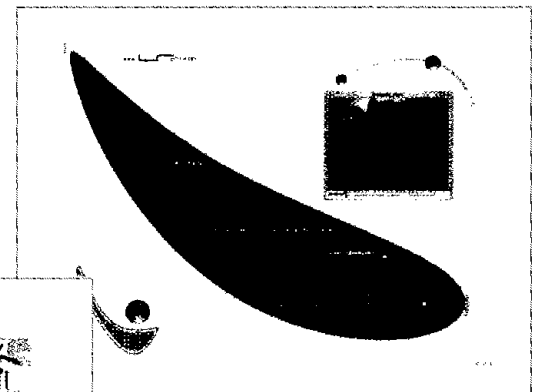
El formato final de la business-card fue un minidisc. El diseño del booklet y etiqueta de cd conserva las tres esferas así como los tres colores que forman parte del diseño, que se reafirma al tener tres diseños diferentes.

La business-card es personalizada para cada miembro de la empresa haciendo de ésta su tarjeta de presentación.

Las tres secciones principales contienen categorías donde se presentan por medio de un "control de visión" uno a uno los trabajos realizados con una opción de "zoom" que permite verlos a detalle, en la secciones de multimedia y web se cuenta con la opción de ver una pequeña demostración ejecutable:

- Página web (HTML y Flash)
- Videos en formato QuickTime
- Manuales de Capacitación
- Multimedia en CD-ROM

"La filosofía, tener lo necesario y adecuado, hace de LRstudio una empresa seria y confiable"



« LRstudio®  
Business-card, 2004

El "controlador de visión" y "zoom" son elementos que ofrecen una mejor comunicación visual. La demostración ejecutable hace énfasis en tener una presentación totalmente multimedia.

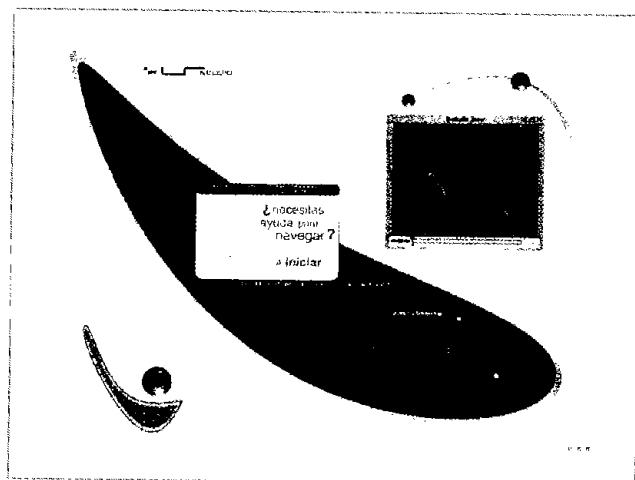
La presentación ofrece un "asistente de ayuda" para brindar un conocimiento total de la navegación en la presentación.

A diferencia de otros asistentes, este brinda una navegación guiada de manera visual y con voz en off.

El asistente se puede llamar desde cualquier punto de la presentación y en todo momento.

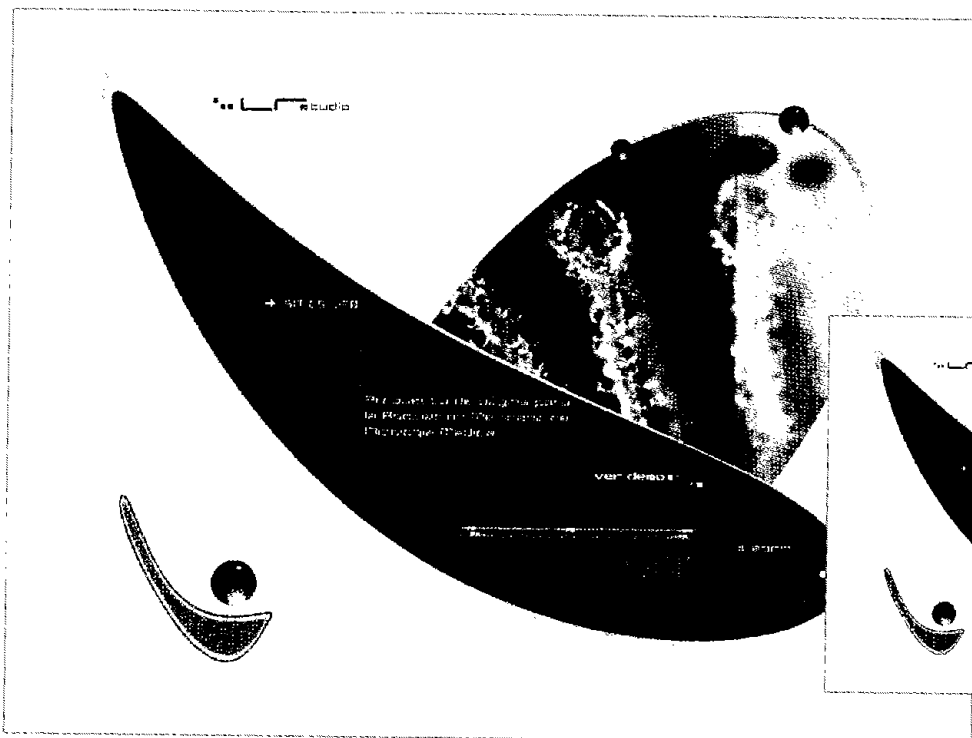
Algunas ventajas de este business-card son el poder navegar con o sin audio, interactuar vía ratón y/o el teclado, asistente de ayuda, la fácil identificación de cada sección, un portafolio ordenado con breves descripciones, ligas para visitar la página web de la empresa o simplemente mandar un e-mail por medio del contacto.

La business-card se lanzó al mercado con una repuesta muy favorable que benefició claramente a LRstudio.



LRstudio®  
Business-card, 2004

El "asistente de ayuda" forma parte de las ventajas que hace más fácil el navegar la presentación.



## ... Tanya Pilar Martínez Esquivel

<b>Datos personales:</b>	Carrera: Generación: Contacto:	Comunicación Gráfica 1995 - 1998 martesqt@hotmail.com
<b>Experiencia laboral:</b>	» Blanco & Negro Diseño de imagen corporativa Laboratorio Fotográfico	1996 – 1998
	» Parque Ecológico de Xochimilco Elaboración de señalización del parque Diseño y Montaje de exposiciones culturales mensuales Diseño de medios impresos	1998 – 1999
	» Heca Artes Gráficas Diseño de imagen corporativa, formas fiscales, flyers, trípticos, calendarios, folletos, catálogos, etiquetas, botones publicitarios, posters, etc.	2000 - actualmente
<b>Educación:</b>	» Mascarones UNAM Curso de Elaboración de gráficos con Corel Draw	1999
	» CICEANA Seminario en Internet y Elaboración de páginas Web básico	1999
	» Macschool Diplomado de Diseño en Plataforma Mac	2000

## Rock Centroamericano

> Viva Music, DDM music records, nos invitan a participar a crear el diseño para un CD de música con Rock Centroamericano >

**H**oy en día el diseñador gráfico se desenvuelve en diferentes áreas, según su especialidad y experiencia en el ámbito laboral, mi desarrollo profesional ha sido en empresas dedicadas a las artes gráficas.

Heca Artes Gráficas es una imprenta dedicada a todo tipo de impresión en papel, contando con sistemas de reproducción entre los cuales se destaca la serigrafía, grabado, impresión digital y el offset tradicional, cuenta con clientes tales como: Chopo, Inverlat, Femsa, Universal, Jalil, Pepsi entre otros.

Universal, reconocida casa disquera, dedicada a la producción en discos de grupos y artistas, aunada al grupo Viva Music, DDM music records, nos invitan a participar en la creación del diseño para un CD de música con Rock Centroamericano. Esto incluye la creación del logotipo, la carátula del cd, porta cd, poster y un folder como promoción para los medios de comunicación.

El público a quien va dirigido es para jóvenes y adultos en general con gusto por la música centroamericana, por lo cual el arte ha desarrollar está muy abierto.

En HECA he realizado una gran diversidad de trípticos, posters, flyers, imagen corporativa, formatos fiscales, botones publicitarios, etc.; gracias a esto he adquirido una gran experiencia en la elaboración de proyectos muy distintos uno del otro, y lo más importante he aprendido tecnicismos de impresión que todo diseñador gráfico debería saber, por lo cual en el siguiente proyecto se describe el proceso y junto con esto la importancia de saber realizar un diseño con las especificaciones necesarias para su reproducción.

Como primer objetivo fue elaborar el logotipo, se buscó una tipografía que fuera informal y con cierto movimiento, adecuada para este tipo de música, decidiendo por la Staccato.

Busqué una imagen que se identificara con el origen de la música y la solución era crear una ilustración de un mundo mostrando centroamérica con colores contrastantes.



Rock  
Centroamericano



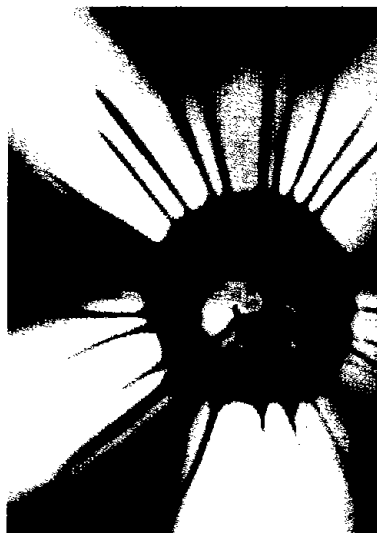


Ya teniendo la imagen se eligió por el color de la tipografía Pantone 286 y Pantone 485, manejando un degradado en la O de Rock y en la palabra centroamericano.

Es importante señalar que todo se basó desde el principio en el Pantone y las imágenes en CMYK, el cual es importante para impresión.

El desarrollo en arte en RGB es muy válido e incluso muchos de los efectos en Photoshop se elaboran en éstos colores luz (RGB), pero no se debe olvidar cambiar a CMYK (los colores pigmento), ya que el diseño cambiará de tonalidades y puede que el resultado no sea el deseado.

Ya creado el logotipo se pensó en crear un fondo que fuera también contrastante con toda la promoción que se iba a manejar. Para elaborar este tipo de texturas, se hicieron varias pruebas de color: azul, verde, decidiéndose por el naranja-amarillo.



Esta textura se utilizará en todas las aplicaciones. Se debe pensar en la tipografía o los elementos que van sobre ésta. Éste es uno de los principales problemas que hoy en día nos enfrentamos, la tipografía sobre las texturas es muy difícil de manejar, se debe tomar en cuenta cuanto texto es lo que se va a incluir, cuantas imágenes van a tener antes de realizar la textura.

El proyecto no tiene mucha información, sólo aparecerán las canciones del cd, los artistas e información promocional y era el momento de utilizar una tipografía cursiva, moderna, delgada y con un tamaño grande, que será legible sin ningún problema.

Rock Centroamericano  
Diseño, CD de música

**El desarrollo en arte en RGB es muy válido e incluso muchos de los efectos en Photoshop se elaboran en RGB, pero no se debe olvidar cambiar a CMYK ya que el diseño cambiará de tonalidades.** »





« Rock Centroamericano  
Diseño, CD de música

Siempre como mínimo se debe dejar 6 mm. de espacio hacia la orilla para que no se corra el riesgo de llevarse la tipografía, o la impresión quede muy cerca del suaje, texto o imagen.

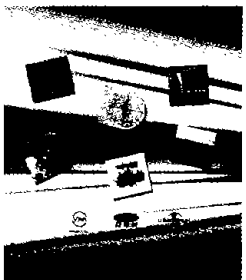
### Carátula de CD

En el diseño del cd, se colocó el logotipo en el centro, abarcando casi todo el formato, dejando solamente a la orilla en forma de circunferencia los nombres de los artistas y en la parte inferior los patrocinadores.

Al hacer el diseño en este tipo de formatos se debe tener en cuenta el tamaño o suaje real del cd, ya que en muchos casos sólo nos dedicamos a realizar el arte y no a pensar en cuánto espacio necesita el impresor en las cuestiones de márgenes y rebases. Siempre como mínimo se debe dejar 6 mm. de espacio hacia la orilla para que no se corra el riesgo de llevarse la tipografía e imagen, o la impresión quede muy cerca del suaje.



« frente



« interior

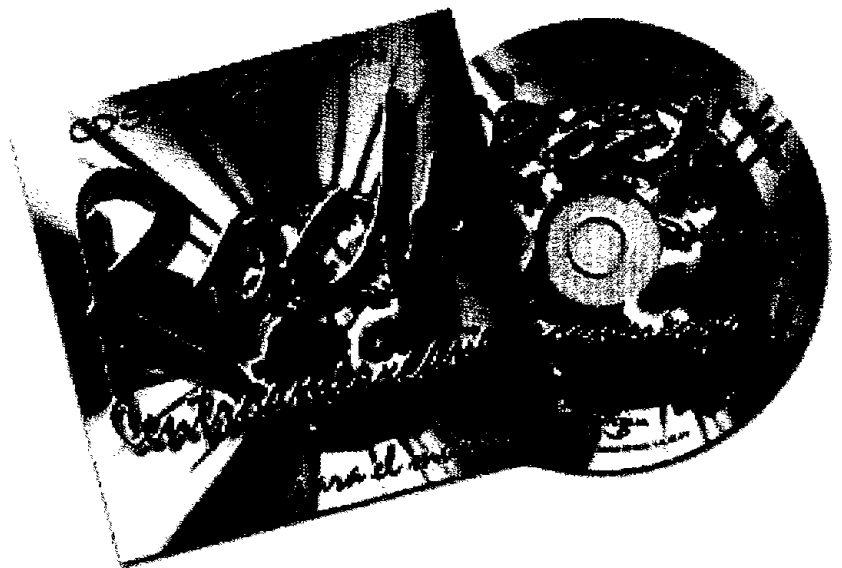


« contra

### Portada CD

Este porta cd se maneja con un formato de tres caras y dos dobleces, tomando en cuenta los lineamientos que el proyecto llevaría: la textura de fondo y el logotipo en la cara del frente.

El cuidado que se debe tener en éste tipo de formato es el tamaño de las caras: el frente y la contra son del mismo tamaño, y el interior debe ser 2 mm. más chico para que al momento del doblez, se empalme correctamente.



### Folder

En el folder se realizó un formato similar al porta cd, de tres caras y dos dobleces, no lleva ningún suaje especial, su tamaño extendido es de 44.3 x 22 cms.

Se seleccionó la Papyrus como la tipografía oficial en los textos.

Mekatelyu El Guato Tropa 56  
13 Millas de Libertad «

El arte se desarrolló en Photoshop, lo más recomendable es que el texto se haga en un programa de vectores (Illustrator, Freehand, Corel Draw), cuando sólo es en tinta negra y éste se sobreimprima (overprint) así tendrá un mejor

registro en la impresión. Pero como ahora la información era muy poca, se tuvo el privilegio de realizar efecto a la tipografía (emboss y blur) en photoshop, además éste recurso hoy en día es muy recurrido y demandado por los clientes por ser atractivo y diferente.

Una vez terminado el trabajo es recomendable darle un flatten y guardarlo como tiff, para que al momento de pasarlo a otro programa en la formación no haya problema y no pese demasiado, la resolución idónea es trabajar a 300 dpis para su impresión en offset y trabajar siempre a tamaño real.

El folder se utilizó como un medio de promoción para los representantes de ventas y prensa.



Rock Centroamericano  
Diseño, CD de música

La resolución idónea es trabajar a 300 dpis para su impresión en offset y trabajar siempre a tamaño real.

### Poster

Su tamaño es de 30 x 45 cms. formato vertical, se utilizó en la presentación del disco y en tiendas de discos, por lo cual se necesitaba incluir el logotipo, las portadas de la música e información de los artistas.

Éste proyecto cumplió con los requerimientos del cliente, no hubo ninguna modificación a lo presentado, el logotipo se registró y el disco salió a la venta con éxito.

Se imprimieron 1,000 posters en couche brillante de 200 grs., 300 folders en sulfatada de 14 pts., y se hizo una producción de 10,000 cds, junto con el porta cd.

Éste es uno de tantos proyectos que he diseñado y se ha impreso con muy buenos resultados.

Cuando se trabaja en una imprenta y se vigila todo el proceso desde la lluvia de ideas, el bocetaje, la creación del arte, los parámetros de prerensa, revisión de negativos e impresión, el diseñador gráfico siente una gran satisfacción ver el trabajo impreso y sobretodo ver al cliente satisfecho con su producto.



Rock Centroamericano »  
Diseño, CD de música

Cuando se trabaja en una imprenta se vigila todo desde la lluvia de ideas hasta los parámetros de prerensa, revisión de negativos e impresión.

## ... Raúl González Martínez

---

<b>Datos personales:</b>	Carrera: Generación: Contacto:	Comunicación Gráfica 1995 - 1998 rulogonz@hotmail.com
<b>Experiencia laboral:</b>	» Iglesia Nacional Presbiteriana "Bethania" Diseño y dirección escenográfica para un programa de sketch's cómicos para la membresía de la Iglesia	1994
	» Sastrería Londres Creación de Identidad Gráfica » Iglesia Nacional Presbiteriana "Bethania" Diseño y dirección escenográfica, de iluminación y sonido en el drama teatral "Días sin gloria"	1995
	» Cronopio, Periodismo Cultural Colaboración en la empresa Ediciones Cronos y Asociados para su periódico » Iglesia Nacional Presbiteriana "Bethania" Diseño y dirección escenográfica, de iluminación y sonido en el drama teatral "Sin esperanza"	1996
	» Iglesia Nacional Presbiteriana "Bethania" Diseño y dirección escenográfica, de iluminación y sonido en el drama teatral "La venta de los humanos"	1997
	» Edith Tapia Diseño de identidad para diseñadora de modas y alta costura	1998
	» Iglesia Nacional Presbiteriana "Bethania" Diseño de Identidad Gráfica » Centro de Atención Múltiple No. 10 Diseño de Identidad Gráfica » Museo Nacional de San Carlos Colaboración con el departamento de archivo fotográfico	1999
	» Lic. José Luis Aragonés Jiménez Diseño de Identidad para el Director de Capacitación y Servicios Sociales de la Secretaría de Energía	2000

## ... Raúl González Martínez

---

- Experiencia laboral:**
- » Iglesia Nacional Presbiteriana "Bethania" 1995 - 2003  
Diseño de medios impresos
  - » Centro de Atención Múltiple No. 10 Atizapán 1997 - actualmente  
Perteneiente a la SEP  
Reproducción de logotipos y papelería
  - » Secretaría de Energía 2004 - actualmente  
Encargado de la Comunicación Gráfica  
del Centro de Capacitación
- Educación:**
- » Curso Macromedia Director 8.5 2001 - 2004  
Centro de Cultura Digital
  - » Curso Desarrollo de estrategias y habilidades  
para una comunicación directa e inteligente  
Universidad Anahuac
  - » Curso Macromedia Director 8.5 Lingo  
Centro de Cultura Digital
  - » Curso inducción al sistema de gestión  
de la calidad iso 9001:2000  
CALMECAC
  - » Curso Ética y calidad en el servicio público  
Instituto Nacional de Administración Pública
  - » Curso Pruebas estadísticas y soluciones  
de servicio (spss)  
Secretaría de Energía
  - » Curso Desarrollo administrativo  
Universidad Iberoamericana
  - » Curso Inglés nivel 3  
UNAM
  - » Curso Programación con Java  
Centro de Cómputo Académico UNAM
  - » Curso Aplicaciones Java para la Web  
Centro de Cómputo Académico UNAM

## Código de Conducta

> Las imágenes son un buen recurso para transmitir ideas y mensajes. > Pienso en ello al crear una serie de animaciones // >

Uno de los proyectos que más representan mi labor dentro de la Sener y que más peso ha tenido en la Institución ha sido la elaboración del libro informativo acerca del Código de Conducta de la Secretaría de Energía y su difusión. Es por esto que para este documento he optado por comentar un poco acerca de dicho trabajo.

### Antecedentes del Código de Conducta de la Sener

La adopción de códigos de conducta por parte de las entidades pertenecientes al Gobierno nace como una respuesta ante la pérdida de confianza por parte de los ciudadanos en sus representantes y como seguimiento al Código de Ética establecido para las dependencias gubernamentales en el año 2001. Estos códigos forman parte de un gran proyecto a nivel nacional denominado Programa de Transparencia y Combate a la Corrupción.

En el año 2002, la Secretaría de Energía, se apega a esta disposición oficial, estableciendo reglas de actuación y comportamiento, capacitación al personal de la institución y creando líneas de comunicación entre trabajadores y autoridades.

### El Código de Conducta

Para la elaboración del Código de Conducta, la Secretaría de Energía tomó en cuenta a los trabajadores de todos los niveles organizacionales, representados por personal de distintas jerarquías.

Producto de un gran trabajo, de propuestas y correcciones se llegó a la conclusión de que se debían manejar diferentes actitudes. De esta manera el Código de Conducta de la Sener incluye los siguientes 15 valores que representan el actuar cotidiano de la Secretaría.

- Respeto
- Cortesía
- Responsabilidad
- Trabajo en equipo
- Comunicación y diálogo
- Transparencia y uso de información
- Honestidad
- Ambiente laboral
- Equidad
- Tolerancia
- Rechazo a la prepotencia
- Apego a la normatividad
- Uso de recursos
- Reconocimiento

### El Concepto

Como se puede apreciar, esta fue una labor conjunta basada en la iniciativa del Ejecutivo, pero principalmente, como un reclamo de la sociedad, partiendo incluso de los mismos trabajadores. Con base en esta idea se adoptó el siguiente slogan:

**“El Código de Conducta es de todos y para todos”**

Con esta frase se buscó transmitir la idea básica del Código. Toda persona que formara parte de la Sener debería adoptarlo como suyo propio en dos sentidos: como actor y como supervisor de su realización.

El siguiente paso era lógico, hacer llegar a todo el personal de la Secretaría las ideas contenidas en el texto original del Código de Conducta. Dada la naturaleza de la información se optó por la impresión de ejemplares, los cuales se distribuirían entre todos los trabajadores de la Sener.

### La imagen

En cuanto a los elementos gráficos que se utilizarían en la difusión del Código, era necesario seguir parámetros ya establecidos en los siguientes documentos:

- "Manual de identificación gráfica" emitido para la Secretaría de Energía por la Presidencia de la República. México 2000.

- "Manual para el ordenamiento de las herramientas de comunicación, Fortaleciendo la identidad del Gobierno Federal", emitido por la Coordinación General de Opinión Pública e Imagen de la Presidencia de la República. México 2002.

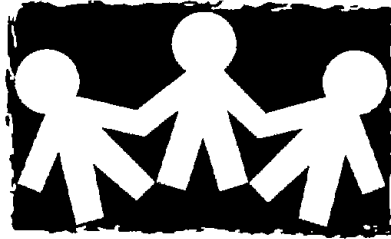
Estos manuales dictan las normas a seguir, pero brindan bastante flexibilidad, otorgando al grupo creativo libertad suficiente para aportar todo tipo de propuestas, siempre y cuando no se rompa la identidad gráfica institucional.

De entre los elementos gráficos dictados por los agentes externos a la Secretaría, solo faltaría mencionar el logotipo perteneciente a la campaña "México. Contra la corrupción dejemos de ser indiferentes", el cual, aunque no fue creado para el proyecto del Código de Conducta, se apegaba en gran manera a su concepto global anti corrupción.

Al llegar a este punto nos encontramos con una situación peculiar, la presentación original de dicho gráfico difería de la paleta de colores permitidos para la Sener.

Después de negociaciones fue posible cambiar el color original y adaptarlo a la identidad propia de la dependencia, pero ¿qué color escoger?

# México



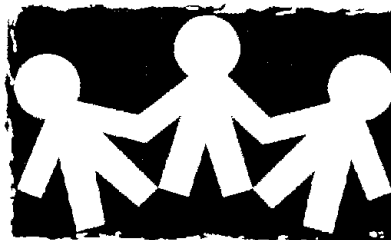
contra la corrupción  
Dejemos de ser indiferentes

### La Paleta de Colores

Es claro que como comunicadores gráficos debemos sujetarnos a los lineamientos establecidos previamente en un manual, pero como ya se ha mencionado, los manuales de uso común en la Sener otorgan libertad.

En cuanto a la paleta de colores, está delimitada por azules como primarios y algún verde, naranja y amarillo como complementarios. El problema era que los tonos azules sugeridos son considerados como fríos y ¿cómo empatar esta idea con el Código de Conducta? La solución fue sencilla, sin salirse de la gama indicada el azul se aplicó en un porcentaje menor y así perdió un poco de frialdad.

# México

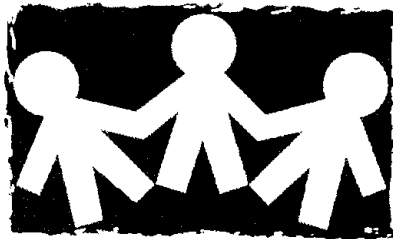


contra la corrupción  
Dejemos de ser indiferentes



El color complementario otorgó sobriedad al proyecto, permitiendo conservar la institucionalidad de la imagen.

# México



## contra la corrupción

Dejemos de ser indiferentes



### La Difusión

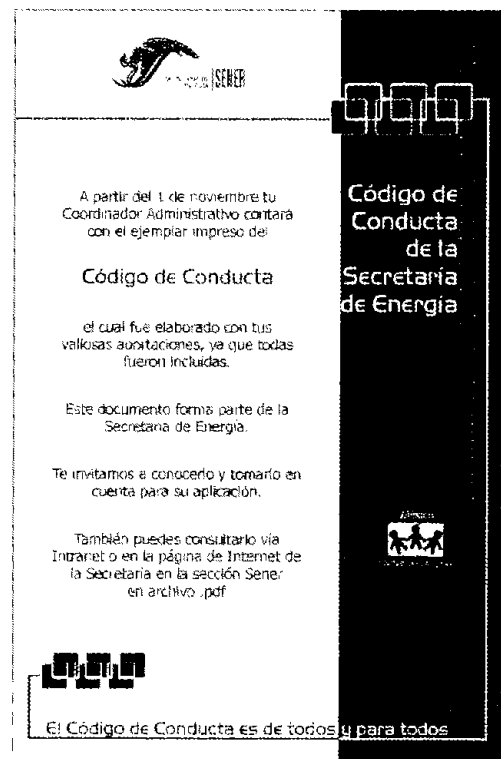
La opción que se encontró más viable, de acuerdo a las características de los usuarios finales del Código y el presupuesto determinado para su difusión fue un formato a media carta (14x21.5 cm) por considerarse manejable y de fácil consulta.

Para abarcar una población de 1450 personas adscritas a la Secretaría de Energía se realizó un tiraje de 2000 ejemplares más sobrantes de reposición, bajo las siguientes características:

- Portada en Couche mate de 180 gr, offset 2 x 0 tintas
- Interiores en Couche mate de 90 gr, offset 2 x 2 tintas

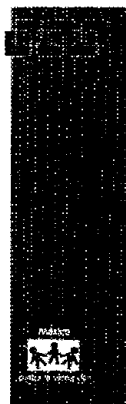
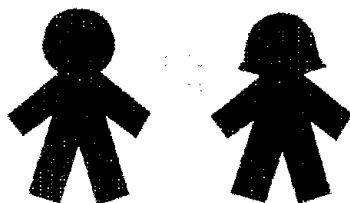
La entrega de los ejemplares se realizó directamente a cada uno de los trabajadores, junto con una invitación verbal para seguir los conceptos incluidos en su interior.

Como refuerzo a la distribución de los Códigos, se imprimieron una serie de carteles en tamaño doble carta (28 x 43 cm) en los que se invitó a analizar el texto y los conceptos, así como seguirlos y promoverlos entre los compañeros de trabajo. Estos carteles fueron impresos en ploter debido a la escasa cantidad que se requería.



## Respeto

trato digno sin distinción de sexo



### Nuevas Tecnologías

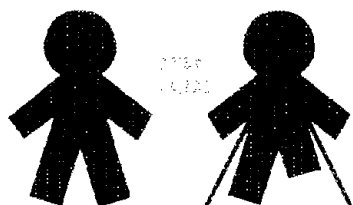
Otro punto fundamental dentro de esta campaña fue el uso de ordenadores conectados en red. La llamada Intranet brinda facilidad de comunicación entre los trabajadores de la Sener. Es un medio que va dirigido solamente al entorno de la Secretaría ya que en cada computadora personal de la institución, ésta se encuentra como pantalla de inicio.

Como apoyo para la difusión, en la Intranet se dispuso de un enlace del cual se puede descargar el Código de Conducta en versión electrónica (formato .pdf de Acrobat Reader).



## Respeto

trato digno sin distinción de condición física



### Reforzando el Concepto

Las imágenes animadas son un buen recurso para transmitir ideas y mensajes. Pensando en ello se creó una serie de animaciones, resumiendo en cada uno alguna de las actitudes listadas en el Código de Conducta.

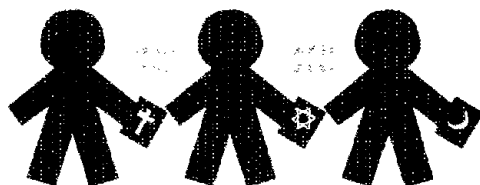
Como se puede apreciar, el hilo conductor en esta serie fueron unos "muñequitos" retomados del logotipo de "México. Contra la corrupción" amén, desde luego, de la paleta de colores.

Las animaciones aparecen invariablemente al abrir el explorador de internet como "Pop Up", de esta manera, toda persona que tuviera una PC conectada a la red interna de la Secretaría podría recibir el mensaje de cada uno de los valores.

Esta serie consta de 15 animaciones (una por valor) y está planeada para aparecer semanalmente, renovándose con una animación distinta al inicio de cada periodo.

## Respeto

trato digno sin distinción de credo religioso



« Código de Conducta  
Diseño Editorial (libro), 2002

Las imágenes animadas son un buen recurso de comunicación y así se creó una serie de animaciones, donde el hilo conductor fueron unos "muñequitos" retomados del logotipo de "México. Contra la Corrupción".

Acompañando a estas animaciones, se difundieron carteles alusivos a cada una de ellas, resumiendo su contenido en una sola imagen.

### Capacitando en Valores

A través de la capacitación se crean estrategias de combate a la corrupción y fomento a los valores éticos, por lo que en el Programa Anual de Capacitación de la Secretaría de Energía se incorporó el curso de capacitación referente al Código de Conducta.

La primera opción para llevar a cabo la capacitación en este sentido fue a través de alguna institución, la cual preparara un curso presencial.

Debido a problemas de presupuesto se buscó alguna alternativa que

representara ahorro para la Secretaría.

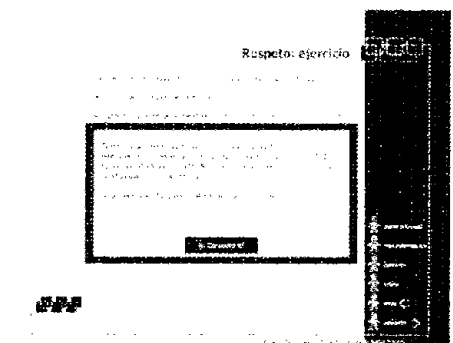
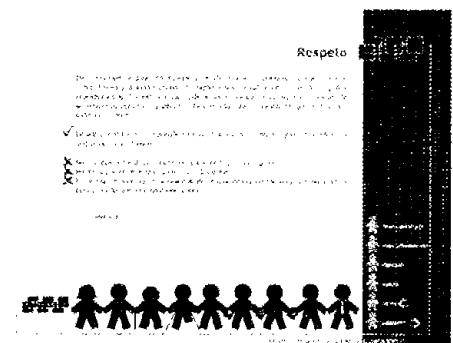
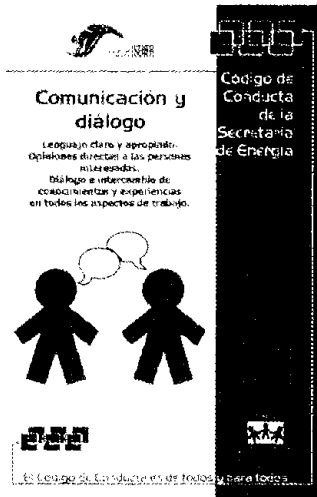
La segunda opción fue un curso en línea cargado en algún servidor de la Institución, de esta manera, cada trabajador participaría desde su lugar de trabajo. Debido a problemas de espacio en los servidores fue necesario buscar una tercera alternativa.

Al final se optó por un curso a distancia, así se prescindía de espacio en el servidor y por otro lado, aunque se debía invertir en la compra de Cd's, sería mucho más económico que contratar alguna empresa capacitadora.

El curso fue desarrollado utilizando el programa Flash de Macromedia, herramienta que brinda bastantes ventajas en cuanto a la presentación de gráficos vectoriales.

La aplicación de ActionScript, lenguaje natural de programación en Flash, permitió una navegación ágil entre cada uno de los temas y capítulos del curso, así como la oportunidad de hacer uso de ejercicios que sirven de guía en la capacitación del personal, ya que no permiten avanzar al siguiente tema hasta no contestar cada ejercicio de manera adecuada. Logrando con esto que el capacitando reflexione en cada uno de los planteamientos expuestos.

"El lenguaje ActionScript, permitió una navegación ágil entre cada uno de los temas y capítulos del curso"



### Vigilando el Buen Funcionamiento

Una campaña de estas características tal vez nos podrá hacer reflexionar un poco acerca del tema pero por desgracia no puede quitar de la mente años de vicios y costumbres arraigados en las personas y en las instituciones.

Es por ello que dentro del Programa de Transparencia y Combate a la Corrupción se contempla la obligación de crear junto a cada Código de Conducta un Comité de Vigilancia del Código de Conducta.

Para cubrir esta necesidad, en la Secretaría de Energía se invitó a todo el personal para que propusiera quienes debían formar parte de dicho Comité. Esta invitación debía ser masiva, por lo que se recurrió al correo electrónico. Llegando así a todo el personal que tuviera una cuenta institucional, de igual manera se imprimieron carteles informativos para llegar al personal que no contara con PC.

Una vez conformado el Comité de Vigilancia, se informó acerca de los resultados usando las mismas vías de comunicación.

Se creó una cuenta de correo especialmente para que el personal de la Institución pudiera hacer llegar sus dudas, quejas, comentarios y sugerencias al Comité. Para este fin se utilizó nuevamente el correo electrónico, carteles y se incluyó una liga en la Intranet, la cual se integró también a cada una de las animaciones.

### El Reconocimiento

Para motivar a que los empleados de la Sener se involucraran en el proyecto, se propuso aplicar un cuestionario para medir la percepción de la transparencia y combate a la corrupción y con los resultados de este instrumento, otorgar reconocimientos al área en dónde se hayan fomentado más los valores incluidos en el Código. De igual manera se reconoció al personal que participó en toda esta labor.

### Conclusión

Como se puede apreciar desde el inicio del proyecto hasta su conclusión, la labor fue realizada por un grupo de trabajo interdisciplinario. La labor de Comunicación Gráfica debió apoyarse de las áreas de Ciencias de la Educación, Administración, Psicología, entre otras.

La Comunicación Gráfica o cualquier actividad afín no puede ser una entidad aislada. Estamos rodeados de una diversidad tan grande de disciplinas en las cuales nos podemos apoyar al momento de proyectar la comunicación de un mensaje, que sería un gran desperdicio no hacer uso de ello.



La Secretaría de Energía

Otorga el presente

## Reconocimiento

a:

*Jorge Garduño González*

Integrante del grupo redactor del Código de Conducta por su apoyo para fomentar los valores éticos dentro de la Sener 13 de diciembre de 2002

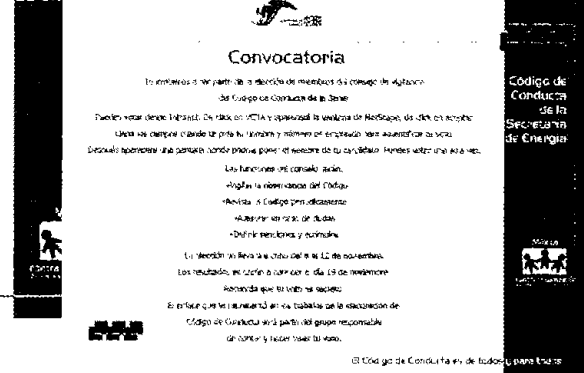


de Transparencia y Combate a la Corrupción



« Código de Conducta  
Diseño Editorial (libro), 2002

Se invitó al personal a participar en la votación del Comité por medio de una invitación masiva vía correo electrónico otorgando reconocimientos a quienes participaron en toda esta labor.



## ... Hilda Elizabeth Guerrero Pinedo

<b>Datos personales:</b>	Carrera: Generación: Contacto:	Comunicación Gráfica 1994 - 1998 eliguerr01@hotmail.com
<b>Experiencia laboral:</b>	» PPAM A.C. Hogares Providencia I.A.P. Diseño de una gaceta de información interna, promocionales, videos, fotografía, ilustración de un Método para alfabetizar y aplicación del mismo. Encargada de los prestadores de Servicio Social	1999 – 2001
	» Sí, Consultoría Creativa <b>Diseñador Gráfico Jr.</b> Diseño de un sistema de empaque para los productos de la empresa, ilustraciones para TIPS de Aeroméxico, México Desconocido, Editorial Clío y Tecolote	2000 – 2001
	» Animación “la foto del recuerdo” Animación sobre reproducción humana Encargada del scanner y colorista. Video dirigido por Lillian Libermann para la SEP	
	» CONACULTA Retoque de imágenes en el proyecto “México, sus idiomas, cocinas y comidas”	
	» PPAM A, C. Diseño editorial del libro “Las heroicas aventuras de Diamante Supremo”	
<b>Experiencia laboral:</b>	» PPAM A, C. Diseño de un libro interactivo para niños en situación de calle	
	» ARCO Co. Customer service Atención al cliente y encargada de mostrador, inventario y abastecimiento interno Los Ángeles California, EUA	2002 – 2003
	» HECA Artes Gráficas <b>Diseñador Gráfico Jr.</b> Diseño de imágenes corporativas, diversos medios impresos	2003 - actualmente

## La foto del Recuerdo

> La foto del recuerdo es un documental que ayuda a los niños de modo lúdico y con carácter épico a decidir sobre su futuro >

**D**urante el año 2001 fuí invitada a participar en la producción de un cortometraje de animación, que fue incluido en el video de carácter documental informativo y formativo, sobre reproducción humana, dirigido a niños que se encuentran cursando la educación primaria, específicamente a niños y niñas de quinto año.

La foto del recuerdo es un documental que ayuda a los niños de modo lúdico y con carácter épico a decidir sobre su futuro con relación a su propia sexualidad. La protagonista es una niña de secundaria que cursa los primeros años y se imagina su vida de dos modos, uno: no haciendo caso a los consejos de sus maestros y padres y decide tener a corta edad un hijo, sin haber logrado la madurez en ningún sentido, dos: vivir la vida poco a poco y estar conciente de que todo llega en su momento y que mientras no se tiene la suficiente capacidad para hacer frente a ciertas cosas, entre ellas a convertirse en padre o madre a temprana edad, el futuro no será fácil, ni se logrará una mejor calidad de vida.

De este modo es como se piensa en que la manera mas familiar para entrar y quedarse en el pensamiento de un niño-adulto en esta etapa de la vida, es a través de la animación, pues es un medio con el cual los niños crecen y que además de serles conocido y atractivo, permitiría lograr la retención de la información en ellos.

### Comienzo

Se nos pidió diseñar un storyboard sobre el proceso de la fecundación (P.1) y otro sobre la menstruación (P.2)

### Equipo de trabajo

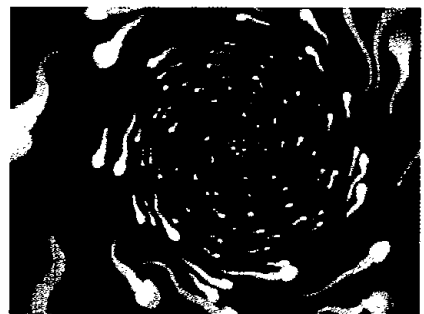
Se requirió de un equipo de 6 creativos para lograr la producción de este proyecto: 2 diseñadores gráficos, 1 ilustrador, 1 artista visual, 1 comunicador y 1 diseñador-animador.



» P.1. Sec. 1. 1-1: Ovario Exterior



» P.1. Sec. 2. 2-1: Testículo Exterior



» P.1. Sec. 2. 2-2: Producción de Espermas

### Proceso de bocetaje y desarrollo

Comenzamos a crear el storyboard ilustrado con base en las especificaciones del libreto que se nos entregó y con los resultados de la investigación realizada. Tuvimos que hacer una exhaustiva búsqueda documental sobre reproducción y concepción humana, así como del proceso de la menstruación. Una vez encontrado esto, decidimos las escenas a ilustrar, la cantidad de cuadros por segundo que se necesitarían para llegar a producir los movimientos pensados y mediante un proceso de bocetaje de primera intención, comenzó a surgir la propuesta gráfica.

Se llegó a un acuerdo sobre cuál sería el nivel de síntesis gráfica con el que se trabajaría, queríamos lograr algo no muy caricaturesco para que no perdiera su nivel de importancia, pero que al mismo tiempo fuera atractivo para el público al que sería dirigido.

Una vez trabajada esta parte, se produjo un storyboard en bocetos de lápiz que estaba diseñado para ser proyectado en 8 secuencias con respecto al corto de reproducción y en 4 secuencias para el corto de menstruación que por las características de libreto original, era de mucho menor duración que el primer corto mencionado.

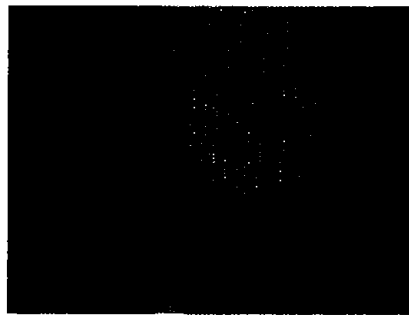
Entonces se llevó a revisión con la productora y en conjunto con los diseñadores, se aprobó la realización del storyboard a color.



» P.1. Sec. 5. 5-3: Fecundación

≈ La Foto del Recuerdo  
Cortometraje animado, 2001

**Este documental ayuda a los niños de modo lúdico y con carácter épico a decidir sobre su futuro con relación a su propia sexualidad.**



» P.1. Sec. 5. 5-1: Encuentro interior

Comenzamos a buscar entonces la paleta de colores adecuada a nuestro tema y se hicieron algunas muestras en colores claros pero con fondos oscuros que nos dieran la sensación de estar dentro del cuerpo humano pero permitiéndonos con una acogedora sensación, el hecho de poder presenciar el maravilloso proceso que se lleva a cabo en ambos de los temas que tratamos.

Cuando la paleta fue autorizada, se comenzó a trabajar en el proceso de elección del material y de ahí en su preparación. Usamos papel bond para bocetaje, este papel es blanco, de un gramaje muy bajo para que nos permitiera las transparencias necesarias para trazar un dibujo subsecuente al de abajo y lograr el movimiento. El papel se le hacen unas perforaciones específicas que sirven para ser fijado a una regla especial que tiene unos picos que son los fijadores de la hoja y que evitan que la hoja se mueva y a la vez permiten llevar una medición del movimiento del cuadro. A este instrumento se le conoce como regla de animación. Es aquí donde comenzó el trabajo del ilustrador, sobre la mesa de luz y ayudándose con la regla, se comenzó a ilustrar a los protagonistas del proyecto, los óvulos, los espermatozoides y la menstruación, mientras otro diseñador e ilustrador trabajaban en los fondos.

Se usaron 8 fondos distintos para fecundación y 2 para menstruación. El corto de fecundación tuvo una duración final de 45 segundos, representados por 60 cuadros de ilustración por segundo para lograr el movimiento deseado, lo cual nos dio como resultado la producción de 2600 cuadros para la realización de un solo corto. El segundo corto duro 30 segundos por 60 cuadros, 1800 cuadros o ilustraciones para lograr el movimiento deseado.

"Este fue un trabajo agotador pero muy rico en cuanto a aprendizaje como comunicador gráfico y artista visual"

Del ilustrador y el diseñador de fondos, pasó a mis manos el proyecto, como comunicador gráfico, me tocó la parte del escaneo de las imágenes que es una parte muy importante pues tuve que cuidar las posiciones de la hoja en la cama del escaner, pues si se movía por alguna razón el cuadro, a la hora de animar se nota un brinco y por tanto un error.

Yo capturé a través del escaner los 4400 cuadros en total, uno por uno, ingresaron a la computadora como imágenes jpg en blanco y negro a una resolución de 72 dpi's y un tamaño de imagen de 640 x 480 pixeles.

Se ajustaron en photoshop los niveles y una vez escaneados todos en monocromía se hizo un boceto de animación de cada cuadro para comprobar que no hubiera errores, marcados como brinco visuales en el movimiento deseado.

Entonces se comenzó con la ilustración digital, el retoque de los dibujos y los ajustes de niveles. Se usaron varios filtros de photoshop y se agregaron las paletas de colores que fuimos creando, siempre en modo RGB pues es un producto final para televisión y siempre a 72 dpi's. Cada cuadro que se coloreaba se ajustaba de niveles y se guardaba con la característica específica de ser contenido en un canal alfa, lo que nos permite una transparencia que es necesario tener para que al momento de animar los fondos no se interpongan o se encimen y se vea como un error.

Mi trabajo también consistió en cuidar estos detalles y una vez que los 4400 cuadros estuvieron coloreados y guardados con sus especificaciones requeridas, se entregó el trabajo al diseñador animador quien trabajó en conjunto con el artista visual y la diseñadora en jefe.

El animador digital comenzó a abrir y cargar en el programa de movimiento cada secuencia, con todos y cada uno de sus cuadros, se les asignó el tiempo real y se unieron para ver una secuencia en movimiento.

Finalmente y luego de un gran esfuerzo y trabajo en equipo, pasados 10 días pudimos ver por primera vez la primera secuencia acomodada en tiempo real, con sus colores y sus fondos últimos, en su formato final.



### Equipo usado

• *Preproducción:* Lápices, papel bond de bajo gramaje, reglas de animación para restirador y escaner, mesas de luz, sacapuntas, navajas, gomas, lápices de mina azul, lámparas, sillas.

• *Producción:* 2 computadoras macintosh G4 en el taller, escaner de cama plana, programas: Photoshop, After Effects y Premiere.

• *Postproducción:* Departamento de producción de canal 40, 2 computadoras macintosh G4, programas After Effects y Premiere, cd's grabables, y transfer a video para formato cine.

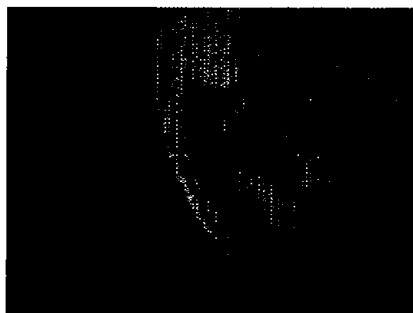
Al final del trabajo se nos entregó un video con el cortometraje completo y armado con nuestra producción en el sitio que le correspondió.

Este fue un trabajo agotador pero muy rico en cuanto a aprendizaje como comunicador gráfico y artista visual, además fue presentado ante los responsables de la SEP y de derechos humanos en la Cineteca Nacional y en la actualidad es usado para conferencias sobre el tema de sexualidad dirigido a niños y jóvenes desde quinto año de primaria y hasta tercer año de secundaria.

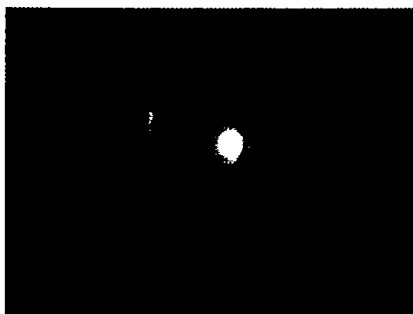
La responsable del proyecto fue la productora Lillian Liberman y personalmente fue para una servidora un banquete de creatividad trabajar con tantas personas. Creo que es importante trabajar, impulsar y apoyar proyectos como este que ayuden a mejorar la calidad de vida de todos y además me siento muy agradecida de haber sido invitada y tomada en cuenta para tan fantástico trabajo, pues en estos proyectos donde me doy cuenta que no me equivoque al elegir mi carrera y eso me da mucha felicidad.



» P.1. Sec. 6. 6-1: Viaje hacia la Matriz



» P.1. Sec. 8. 8-1: Desarrollo del Feto



» P.2. Sec. 1. 1-1: Menstruación

## Bibliografía

> jesika > fernando / > reyna < larya // raúl \*\*\* e izabelth > seis visiones de comunicación gráfica en el ámbito laboral >

- AGUILERA, Carmen: *Arte Precolombino – México*, UNAM Instituto de Investigaciones Estéticas, México, 1977.
- ALTON, Cook y Robert Fleury: *Tipo y Color*, Somohano, Argentina, 1994.
- ÁLVAREZ, Bravo Manuel: *Imagen Global : Evolución del Diseño de Identidad*, CEAC, Barcelona, 1987.
- BRAUNER, Josef y Roland Bickmann: *La Sociedad Multimedia*, Gedisa, Barcelona, 1996.
- BUEN Unna de Jorge: *Manual de Diseño Editorial*, Santillana, México, 2000.
- CAMY ISSI, Lázaro: *Flash 5 la biblia*, Anaya Multimedia, Madrid, 2001.
- CAPRIOTTI, Paul: *Planificación estratégica de la imagen corporativa*, Ariel, Barcelona, 1999.
- CARTER, David E: *American Corporate Identity 2000*, Watson-Guptill Publications, Ohio, 1999.
- DONDIS, D. A: *La Sintaxis de la Imagen*, Gustavo Gili, Barcelona 1982.
- EISEMAN, Leatrice, *Pantone Guide to communicating with color*, Grafín Press, Ltd., 2000.
- FRUTIGER, Adrian: *Signos, símbolos, marcas, señales*, Gustavo Gili, México, 1994.
- GROS, Phil: Director MX y Lingo, Anaya Multimedia, Madrid, 2003.
- HOLLAND, Dk y Sherwin Harris: *Marketing by Design*, Rockport, 1997.
- KERMAN, Phillip: *ActionScript con Flash 5*, Prentice Hall, Madrid, 2002.
- KHEMLANI, Lachmi: *Modeling, Rendering and Animation*, McGraw-Hill, 2004.
- MARTÍNEZ, Luisa: *Treinta siglos de tipos y letras*, UAM-Tilde, México, 1990.
- MOK, Clement: *El diseño en el mundo de la empresa*, Anaya Multimedia, Madrid, 1998.
- MUNARI, Bruno: *¿Como Nacen los Objetos?*, Gustavo Gili, Barcelona, 1983.
- MUNARI, Bruno: *Diseño y comunicación visual*, Gustavo Gili, Barcelona, 1977.
- ORÓS, Juan Carlos: *Diseño de páginas Web interactivas con JavaScript*, RA-MA, Madrid, 1999.
- PECK, Dave: *Vídeo Digital con Premiere 6.5*, Anaya Multimedia, Madrid, 2003.
- PUENTE, Rosa: *Dibujo y Comunicación Gráfica*, Gustavo Gili, México, 1993.
- REINHARDT, Robert y Jon Warren: *Flash 5 Bible*, Hungry Minds, New York, 2001.
- RESNICK, Elizabeth: *Conceptual graphics design basics*, John Wiley & Sons Inc., New Jersey, 2003.
- RODRIGUEZ, Abelardo: *Solo para estrategias de la comunicación visual*, beroamericana, Mexico, 2002.
- ROTH Lászlo y George L. Wybenga: *The Packaging Designer`s book of Patterns*, John Wiley & Sons, 1991.
- RUBIO GIL, Francisco y Jorge Tejedor Cerbel: *Creación de sitios Web con PHP 4*, McGraw-Hill, Madrid, 2001.
- RUDER, Emil: *Manual de diseño tipográfico*, Gustavo Gili, Barcelona, 1983.
- TAYLOR, Richard: *Encyclopedia of Animation Techniques*, Quarto Publishing, Londres, 2003.
- TEJADA, Luis Ángel Sanz de la: *Métodos y técnicas de estudio de la imagen*, Síntesis, Madrid, 1996.
- SANTIAGO, Sebastián: *Iconografía e Iconología del Arte Novo hispano*, Grupo Azabache, México, 1992.
- SATUÉ, Enric: *El Diseño Gráfico desde los orígenes hasta nuestros días*, Alianza Editorial, España, 1990.
- SAUSMAREZ, Maurice de: *Dinámica de la Forma Visual en las Artes Plásticas*, G. Gili, México, 1995.
- STOLTZE: *Letterhead & Logo Design 6*, F & W Publications, 1990.
- *Studio 9 creación de videos con calidad profesional*, Pinnacle Systems, EE UU, 2003.
- WEIXEL, Suzanne, Morse, B: *Graphics and animation Basics*, Course Technology, 2003.
- WHITAKER, Harold: *Timing for Animation*, Elsevier Sience, Great Britain, 1981.