



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLÁSTICAS

" Introspecciones Gráficas "

Tesina  
Que para obtener el título de:  
Licenciado en Diseño Gráfico

Presentan

Susana Beatriz Lozano Montes de Oca  
Maricruz Montes de Oca Enríquez  
Gerardo Noé Navarro Aranda  
Melina Ortega Valdez  
Daniel Alfonso Paz Marín



DEPTO. DE ASESORIA  
PARA LA TITULACION  
ESCUELA NACIONAL  
DE ARTES PLÁSTICAS  
XOCHIMILCO D.F.

Director de tesina: Lic. Olga América Duarte Hernández

México, D.F. 2005



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.

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

NOMBRE: Montes de Oca Enriquez

MAUCALIZ

FECHA: 24 de enero de 2005

FIRMA: [Signature]

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

NOMBRE: Ortega Valdez Melina

FECHA: 24 enero 2005

FIRMA: [Signature]

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

NOMBRE: Paz Maria Daniel Alfonso

FECHA: 24.10.1.2005

FIRMA: [Signature]

INTRODUCCIÓN

pág

4

AUTORES:

Susana  
Beatriz  
Lozano  
Montes de Oca



5

Maricruz  
Montes de Oca Enríquez



13

Gerardo  
Noé  
Navarro Aranda

20



Melina  
Ortega Valdez

25



Daniel  
Alfonso Paz Marín

32

39 CONCLUSIONES

40 BIBLIOGRAFÍA

## INTRODUCCIÓN

Nada mejor para describir lo realizado en este trabajo que el título mismo: **"Introspecciones Gráficas"**. San Agustín y Descartes, utilizan la siguiente definición: ***"La introspección es la 'mirada interior' por medio de la cual se supone que un sujeto puede 'in-speccionar' sus propios actos. La introspección se entiende a veces como un 'mirar' un 'observar' y a veces como un 'sentir' "***. Este concepto aplicado a lo gráfico, que es la representación figurativa de alguna idea, mediante el uso de las técnicas de representación, como lo es la impresión de un lápiz o de una pluma, impreso de computadora, de offset, etc. Y es aquí donde radica la importancia de esta obra; en observar e inspeccionar, algunos de nuestros más representativos trabajos gráficos durante el tiempo que llevamos en el ambiente profesional.

Las bases se nos brindan en la escuela, pero la verdadera formación se da, enfrentándose al campo profesional, es ahí donde nos damos cuenta de la gran labor y responsabilidad de los profesionales del diseño.

Así como cualquier persona, es capaz de comprender al diseño, ya que esta implícito en el razonamiento de cada ser humano. Es necesario darles una disposición especial a los elementos que lo forman, para que cumpla con su objetivo. Y es que cada diseñador tiene una forma o modo de llevar a cabo este proceso, ya que intervienen todas las cosas que son propias de nuestra persona, y por tal razón son distintas a las de alguien más.

Y es que, actualmente el diseño gráfico ya sea tradicional o electrónico: es una profesión dedicada a las actividades de la comunicación, valiéndose de los medios gráficos como son los siguientes:

- Medios impresos, como el cartel, catálogo, folleto, periódico, revista, libro, etc.
- Medios Audiovisuales, entre los cuales encontramos la televisión, el video, el Internet, multimedia, etc.
- Medios tri-dimensionales, como el display y el empaque.

Existen otras clasificaciones, pero solo mencionamos estas porque estamos hablando de manera general. Siendo estos vehículos portadores de información, la cual llega a los lectores como mensajes que tan solo pueden ser percibidos por el sentido de la vista.

Lo cual queda perfectamente ejemplificado en este trabajo. Y que se obtuvieron gracias a la cosecha de un conjunto de conocimientos, sobre todo de índole práctica, adquiridos a causa de mirar, sentir, presenciar, de haber establecido un contacto con la realidad laboral, en nosotros y para nosotros mismos, durante nuestra trayectoria profesional y que llamamos "experiencia".

Todo esto nos permite hacer la presentación de estos diferentes proyectos, acompañados y sustentados por toda una observación, un análisis, una mirada, de cada quien hacia sus proyectos. Explicando lo que se hizo y el porqué, demostrando que todos y cada uno de los proyectos tiene una información que lo respalda en sus actos y resultados. Hacer hincapié en esto último, ya que con ello se habrá cumplido la misión del diseño, que es la de comunicar o transmitir un mensaje por medio del mismo.

Ese es el objetivo principal de este trabajo precisamente, hacer esa introspección y damos cuenta que, siguiendo los mismos lineamientos se pueden crear diversas cosas, todas ellas diferentes y con el sello particular, en este caso, de cada uno de los integrantes de este equipo.

D.G. SUSANA B. LOZANO MONTES DE OCA



Foto Alan Martin

Retoque Digital: Susana Lozano/American Express

## CURRICULUM



Mi nombre es **Susana Beatriz Lozano Montes de Oca**, nací el 22 de Enero de 1974 en México D.F. Actualmente vivo en calle Siracusa #240 edif. i-6 departamento 104 col. Lomas Estrella, Delegación Iztapalapa. Mi número telefónico es 2596 0406, y cel. 04455 1458 3322  
Correo electrónico: [su\\_lo74@yahoo.com.mx](mailto:su_lo74@yahoo.com.mx)

Cursé el taller de artes plásticas en la secundaria, porque me gustaba mucho el dibujo, y lo que tuviera que ver con ser creativa; aunque mi verdadero gusto siempre recaía en la fotografía. Al ver el programa de estudios de la universidad, me dí cuenta que había una carrera referente a las artes visuales y a todo lo que me llamaba la atención así que no lo dudé y aposté por el camino de la Artes Plásticas, después de haber estudiado la preparatoria dentro de la **UNAM**.

Estudí la carrera de Diseño Gráfico en la **Universidad Nacional Autónoma de México**, en donde aprendí cómo se complementan todas las disciplinas impartidas a lo largo de la licenciatura.

Estuve trabajando mientras estudiaba, en un periódico publicitario, después realicé mi servicio social en el Instituto de Ecología de la **UNAM**, desarrollando material de apoyo didáctico y visual, dentro del "**Sendero Ecológico del Ajusco**". Así como el desarrollo del proyecto de Museografía Interactivo para la misma institución; que se concluyó en dos años.

Al término, de la escuela en su totalidad, trabajé en varios campos como el diseño y formación, para **Editorial Trillas**, y **La doble Jornada**, además fui solicitada para elaborar un proyecto de diseño integral en el lanzamiento de nuevos medicamentos en la empresa: **Carlos Ascobereta Publicidad**, la cual se enfoca en la publicidad y desarrollo del mercado de los laboratorios farmacéuticos. En la rama editorial trabajé en el diseño de la revista **Arte & Artes**. He realizado diseños de vitrales, stands e imagen corporativa.

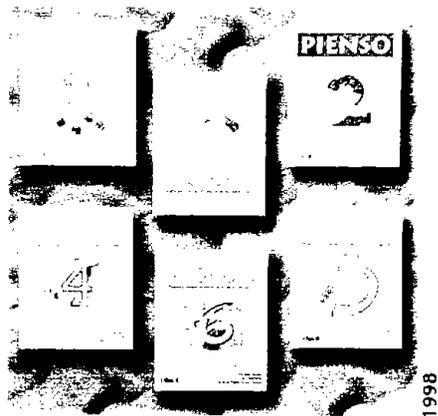
Tomé cursos de semiótica aplicada a la música, por parte de **Educación Continua** dentro de la facultad de Filosofía y Letras de la **UNAM**. Eso enriqueció mi forma de ver las imágenes, ya que mi interés por la fotografía, iba volviendo a tomar un nuevo camino, participando así en la creación de un cortometraje para cine, en la producción y apoyando a la dirección del corto "**Nadie me escucha**", del director Gilberto Carmona, en donde se logró un reconocimiento siendo seleccionado para pasar en la **Cineteca Nacional**, como un ciclo de "**El Cine y la Radio**".

Después de esas experiencias de "**free lance**", estuve laborando en una empresa dedicada al ramo de la impresión mecánica: **Litofarma S.A. de C. V.**, en donde realizaba el proceso de salida de los negativos, para los diferentes tipos de impresión, (offset y serigrafía).

Finalmente mi reencuentro con la fotografía se dió últimamente, ya que formé parte de la empresa **Foto Premier**, en donde se realizan impresiones digitales de pequeño y gran formato, con la utilización de la LED II<sup>1</sup>, trabajando el manejo del color y retoques digitales.

Actualmente me dedico al retoque fotográfico de producto y modelos en el **Estudio Segarra**, con el fotógrafo Enrique Segarra Alberu, en donde hacemos toda la producción del catálogo de **AVON**, y trabajamos fotos de clientes como Nestlé, Danone, Kellogg, Gamesa, Bisquets Obregón, etc., en colaboración con varias agencias de publicidad como FOIC LECANDA, PUBLISIS ARREDONDO, WALTER THOMPSON, PAUTA CREATIVA, PRAXIS DISEÑADORES, entre otras.

<sup>1</sup> Máquina de Kodak donde se ocupa el sistema análogo y digital para la impresión fotográfica



Primeros seis números Serie Pienso Ed. Trillas

## DOS PROYECTOS: DISEÑO EDITORIAL

### DISEÑO EDITORIAL

La formación académica es una base muy importante en la cuestión laboral, pero fuera de ello hay muchas cosas que se van aprendiendo en la práctica, definitivamente. Las bases de la formación en el diseño, te ayudan a reconocer las necesidades del cliente, y los caminos posibles a recorrer para resolver los problemas que se van presentando.

En el campo del diseño editorial existen muchos estilos a seguir para un diseñador, como son medios informativos, educativos, de entretenimiento, culturales, etc. Los medios impresos son muy necesarios en nuestra época a pesar de que la tecnología pretende desplazarlos cada vez con más fuerza, pero aún así, en cuestión de carácter informativo y educativos, siguen siendo muy importantes. Los dos proyectos que se desarrollan a continuación, son: el primero de carácter educativo y el segundo, de tono artístico, me refiero a unos libros de texto y a una revista de arte, dos cosas totalmente diferentes pero que fueron trabajos de formación editorial muy enriquecedores en mi trayectoria laboral.

### SERIE PIENSO, EDITORIAL TRILLAS

Uno de mis primeros proyectos en el campo laboral fue en diseño editorial: en concreto fue el diseño y formación de 12 libros, para nivel escolar, seis de los cuales eran dirigidos precisamente a niños de 6 a 12 años y los otros seis libros fueron enfocados a los maestros, como guía de los primeros seis libros.

El primer paso fue tomar en cuenta el tipo de público receptor y el concepto a manejar en el desarrollo del trabajo, después se formó un equipo para su realización. En este caso en particular se trabajó el concepto conjuntamente con los editores y las maestras autoras de los libros, pero es importante mencionar, que aunque la idea general ya se tenía, desarrollarla fue muy interesante.

Lo que se pudo manejar ampliamente fue el estilo, y el diseño en sí, de todo el proyecto. Teniendo lo anterior, entonces manos a la obra: para darle forma se diseñó la caja tipográfica general, la de las portadas, y algunas variantes de las páginas interiores. Después, se entregaron bocetos primero a revisión del cliente, en este caso fueron los editores y las maestras autoras de los libros con los que se tuvo que trabajar muy de cerca ya que cualquier cambio o modificación estaba a su criterio. Entonces, se dió seguimiento a la compilación de todos los elementos, tales como las ilustraciones, (parte muy importante en los libros para niños) las placas y juegos de recorte, esto es lo que los hace llamativos para ellos. Algunas de ellas fueron creaciones en acuarela de *Guadalupe Pacheco*, otras fueron creadas a línea, para después ponerles color digitalmente, realizándose en el programa *Illustrator*, y por último el texto. Teniendo todos los elementos se empieza a formar página por página, dentro del programa *Quark X Press*.

El concepto que finalmente quedó plasmado en los libros fue muy dinámico, ya que se le dió un espacio muy vistoso al contenido, con muchas ilustraciones, juegos y tareas divertidas en donde el maestro y el alumno interactúan de forma que los dos tienen el mismo enfoque de la utilización del libro, cada uno a su nivel, tomando en cuenta que es importante cautivar al usuario de tal forma que el alumno entienda perfectamente bien lo que le dice el maestro, y aprenda de una forma divertida, ilustrativa y conjunta.



## DISEÑO DE LA REVISTA Arte · Artes.

En el caso de la formación de texto existen trabajos muy convencionales, como por ejemplo: la formación de libros en donde rigurosamente es sólo texto (también se dá el caso en algunos periódicos), pero en este proyecto en especial, se trató del diseño de una revista de Artes Plásticas, en donde el diseño es, de cierta forma más libre, estético y te invita a una aportación amplia en la distribución de los elementos dentro del formato.

Arte · Artes se diseñó con un concepto muy claro; es una revista dirigida a un público que gusta del arte o que de alguna forma relaciona su vida cotidiana con el arte y la cultura. Tomando en cuenta que fue diseñada por artistas (Tomás Gondi padre e hijo), a su vez dirigida a los propios artistas y en pequeña medida al público en general, dadas las circunstancias que vivimos en el México actual, en donde es más difícil penetrar con un proyecto de arte y cultura, que con uno comercial, Arte · Artes se dá a la tarea de invitar al lector a irse involucrando cada vez más en el mundo del artista plástico, y tratando de que sea más interesante se anexan con la publicación obras originales firmadas por el artista o boletos para teatro, danza o eventos de esa naturaleza, cosa que al lector le ayuda a involucrarse de una forma divertida a la cultura en México.

Se diseñó en un formato cuadrado con el objetivo de dar más espacio, y armonía a las obras y pinturas que ahí se publican, fue algo fuera de lo común, pero nunca se perdió de vista la distribución de los elementos dentro del formato, el diseño de las cajas tipográficas ocupadas en los diferentes capítulos, la calidad del papel, cantidad de páginas, el criterio tipográfico de la edición, el diseño de la portada y el armado final fueron también puntos fundamentales dentro de su realización.

En el desarrollo, se tuvo que pensar desde un principio en un enfoque serio, dándole un estilo propio por capítulo, ya que cada uno de ellos lo conformaban los artistas plásticos en donde los mismos fueron aportando ideas, de diversas naturalezas, sumándose a reportajes diversos en donde la idea era hacer de la revista un encuentro con los artistas, lugares referentes al arte y la cultura, y finalmente con el lector. Con esto, existe un acercamiento a la vida y obra de cada uno de ellos. También, se tomaron en cuenta los avances de la tecnología y la historia en sí, misma que nos ha llevado hasta el punto que nos encontramos actualmente, en capítulos como la historia del cine, la fotografía tomando como referencia a los artistas que se exponen en algunos artículos.

Otro de los elementos que se incluyó dentro de la creación de la revista es el manejo de la traducción al inglés de todos los capítulos que la integran, esto es algo muy importante ya que abre la posibilidad a tener más lectores de la misma, dándose a conocer con el público extranjero parte de nuestra cultura y eventos que se realizan en nuestro país.



## RECUPERACIÓN FOTOGRÁFICA

### RECONSTRUCCIÓN FOTOGRÁFICA

A lo largo de la historia, la fotografía ha sido una parte fundamental en el registro de imágenes, no nada más histórico, también ha servido para conservar un registro generacional, de carácter personal dentro de muchas familias. Pero, con el paso del tiempo, el clima, entre otros, hacen que vayan perdiendo su nitidez, debido al tipo de materiales o emulsiones en los que fueron realizados.

El interés especial por conservar los documentos historiográficos recae en su naturaleza única de ser un patrimonio para conocer gráficamente nuestro pasado, a personas y lugares que han cambiado con el paso del tiempo, etc. Existen personas especializadas en la conservación y restauración de obras fotográficas, utilizando ahora la tecnología digital, ya que antes se usaban tratamientos con anti-oxidantes, particularmente sulfuro de plata, selenio y oro, pero ahora se pueden conservar esos mismos documentos digitalmente y restaurarlos al mismo tiempo dándoles un nuevo y novedoso tratamiento, en donde se recupera bastante de lo perdido del original.

### RESTAURACIÓN DE FOTOS ANTÍGUAS

La *Fotografía*, dentro de el campo del Diseño Gáfico, tiene una gran gama de aplicaciones, siendo parte fundamental, dentro del ámbito publicitario, pero también en el registro personal-generacional, aunque no hay que olvidar que, en un principio la fotografía fue utilizada únicamente para documentar imágenes, (retratos de personas, familias enteras, y para registros históricos, etc.), dichas imágenes ahora forman parte de nuestros archivos históricos.

Las imágenes fotográficas antiguas han sido registradas, más allá de nuestra memoria, además son archivos invaluable que nos sirven para reconocer nuestro pasado. Sin embargo como todo archivo o documento tiende a dañarse o deteriorarse, con el paso del tiempo y sus inclemencias como el polvo, o la humedad, simplemente. Por eso, gracias a la tecnología digital, ahora se pueden recuperar y conservar algunas fotos dañadas, que en el pasado hubiera sido imposible pensar en rescatar, y ahora casi de cualquier foto antigua con problemas de deterioro o desgaste se puede archivar nuevamente y tiene la oportunidad de mantener su valor histórico para ser conservado en buenas condiciones. Así que muchas fotos que antes caían en el olvido, ahora son rescatadas por su contenido histórico, y sentimental gracias a su recuperación digital.

El procedimiento es el siguiente, estamos hablando de fotografías de registro familiar, pudiendo haber sido dañadas por desgaste natural, en este caso se escanea convirtiéndolo así en archivo digital, y después se procede a la restauración tipo ilustración dentro del programa Photoshop, el cuál nos ayuda a unir esas partes en donde había dobleces y raspaduras, además nos sirve para archivar el documento de manera que se pueda imprimir en cualquier tipo de material fotográfico actual, las veces que se requiera.





1945

Foto: Enrique Segarra López

#### RESTAURACIÓN DE OBRA ARTÍSTICA

La conservación de la obra de los artistas plásticos, es muy importante ya que son documentos históricos son invaluable, como legado es fundamental su buen estado, considerando que son parte del patrimonio de cada nación, es necesario trabajar en su recuperación. Existen varias formas de restauración para cada obra artística, en este caso se trata del proyecto de restauración de la obra fotográfica en la trayectoria del maestro Enrique Segarra López.

Enrique Segarra López, fotógrafo mexicano, nació en el año de 1923, fue discípulo del maestro Manuel Álvarez Bravo y Gabriel Figueroa en foto fija y técnica cinematográfica respectivamente, en su trayectoria fotográfica fue paisajista y de interés humano, que ha resaltado a México de una forma muy peculiar, su obra ha sido reconocida y galardonada en innumerables ocasiones y por su trayectoria tan amplia, tiene un archivo muy extenso, que por el paso del tiempo irremediablemente se ha ido deteriorando.

El proyecto conjunto con el Maestro Segarra ha sido digitalizar su obra más representativa para archivarla en sistema digital, recuperando su calidad principalmente y mejorando las luces y sombras que caracterizan su trabajo, que muestra de manera gráfica y puntual en su libro *"A la Vera del Camino"*. Para conservar la esencia de su obra, todo esto ha sido bajo la tutela del artista, que ha encontrado una herramienta nueva para enriquecerla, con el programa photoshop, el cual le ha ayudado detallando a su criterio algunas cuestiones que hubiera querido realizar análogamente en su momento, pero que ahora utilizando la maravilla de la tecnología, ha logrado darle el detalle deseado a su obra, lo que en su tiempo jamás hubiera imaginado.

La experiencia ganada trabajando con el Maestro Segarra, ha enriquecido enormemente mis puntos de vista sobre la fotografía, en la técnica y el balance que le dá a su obra, pero nada comparado con lo gratificante que resulta su plática y su compañía, ya que para mí en lo personal es un honor el haber trabajado conjuntamente con un artista de talla internacional, y de una calidad humana tan grande, como lo es el propio Maestro Enrique Segarra López.





Foto ALAN MARTIN/ American Express

## RETOQUE FOTOGRÁFICO

### MAQUILLAJE DIGITAL

El retoque digital, es como un maquillaje que se les dá a la mayoría de las fotografías publicitarias y de modelos, no porque estén mal tomadas sino porque las imágenes son susceptibles a ser mejoradas y modificarlas al gusto del cliente.

Actualmente vivimos en un mundo lleno de imágenes, en donde lo importante es que se vean mejor de lo que son en la realidad. La fotografía es la protagonista principal en el enfoque de ventas de muchísimos productos que existen en el mercado; por eso que se debe cuidar mucho la apariencia de la imagen. En el caso de fotografía de modelos sucede lo mismo, ya que dependiendo de la calidad y apariencia de sus fotos, van a lograr una permanencia y competitividad, en las agencias de modelos.

Los estudios fotográficos trabajan conjuntamente con agencias de modelos, publicidad, despachos de diseño y hasta con los clientes directamente, es por eso que ahora se tiene que dar un servicio completo en el aspecto práctico, me refiero al procedimiento o desarrollo en la toma fotográfica y de la post-producción, ya que el tiempo de entrega también es un punto importante.

### ESTUDIO FOTOGRÁFICO - MODELOS

Alan Martin, es un fotógrafo mexicano que se ha dedicado especialmente a tomar fotografías de artistas comerciales, y modelos. Actualmente trabaja para varias revistas como **TV y Novelas**, **15 a 20**, **"H"**, y otras de moda muy reconocidas. Las fotografías son tarjetas de presentación para los artistas y los modelos, de ahí que es importante la manera en que ellos luzcan, para ofrecer su trabajo. Es por eso que desde que empezó la fotografía digital se aprovechó de manera que los años ya no son obstáculo, ni los kilos de más, para una buena carpeta de presentación, en la que los artistas al ser figuras públicas se ven obligados a dar siempre su mejor imagen.

Anteriormente era muy difícil quitar con retoque artístico arrugas e imperfecciones del rostro, sólo era posible con un buen maquillaje antes de tomar la foto, pero lo que sucedía con esto, era que con la potencia de las luces del set, se iba deteriorando el maquillaje y había que estar retocando, lo que hacía más tardado el proceso del estudio. Ahora esto ya no es necesario, ya que gracias al retoque digital se obtienen mejores resultados para que las fotografías queden perfectas, además de que se pueden hacer otras cosas como crear espacios y ambientes irreales o hacer fotomontajes más fácilmente.

El retoque digital, hace que el modelo o el artista se vea con un maquillaje perfecto, facciones finas y sin aquellas lonjitas que se llegaran a salir, dependiendo de las posiciones en que se haya hecho la toma, además pareciera un secreto a voces pero, en esta época ninguna foto se publica sin retoque, a menos de que sea en periódicos donde se les tiene prohibido el retoque, porque se trata de medios de información y esa es una de las reglas a seguir, pero fuera de eso ¡viva el photoshop!





#### ESTUDIO SEGARRA

Soy parte de un equipo creador de imágenes, eso es algo que me gusta mucho, porque cada vez que llega un nuevo cliente, es un nuevo reto para todos los que formamos parte de este maravilloso equipo.

Empezando por la persona que tiene el primer contacto con el cliente, de manera que le pregunta su necesidad para con su producto y nosotros le damos una pequeña orientación, de cuál sería el mejor tratamiento que se le podría dar a la imagen final de su producto. Luego teniendo clara una idea, se realizan bocetos de un tratamiento especial, dependiendo de lo que se necesita proyectar en la foto final. Teniendo idea, concepto, y boceto, se procede a realizar la toma fotográfica

Antes se trabajaban todas las tomas en placas fotográficas pero gracias a la tecnología es ahora más práctico el sistema fotográfico digital, ya que a todos se les facilita la tarea. Cuando la toma está lista después de hacer diversas de ellas, el paso siguiente es la post-producción, la cuál es totalmente digital, realizada con el programa photoshop se hacen maravillas y los imposibles que pueda pedir un cliente se vuelven posibles cuando se trabaja y conjuga con la creatividad.

El fotógrafo Enrique Segarra A. es el director del estudio, y el que lleva la batuta de las fotos, con toda la experiencia, estilo y calidad que tienen sus fotos ha trazado una trayectoria importante en la fotografía publicitaria en México, ya que es muy reconocido por su trabajo con clientes como **AVON, Kellogg's, Bisquets Obregón, Holanda, Danone** y con agencias de publicidad como **Foic Lecanda, Praxis Diseñadores, Walter Thompson, Walter Landor, Young & Rubicam, Clemente Cámara, Delta Rho Publicidad**, entre otras muchas más.

Con el cliente que se trabaja más frecuentemente es **AVON**, aquí se realizan la mayoría de las fotografías del catálogo. A pesar de que es un trabajo cotidiano, aún así existen retos a resolver que se nos van presentando día a día, (desde los bocetos hasta el retoque) campaña tras campaña, sin olvidar que lo importante es que los productos resalten con el retoque y estilo adecuado, principalmente para que se vean muy limpios y atractivos para el consumidor.



D.G. MARICRUZ MONTES DE OCA ENRÍQUEZ



Table Top Collection Celutex

2004

## CURRICULUM



Mi nombre es **Maricruz Montes de Oca Enríquez**, nací el 28 de noviembre de 1975, en la Ciudad de México. Estudié la licenciatura en Diseño Gráfico en la Escuela Nacional de Artes Plásticas, de la UNAM, durante el periodo 1994 - 1997, después de haber cursado el bachillerato en el Colegio de Ciencias y Humanidades, Plantel Sur, perteneciente a la misma institución.

Actualmente trabajo como freelance, realizando imagen corporativa, impresos, páginas web, promocionales, material pop, interactivos, etc.

Anteriormente, trabajé en un despacho de diseño llamado Econografic, durante un año, realizando principalmente impresos e imagen corporativa. Teniendo al mismo tiempo, otros proyectos de manera independiente.

En enero del año 2000, me fui a vivir a la Cd. de Puerto Vallarta, Jalisco, allá trabajé en PVNET, empresa dedicada a brindar conexión a internet, hospedaje y diseño de páginas web. En dicho lugar, era la encargada de diseñar la publicidad de la empresa, además de los diferentes sitios web para los clientes externos.

En Puerto Vallarta tomé un curso de inglés y reforcé mis conocimientos en diversos programas especializados en diseño gráfico y diseño de web.

Regresé a la Cd. de México en mayo de 2002, sin embargo sigo realizando proyectos para PVNET y otras empresas de aquel lugar.

Tiempo atrás, en septiembre de 1998, comencé a trabajar en Compañía Industrial de Cobertores, en donde hacía diseños textiles, aprendí mucho trabajando en esta empresa, el uso del sistema Macintosh, manejo de color y algunos programas especializados en diseño textil. Trabajé aquí hasta enero del año 2000.

Cuando salí de la universidad hice varios trabajos de manera independiente, tanto de diseño gráfico como decoración de interiores.

He tomado cursos como: Historia de la India, El Hombre su Micro y Macrocosmos, Panorámica del Barroco en Europa y en México, entre otros.

Realicé mi Servicio Social en el Fondo de Cultura Económica, en el área de Diseño Publicitario.

Además del diseño gráfico, me encanta la fotografía, he hecho fotografía publicitaria y de estudio. Por supuesto que algunos de mis diseños cuentan con tomas hechas por mí.



Table Top Collection Celutex

## EMPAQUE: TABLE TOP COLLECTION, CELUTEX

### DISEÑO DE EMPAQUE

El diseño de empaque o embalaje es algo que debe tener una investigación de mercado, que respalde el diseño, ya que se ponen en juego las ventas del producto.

El diseño debe ser de tal manera, que sobresalga de entre los otros, que posiblemente estarán colocados en un anaquel junto al nuestro.

Claro que el producto debe de ser bueno, pero el diseño hará que el posible comprador, ponga su vista en él y lo levante para darle un vistazo.

Además, con dicha investigación, nos daremos cuenta a que tipo de cliente irá dirigido el producto, saber el precio es importante también; y por supuesto las características físicas del producto, para saber cual será el formato más adecuado del empaque.

En fin, puede ser toda una aventura, diseñar el empaque de un producto. Pero sí es importante seguir el camino adecuado.

### DESARROLLO DEL PROYECTO

Este proyecto surge de la necesidad del cliente, de introducir al mercado norteamericano, su colección de juegos de mesa, llamada "**Table Top Collection**", para ello se trabajó no sólo el empaque que analizaré en esta ocasión, sino además: flyers, hojas informativas y etiquetas para las cajas contenedoras.

El cliente buscaba, además de reforzar su marca "**Celutex**", resaltar el origen del producto, el cual está hecho con tela de celulosa (papel), pero al mismo tiempo dejar en claro que se trata de un producto resistente y muy práctico. Es por ello que la imagen del bosque tiene mucha importancia dentro del diseño.

Se comenzó por las tomas del producto, se hicieron varias de éstas, obviamente con todos los modelos de la colección, se realizaron en exterior y otras en interior, el cliente hizo la selección. El segundo paso fue idear la forma del empaque, ya que hay 2 opciones de compra, para 4 y/o 6 personas, por lo cual se decidió marcar dos dobleces, y el empaque será sobrepuesto y se envolverá junto con el producto en una bolsa de celofán.

Posteriormente se procedió a trabajar con la marca y el nombre de la colección. A la marca sólo se le dieron efectos en photoshop y se hicieron varias propuestas para la tipografía de el nombre de la colección, se seleccionó ésta ya que contrastaba en la forma con la de la marca. De igual manera se hicieron las propuestas para la tipografía de la lista de características y el cliente eligió una manuscrita. También se hicieron varias propuestas de color, los que se seleccionaron nos ayudan a reforzar la imagen del bosque y resaltan la fotografía del producto, además de que contrastan con el color de la marca.

Se procedió luego, con el diseño de la parte posterior del empaque. En ésta se reforzó la imagen del frente y se enlistaron las características del producto, tomando en cuenta las disposiciones oficiales de etiquetado. Se diseñaron diversos íconos para reforzar los textos.

El cliente quedó muy satisfecho con el resultado.



dípticos: "La Bottiglia,Ristorante", "Bapresa"

## DÍPTICOS: TRES PROYECTOS DIFERENTES

### DÍPTICOS: TRES PROYECTOS

Al diseñar cualquier tipo de impreso, algo muy importante es el color, lograr que el diseño quede impreso lo más cercano a lo que se ve en pantalla puede no resultar algo sencillo. Trabajar con el monitor adecuado, calibrarlo de la manera correcta y hacer pruebas de color, puede evitarnos muchos problemas.

Cabe mencionar que para mí es muy importante el darle seguimiento al trabajo, es decir, no solo quedarse en la etapa del diseño, aunque quizá el impresor sea un proveedor muy independiente a nuestro trabajo, nunca está demás el asegurarse de que el trabajo quedó impreso sin ningún problema.

Estos diseños pueden parecer algo muy sencillo, pero me ayudan a resaltar la diversidad que tiene el diseño gráfico, es por ello que presento tres ejemplos, ya que para mí es una de las cosas que me apasionan de esta carrera, es sin duda la variedad de proyectos que pueden caer en nuestras manos.

### DESARROLLO DEL PROYECTO

Los diseños que presento a continuación me agradan mucho, ya que en ellos se logró la satisfacción completa de cada uno de los clientes. Y aunque dípticos los tres, en cuestión de diseño son muy diferentes.

El primero de ellos, **"La Bottiglia"** (restaurante italiano), fue un proyecto en el que había poco presupuesto, las fotos no son del todo buenas, no tienen modelos, ni algún tipo de escenografía o ambientación, es simplemente el restaurante con su iluminación natural. Por lo tanto se eligió un formato pequeño (10.75 cm x 14 cm), sin embargo el doblez no es exactamente a la mitad, queda desfasado, manteniendo de esta manera siempre a la vista la frase: "cocina italiana". Se buscó entonces el color mas adecuado para darle calidez a las fotografías, resaltarlas y contrastar el del logo. Se agregaron degradados, marcas de agua, líneas, etc. Las fotografías se acomodaron de tal manera que no fueran rectangulares, para sacarlas totalmente de lo habitual. Los textos también tienen un acomodo diferente, se justificaron con las líneas de las fotografías, el resultado fue muy agradable, el cliente quedó satisfecho con esta propuesta, el diseño, a pesar de todas las limitaciones es muy cálido y agradable.

El segundo díptico es de autopartes, **"Bapresa"** es la empresa, este es un diseño "fuerte", obviamente contrario al anterior. En este caso, si había presupuesto, pero el cliente no tenía ni idea de lo que es diseño, ni como deben de ser las fotos para un impreso, las fotografías venían fuera de foco ó manchadas ó ambas, tuve que realizar el retoque de las mismas y en dos de las partes realicé la ilustración completa. Después de realizar lo anterior, se procedió entonces a elegir los colores, se eligieron colores oscuros ya que ayudan a reforzar el concepto. El formato es muy sencillo, media carta, sin ningún tipo de suaje. Se trazaron los logotipos de las empresas que fabrican los productos que **"Bapresa"** distribuye. También colaboré un poco en la redacción y ortografía de los textos. El resultado fue muy satisfactorio.

Es importante mencionar, que hay que guiar al cliente para obtener un buen resultado, muchas veces nos limitamos a decir que son difíciles, sin embargo sabiéndolos escuchar y tratando de brindarles la mejor opción, los resultados serán satisfactorios.



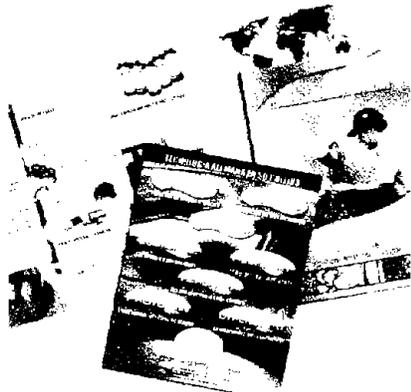
El tercer proyecto es el díptico de **"Tupaco"**, empresa dedicada a vender tubos de papel, tubo cimbra y en este caso, el díptico se hizo para promocionar la cimbra cuadrada, llamada por dicha empresa: **"Quadriform Ecológico"**. Por supuesto el cliente necesitaba remarcar las características y ventajas de este producto.

Como en el caso anterior, las fotografías eran de muy mala calidad, fueron tomadas sin ningún tipo de cuidado, algunas contenían grafitis, manchas, etc. Se procedió entonces con el retoque fotográfico. Posteriormente se seleccionaron los colores, se eligieron en base a los del logotipo. Con un degradado se les dio la importancia requerida a las fotografías, a las cuales también se les puso un marco y se les dio un efecto en photoshop. El concepto, se reforzó con trazos geométricos, con ciertas transparencias y efectos. Las curvas le brindan frescura y movimiento al diseño. El contraste entre los azules y el blanco es muy agradable. En este caso, el cliente no esperaba que de su producto, pudiera surgir un diseño tan agradable. Obviamente quedó plenamente satisfecho y ha obtenido muy buenos resultados con la distribución del díptico.

Me gustaría mencionar que, cada proyecto, cada día, traen consigo aprendizajes relacionados directa o indirectamente con esta profesión, nuevos programas y sistemas de cómputo, así como sus actualizaciones, nuevos métodos de impresión, soportes, tipografías, color, tendencias, etc., así como una gran variedad de conocimientos que quizá nunca imaginaste adquirir, hacen que esta profesión esté llena de matices y contrastes.

Un día puedes empaparte de la información necesaria para diseñar el logotipo de una empresa agrícola, al día siguiente puedes estar bocetando lo que será un díptico para una tienda de refacciones automotrices y unas horas después puedes estar diseñando la página web de algún complejo turístico; esta diversidad te mantiene realmente ocupado, ya que no te puedes estancar, tienes que saber de todo.

Esa diversidad no radica solo en los diferentes proyectos que puedes desarrollar, si no también en las áreas de nuestra profesión en sí. Cuando yo comenzaba a trabajar hice pintura decorativa, después diseñé algunos muebles, trabajé también en diseño textil y luego en diseño web, me encanta la fotografía y he hecho fotografía de retrato y publicitaria, no puedo decir que es lo que más me gusta, ni mucho menos cual es mi especialidad, sin embargo creo que el haber estudiado esta carrera, me dio muchas bases para poder desarrollar dichas actividades.



folleto y hoja informativa, Helm

## FOLLETO Y ANUNCIO: HELM

### FOLLETO Y ANUNCIO

Este proyecto fué muy importante en su momento, ya que el cliente, **"Helm de México"** también lo es. Helm es una empresa de origen alemán fundada en 1966 en la Cd. de México, forma parte de una organización internacional con más de 70 oficinas en todo el mundo.

Sus actividades en México comenzaron con la importación y distribución de materias primas para la industria farmacéutica y se fueron diversificando con productos para la industria alimentaria y de nutrición animal, siendo ahora líder en estos mercados.

Este proyecto pretendía ayudar a esta empresa a introducir al mercado su nueva línea de agroquímicos (insecticidas, fungicidas y herbicidas), para lo cual se necesitaba una imagen tal, que representara las características de una empresa alemana, de confianza para los agricultores mexicanos.

### DESARROLLO DEL PROYECTO

Para iniciar este proyecto, la principal limitante fué, que no se podía cambiar absolutamente nada del logotipo, ni siquiera se podía ponerle algún efecto, solo se le puso un reflejo, pero obviamente este se encuentra fuera del espacio establecido para el logo. Además se tenía que agregar un planisferio en donde se indicaran los lugares donde está presente Helm.

Para reforzar la idea de tecnología alemana, se pensó en la textura metálica. En este caso también se hicieron algunas de las tomas fotográficas. La foto principal de la portada del folleto la hice yo y obviamente también se retocó. La idea de ésta imagen es mostrar que Helm trabaja en conjunto con los agricultores, para brindarles soluciones específicas a cada uno de los problemas que se les presentan en sus cultivos.

En este proyecto, también se diseñaron las marcas de los productos, además de hojas con la información de cada uno de los productos, material pop, promocionales, etc.

Para iniciar con el diseño del folleto, se estableció primero que nada el formato del mismo, es tamaño carta, con una solapa de 11 cm. Después se definió la información a incluir. El concepto ya se había establecido para toda la campaña y como mencioné anteriormente también se había elegido la imagen a incluir.

Las foto de los diferentes cultivos fueron tomadas algunas de bancos de imágenes y otras fueron proporcionadas por el clientes.

Para los alemanes es muy importante dejar en claro que ellos tienen la tecnología más avanzada y que sus productos cuentan con una gran calidad y brindan las mejores soluciones del mercado.



En el diseño del anuncio se requería resaltar las marcas, para que empezaran a familiarizarse con ellas, los agricultores. Se buscó la imagen de un cultivo sano y atractivo, esta fotografía se adquirió de un banco de imágenes. En la parte de arriba se agregó la imagen del globo terráqueo, de manera muy sutil y a las marcas se les dio una sombra en el cultivo, lo cual indicaba que las mismas venían del espacio.

En la parte de abajo se utilizó también la textura metálica, para seguir con el mismo concepto de toda la campaña. En la hoja informativa, por ejemplo, abajo de cada marca se describían brevemente, las características de cada uno de los productos.

Es importante decir, que en este caso el cliente fue muy limitante, los alemanes tienen una forma de pensar muy rígida y tuvimos que hacer muchos cambios, hasta obtener el resultado que se muestra.

Finalmente el cliente quedó satisfecho, sin embargo en ocasiones puede ser muy desgastante, sino se tiene la suficiente paciencia.

Estas muestras representan una pequeña parte de mi trabajo, no puedo decir si son o no las mejores, simplemente son las que han dejado completamente convencidos a cada uno de los respectivos clientes. Quizá debería mostrar algo que no me haya dejado tan satisfecho, pero la verdad es que esos diseños prefiero dejarlos muy bien escondidos. Sin embargo, debo aclarar que de estos últimos es de los que más he aprendido.

Podría citar muchos autores y miles de comentarios, solo puedo decir que desde el serigrafista, el impresor, compañeros de trabajo, familiares, sitios de internet y por supuesto libros y revistas, relacionados o no con el diseño gráfico, tienen algo que aportar, solamente hay que ser muy perceptivos y saber que es lo bueno y lo no tanto que hay que captar de cada uno de ellos.

Los comentarios expresados son una acumulación de lo vivido, leído, oído y por supuesto aprendido en mi trayectoria. Sé que falta mucho por aprender y que afortunadamente cada día hay algo nuevo para hacerlo.

Hoy puedo decir que quizá no estemos en la mejor época, ni en el mejor lugar para el diseñador gráfico, ya que falta mucha cultura de diseño en nuestro país, sin embargo creo que buscando oportunidades, clientes y diferentes maneras de aplicar y desarrollar los conocimientos adquiridos, se pueden ir saltando muchos obstáculos que impiden disfrutar esta profesión al cien por ciento.

D.G. GERARDO NAVARRO ARANDA



Logotipo "La Casa del Periodista"

2001

## CURRICULUM

Mi nombre es Gerardo Noé Navarro Aranda, nací en la Ciudad de México el 22 de agosto de 1974, actualmente vivo en el Distrito Federal en Ingres 115 edificio c int. 103 Col Mixcoac.

Siempre he pensado que no hay nada más atractivo al ojo y a la interpretación de lo que somos y hacemos en una sociedad que una IMAGEN, esa inclusión de líneas y trazos a un lenguaje que siempre se verá enriquecido por colores y formas. Y qué mejor que el desarrollo profesional de un Diseñador Gráfico aplicado a este lenguaje de imágenes.

El interés me nació desde la primaria, al querer destacar en los trabajos que implicaban dibujo y aunque el manejo de técnicas era muy simple, siempre trataba de aportar algo que demostrara la diferencia entre los demás; sobre esta misma fórmula, ingresé a la secundaria donde me inscribí al taller de dibujo técnico, pero la rigidez del mismo sólo me permitió ubicarlo como una materia más que tenía que cumplir y de alguna forma buscaba expresarme artísticamente en dibujos particulares, al ingresar a la preparatoria concluí favorablemente los dos primeros años, un poco apartado de las cuestiones artísticas y en el último año fue donde decidí introducirme al área de Artes Plásticas.

Fue en 1992 cuando la personalidad gráfica tomó forma y con una favorable aceptación, ingresé a la Escuela Nacional de Artes Plásticas (ENAP) concluyendo en 1996. Dentro de este periodo busqué introducirme en software de diseño, así que busqué una escuela alterna para aprender computación, después de dos años de estudios me inicié en el trabajo profesional de 1994 a 1996, trabajando para una empresa de diseño ubicado en el Pedregal, despacho COMUNICA, en el cual realizaba formación de gacetas, libros y revistas, todo esto mezclado con aprendizaje, experimentación y errores, algo inevitable en un proceso de evolución. Al finalizar mis estudios busqué trabajo en otro lado, en donde me topé con la parte técnica de un Diseñador Gráfico, todavía alejado de la aportación conceptual para la cual me estaba preparando, esto tuvo lugar en la imprenta Artes y Reproducciones Gráficas, ubicada en Isabel la Católica, de 1996 a 1998 y así aprendí la complicada parte de formación y cuestiones técnicas de impresión.

En ese tiempo me nació la idea de tener mi propio negocio y decidí montar un pequeño despacho de diseño junto con dos compañeros, el proyecto que ha durado más de 7 años desde 1998 se llama Camaleón y como dueño del mismo me permitió dirigir totalmente la calidad y funcionalidad de los trabajos, pude explotar mi creatividad y desahogar esquemas conceptuales para empresas como SERPAPROSA, SSP, DELEGACIÓN MIGUEL HIDALGO Y MERCEDES BENZ, ENTRE OTRAS.

Dentro del proceso de crecimiento y dando servicio por proyecto a una Agencia de Publicidad (TRIMEDIA) año 2002 nos invitaron a formar parte de este equipo y actualmente somos filial de la misma. Camaleón labora en las mismas oficinas ubicadas en Av. San Jerónimo no 397 al Sur de la Ciudad, he tenido una evolución favorable que ha pasado desde Diseño Gráfico y su parte técnica, hasta un conocimiento global como Director Creativo, realizando estrategias publicitarias para los clientes y coordinando el desarrollo de los gráficos con un grupo de compañeros expertos en cada área.

Y como todo en la vida es un proceso a veces lento pero exitoso, buscaré siempre estar involucrado en lo que a fabricación de imágenes se refiere en el terreno comercial, conceptual y artístico con proyección a legibilidad universal de las palabras traducidas en imágenes.



Logotipo Institucional

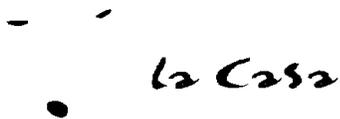
2001

## LOGOTIPO: LA CASA DEL PERIODISTA A.C.

### INTRODUCCIÓN

La aplicación de un logotipo es la carta de presentación de cualquier empresa o institución que, si el diseñador gráfico logra transmitir a través de su trabajo y de la información obtenida, podrá mostrar de primera instancia el giro de la misma.

Este logotipo surge de la necesidad de darle una identidad gráfica a la Asociación "La Casa del Periodista" que aunque su organización interna ya existía, buscaban UNIFICAR la personalidad de la institución, así como la identificación de la misma en el público general y de aquí es donde se desprende el estudio que se hizo para llegar al trabajo final.



### DESARROLLO DEL PROYECTO

El cliente me marcó los parámetros que querían reflejar en su identidad gráfica y surgieron palabras claves de toda la información que me brindaron, este logotipo lo desarrollé, al servicio del Despacho Gráfico Camaleón, idea propia en donde tenía el cargo de creativo.

En acuerdo con el cliente le dimos al logotipo una personalidad artística, porque los Directores de la Asociación plantearon que sus ideales eran construir un periódico y boletines que siempre hablaran con la verdad, sin necesidad de estar bajo el yugo de cuestiones políticas y sometidas por la opinión de una sola persona con efectos de poder.

En conclusión La Casa del Periodista busca ser transparente en opinión e información, dirigida al público fuera de los trabajos que cada periodista asociado tiene y que, en muchas ocasiones, se veía limitado en sus opiniones.

Al platicar con algunos periodistas, me di cuenta de que hablaban del origen y la importancia de la palabra como una pieza única esculpida para atraer al lector y de ahí, me surgió la idea de tomar como referencia para el tratamiento de mi logotipo la corriente pictórica cubista que aunque las personas que conocen de las artes plásticas no es necesario explicarlo, sabemos que el cubismo es una deformación de lo que la gente conoce como realidad y le da su propio significado.

El logotipo se compone de la transición de unas hojas de papel tal cual, que terminan transformándose en un rostro dibujado que, de manera deliberada o accidentada, se muestra como un boceto, justificando que cualquier escrito es producto de lo que nuestras sociedades hacen, es decir, cada uno de nosotros colabora con lo que llamamos noticia.

Posteriormente busqué colores que fueran atractivos visualmente y opté por dos: el negro fue la opción para dejar el color institucional y busqué un verde olivo que le quita seriedad y anexa dinámica y modernidad. Por último, y como todos los logotipos en una exigencia del diseñador, mi gráfico fue estudiado para que pueda ser utilizado en planos dimensionales, bidimensionales y tridimensionales para evitar carencias de adaptación.

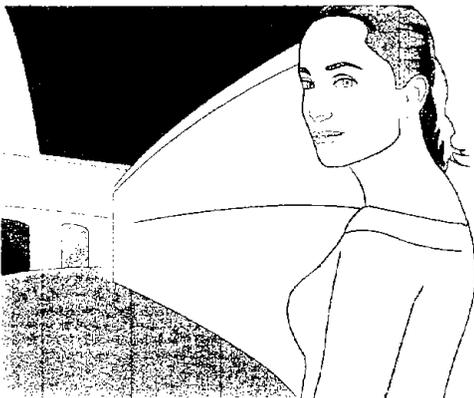


Ilustraciones UNIVER

## ILUSTRACIÓN DIGITAL: UNIVERSIDAD "UNIVER"

### INTRODUCCIÓN

La herramienta computadora se ha vuelto un aliado para la realización de ilustraciones de alta calidad y aunque los ilustradores siempre buscarán que técnica utilizar dependiendo el proyecto, la optimización y rapidez son puntos a favor para los diseñadores gráficos.



### DESARROLLO DEL PROYECTO

Mi participación fue requerida en la agencia de publicidad TRI MEDIA como Director de Arte para el cliente UNIVER; Universidad que tiene presencia en todo el país y buscaba destacar en publicidad por las universidades de su nivel; como Grupo ICEL y Universidad México, analizando su publicidad anterior el Director del plantel mencionaba que era anticuada y muy simple y que a cualquier gráfico realizado por ellos, sólo bastaba con cambiar el nombre y podía ser de cualquier institución, es decir: fotografías mal tomadas, alejados de cualquier composición artística, de colores deslavados y utilizando un catálogo de tipografías dentro de cada pieza publicitaria, eran gráficos sin identidad.

Dentro de todo este análisis sugerimos una nueva estrategia publicitaria para poder llegar a un público específico y desarrollamos una publicidad dirigida, y no de masa como comúnmente pasa.

Aquí es donde se desprende mi participación como ilustrador y aunque fui parte de todo el concepto estratégico quiero destacar en esta parte de mi experiencia laboral, la construcción de ilustraciones en computadora.

Después de varias reuniones con el cliente y de un concepto establecido, se propuso que las piezas gráficas tuvieran ilustraciones, que suplieran las comunes fotografías ya que nuestro principal público objetivo eran los jóvenes, como protagonistas de la Universidad, buscamos situaciones que identificaran perfectamente a este grupo y adecuamos ilustraciones tipo retro a línea en tonos azules, característico de las portadas de disco, invitaciones a antros etc...

El cliente estuvo de acuerdo e hicimos varias pruebas hasta llegar al producto final.

En un principio se pensó en ilustraciones de color con mucho detalle pero insatisfechos, detectamos que todavía estábamos muy parecidos a las fotos y nuestra publicidad tenía la necesidad de destacar.

Posteriormente buscamos más retención en el espectador y el producto final fue el siguiente:

Nuestras piezas fueron adaptadas para pendones puestos en el edificio, trípticos informativos de las carreras, papelería y el más importante, se realizó un comercial transmitido en Telehit y Mtv.



Cartel MICROSOFT

## INTRODUCCIÓN

La problemática del cartel en México a nivel publicitario es el exceso de patrocinadores e información, tratando al lector mexicano como un débil mental y sugiriendo en el producto final, más que un cartel, un instructivo de producto. Dentro de esto el Diseñador Gráfico tiene la necesidad muchas veces de limitar o ensuciar su trabajo y en ocasiones se ve favorecido con pocos elementos que permiten una buena lectura de su trabajo.



## CARTEL: ALIANZA CONTRA LA PIRATERÍA / MICROSOFT

## DESARROLLO DEL PROYECTO

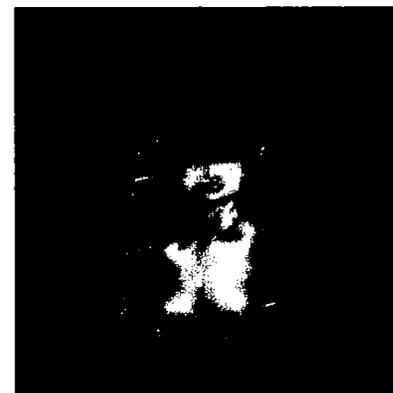
Lo que da inicio a este proyecto es la necesidad de hacer publicidad, requerida a la Agencia TRIMEDIA y solicitada por Microsoft, como una estrategia, apoyada en un concurso a favor de los alumnos de Mercadotecnia del Tecnológico de Monterrey en la Ciudad de México y zona conurbada, en alianza con Microsoft, para incitar a los jóvenes a participar en una práctica donde pudieran aplicar sus conocimientos y se obtuvo lo siguiente.

Se tuvo una reunión con el cliente en donde se explicó todo el proyecto, desde la propuesta de concurso hasta las bases del mismo y los premios, junto con las piezas gráficas que daría a conocer todo esto. El patrocinador pidió tres piezas;

CARTEL  
POSTAL  
PENDÓN

Una vez aprobado, sugerimos la realización de un gráfico maestro de alto impacto con una cabeza igual de agresiva, para incitar a los jóvenes universitarios a participar, busqué una ilustración realizada por mí, en donde se sugiere una especie de monstruo o king kong, que camina devastando una ciudad y a su vez es atacado por todas las fuerzas militares, posteriormente sugerí una tipografía que remontara el gráfico a la película de Metropoli (expresionismo). Se anexaron las bases con una letra legible de fácil lectura y cerramos con los patrocinadores.

D.G. MELINA ORTEGA VALDEZ



2000

la desconocida

## CURRICULUM

Mi nombre es Melina Ortega Valdez; nací un 10 de julio de 1978 en el Distrito Federal, siendo mi ubicación actual la Unidad Habitacional Plutarco Elías Calles 62, Edif. 13-A-202, Col. Progresista, Del. Iztapalapa.  
Mi número telefónico: 044551692 0650. Mi mail: melinaquia@hotmail.com



Desde muy pequeña me nació el gusto por el dibujo, realizando así mis primeros apuntes en el kinder, siendo mi mayor desenvolvimiento a nivel secundaria en el taller de Artes Plásticas. A los 15 años, ingreso al Colegio de Ciencias y Humanidades plantel Vallejo, en el ciclo escolar 94-96 y posteriormente, a la Escuela Nacional de Artes Plásticas en el ciclo 97-2000.

Al mismo tiempo en el que realizo mis estudios universitarios, asisto a congresos de Investigación en Diseño Gráfico en la UIC; ingreso en 1999 al Centro Universitario Cultural para tomar como estudio el idioma Inglés, dando término de éste en el año 2001. Otras actividades extraescolares con las que cuento son cursos de animación tridimensional; técnica aerográfica sobre soportes tridimensionales, y en 2003 tomo un curso impartido por el Depto. de Servicios Educativos del Museo del Palacio de Bellas Artes, nombrado Creadores de Sueños: Enseñando en los museos.

Mi experiencia laboral como diseñadora gráfica inicia de manera independiente en 1997 realizando diseños de identidad gráfica para profesionales de arquitectura y de odontología y asistiendo a clases de dibujo como auxiliar o adjunta, siendo hasta 1999 cuando ingreso como diseñadora gráfica al despacho de diseño sóloun socio: hacedor de imágenes, realizando funciones básicas de desarrollo de proyectos, más adelante hago más participación dentro del despacho impartiendo a la vez cursos de dibujo y de animación. Mi participación en este despacho se da por terminada en el año 2002.

Al egresar de la carrera, poseía de otro medio tiempo para laborar, por lo que hago participación en sociedad en un despacho de diseño llamado Quía en el 2000.

Realizo participaciones en programas sociales del INSEN en el 2001, desarrollando diseño de publicaciones y eventos como Una Cana al aire.

En el 2001 ingreso a Monofaber SA de CV, empresa dedicada a la producción de escenografía, utilería, puppetes, botargas y vestuario fantástico, comenzando como colaboradora o asistente de producción, y terminando con el cargo de coordinadora de producción y asistente de dirección de diseño, concluyendo mi participación en el año 2004.

Junto con las actividades anteriormente mencionadas (1997-2004), continuo con mi desarrollo profesional como freelance, realizando imagen corporativa, impartiendo cursos de diseño editorial, diseño de catálogo para proveedores de OMNI life, diseño y aplicación de identidad gráfica para la organización Redes de Maestros y Maestras Animadores de la Lectura 2003; propuesta de levantamiento de escenografía en ilustración tridimensional para la obra teatral El Graduado; diseño y producción de botarga para la Feria del Libro en Tijuana - Pabellón Infantil 2004; diseño y producción de botarga para obra teatral en Oaxaca 2004 y por último mantenimiento de producción de botargas Dr. Simi para Farmacias de Similares.

Actualmente sigo freelanceando y como objetivo a mediano plazo, deseo realizar trámites para ingresar a una segunda carrera universitaria: Enseñanza de Inglés.



ilustración tradicional y digital

## CALENDARIO: ILUSTRACIÓN MIXTA

### CALENDARIO 2001

La Ilustración como una de las aplicaciones dentro del Diseño Gráfico debe tener la característica de que a pesar de ser en gran parte imagen, deberá estar documentada para poder realmente explicar o fundamentar determinada información, sería como trabajar sin un vínculo determinado. Para la obtención de un resultado en esta área se han realizado y retomado muchas formas de representación a lo largo de la historia, desde corrientes artísticas hasta el recurrir a las formas de espontaneidad y efectos que den vida particular y personal a la ilustración, es por eso que ésta ha sido implementada en diferentes medios como lo es en la ilustración editorial, que es la aplicación que expondré en este proyecto.

La realización de este proyecto consta en la elaboración de un calendario siendo la temática principal el cuerpo humano a nivel expresivo. El objetivo de la elaboración de este soporte es para mostrar o representar visualmente las diversas maneras en como se puede realizar una ilustración incluyendo como parte de ella, la manipulación de imágenes.

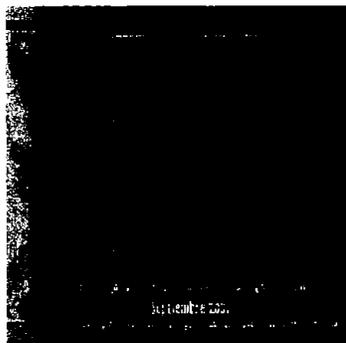
### DESARROLLO DEL PROYECTO

Como es conocido, el calendario tiene la función de formar parte de una herramienta de organización para la mayoría de las personas, pero en muchas ocasiones, estos soportes gráficos son desperdiciados visualmente, es decir, las imágenes en muchas ocasiones tratan de representar al mes en curso del usuario sin una mayor cualidad ni calidad dentro de éste, simplemente la mayoría de ellos son utilizados como medio publicitario sin mantener coherencia alguna en aspectos visuales, siendo lo más importante la estructura de fechas dispuestas dentro o fuera de la imagen. Otros casos tratan de representar una idea puramente visual para adomar un espacio determinado.

En el caso de la realización de este calendario es en perfil de la fusión de la ilustración tradicional con el uso de aspectos tecnológicos como lo es el caso de la digitalización, teniendo como base formas no del todo figurativas, pero siempre estableciendo una relación de lo que es el diseño gráfico como parte de dicha fusión. El objetivo es el de adquirir y mostrar una manera más libre para un soporte visual, demostrando que las estructuras o cajas tipográficas no deben ser del todo cerradas y de tipo convencional. Es por eso que se dará más movimiento gráfico con la misma tipografía a manera que logre integrarse al diseño.

El diseño del calendario consta de lo siguiente:

- El cuerpo humano como temática primaria, siendo relacionado con textura visual.
- Manipulación de 12 imágenes teniendo como base la ilustración tradicional, y terminando con aplicación de tipo digital.
- Cada hoja del calendario tiene la propuesta de un formato aproximado de 14x14 cms., a manera que sea parte del concepto visual o de la obra.
- Cada día es representado por la primera letra de cada uno de éstos, relacionándose con la fecha a manera de formar una nomenclatura, dando un mayor dinamismo.



- El objetivo que caracteriza al calendario es de poder ofrecer una organización por medio de fechas del año, pero siendo enfocado (y de manera más específica) en el contexto visual.
- El calendario sale de un formato específico, al igual que su mecanismo, es por eso que fue diseñado uno que pueda brindarle una estabilidad sobre una superficie fija, pero con un movimiento giratorio para que cuando el usuario disponga de éste, pueda moverlo para tener acceso en cuanto a la imagen.

El proceso de trabajo fue el de la realización de ilustraciones a nivel bosquejo y otras a nivel de técnica plástica, una vez terminadas, procedí a digitalizarlas al igual que elementos simples como periódico, telas, textos, etc.; cambié fondos, hubo realización de maqueteo en zonas del dibujo y elaboré texturas combinándolas con las imágenes dentro del formato propuesto y por último formé el diseño editorial con las imágenes, unificando las cajas tipográficas, colores y línea de diseño. El dummy presentado fue con una base de madera y las impresiones en cartulina opalina. La manera en como se realizó el proyecto a la realidad fue lo más parecido al dummy original, pues la reproducción fue de 5 piezas, debido a lo anteriormente expuesto.

El calendario fue realizado en el año 2000, y el objetivo de que impactara visualmente y que la gente lograra conservarlo, se cumplió.

La forma en como fue solucionado este proyecto, ayudó a que al año siguiente realizara nuevamente un calendario; la única diferencia es que éste fue elaborado para el INAPLEN y el material que debía contener ya era proporcionado, por lo que facilitó en parte el trabajo, pues ya no era a nivel personal pero eso no descarta la posibilidad de aplicar la experiencia del control de imagen y texto que era lo que más predominaba en ese proyecto por indicaciones del director de dicha institución.



2004

botarga para pabellón infantil-feria del libro Tijuana

## BOTARGA: FERIA DEL LIBRO - TIJUANA

### FERIA DEL LIBRO TIJUANA 2004

Así como la información y los medios cambian, la manera de manifestarse en representaciones también lo hace. Son muy diversos los fines con los que se cuentan (en el ámbito publicitario), pero todos son en el ámbito informativo y de comunicación; la diferencia es la representación. Era más común ver personajes con aspecto teatral o mascotas deportivas, que otorgándoles la función de promover. Desde hace aproximadamente más de una década se ha incrementado el uso de operar lo que es llamado botargas, que son precisamente los personajes o mascotas institucionales operadas por una persona (con aspectos físicos específicos) que, con el objetivo publicitario, salen a la calle o permanecen en establecimientos promoviendo su propia empresa, con el fin de poder establecer una conexión producto/ institución /cliente, derivándose de esta promoción específica de un producto o campaña publicitaria auxiliándose de otros elementos promocionales, como puede ser la degustación, regalos, folletos informativos, entretenimiento, etc.

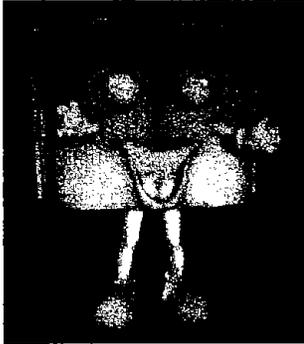
### DESARROLLO DEL PROYECTO

En el siguiente proyecto a exponer, se describirá la producción de una botarga para la Feria del Libro en Tijuana 2004 (17 IMAC), para el área de pabellón infantil. El determinar producir una botarga como medio publicitario, fue con el fin de que los visitantes de la feria pudieran identificarse e integrarse a las actividades realizadas durante el evento, siendo también como objetivo, identificar la ubicación del pabellón infantil, que es un área de enfoque para inculcar la lectura a los niños como parte de su cultura, siendo ellos los principales usuarios de interacción con esta aplicación de grandes dimensiones.

Por lo general, el producir una botarga implica seguir la imagen, proporciones, colores que representen la empresa que desea promoverse, por lo que en la mayoría de las ocasiones, ellos son quienes indican la forma, personaje o mascota a producir, pero de igual manera, cuando se tiene el objetivo a seguir, se deben realizar modificaciones de acuerdo a cómo será tridimensionalmente, pues una vez que la imagen se convierte en objeto, las visiones cambian. Lo expuesto es un ejemplo de lo aplicado para la botarga de la Feria del Libro en Tijuana.

Los organizadores de este evento enviaron la imagen de lo que representaría a la Feria del Libro, por lo que no era autorizado realizarle grandes modificaciones al dibujo; en este caso el cliente es quien indicó las características de cómo deseaba la botarga, su altura, sus colores (en caso de que pueda existir un cambio de ellos). A los organizadores, como clientes, se les expuso lo que era o no viable para la realización de la botarga, pues al convertir la imagen a un plano tridimensional, existían opciones de no coherencia entre la posición, espacio y proporción entre los elementos, por lo que en este caso en particular, se propuso lo siguiente:

- Jugar con la mirada, la espontaneidad de los ojos al recibir un acabado de brillos o reflejos en éstos; se sube las cejas para dar mayor dinamismo de fantasía en el personaje.
- A elementos tales como guantes y zapatos, se les da mayor vida al crear volumen con el fin de enfatizar zonas planas, simulando provenir de algo fantástico.



- Los colores de la botarga, fueron respetados a lo que el organizador indicó (naranja y verde), pero debido a que los colores propuestos por la propia organización eran demasiado contrastantes, fue necesario bajarlos un poco al aplicar los mismos colores con aerógrafo, pero en otro tono más bajo, teniendo como objetivo crear un volumen general en todo el personaje. Se puede pensar que no es necesario simular más volumen del que se obtiene por la tridimensionalidad, pero es necesario para dar terminados ya sea por enfatizar zonas de aplicación o definir rasgos, según sea el caso a realizar.
- Dentro del proceso de producción se realiza el trazo a tamaño real de la botarga, se sacan patrones para construir estructura y forros y por último se dan acabados con pintura aplicada con aerógrafo.
- Cuando un trabajo de este tipo es realizado para lugares donde la temperatura constantemente es alta, es necesario prever situaciones en las que pueda deteriorarse la botarga, por lo que se colocan aplicaciones internas a manera de refuerzo a la estructura, siendo ventiladores y extractores otro medio de prevención.
- Solamente se realizó una botarga como medio publicitario para el evento descrito. La botarga fue realizada en el 2004, siendo entregada semana y media antes de la presentación oficial en la inauguración.
- En este trabajo hubo colaboración de Francisco Carrillo B. y Daniel Jiménez.

En muchas ocasiones, el cliente piensa que al estar recomendando o proponiendo materiales para su producto promocional, es por querer obtener mejores ingresos económicos de ellos, pero la realidad es otra. El hecho de buscar, proponer y aplicar determinados materiales es con el fin de que el producto sea duradero y más para un evento que abarca gran parte del día y que está situado en un lugar caluroso, es por eso que son aplicados materiales fáciles de limpiar, remover (en dado caso que sea requerido), que no sean pesados, y sobre todo que sean duraderos, pues debido al contacto con el cliente, suele pasar que ensucian de comida, o jalan al personaje, etc. además de la posibilidad de que el operador no de el uso y mantenimiento adecuado a la botarga, por eso al organizador o cliente se le da una guía e instrucción del uso correcto del personaje, para que tenga mayor tiempo de vida y que la apariencia sea lo más impecable posible. Esto no significa que el producto elaborado tenga mala calidad de producción, es casi imposible impedir que se ensucie la botarga, pero en gran cantidad la responsabilidad corre por parte del operador.



cartel de 43x65 cms.

## CANA AL AIRE

La presentación de publicaciones para eventos masivos requiere de un determinado número de reproducción, por lo que implica tiempo y presupuesto. Algunas ocasiones, instituciones de tipo gubernamental no pueden avanzar hasta que les sea autorizado tanto el diseño como el costo por reproducción, limitándose a realizar licitaciones entre los creadores, impresores, proveedores, etc., para poder llevar a cabo un proyecto a la luz. Uno de estos casos es el del INAPLEN, ahora llamado INAPAM. Esta organización cuenta con una gran demanda de publicaciones y con falta de presupuesto para realizarlas. Esta institución está dedicada a dar la mejor calidad de vida a las personas adultas mayores en ámbitos físicos como informativos, y les da un pequeño festejo año con año con el evento Una Cana al Aire, en el cual, los abuelos celebran su día acudiendo a bailar con las mejores danzoneras.

El área de Comunicación Social del INAPLEN, me dio la tarea de realizar solamente cuatro aplicaciones: Flyer, 2 Banners, 2 Carteles y 2 Lonas.

## INAPLEN: CANA AL AIRE

### DESARROLLO DEL PROYECTO

El objetivo era de informar sobre el evento antes y durante de éste, de manera que los flyers fueran distribuidos en delegaciones, departamentos de actividad del INAPLEN, y en zonas cercanas al área del evento antes de la realización de éste, pues para asistir es necesaria la solicitud de boletos. El resto de los soportes estarían presentes el mismo día del evento.

Las condiciones del trabajo eran muy precarias, pues el evento requería de mucho trabajo a nivel organización, por lo que no podía hacer uso de sus instalaciones, en lo único que ellos podían auxiliarme era otorgándome las imágenes que deseaban estuvieran en los carteles y la información en los flyers.

Lo diseñado fue lo siguiente:

- Diseño con el juego tipográfico de la palabra Cana al Aire, en tres líneas y jugando con el puntaje de cada palabra, incluso con las capitales de la palabra una y la palabra cana, otorgando dinamismo en la lectura de cualquiera de los soportes, creando una unión de significante entre el evento y el nombre del éste.
- Selección, manipulación y edición de imágenes a incluir en los carteles y en lonas.
- Diseño de cartel de 43x65 cms, a una tinta usando fotografía manipulada y del diseño Una Cana al Aire junto con los logotipos correspondientes del INAPLEN y SEDESOL, retomando también la fecha del evento.
- Diseño de flyer media carta a una sola tinta, tomando como distinción el logotipo del INAPLEN, SEDESOL y la imagen representativa del evento, desencadenando a su alrededor la información a manera de invitación.
- El diseño de las lonas fue retomado del cartel, la diferencia es el formato y la justificación de los elementos, pues la posición de éstos varía.
- La manera de solucionar el diseño del banner, no es muy alejada del flyer, la diferencia es que el banner no posee información alguna, sólo el logotipo de SEDESOL, INAPLEN y la imagen representativa del evento, siendo esta última el punto de referencia para el diseño, pues dicha imagen consiste en un pentagrama musical, por lo que los elementos se posicionan sobre placas que lo simulan.

El haber realizado este proyecto, me dio a conocer que la falta de presupuesto no es impedimento para la realización de un diseño que sea funcional y agradable a la vista, aunque sea un flyer y con la mínima información proporcionada. Este proyecto fue realizado en el año 2001 y hasta la actualidad, se sigue trabajando de la misma manera.

D.G. DANIEL ALFONSO PAZ MARÍN



## CURRICULUM



Mi nombre es Daniel Alfonso Paz Marín; nací el 13 de Abril de 1978, en México Distrito Federal, donde resido actualmente, en Privada de Pueblo Nuevo No. 21 Col. Santa Fe, C.P. 01210. Del. Álvaro Obregón. Mi teléfono es: 04455 1495 2040. Mi mail: paz.alfonso@gmail.com.

Mis primeros estudios se desarrollan en la Primaria y Secundaria Americana, para posteriormente ingresar a la Escuela Nacional Preparatoria, plantel No. 4 "Vidal Castañeda y Nájera", donde concluyo en el año 96 e ingreso a la Escuela Nacional de Artes Plásticas, donde curso la carrera de Licenciado en Diseño Gráfico, en el ciclo 1997-2000. En este mismo año, participo en el concurso de diseño de cartel para la prevención del delito donde obtengo, mención honorífica y la publicación de la obra en distintas estaciones del metro y parabuses.

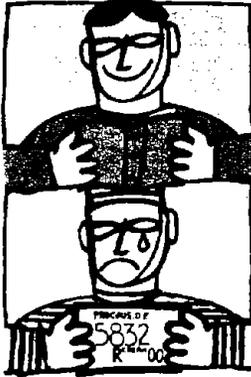
Terminando mis estudios profesionales, siendo el año 2001, realizo mi servicio social en el departamento de fototeca de la misma escuela, desarrollando trabajos de investigación y de campo en distintos museos, galerías y estados de la república. Casi al término de este, entro a laborar ocupando el cargo de asistente de diseño; a VM Integración Digital S.A. de C.V., empresa dedicada al desarrollo de proyectos de diseño como son: identidad corporativa, cd's interactivos, diseño editorial, publicitario e intranets. Asimismo, dedicada a la venta de equipo profesional de edición, para cine y televisión.

Es aquí donde participo en la realización de diversos proyectos, siendo ascendido a coordinador del departamento de diseño, en esta etapa realizo diversos trabajos, entre los que destacan: el diseño y la administración de la Intranet de Grupo Bimbo, diseño de portadas e interiores para carpetas y CD'S publicitarios, de las marcas: Bimbo, Marinela, Tía Rosa, Ricolino, Coronado, Suandy y Wonder. Además, realizo el diseño del CD de la cantante Maru Enríquez .

Al mismo tiempo coordino la participación de la empresa en la Expo Cine Video y Televisión, organizada por la revista Telemundo, con sede en la ciudad de México, en los años 2001, 2002 y 2003. Mi colaboración con esta empresa culmina en el 2004, año en el que ingreso como socio, a MedioUso.TV S.A., cuya función es la compra y venta de equipo usado relacionado con el medio del cine y la televisión, teniendo el cargo de diseñador y administrador del sitio. En el mes de junio de este año, coordino lo relacionado al diseño del stand y la publicidad del sitio, para su participación en la Expo Cine Video y Televisión, al mismo tiempo se llevan a cabo una serie de talleres y conferencias, relacionadas con la edición para cine y televisión, en las que participo como coordinador y llevo a cabo todo el trabajo de diseño necesario para su difusión y realización.

Actualmente continúo realizando el diseño publicitario y la administración de [www.mediouso.tv](http://www.mediouso.tv).

EDUCAR ES EVITAR



2000

cartel de la prevención del delito - Educar es Evitar

## CARTEL: EDUCAR ES EVITAR

### CARTEL PARA LA PREVENCIÓN DEL DELITO

Este proyecto fue realizado atendiendo a la convocatoria presentada por la Dirección General de Prevención y Readaptación Social para elaborar el diseño de cartel para fomentar la cultura de prevención del delito, cuyo fin era crear conciencia en la población, sobre algo tan importante como: la prevención del delito. Y que mejor medio para lograrlo que el cartel, ya que su función social está hecha para llegar a los diferentes estratos sociales de la Sociedad Mexicana. Ya que la función social del cartel es completamente opuesta a la labor comercial que se hace con el fin de obtener una ganancia económica; la función social se hace con el fin de crear una conciencia y una cultura que beneficie a los diferentes grupos sociales. Y que mejor que el cartel el cual se nutre de dos importantes elementos imagen + idea.

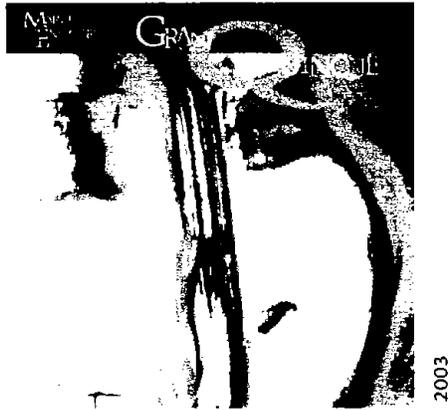
El trabajo está basado en una serie de apartados que ayudaran a una mejor realización y comprensión del mismo, los cuales se presentan a continuación:

### DESARROLLO DEL PROYECTO

Receptor: el cartel va dirigido a toda la sociedad mexicana, de todos los estratos sociales, pero me enfoqué principalmente en los jóvenes y en sus padres, a este sector en particular es a quien quise dirigir el mensaje, ya que los jóvenes son los más propensos a caer en cuestiones delictivas.

Proceso Creativo: tomando como base, la idea de que la solución a todos los problemas, de índole social es la Educación, y también en un dicho popular, los cuales son reflejo ferviente de lo que la sociedad ha ido aprendiendo a lo largo de su historia, el cual dice: "más vale prevenir, que lamentar".

De ahí partió la idea, de poner a un joven, en dos situaciones y ambientes diferentes: primero se le observa sosteniendo un libro, denotando el estudio; posteriormente se le puede observar, pero ahora sosteniendo su ficha de detención. Mostrando dos estados de ánimo como son en este caso la alegría, que se muestra en la parte del estudio, y la tristeza en la parte de estar preso, alejándolo de la alegría que da el ser un ser libre y llevar una vida tranquila. Esta idea, se complementó con una imagen, la cual se decidió que fuera una ilustración estilo francés, muy del tipo de los primeros carteles realizados por Henri Marie Raymond de Toulouse-Lautrec, esto para crear un impacto, porque este tipo de ilustraciones ya no es muy común verlas, sobre todo después de estar invadidos por el manga, y esto hace que resulten atractivas y a su vez llamar la atención del espectador, que como mencioné: va dirigido principalmente a los jóvenes estudiantes y a sus padres. Entonces, gracias a una imagen de este tipo, se logra llamar la atención de ambos, además de que este tipo de ilustración permite darle un aspecto formal y serio, por el tema que trata pero al mismo tiempo resulta agradable a la vista y rompe un poco con esa seriedad. Una vez que la imagen estuvo lista, se reforzó con el eslogan "educar es evitar", el cual es muy corto, deja explícitamente el mensaje que se quiere dar y es fácil de recordar, ya que hace alusión al dicho popular que mencionaba, el cual esta incrustado en la memoria de la sociedad no importando la clase social a la cual se pertenezca. Otra cuestión importante es hacer muy patente, "el lado bueno y el lado malo" que poseemos los seres humanos, por tal motivo una línea divide a la mitad a nuestro personaje, representando esa dualidad que tenemos.



cd discográfico de la cantante Maru Enríquez

## CD DISCOGRÁFICO: MARU ENRÍQUEZ

### CD DISCOGRÁFICO: MARU ENRÍQUEZ

Dentro de las ramificaciones que conforman el diseño gráfico, ya sea tradicional o electrónico, se encuentra la rama del Diseño Editorial, dentro del cual se ubica este proyecto, el cual abarca varios diseños, los cuales son portada del estuche, que a su vez es la portada del cuadernillo, el cual cuenta con una contraportada y con los créditos y las letras de las canciones, la contraportada del estuche y finalmente el disco.

Demandante: este proyecto fue solicitado por la cantante Maru Enríquez, prima de la también cantante Cecilia Toussaint, pero quién se define con un estilo propio, y apoyada por las letras del afamado compositor Jaime López, esta es la tercera producción discográfica de Maru.

Usuario: se conforma en su mayoría por jóvenes adultos, cuya edad oscila entre los 28 y 45 años, profesionistas o empresarios. La clase social en que se desenvuelven todas estas personas, es media-alta.

### DESARROLLO DEL PROYECTO

Proceso creativo: tomando en cuenta todos los puntos mencionados anteriormente, se procedió a la realización del proyecto, se manejó una línea para la conformación del proyecto en general, por lo que se siguió en las distintas partes que conforman el disco. Partiendo de las letras del disco se manejó y jugó con los conceptos del bien y del mal, del cielo y el infierno, del día y de la noche, de la alegría y la melancolía. Teniendo estos ambientes, y que algunos ya están muy relacionados con la cultura por ejemplo el cielo azul y el infierno rojo. Sobre todo esta última observación sirvió para la creación del concepto y lo que determinaría las imágenes, los colores y la tipografía.

Portada: partiendo de la portada, fue el concepto que se manejó en todo lo demás. El disco se llama Gran Quinqué, por lo que la imagen principal, es una fotografía donde se aprecia una parte del rostro de Maru, de un lado y del otro, la parte de un quinqué. Debido a que este es el tercer material discográfico, no era necesario tener 100% definido su rostro, lo cual permitió que la imagen tuviera un proceso digital, elaborado a través del programa Adobe Photoshop, se remarcaron solo los principales rasgos, tanto del rostro como el elemento quinqué; con un efecto de acuarela manejando una proporción de colores cálidos y fríos. Basándonos en la dualidad que esta muy presente en nuestra vida, es por eso que se manejó mucho el concepto del bien y del mal, del día y la noche, todo esto en base a las letras de las canciones, como por ejemplo: la calle es una playa, el diablo habla en esperanto, panteón del neón y limbo azul. Se hizo mucho énfasis en la letra "Q" esto para hacer la referencia a lo grande del quinqué. Con una pleca de color negro para hacer la separación entre la imagen y la tipografía.

Color: la imagen, está conformado por colores cálidos y fríos, sobre una base de color negro, por lo que la tipografía, se manejó en blanco para que resaltara y el color rojo en la "Q" para darle un mayor resalte y se unificara con los colores rojos que predominan.

Tipografía: tanto para el nombre de la cantante, como el nombre del disco se utilizó la misma fuente tipográfica la: Dauphin. Esta tipografía se percibe como actual, y a pesar de tener patines no le da un



aspecto formal, manejado en altas porque los dos son importantes, pero diferenciándolos por el puntaje. Para darle un aspecto de movimiento se jugó con los caracteres posicionando algunos sobre otros, y haciendo el efecto de negativo en las intersecciones. Esto se hizo con el motivo de romper, lo recto de la fuente y darle movimiento. Para la "Q" se hizo una adaptación teniendo como base la fuente: Gaze. El caracter se adaptó de tal forma que fuera única, esto porque se le dio un peso especial, al aparecer constantemente dentro del concepto.

Contraportada: siguiendo la línea de las dualidades y sobre todo los opuestos; la contraportada se manejó siguiendo estos conceptos: vemos como al contrario de la portada, se manejan los cálidos y los fríos, solo que esta vez predominan los colores fríos y el manejo de la imagen ya no es tan abstracto, sobre todo en el rostro de Maru, esta vez solo se jugó con el enfoque, lo que permite una mejor apreciación del rostro y que le crea un aspecto de tranquilidad. La pleca que en la portada aparece en la parte superior, aquí aparece en la parte inferior y con el elemento "Q", rompiendo la rigidez de la plasta.

Color: el quinqué representa lo nocturno, lo malo, por eso predominan los colores fríos, la tipografía, está en blanco ya que al ser el fondo de tantos colores, esta es la forma de que fuera legible. Y resaltara dentro de la imagen, permitiendo un equilibrio entre imagen y texto.

Tipografía: se manejó la misma fuente tipográfica: Dauphin, que para los temas por la importancia que tienen, se manejo en altas y para las anotaciones en bajas.

Cuadernillo: siguiendo los lineamientos que ya se han mencionado, los interiores del cuadernillo que contiene las letras de las canciones, el diseño en esta ocasión acentúa más la dualidad mencionada. Por un lado la contraportada maneja otro tratamiento en la fotografía, aquí se muestra casi a detalle tanto el rostro como el quinqué, en colores cálidos totalmente. Al desdoblarse se une a la portada completando el quinqué y con el tratamiento de ser un espejo, todo en base a los conceptos mencionados.

-Interiores: los interiores de un lado predomina el color azul, y tonos fríos y del otro el color rojo y tonos cálidos, cada uno respectivamente tiene de fondo una parte tomada del quinqué, esto con la finalidad de que al momento que se abre por la mitad el cuadernillo se junten y se complete la figura del quinqué.

CD: está conformado por todo lo mencionado. Se hace la división de un lado azul, del otro rojo, se conserva la pleca negra, que en esta ocasión se ubica al centro y se aprovecha el centro del CD, para posicionar la "Q", la cual va a contener el nombre del material discográfico.

Análisis Técnico: éste proyecto tuvo un tiraje de 1000 ejemplares, impresos mediante offset, en selección de color y el CD por medio de la serigrafía.



INTEGRACIÓN  
DIGITAL  
creatividad y tecnología

2001

logotipo: VM Integración Digital S.A. de C.V.

## LOGOTIPO VM INTEGRACIÓN DIGITAL

### LOGOTIPO: VM INTEGRACIÓN DIGITAL

Dentro de las ramificaciones que conforman el diseño gráfico, ya sea tradicional o electrónico se encuentra la rama de la Imagen Corporativa que a su vez se divide en: Señalización y Logotipo.

Logotipo, el cual se define como: Distintivo formado por letras, abreviaturas, etc., peculiar de una empresa, conmemoración, marca o producto. Por tal motivo la función que tiene es muy importante ya que en mayor parte, el éxito o fracaso, en este caso de la empresa recae en el logotipo, ya que si desde un principio se hace algo funcional, clásico y universal, el usuario se identifica inmediatamente con él, lo tiene presente y lo asocia con la calidad y el servicio que le ofrezca la empresa en cuestión. Este proyecto fue realizado atendiendo a la solicitud presentada por la empresa Video y Multimedia Integración Digital S.A de C.V. Se siguieron una serie de puntos, que a continuación expondré, que ayudarán a una mejor comprensión acerca de la realización de este proyecto:

Demandante: Video y Multimedia Integración Digital, es una empresa dedicada principalmente a la venta de equipo de Edición No-Lineal.

### PROCESO CREATIVO

Tomando en cuenta todos los puntos mencionados anteriormente, se procedió a la realización del logotipo, el cual después de una serie de propuestas y bocetaje se decidió por el que se muestra, ya que es muy simple, pero a la vez la gente lo recuerda y no tiene ningún problema con su aplicación en soportes de menor tamaño, como lo son plumas o bien en un pin. Por lo cual se realizó un logograma abstracto, el cual se adecuara a las necesidades antes mencionadas. Sencillo en cuanto a la austeridad de los elementos, para hacer que se memorizara e identificara fácilmente. Ahora procedo a explicar el porque del diseño. Se tomó como base que la empresa utiliza las siglas VM, que es la abreviación de Video y Multimedia, entonces por ser un elemento fuerte, fue el que se utilizó para la concepción del símbolo que los representa. El logotipo esta sacado del nombre mismo de la empresa, pero con el detalle de que está conformado por una imagen, la cual es el punto focal e importante dentro del mismo, ésta imagen son las siglas VM, grabadas de forma abstracta dentro de un círculo, el cual representa el mundo, ya que al ser una empresa relacionada con el cine y la televisión esta inmersa dentro del proceso de comunicación, y nada mejor para representar el proceso de comunicación que llevamos todos a cabo, que el de una circunferencia (como se muestra en la imagen). Sobre esta imagen, va centrado en la parte de abajo, el resto del nombre integración digital, con una tipografía simple, manejada en altas para darle la importancia que se requiere y que a su vez se encuentra cimentando las base de la imagen. Para terminar con el eslogan de "creatividad y tecnología" con otra tipografía, para hacerla resaltar de la del nombre pero sin que le quite fuerza, por eso también se manejó en bajas y con otro color. Todo el conjunto esta trabajado con un blur de profundidad, esto con el fin de quitarle el aspecto plano y para darle el aspecto de que se encontrara grabado sobre las aplicaciones en los que se trabajara. Los colores que se utilizaron en este proyecto son los siguientes: para el logograma se eligió el color azul (pantone 647 C). Para la tipografía se eligió el color negro, esto por darle peso sobre la imagen. Para el eslogan se aplicó otro tono de azul (pantone 7470 C).

El uso que se le dio fue netamente corporativo, permitirle al usuario la identificación de la empresa, brindándole una posición en el mercado, al competir con otros logotipos de distintas empresas afines.

## CONCLUSIONES

No cabe duda que así como hay diversidad de personalidades, hay diversidad de manifestar nuestro sentir y nuestra creatividad. Éstas breves introspecciones son un ejemplo de ello, ya que aunque somos profesionales con una formación muy similar, cada uno encuentra su manera muy personal de lo que es el diseño y sus diversas formas de recrearlo.

Después de hacer un breve resumen de nuestro camino por el ámbito profesional del diseño gráfico, podemos estar de acuerdo que la nuestra, es una profesión apasionante, llena de matices, de contrastes, de buenas y malas experiencias, de objetividad y subjetividad, de sueños, algunos hechos realidad y otros esperando serlo.

Estamos de acuerdo también que quizá no sea una carrera fácil de seguir, en ciertos momentos puedes verte envuelto en muchos problemas y limitantes, para algunos falta de oportunidades laborales, para otros ciertos clientes, los jefes, la inspiración que en ocasiones se niega a acompañarnos, en fin... Sin embargo, si se logra pasar estos obstáculos nos encontraremos con las grandes satisfacciones que puede traer consigo esta profesión.

Crear, crear y crear, es nuestro principal objetivo, crear imágenes que dejen un mensaje, una huella en los receptores. Brindar soluciones a diversos clientes y/o personas, que tienen en nosotros, un fuerte vínculo entre lo que ellos quieren expresar y el público a quien quieren dirigirse.

Tenemos la fortuna de decir que nuestra profesión es tan diversa, que está muy lejana del aburrimiento y de lo cotidiano. En nuestras manos suelen caer proyectos y temas tan variados, que día a día podemos aprender algo nuevo y algunas cosas que quizá, jamás pensamos tener que conocer.

También contamos con una gran diversidad de formas de expresión y de representación, desde los impresos comunes, anuncios espectaculares, ilustración tradicional, digital, fotografía, diversos métodos de impresión, la combinación de todos éstos, etc, etc.

Si bien nos falta mucho por aprender, cada uno de nosotros tiene las bases sólidas que hemos adquirido, tanto académica como profesionalmente, para seguir recorriendo nuestro trayecto profesional. Siempre abiertos a los cambios y nuevas tendencias, que el diseño gráfico trae consigo.

Los comentarios expresados, en éstas introspecciones, son una consecuencia de lo vivido, aprendido y escuchado a lo largo de nuestras trayectorias.

Finalmente podemos mencionar, que quizá no sea el mejor momento, ni el mejor punto geográfico para ejercer nuestra profesión, sin embargo trabajando intensamente, sin detenerse ante ningún tipo de limitante, podremos seguir realizando sueños y creando imágenes.

## BIBLIOGRAFÍA

- CHARTWELL. *Illustrator's figure reference manual*, New jersey: Chartwell Books, 1991, 4° Ed.
- CHING, F. *Principios del dibujo arquitectónico*, 1983.
- DALLEY, Terance. *Guía completa de ilustración y diseño*, México: Ed. Diana. 1980.
- DAUCHER, Hans. *Modos de dibujar*, Gustavo Gili, Tomo 4, 1987.
- DEVANE, John. *Dibujar y pintar el retrato*, Hermann Blume.
- DÍAZ, Paloma y otros. *De la Multimedia a la Hipermedia*, México: Alfaomega, 1996.
- DONDIS, D.A. *La sintaxis de la imagen*, Barcelona: Ed. Gustavo Gili. 1990.
- FIORAVANTI, Giorgio. *Diseño y reproducción*, Barcelona: Ed. Gustavo Gili. 1988.
- FONTCUBERTA, Joan. *Fotografía: conceptos y procedimientos*, Ed. Gustavo Gili, 1990.
- GRAYSON TRULOVE, James. *New Desing Berlin (The Edge of Graphic Design)*, China: Rockport Publishers, 2000.
- HICKETHIER, Alfred. *El cubo de los colores*, Holanda: Ed. Noriega Limusa, 1991.
- HUTTON-JAMIESON, Iain. *Técnicas de dibujo con lápices de colores*, España: Blume, 1985.
- JENNINGS, Simon. *Guía de diseño gráfico para profesionales*, México: Ed. Trillas, 1995.
- JENNINGS, Simon. *The new guide to illustration and design*, Great Britain: Heord Line, 1991.
- LOMIS, Edaward. *Ilustración Creadora*, Buenos Aires: Hachette, 1974.
- LÓPEZ, Luis Roberto. *Proceso gráfico y evolutivo de un medio impreso*, México, 1992.
- LORD, Peter; SIBLEY, Brian. *Cracking animation*, Singapur: Thames & Hudson, 1998.
- MAIER, Manfred. *Procesos elementales de proyección y configuración* Curso básico de la Escuela de Artes aplicadas de Basilea, Suiza, 4 vols. 1982.
- MARTIN KRAMPEN, Otl Aicher. *Sistemas de signos en la comunicación visual*, México: Ed. Gustavo Gili, 1991.
- MEYER, Ralph. *Materiales y técnicas de artes*, Barcelona: Blume, 1981.
- MÜLLER-BROCKMANN, Josef. *Sistema de retículas*, México: Ed. Gustavo Gili, 1992.
- MUNARI, Bruno. *Como nacen los objetos*, Ed. Gustavo Gili. 1983.
- MUNARI, Bruno. *Diseño y comunicación visual*, Barcelona: Ed. Gustavo Gili, 1993.
- PARRAMÓN, José. *Cómo dibujar letras y logotipos*, Barcelona: Ed. Parramón, 1991.
- PARRAMÓN, José. *El gran libro del dibujo*, Instituto Parramón: Barcelona, 1993.
- RODRÍGUEZ, Gerardo. *Manual de diseño industrial*, México: Ed. UAM-Gustavo Gili.
- SATUE, Enric. *El Diseño Gráfico, desde los orígenes hasta nuestros días*, España: Ed. Alianza Forma, 1990.
- SEGARRA LÓPEZ, Enrique; POZEILUO, Hana. *A la Vera del Camino*, México: Comunicación Especializada Graphics Pre Press, 1998.
- SWANN, Alan. *Bases de diseño gráfico*, Barcelona: Ed. Gustavo Gili, 1990.
- VAUGHAN, TAY. *Todo el poder de multimedia*, México: Mac Graw Hill, 1995.
- YUSTE Hernández, Carlos y otros. *Pienso-Programa integral de estimulación de la inteligencia*, Tomo 1, 2 y 3, Ed. Trillas, 1998.
- ZAPATERRA, Yolanda. *Ilustración – Proyectos de Ilustración reales desde el planteamiento hasta el resultado*, México: Mac Graw Hill, 1999.