



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLÁSTICAS

"Comunicación Visual: 5 Perpectivas".

Tesina

Que para obtener el título de:

Licenciado en Comunicación Gráfica

Presentan

Araceli Flores Ángeles
Diana María Nevado Hernández
Flor Rosario Salazar Villanueva
Ana Luisa Sánchez Moreno
Rosalinda Vázquez Ríos



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

Director de Tesina: Mtra. Ariadne García Morales

México, D.F. 2005

m. 340437



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.

Adscribo a la Dirección General de Estadística de la
UNAM a título de formato electrónico e impreso el
contenido de mi trabajo recepcional.

NOMBRE: Araceli Flores Araqueles
FECHA: 27/Enero/2005
FIRMA: [Firma]

Nevado Hernández
Diana María
27-Enero-2005
[Firma]

Adscribo a la Dirección General de Estadística de la
UNAM a título de formato electrónico e impreso el
contenido de mi trabajo recepcional.

NOMBRE: FLOR ROSARIO SALAZAR VILLANUEVA
FECHA: 27/ENERO/2005
FIRMA: [Firma]

Adscribo a la Dirección General de Estadística de la
UNAM a título de formato electrónico e impreso el
contenido de mi trabajo recepcional.

NOMBRE: Sánchez Moreno Ana Luisa
FECHA: 27/Enero/2005
FIRMA: [Firma]

ÍNDICE

	PRÓLOGO	02
1	LA GRÁFICA COMO ENTORNO	03
2	LA ILUMINACIÓN PARA LA TELEVISIÓN	12
3	DISEÑOS DE SITIOS WEB	19
4	LOS MEDIOS TRANSMITEN	26
5	IDENTIDAD GRÁFICA Y CULTURAL	34
	BIBLIOGRAFÍA	43

PRÓLOGO

Toda imagen como tal, proporciona mensajes y sensaciones diferentes para todas aquellas personas que tienen contacto directo con ellas. Es por ello que al diseñar una imagen se deben de tomar en cuenta todas aquellas consideraciones que tengan importancia.

Todo soporte gráfico realizado para un negocio, institución, empresa o individuo, debe estar vinculado con los principios, servicios o características del cliente determinado; esto bien logrado dará pauta para un conocimiento o reconocimiento y aceptación por parte del público o persona al cual se le quiera captar, generando un interés por mantener una comunicación o un medio de enlace que permanezca.

El diseñador debe investigar el contexto teórico, práctico y de campo de todas aquellas personas o instituciones que estén interesados en proyectarse a través de los medios gráficos, además debe guiarse por un método que irá marcándole las pautas a seguir en el proceso de diseño, el cual le llevará a la culminación del proyecto de diseño.

Todo comunicador o diseñador gráfico tiene la responsabilidad de crear imágenes que sirvan para un fin determinado que sea requerido, no se mal entiendo con esto que tiene o puede hacer gráficos que perjudiquen a otros, ante todo debe mantener siempre una ética y profesionalismo para con el medio, el cliente y la sociedad.

La presente tesina muestra el trabajo profesional de *Cinco Comunicadoras Gráficas* que tienen diferentes personalidades y formas distintas de ver y plasmar lo visual para comunicar; sin embargo, tienen un hacer común: El Diseñar, esto habla de lo universal y necesario que tiende a ser lo gráfico en el entorno.



LA GRÁFICA COMO ENTORNO

SEÑALIZACIÓN Colegio Oviedo Schontal P 06

IDENTIDAD GRÁFICA Casa de Michoacán P 08

DIFUSIÓN DE MARCA Haus body & style P 10



CURRICULUM VITAE



ARACELI FLORES ÁNGELES

Soy mexicana por nacimiento, nací el 21 de mayo de 1978. Actualmente vivo en Cda. Volcán Popocatepetl Lt. 9 Mz. 3 Col. Tlaxopan 1 3a. Sec. Del. Xochimilco C.P. 16240. Mi número tel. es 58468145. Soy soltera. Mi mail es mafalda_araf77@yahoo.com.mx o bien ara_floa21@hotmail.com

Mis estudios universitarios los realicé en la Escuela Nacional de Artes Plásticas de la UNAM, en la Licenciatura de Comunicación Gráfica, egresé en el año 2000.

CRONOLOGÍA LABORAL.

Hoy día y desde agosto del 2004, soy diseñadora y asistente de dirección general en la Clínica de Belleza Spa by Pilar del Ángel.

Mayo-Julio 2004
IUSACELL
INTERIM-ADECCO S.A. DE C.V.
Ejecutivo de Servicios a Clientes.
Atención telefónica a suscriptores del servicio celular.

Marzo 2001-Marzo 2004
SKY Servicios Corporativos de Telefonía S.
Ejecutivo de Servicio a Clientes.
Atención telefónica a suscriptores del sistema de TV de paga.

Enero 2001
SITEL de MÉXICO
Operadora de Telemarketing.
Línea de Crédito de American Express.

Diciembre 2000
Hospital Pediátrico de Xochimilco
Asistente en el área de Diseño.
Elaboración de juegos didácticos para el

Hospital a través del Instituto Para la Atención Integral del Niño Quemado A.C.

Noviembre 2000
Escuela Nacional de Artes Plásticas
Universidad Nacional Autónoma de México
Asistente en el área de Difusión para el evento.
Apoyo para el área de Museografía.
Participación en la Exposición *La Última y nos vamos...*

Octubre 2000
Facultad de Ciencias
Universidad Nacional Autónoma de México.
Coordinadora de campaña de Diseño.
Difusión de la *Exposición de Grabado* de El Grupo de Taller de Expresión Gráfica LA AZOTEA.

Octubre 2000
Equipo Nacional de Water Polo
Coordinadora de Campaña.
Campaña de Relaciones Públicas Internas y Externas.
Realización de materiales de apoyo para el equipo.

Abril-Octubre 2000
Instituto Para la Atención Integral del Niño Quemado IAP
Asistente en el área de Diseño.
Elaboración de material de apoyo para la Institución, toma de fotografías, apoyo en la realización del boletín informativo, realización de álbumes para archivo fotográfico, diseño de logotipo y apoyo en montajes para convenios.

Mayo 2000
Restaurante Bar Casa de Michoacán
Asistente en el área de Diseño.
Rediseño de la Identidad Gráfica del Restaurante: tarjetas de presentación, comandas, gafetes, volantes, menús, pizarrones de menú de entrada, impresión de imagen gráfica en manteles, servilletas y mandiles.

Agosto 2000
Centro Social y Deportivo CALACAS
Asistente en el área de Diseño.
Identidad Gráfica para el Centro Social y Deportivo.
Elaboración de tarjetas de presentación, hoja y sobres membretados, volantes, separadores y manta de entrada al deportivo.

Noviembre 1999
Espacio Cultural LA QUIÑONERA
Expositora y asistente de museografía.

Exposición *Por los Muertos... por Nosotros*
Montaje en la Ofrenda principal.

Mayo 1998
Colegio Oviedo Schontal
Asistente en el área de Diseño.
Elaboración de la señalización para el Colegio.

Noviembre 1997
Casa Hogar para Niñas
Asistente en el área de Diseño.
Elaboración de Material Didáctico para la Casa Hogar.

CURSOS

Taller de Creación Literaria. Duración 48 hrs. Impartido durante las actividades académicas correspondiente al período interanual 1997-2. ENAP-UNAM

Elaboración de Papel como Obra Plástica. Duración 30 horas. Período Intersemestral 1998-1. ENAP-UNAM

Sistema Operativo Macintosh. Duración 9 horas a nivel básico. Marzo 1998. ENAP-UNAM

El buen Oficio de la Encuadernación. Período Intersemestral 1998-2. ENAP-UNAM

El buen Oficio de la Encuadernación: Sistemas de Sujeción. Período Intersemestral 1999-1 ENAP-UNAM

El buen Oficio de la Encuadernación 2: Empastado, Diseño de Tapas. Período Intersemestral 2000-1. ENAP-UNAM

Técnico en Diseño Gráfico. Escuela Computación Fácil.
Duración del 30 de Junio del 2003 al 27 de octubre del 2003.
Programas: Infografía, Photoshop, Corel Photo Paint, Corel Draw, Illustrator, Freehand, Page Maker, Quark Express, Flash.

OTROS CONOCIMIENTOS

Programas: Word, Power Point, Excel, Photoshop, Corel Draw, Page Maker, Quark Express.
Navegación en Internet.
Taquímeografía.

SEÑALIZACIÓN

COLEGIO OVIEDO SCHONTAL

Problema. Realizar la señalización del Colegio Oviedo Schontal para mejorar el desplazamiento del alumnado dentro de las instalaciones del colegio.

¿Para quién?

Para el alumnado en general del Colegio Oviedo Schontal, abarcando los niveles de kinder, primaria, secundaria y bachillerato.

Planteamiento.

Realizar una señalización ideal que le de unidad al Colegio Oviedo Schontal que sea clara y oriente en los espacios al alumnado de cualquier nivel.

Realizar una señalización dinámica y sencilla, que sea entendible de manera colectiva, que guarde un distintivo propio del colegio, se pensó en una señalización no solo de dirección, sino en una que guíe, conforte y ayude al alumnado, el profesorado, empleados y visitas.

Justificación y realización.

Después de una investigación documental y de campo se determinaron los puntos que sirvieron para el desarrollo de la señalización.

El Colegio Oviedo Schontal es una institución privada incorporado a la SEP y la UNAM, cuenta con instalaciones amplias que se comunican entre sí, cabe señalar que cada una tienen sus límites pero a la vez hacen un todo.

Tomando en cuenta que una señalización genera reacciones automatizadas, generalmente; esta tiene que ser precisa y legible ya que de no ser así lo único que provocará será confusión y angustia para quien desee orientación en su ubicación. Sobre todo en colegios donde el alumnado tiene un nivel académico variado y las edades son diferentes se debe buscar una gráfica que sea a fin para todo el sector que transita en el plantel.

Así pues considerando estos parámetros se realizó una señalización dinámica, clara, concisa, con imágenes sencillas que dan orientación y de unidad al plantel. Se tomaron en cuenta dimensiones de 25 x 25 cm., tamaño ideal para la visión y la perspectiva. Los colores utilizados fueron los más distintivos dentro del colegio, ya que manejan diversos uniformes según el nivel escolar, pero prevalecen los colores rojo y gris que dan a su vez unidad. El soporte para la impresión en serigrafía es polipropileno material resistente y manejable, se pensó en estos medios de impresión por economía y durabilidad.

Conclusión.

Es importante tomar en cuenta que toda institución pública, privada, educacional, etc., debe contar con una señalización que facilite el desplazamiento de las personas dentro y fuera de ella, esto debido a que los ambientes o entornos de dichos lugares suelen ser ajenos a muchas de estas personas sobre todo si es la primera vez que los visitan.



Señalización más representativa del Colegio Oviedo Schontal

Conclusión.

Es importante tomar en cuenta que toda institución pública, privada, educacional, etc., debe contar con una señalización que facilite el desplazamiento de las personas dentro y fuera de ella, esto debido a que los ambientes o entornos de dichos lugares suelen ser ajenos a muchas de estas personas sobre todo si es la primera vez que los visitan.

Una buena señalización da la sensación de seguridad y orientación vínculos que todo ser humano necesita para estar en armonía con su entorno.

Aquí se muestran algunos de los soportes de la señalización más significativos dentro del colegio.

IDENTIDAD GRÁFICA

CASA DE MICHOACÁN RESTAURANTE BAR

Problema. Realizar la identidad gráfica para un negocio ya establecido en el mercado.

¿Para quién?

Para el Restaurante Bar Casa de Michoacán ubicado en Lucerna 61 entre Milán y Lisboa Col. Juárez.

Planteamiento.

Realizar la nueva imagen que dará una mayor proyección al Restaurante Bar, con la finalidad de renovar y recuperar lo que era en otro tiempo, ya que la identidad actual no es la ideal para los fines que se persiguen.

Identificar las necesidades inmediatas a resolver en cuanto al lugar, el ambiente, el entorno y la competencia.

Conseguir que la imagen corresponda con los servicios y objetivos que pretende el lugar, es decir, lograr que la identidad sea definitiva, que perdure en el tiempo, que sea sencilla, memorable y sobre todo funcional.

Que cumpla con los conceptos de tradición, sabor, higiene y ambiente agradable.

¿Qué realizar?

Realizar aquellos soportes gráficos que resultan indispensables en este tipo de negocios: Menú, comanda, pizarrón de entrada, tarjetas de presentación, volante, marquesina, envases para comida, servilletas, mantel, etiquetas para dulces, mandil, gafetes de empleados y todo aquello que le de unidad al lugar, estos soportes están pensados en corto, mediano y largo plazos, según se estime necesario y se vayan definiendo tiempos para cada cosa.

Justificación.

Después de hacer una recopilación de datos a través de una investigación documental y de campo, se llegó al análisis de la información, debido a que el Restaurante Bar desea proyectar la cultura, gastronomía y artesanías de Michoacán.

Se necesita dar énfasis dentro del diseño a lo tradicional y étnico del lugar, a su vez englobar conceptos como confianza, higiene y sabor. Así pues en la fase inicial del bocetaje para el logotipo en blanco y negro se consideraron imágenes como la mariposa monarca, la silueta del estado y todo aquello representativo del lugar.

Finalmente opté por manejar líneas sencillas que imitaban tejidos en punto de cruz que son muy conocidos en la localidad; se utilizaron dos tipos diferentes de tipografía para marcar jerarquías, una en función de identidad del lugar y la otra para dar seguimiento al texto, siendo legibles, concisas y funcionales. En la etapa de bocetaje a color, decidí utilizar el color azul ultramarino para denotar tradición e higiene y los colores marrón, cafés y naranja, para el sabor; todos estos elementos se relacionaron estrechamente para cumplir con los conceptos definidos.



Logotipo de Casa de Michoacán



Pizarrón de entrada.



Gafete para mesero.

• Qué se realizó y cómo?

Los soportes gráficos que realicé a corto plazo fueron: Tarjetas de presentación, comandas, gafetes, pizarrón de entrada, volante; los cuales se imprimieron en materiales funcionales y costeados que van desde papel bond para los volantes y comandas a una sola tinta o a color en offset o serigrafía o bien en papel y cartulina Concept Glaciar Mist para las tarjetas y el menú, este tipo de papel son ideales para reflejar el concepto de higiene; ambos pueden usarse, uno en función de jerarquía y el otro por economía, aunque claro esta que el mismo diseño ya marca presencia y distinción.

Conclusión.

Cabe mencionar que todo proceso de diseño debe llevar un método para tener el control del problema dando resultados positivos y funcionales que se ven reflejados en los clientes que concurren establecimientos comerciales al reconocer y disfrutar al lugar mismo.

A continuación se muestran los soportes gráficos que se realizaron dentro del Restaurante Bar, están a escala.



Tarjeta de presentación.



Comanda.

2 |

LA ILUMINACIÓN PARA LA TELEVISIÓN

CURRICULUM VITAE



DIANA MARÍA NEVADO HERNÁNDEZ

Nacionalidad: Mexicana

Fecha de nacimiento:

23 de noviembre de 1977

Domicilio particular: Calle 317 # 744

Col. Nueva Atzacolco Gustavo A. Madero

C.P. 07420 México D.F.

Teléfono: 57 53 47 14

Estado civil: Soltera

FORMACIÓN ACADEMICA

Nivel Superior

Licenciatura en Comunicación Gráfica

Escuela Nacional de Artes Plásticas

Universidad Nacional Autónoma de

México

ESPECIALIDAD

Fotografía

Ilustración

Idioma

Inglés 50% lectura, 30% habla,

50% escritura.

CONOCIMIENTOS EN INFORMÁTICA.

Corel Draw, Photoshop, Adobe Premiere.

CURSOS RECIBIDOS ACADEMICAMENTE

*La palabra como signo creativo

(Tipografía Creativa)

Duración: 50 horas

Lugar: Escuela Nacional de Artes Plásticas

Impartió: Prof. Joaquín Rodríguez Díaz

*Ingeniería con papel

Duración: 15 horas

Lugar: Escuela Nacional de Artes Plásticas

Impartió: Prof. Gerardo Clavel

Profa. Beatriz López Huerta

*Diplomado en ingeniería de la producción de TV educativa

Duración: 6 meses

Lugar: Centro de Entrenamiento de Televisión Educativa de la Dirección General de Televisión Educativa.

Impartió: Ing. Arturo Santamaría Aldana

(coordinador)

*Introducción a la iluminación para televisión

Duración: 25 horas

Lugar: Centro de Entrenamiento de Televisión Educativa de la Dirección General de Televisión Educativa.

Impartió: Ing. Oscar Herrera Mora

***Introducción al conocimiento de la cámara de video**

Duración: 20 horas

Lugar: Centro de Entrenamiento de Televisión Educativa de la Dirección General de Televisión Educativa.

Impartió: Ing. Arturo Santamaría Aldana

***Edición no lineal con Premiere 6.0**

Duración: 20 hrs.

Lugar: Centro de Entrenamiento de Televisión Educativa de la Dirección General de Televisión Educativa.

Impartió Ing. Jaime Morales

EXPERIENCIA LABORAL

Casa de Cultura Jaime Sabines

Av. Revolución 1747 San Angel

Tenía bajo mi responsabilidad el área de difusión elaborando material publicitario

Duración: 6 meses.

Centro de Entrenamiento de Televisión Educativa (CETE) de LA

Dirección General de Televisión Educativa (DGTVE)

Av. Circunvalación esq. Tabiqueros s/n Col. Morelos

Tengo bajo mi responsabilidad el diseño, planeación y montaje de la iluminación para los programas que se transmiten y graban en el estudio del CETE.

Elaboración y diseño de manualidades y material didáctico.

Elaboración de escenografías.

Diseño de logotipos.

Diseño de tarjetas de presentación.

Elaboración de dibujos, ilustraciones y maquetas en diferentes formatos.

Impresiones en serigrafía.

Fotografía.

Clases de dibujo a niños entre 10 y 12 años de edad.

Regularización a niños y jóvenes entre los 6 y 15 años de edad.

LA ILUMINACIÓN PARA LA TELEVISIÓN

Mi hermano trabaja en el Centro de Entrenamiento de Televisión Educativa de la Dirección General de Televisión Educativa de la SEP como camarógrafo; supe de ese lugar por medio de él y llevé mi currículum al departamento de diseño esperando encontrar una oportunidad ahí.

Mi hermano comenzó a contarme del trabajo que se realiza en los programas de televisión, detrás de cámaras. Me llamó la atención el tema y decidí tomar uno de

los cursos que se imparten en el CETE, el Diplomado en Ingeniería de la producción de TV.

En este curso se conoce la operación de equipos y la función de cada una de las áreas que conforman la ingeniería de la producción involucrados en la realización de un programa de televisión (cámara, iluminación, audio, switcher y control de video), así como el conocimiento de los elementos necesarios como espacios (planos, ángulos), el movimiento (interno, externo y por edición) y la relación imagen-voz (voz, música y efectos), para la construcción de un discurso



Set de grabación del CETE

Al principio se me dificultó la comprensión de algunos temas pues la mitad de la información era la parte de ingeniería: circuitos, electrónica, algo de física, álgebra entre otros temas que hace mucho no estudiaba o que de plano no me sabía; pero por otro lado muchos de los temas eran relacionados con lo que estudié: con respecto a cámara, ya había llevado fotografía que se asemeja un poco con la cámara de video; con iluminación (que

fue lo que más me gusto), había llevado pequeñas nociones en foto, pero con este curso comprendí muchas cosas que no me habían quedado claras en la escuela; con switcher y dirección de cámaras tenía nociones de composición y lenguaje audiovisual; con los que si tuve un poco de problemas fue con audio y con control de video pues la parte de ingeniería aquí era más profunda y con mucha información técnica.

Cuando acabé el curso me enteré que estaban buscando personal para el área de iluminación ahí mismo en el CETE, como de todas las áreas que lleve en el diplomado iluminación era la que más me gustó, hable con el ingeniero encargado del área de técnicos y me dijo que necesitaba presentar otro curso de iluminación y un examen junto con otros participantes que también querían el puesto de iluminador; presente todos los requisitos, pase el examen con la mejor calificación y me quedé a trabajar.

Fue difícil al principio ya que este tipo de trabajo siempre lo habían realizado hombres, soy la única iluminadora dentro de la DGTVE; algunos compañeros llegaron a molestarse por este hecho, incluso diría yo que hubo celos profesionales por el hecho de que solo los hombres hacían este tipo de actividades, o creían que por ser mujer no iba a poder con él (ya que el equipo es algo pesado), pero hasta ahora he demostrado que puedo hacerlo y sacar el trabajo adelante.



Equipo de Iluminación del CETE

La labor del iluminador es crear un ambiente televisivo o de video con carácter técnico o artístico para cumplir un objetivo durante la grabación y/o transmisión de un programa de televisión.



Teleseminario Géneros de T.V.

La iluminación se puede ver como una forma de narración plástica ya que de ella depende la expresión de la imagen, hay técnicas que se aplican de manera práctica en diferentes géneros televisivos, lo que permite expresar sentimientos, emociones, el transcurrir del tiempo, etc.

Para poder adentrarse en el conocimiento de la iluminación debe ponerse en práctica la observación de los fenómenos naturales de origen luminoso que están presentes todos los días: la puesta y ocaso del sol, día nublado, etc., que serán los modelos a seguir en el momento de planear la iluminación para un programa de

televisión.

Una buena iluminación produce una sensación de estabilidad que dejará satisfechos tanto al iluminador como al espectador.

La luz es la materia prima de la iluminación y que en esencia el trabajo de la cámara consiste en registrar su presencia y ausencia al incidir sobre los objetos o personas.

Para los propósitos de composición, la iluminación debe contar con los siguientes elementos fundamentales:

INTENSIDAD

Proporcionar un nivel óptico para que la cámara pueda percibir la imagen con nitidez y claridad.

BALANCE DE CONTRASTE

Controlar los niveles de iluminación para que los objetos de interés capturen una mayor atención por parte del público.

TEMPERATURA DE COLOR

Muchas veces se utilizan diversas fuentes de luz con diferente temperatura de color cada una.

USO DE SOMBRAS

Consiste en dar dirección a la luz de tal manera que al coincidir sobre los objetos genere zonas iluminadas y zonas sombreadas logrando con ello profundidad y volumen en la escena

CARACTERISTICAS DEL COLOR

El matiz o hue, la saturación o densidad del color (que tan puro es), y la luminancia (la cantidad de luz o brillantes del color).

TECNICAS DE ILUMINACION

Teleseminario: "Los niños y los medios" Técnica "rembrant"

Las técnicas que se utilizan dentro de los programas de televisión son dos: La técnica del claroscuro o "rembrant" que es una técnica con mayor contraste, muy formal, basada en la técnica del pintor Rembrant donde la luz suele ser más duras, las sombras más marcadas y definidas dando la sensación de profundidad. La técnica "natam" que es una técnica con mucho menos contraste, más plana, pero que sigue siendo formal, está basada en la plástica japonesa, donde los colores como la iluminación suelen ser más planos y suaves con sombras menos marcadas y poca profundidad.



Teleseminario "Los niños y los medios".



Locución y conducción para radio y T.V.

Hay ciertas condiciones que deben tomarse en cuenta para realizar la iluminación de un programa:

Contar con método bien definido en la planeación de la iluminación para alcanzar los objetivos deseados.

Tener en cuenta que existen limitaciones impuestas tanto por el ojo humano como por los sistemas de captación con que cuentan las cámaras de cine y televisión.

Las características técnicas de los aparatos de iluminación se deben conocer con anterioridad para poder realizar un trabajo de calidad.

Considerar que los resultados llegarán a ser de calidad siempre y cuando la inventiva, creatividad y juicio del iluminador sobre el programa no sean limitados.

En el CETE se transmiten cada mes programas en vivo por lo que las planeaciones y el montaje se tienen que cambiar. En el mes de mayo se transmite el teleseminario: "Maestros más allá del aula" donde se habla sobre la situación del magisterio dentro y fuera de los salones de clases. Como no se utilizó mucha escenografía, con la iluminación se busco más seriedad con colores más contrastantes y gobos con figuras más cuadradas o de líneas rectas sin mucho movimiento para dar la sensación de formalidad. En este caso se utilizo la técnica



Teleseminario "Más allá del aula".

3 |

DISEÑO DE SITIOS WEB

Proyecto para la empresa Coloidales Duché P21

CURRICULUM VITAE



FLOR ROSARIO SALAZAR VILLANUEVA

Egresé de la Escuela Nacional de Artes Plásticas en el año 1998, de la licenciatura en Comunicación Gráfica. Para entonces ya había realizado mi servicio social en el Centro Nacional de las Artes, en donde tuve a mi cargo el diseño del boletín informativo de dicha institución. Cinco meses más tarde me incorporé a la empresa Anuncios en Directorios S.A. como diseñadora gráfica. Mi labor durante el primer año y medio consistía en elaborar desplegados electrónicos hasta que mi

interés por los nuevos medios me motivo a adentrarme en el aprendizaje del software para Internet y multimedia. Esto me llevó a especializarme tomando un Posgrado en Multimedia en la Escuela de Diseño del INBA en el año 2000-2001. Gracias a esto, desarrollé el proyecto de la intranet de Sección Amarilla y como proyecto final de la especialidad la creación de un CD interactivo para el área de ventas de la misma. En julio del 2001 decido terminar mi ciclo en esta empresa y tomar un rumbo diferente en busca de nuevas expectativas de desarrollo, mismas que han logrado la creación de icastika.

A partir de Marzo del 2002 surge icastika, un despacho de diseño que nace del gusto por desarrollar propuestas creativas en respuesta a las necesidades de cada uno de nuestros clientes. Desde entonces hemos estado realizando diversos proyectos de diseño de todo tipo, desde volantes y folletería hasta sitios de internet e interactivos multimedia. Hemos desarrollado diversos sitios de internet para organizaciones y clientes como la

Unión Latinoamericana de Muralistas y Creadores de Arte Monumental, la empresa de organización de eventos Conviva, AyD lonas, Coloidales Duché y la Transformadora de Maderas Internacionales, entre otros. Así mismo hemos desarrollado interactivos multimedia para empresas de Transporte Escolar y de personal, e Instituciones Educativas. A la par, hemos trabajado en proyectos de diseño de imagen comercial y corporativas, diseñando logotipos, tarjetas de presentación, papelería corporativa y comercial, aplicaciones comerciales como envolturas, folletos, anuncios de revista, publicidad interior y exterior de gran formato, rotulación en vinil impreso, etc.

Finalmente para la editorial Mc Graw Hill hemos participado en la formación e ilustración de la serie de libros de inglés Bubbles. Además como actividad paralela me he desempeñado como instructora impartiendo cursos de software para la creación de páginas web como Flash y Dreamweaver en la empresa Compueducación.

DISEÑO DE SITIOS WEB

PROYECTO PARA LA EMPRESA COLOIDALES DUCHÉ

Introducción.

Uno de los adelantos tecnológicos más importantes de la última década, que definitivamente ha marcado un cambio drástico en los medios de comunicación, es el internet.

Desde que inicio en 1969 como proyecto del departamento de defensa de los Estados Unidos ha tenido una evolución sorprendente e inimaginable en aquél entonces. De ser un medio de comunicación interna y privada ha pasado a ser un medio de contacto directo entre millones de personas en todo el mundo y un escaparate para las empresas cuyo objetivo más importante es vender. Es verdad que los millones de usuarios de internet tenemos muchos beneficios al navegar

por esta extensa red, pues encontramos información, recursos y hasta diversión con sólo tener acceso a una computadora y una línea telefónica. Sin embargo para las empresas el beneficio es aún mayor ya que el internet representa un medio de publicidad extraordinario que se traduce en ventas y clientes satisfechos.

Al principio, los sitios de internet eran desarrollados por programadores que cumplían con el objetivo básico que era el de poner la información en una página para ser consultada a través de la red. Debido a la competencia por la atención de los usuarios hacia los sitios, las empresas tuvieron que recurrir a los diseñadores gráficos para hacer que esos sitios reflejaran su propia imagen a través de recursos ya conocidos en la publicidad impresa como el uso de fotografías, viñetas, el puntaje de

la tipografía, el color, la disposición de los elementos, etc. Se empezaron a diseñar sitios de internet con muchas limitantes debido a los requerimientos de los navegadores. A medida que la tecnología avanzaba estas limitantes comenzaron a desaparecer con programas más flexibles y la estandarización de formatos de archivos. Así mismo con la evolución del medio las exigencias para el diseñador crecían con la introducción de elementos que proponían sitios más atractivos y dinámicos.

Ahora el diseñador debe ocuparse también de elementos animados, sonidos y de la interactividad. Es lo que hoy se conoce como multimedia. Se dice que multimedia es la integración de tres o más medios utilizados para comunicar algo, sin embargo hoy en día multimedia es mucho más que eso.

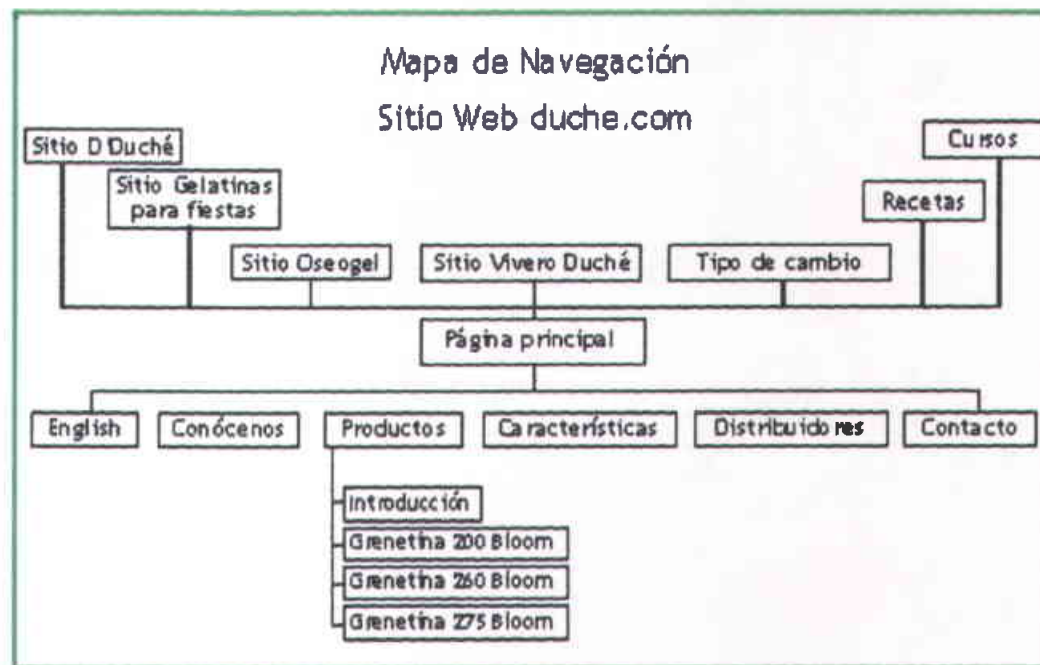
Hablamos de que ahora ésta es un área que ha evolucionado a medida que los medios digitales lo han hecho.

Es importante entender que cuando hablamos de medio nos referimos a televisión, video, prensa, radio, fotografía, cine, animación, etc. y que en multimedia podemos aprovechar el código que cada uno en particular utiliza para comunicar. Multimedia es una actividad creativa en donde el objetivo principal es transmitir ideas o mensajes, utilizando los recursos comunicacionales de la mejor manera en forma descriptiva, informativa, educativa, de entretenimiento, etc. Teniendo en cuenta que su característica principal es la interactividad, es decir que el usuario tiene la capacidad de elegir y participar. Un diseñador que quiera crear sitios de internet que sean actuales y eficientes debe tener en cuenta que ya no sólo va a diseñar el aspecto visual, sino también el auditivo y el interactivo. El presente trabajo describe brevemente el proyecto de diseño del sitio web realizado para la empresa Coloidales Duché en el mes de Agosto del 2004.

Planeación y Diseño del Sitio Web.

Comenzamos por definir en conjunto, cliente y diseñador, la estructura del sitio, como el número de secciones, el volumen de información, así como los elementos inamovibles por ser de carácter insitucional.

Con todos estos datos, se plantea en primera instancia el mapa de navegación, que tiene como propósito establecer el número de páginas, su contenido y las ligas entre las mismas. El hacer el mapa de navegación nos ayudará a tener una idea clara de la estructura del sitio. Funciona como un guión, al que se debe recurrir durante todo el proyecto para su correcto desarrollo. Una vez terminado, se debe mostrar al cliente quien lo revisará y hará las observaciones que el considere pertinentes hasta que sea aprobado.



Mapa de Navegación

En este momento comienza la etapa del diseño.

Página principal: Muestra el menú de acceso a las diferentes secciones y una breve bienvenida.

English: Muestra la versión en inglés del sitio.

Conócenos: Contiene información de la empresa.

Productos: Contiene botones con cada uno de los productos que se ofrecen el cual despliega la información detallada del mismo.

Características: Ofrece información técnica de las características de la grenetina.

Distribuidores: Muestra un listado de distribuidores ordenados por estado.

Contacto: Formulario para solicitar información o enviar comentarios. Ofrece la dirección física de las oficinas corporativas, los teléfonos y la dirección de correo electrónico.

Sitio Duché, Sitio de Gelatinas para fiestas, Sitio Vivero Duché, Tipo de Cambio, Recetas y Cursos: son ligas hacia otros sitios de la misma empresa.

Para empezar a desarrollar ideas para solucionar el proyecto, es necesario conocer la visión, los objetivos y las actividades de la empresa, he aquí un breve resumen: COLOIDALES DUCHÉ, fué fundada en 1959 por Inversionistas Mexicanos y Belgas beneficiándose de la más avanzada Tecnología Europea en su tiempo. Rápidamente DUCHÉ se convirtió en el mayor fabricante de grenetina en México. Coloidales Duché se ha especializado en la elaboración de grenetinas tipo "A" partiendo de cueros de cerdo ó de res según los requerimientos del uso al cuál se destine. Las diferentes

calidades de grenetina requeridas por la industria se logran mezclando extractos de colageno que han sido previamente molidos y escrupulosamente analizados por medio de procedimientos físicos, químicos, organolépticos y microbiológicos. La marca DUCHÉ es ahora símbolo de Calidad y Servicio en Grenetina (gelatina) no solamente para clientes Nacionales sino también en Mercados Alimenticios Internacionales. DUCHÉ se complace en satisfacer las necesidades de las mayores y más prestigiadas empresas en el ramo de postres de gelatina (en polvo y en agua), confitería, panificación y farmacéutica. Nuestra Planta se localiza en la Zona Industrial de la Ciudad de Toluca con fácil acceso desde la Ciudad de México, cuenta con una capacidad de producción de 3,600 toneladas anuales. Los departamentos administrativos, de ventas y compras, se encuentran en la Ciudad de México. La empresa realiza constantemente inversiones lo cual le permite contar con Tecnología de punta y un muy dinámico departamento de investigación y desarrollo.

Esta información nos deja entrever que se trata de una empresa que busca

posicionarse como líder entre las empresas de su ramo. Lo cual se traduce en una imagen vanguardista y muy atractiva sin dejar de lado la calidad. Es por eso que tuvieron la necesidad de diseñar un sitio de internet acorde a esa proyección buscada. El sitio que tenían anteriormente no cumplía con este requisito. Se trataba de un sitio muy simple carente de una propuesta gráfica interesante. Los aspectos positivos se limitaban a la fácil navegación dentro del sitio.

Todos estos datos nos ayudan a definir el aspecto de la interfase del sitio. Se elaboran dos primeras propuestas que muestran la composición de los elementos de diseño basados siempre en el mapa de navegación. Las propuestas son presentadas al cliente como se verían en pantalla. El cliente elige la que considera que se ve mejor y va de acuerdo a sus expectativas y hace las correcciones que considera pertinentes. Después de esta primera revisión se determina que elementos serán definitivos en el diseño de la interfase de todo el sitio.

Se decidió que todas las pantallas conservaran la misma estructura que muestra el logotipo en primer lugar, considerando que la lectura es de arriba hacia abajo y de izquierda a derecha, del lado izquierdo el menú para acceder a la información de las diferentes secciones e inmediatamente abajo dos ligas que ofrecen al usuario algo más de parte de la empresa: un micro sitio de recetas y otro en donde se ofrece impartición de cursos, y arriba las ligas a los otros sitios de la empresa. Los colores utilizados serán en tonos de azul en su mayoría con algunos detalles en rojo, los cuales son los colores institucionales de la empresa. En la parte central se irán desplegando las diferentes secciones a petición del usuario. Ahora se procede a crear el diseño para las secciones, que será el mismo para todas con una única variante el color de los títulos. Cada sección muestra una serie de fotografías como apoyo visual de la información.

Una vez definida la configuración de todos los elementos dentro del sitio, debemos pensar en aquéllos que le den dinamismo a las páginas. Para ello se desarrolló el logotipo de la empresa en tercera dimensión y se hizo una animación que lo muestra girando 360 grados sobre su

propio eje, el resultado es muy vistoso sin ser un elemento de distracción. Otro de los recursos utilizados surgió de la asociación de un subproducto de la empresa, las gelatinas, con el concepto de fiesta y por consiguiente de noche. Se decidió que el fondo de la interfase sugiriera un cielo estrellado al que se le añadió una animación de fuegos pirotécnicos multicolores que se reproducen interminablemente durante el tiempo que el usuario navega a través del sitio.

Aunque hoy en día la mayoría de los millones de usuarios del internet cuentan con la misma tecnología, aún debemos tener en cuenta ciertas consideraciones importantes al diseñar un sitio web para que resulte funcional y pueda ser visto correctamente en la mayoría de las computadoras del mundo: El color; existe una paleta de 256 colores que asegura que los colores van a ser los mismos con una ligera variación entre distintos monitores. La tipografía; es necesario utilizar fuentes que estén preinstaladas en cualquier computadora, como la Times, Verdana o Arial entre algunas otras. En el caso de que sea absolutamente necesario utilizar

una fuente muy específica y que no sea de las mencionadas, es recomendable usar imágenes, pues de otra manera solo aquéllos que cuenten con dicha fuentes podrán visualizarla correctamente. Imágenes; los formatos para las mismas deben ser jpg, gif, bmp, png, con una resolución de 72 dpi, que es la resolución adecuada para pantallas.

El sitio se desarrolló con el programa Flash MX, pues se consideró la herramienta más adecuada. El sitio puede ser revisado en la dirección: <http://www.duche.com>



Sitio Web www.duche.com

4

Los MEDIOS TRANSMITEN

ARETTA La excelencia en pasteles P 29

Biblioteca Juvenil Ilustrada P 32

CURRICULUM VITAE



ANA LUISA SÁNCHEZ MORENO

Domicilio: Periférico Sur 7666, casa 191,
Unidad Habitacional Dr. Ignacio Chávez
Col: Rinconada Coapa C.P. 14330

Delegación: Tlalpan
Teléfono: 55.94.04.49

Correo electrónico: anlís_03@hotmail.com

Fecha de nacimiento: 3 de abril de 1978

Lugar de nacimiento: México, D.F.

Estado Civil: Soltera.

PREPARACIÓN ACADÉMICA

1993 - 1996 BACHILLERATO
Colegio de Ciencias y Humanidades
Plantel Sur, UNAM.
Blvd., Cataratas esquina con Llanura
Jard. Del Pedregal, Del. Coyoacán D.F. C.P.
04500

1996 - 2000 LICENCIATURA
Licenciado en Comunicación Gráfica. Escuela
Nacional de Artes Plásticas, UNAM.
Av. Constitución No. 600 Bo. La Concha
Del. Xochimilco, D.F. C.P. 16210

EXPERIENCIA PROFESIONAL

1997
- Diseño y elaboración de Material Didáctico
para niños.
Casa Hogar para Niñas (DIF).

1999

- Diseño y elaboración de Señalización.
Colegio Oviedo Schönthal.

2000

- Rediseño de la identidad y de
papelería de
Restaurante Bar Casa de Michoacán.

- Diseño de la identidad y de papelería del
Centro Social y Deportivo Calacas.

- Diseño de cartel, otros soportes y el montaje
para la Exposición de Grabado.
Facultad de Ciencias, UNAM.

- Colaboración en la Exposición de Diseño
La última y nos vamos ENAP, UNAM.

2002 - 2003

- Diagrama Casa Editorial, S.C.
Zempoala 251-10 Col. Narvarte
Investigación Iconográfica
Elaboración de maquetas.

CURSOS

1996

- SERIGRAFÍA.
CCH - SUR.
Impartido por: Alberto Cañas
Duración: 60 hrs.

1999

- ELABORACIÓN DE PAPEL
A PARTIR DE FIBRAS NATURALES
PARA LA PRODUCCIÓN PLÁSTICA ENAP -
UNAM.
Impartido por: José Manuel García R.
Duración: 30 hrs.

- INTRODUCCIÓN AL USO DE
COMPUTADORAS CON WINDOWS 95
DGSCA - UNAM.
Impartido por: Miguel Ángel Medina O.
Duración: 30 hrs.

- FORMATOS GRÁFICOS
DGSCA - UNAM.
Impartido por: Daniel González L.
Duración: 15 hrs.

- EL BUEN OFICIO DE LA ENCUADERNACIÓN,
SISTEMAS DE SUJECCIÓN
ENAP - UNAM.
Impartido por: Alicia Portillo Venegas
Duración: 25 hrs.

- EL BUEN OFICIO DE LA ENCUADERNACIÓN 2,
EMPASTADO DISEÑO DE TAPAS
ENAP - UNAM.
Impartido por: Alicia Portillo Venegas
Duración: 25 hrs.

OTROS DATOS

Manejo de programas
en plataforma PC y MAC
- Photoshop
- Illustrator
- Corel Draw
- Free Hand
- Quarkxpress



ARETTA

LA EXCELENCIA EN PASTELES

Toda imagen, como tal, proporciona mensajes y sensaciones diferentes para todas aquellas personas que tienen contacto con ésta.

Es por ello que al diseñar una imagen se deben considerar factores como: área del mercado al que se quiere ingresar, el público a quien va dirigido, marcas en el mercado existentes (competencia), color, tipografía, etc.

La imagen para un producto que competirá con marcas reconocidas en el mercado debe ser atractiva, que corresponda con el nombre de la marca, que de alguna forma describa el producto, que considere el slogan y la promesa de venta; asimismo, se deberá realizar un estudio de mercado es decir, el diseñador debe investigar, conocer cómo, qué y cuáles prefieren los consumidores, así identificará a

su segmento de clientes potenciales, de igual forma tiene que estar al tanto de quienes son su competencia directa; y cómo enfrentarla para, entonces, dar espacio a un buen desarrollo del diseño, el cual buscará tener éxito como parte de la imagen final.

Aretta es un proyecto acerca de la creación de la imagen de la marca y nombre de un nuevo pastel congelado, que tiene como fin salir al mercado en tiendas de autoservicio, a un nivel competitivo junto con marcas líderes.

Se realizó una investigación en cuanto a consumidores, gráfica del empaque y promesa de venta; asimismo se definió la competencia inmediata que sería considerada para poder hacer el desarrollo del nuevo pastel congelado y de esta manera plantear los conceptos y necesidades que sustentarán a la parte gráfica.

La investigación se realizó dentro de los siguientes autoservicios: Comercial Mexicana, Aurrerá, Wal Mart, Gigante y Carrefour; se observaron elementos como: marcas de pasteles, los sabores, el peso, el contenido, los colores manejados en los empaques y fotografías, costos, entre otros. También se identificaron los variantes de una tienda a otra.

Un elemento importante fue el saber cual de entre todas las marcas era la más vendida y cual sabor era el o los preferidos del consumidor, las encuestas realizadas al público en general, para saber estos datos señaló que Sara Lee era la marca líder en ventas y que contaba con el mayor número de sabores, seguida por Suandy; concluyendo con esto que Sara Lee era la competencia directa de nuestro producto.



Vista frontal del empaque



En cuanto a los consumidores, señaló que las mujeres dentro de 20 a 40 años, de clase media, trabajadoras en oficinas, amas de casa y estudiantes; es por esta razón que se debería buscar un nombre y una imagen que correspondan a las expectativas que se tiene del producto. De esta forma se trabajó en la creación de un nombre, se consideró la tipografía, el color, el slogan, la fotografía y en todos aquellos elementos necesarios para dar un impacto visual que agrade y atraiga al consumidor.

El objetivo es poder incursionar en autoservicios y poco a poco poder escalar a tiendas de mayor prestigio.

Para la creación del nombre de la marca se discutieron propuestas como: Dolly Ann, Milly Ann, Mary Sue, Mary Ann pero como el producto tenía que sobresalir de entre los demás se tomaron en cuenta otros como Linette, Dorian, y Aretta siendo este último el seleccionado ya que es un nombre corto y fácil de recordar.

Aretta significa excelencia, así que el slogan que acompañó al nombre fue "La Excelencia en Pasteles".

El sabor fue chocolate acompañado de cerezas, que finalmente llevo el nombre de Pastel Selva Negra con Cerezas, resultando llamativo al igual que la marca.

Para guiarnos en la parte de bocetaje se formó un tabulador con conceptos como: calidad, fresca, prestigio, tradición, nuevo; el color relacionado con los conceptos anteriores fueron: rojo dorado, blanco, café, ocre, naranja; latipografía seleccionada: Vivaldi, Arial y Times.



Vista posterior del empaque

En cuanto a variantes se hizo una búsqueda en blanco y negro de tipografía y formas que añadieran planos o perspectivas para hacerlo más atractivo, seleccionando envoltentes los cuales serían óvalos.

Siguiendo con el proceso, se añadió color para reforzar los conceptos seleccionados para la creación de la marca. Después de varias pruebas, se eligieron 3 colores: rojo, blanco y dorado.

Se hizo uso de una red (hecha a partir de cuartos, quintos, medios tercios y ejes diagonales, verticales y horizontales), para ubicar a la marca, descripción del producto, gramaje, indicaciones, fotografías, etc. Ubicadas en el empaque exterior (cara frontal, cara posterior y las caras laterales); aplicando la imagen de la marca en empaque, stand, banderines y servilletas para su distribución y degustación en los puntos de venta.

Sin duda, el proceso de diseño de una imagen para la comercialización de un producto no es nada fácil ya que se deben tomar muchos aspectos en cuenta para que el resultado sea el deseado.

Aretta cumple con todas las exigencias de los consumidores de pasteles congelados ya que es reconocido y ante todo ofrece la excelencia en su producto.



Vista frontal del empaque



Vista frontal del empaque



Vista posterior del empaque

BIBLIOTECA JUVENIL ILUSTRADA

El nivel básico escolarizado o secundaria es la etapa en que los adolescentes pasan un proceso de cambio a nivel aprendizaje en donde se necesitan diversas herramientas alternas de estudio (consulta de libros en bibliotecas, uso de la computadora, navegar por internet, etc.) a las ya proporcionadas por sus profesores, para una mejor comprensión de los temas en las distintas áreas impartidas en los tres años de formación.

Para la mayoría de los estudiantes (y personas en general), el uso de las imágenes en los libros de cualquier tema o área, les facilita la asimilación de la información escrita, tanto su comprensión y retención, como la posibilidad de un mejor desempeño escolar. Asimismo se obtiene un ahorro en las horas de estudio, ya que con esta conjunción de información-imagen el aprendizaje será más fácil y rápido.

Editorial Santillana con el afán de proporcionarles una herramienta más a los estudiantes de nivel básico, ha introducido al mercado editorial una colección de más de 60 libros en los diversos campos del conocimiento, éstos contienen la información en texto, ilustraciones, fotografías, tablas, mapas, etc., que posibilitan al lector una consulta sencilla y ágil.

Dirección editorial: Antonio Moreno Paniagua

Producción: Diagrama Casa Editorial, S. C.

Dirección: Antonio Reina

Coordinación general: Pilar Tapia

Diseño de la colección: Marina Mesa

Coordinación iconográfica: Teodoro de la Cruz Sánchez

Fotografía: Ana Luisa Sánchez

Coordinación de colaboradores: Concha Flores Leblond

Editor: Rodolfo González Espinoza

Arbitraje: Alberto Corcos

Producción: Jesús Arana

Asistentes de producción: Alejandro Zúñiga

y Alejandro Tapia

Edición de arte: Paola Quintanar

Asistentes de edición: Georgina Barrera y Elin Sosa

Diagramación: Rocío Carrasco

Asistentes de diseño: Astrid Giuglietti, Claudia Ascención

y Graciela Cortez Plata

Edición de arte: Paola Quintanar

Diagramación: Marco Pérez y Marcela Arce

Reproducción fotográfica: Rafael Miranda

Fotografía: Archivo Santillana y Archivo Diagrama



Primera edición: junio de 2002

La presentación y disposición de cada página de *Del absolutismo a las revoluciones liberales* son propiedad del editor. Queda prohibida su reproducción por cualquier medio sin autorización escrita del editor. El *Copyright* queda reservado al libro.

ISBN 970-20-0020-0 (obra completa)

ISBN 970-20-0103-0

© 2002 Ricardo González Ramírez

DR © 2001 Editorial Santillana, S.A. de C.V.

Av. Universidad 767, Col. del Valle

03100 México, D.F.

Impreso en México/Printed in Mexico

Página interior de un libro de Biblioteca Juvenil Ilustrada

El trabajo que realicé como Comunicadora Gráfica fue hacer la investigación iconográfica (iconografía: Estudio de las obras de arte, de sus orígenes y significado. // Álbum o conjunto de imágenes o reproducciones artísticas.), como bien lo dice el nombre de la colección, las ilustraciones e imágenes son una base importante en el contenido de cada uno de los libros.

La búsqueda de cada imagen se hizo en el Archivo Santillana, Archivo Diagrama (Diagrama Casa Editorial encargada de la producción de la Biblioteca Juvenil

Ilustrada Santillana), de la colección de imágenes de los autores de los libros, de búsquedas independientes en otros libros o en visitas a instituciones, escuelas como Universum-UNAM Secretaría del Medio Ambiente, Instituto Nacional Indigenista, entre muchas otras y la producción de fotografías de manera independiente todo con el objetivo de proporcionarles las imágenes correctas para un mejor contenido del libro.

Cada una de las imágenes fue seleccionada de manera independiente,

buscando siempre la calidad de estas en tamaño, color, enfoque, claridad y por supuesto su relación con los textos que conforman cada uno de los ejemplares que conforman la colección.

Sin lugar a duda Biblioteca Juvenil Ilustrada Santillana es una opción más de consulta sencilla y práctica para los estudiantes de nivel básico ayudándoles a obtener mayores conocimientos para una mejor formación.



Portadas de Biblioteca Juvenil Ilustrada

5 |

IDENTIDAD GRÁFICA Y CULTURAL

IDENTIDAD GRÁFICA Centro Social y Deportivo Calacas P 37

DIFUSIÓN CULTURAL La gráfica un quehacer colectivo P 39

CONTRASTE Diseño e Impresos P 41

CURRICULUM VITAE



ROSALINDA VÁZQUEZ RÍOS

Domicilio.
Cerro de los Cimientos Mz. 8 Lt. 44
Col. Sagitario 3 Ecatepec Edo. Méx.
C.P. 55239
Tel. 51206006
r_v_r_10@hotmail.com
Fecha de nacimiento: 21/11/1977
Nacionalidad: Mexicana
Estado civil: Soltera

ESTUDIOS

1996-2000
Profesional
Licenciatura: Comunicación Gráfica
Universidad Nacional Autónoma de México
Escuela Nacional de Artes Plásticas

EXPERIENCIA LABORAL

Marzo 2001 – Mayo 2004
SERVICIOS CORPORATIVOS DE TELEFONIA
Ejecutivo de atención y servicio a clientes
de SKY (sistema de TV de paga)
Operador telefónico. Telemarketing.

Diciembre 2000
SITEL de MÉXICO
Operadora de Telemarketing.
Línea de Crédito de Banorte

Noviembre 2000
Escuela Nacional de Artes Plásticas.
UNAM.
Asistente del área de difusión. Participación
en la exposición "La Última y nos vamos..."
Apoyo área de museografía.

Octubre 2000.
Facultad de Ciencias UNAM.
Asistente de diseño de campaña.
Realización de Campaña de difusión para
la exposición de Grabado de el Grupo de
Taller de Expresión Gráfica LAZOTEA

Octubre 2000.
Equipo Nacional de Water Polo
Asistente de diseño.
Elaboración de la campaña de Relaciones
Públicas Internas y Externas.
Realización de materiales de apoyo para el
equipo.

Abril 2000- Octubre 2000
Instituto para la Atención Integral del Niño
Quemado IAP.
Asistente en el área de Diseño
Realización de archivo fotográfico, toma de
fotografías,
Elaboración de material de apoyo para el
Instituto,
Apoyo en la realización de boletín
informativo.

Mayo 2000.
Restaurante Bar Casa de Michoacán
Asistente de Diseño
Rediseño de la identidad gráfica para el restaurante.

Agosto 2000.
Centro social y Deportivo CALACAS
Asistente de Diseño.
Realización de Identidad Gráfica para el Centro Social y Deportivo, elaboración de papelería necesaria para el lugar

Noviembre 1999
Espacio Cultural LA QUIÑONERA
Expositora y asistente de museografía.
Exposición Por los Muertos... por Nosotros
Montaje en la Ofrenda principal.

Mayo 1999
Colegio Oviedo Schontal
Asistente en el área de Diseño.
Elaboración de la señalización para el Colegio.

Octubre 1997 - Agosto 1999
Organización Grupo Lobo.
Edecán de Seguridad Privada.
Noviembre 1997

Casa Hogar para niñas.
Asistente de diseño.
Realización de material didáctico donado a la Casa Hogar

Agosto 1994 - Septiembre 1997.
Instituto Cultural Comercial Americano A.C.
Profesora de Inglés.

CURSOS

"Principios de Guión Cinematográfico".
Período Interanual
1997-2. ENAP-UNAM

"Elaboración de papel como obra plástica".
Período Intersemestral
1998-1. ENAP-UNAM.

Sistema operativo Macintosh, duración de 9 horas a nivel básico,

Marzo 1998. ENAP-UNAM.
"El buen oficio de la encuadernación".
Período Intersemestral
1998-2. ENAP-UNAM.

"El buen oficio de la encuadernación, sistemas de sujeción".
Período Intersemestral
1999-1. ENAP-UNAM.

"El buen oficio de la encuadernación 2".
Empastado diseño de tapas.
Período Intersemestral
2000-1. ENAP-UNAM

OTROS CONOCIMIENTOS

Conocimiento de idioma Inglés a un 70%
Manejo de software Word, PowerPoint, Photoshop, Photo Paint, Illustrator, Corel Draw, Corel Presentation, Lotus Free Lance Graphics, Director, Freehand, Quark Xpress, Page Maker, Internet,
Manejo de fotocopiadoras, maquina de escribir eléctrica.
Toma de fotografías profesional en interiores y exteriores.

IDENTIDAD GRÁFICA

CENTRO SOCIAL Y DEPORTIVO CALACAS

¿QUE SE DISEÑO?

Se realizó el diseño de la identidad Gráfica para un instituto social, cultural y deportivo el cual lleva como nombre "Centro Social y Deportivo CALACAS", ubicado en Segunda Cerrada de Sur 77 Col. Nueva Santa Anita de la Delegación Iztacalco.

¿POR QUÉ?

Al centro social y deportivo le hacia falta tener una identidad gráfica, la cual ayudara a su mejor identificación y que atrajera la atención de la gente, para que acudieran al lugar y conocieran los servicios que en el se proporcionan. por lo que se decidió llevar a cabo el diseño de la misma, al igual que la papelería administrativa con la que no contaba el lugar, como son: la tarjeta de visita, hojas y sobres membretados, fólder organizador y volantes para la difusión del lugar. El objetivo principal era el dar una nueva y mejor imagen al lugar pretendiendo que la identidad realizada fuera aplicada.

¿DONDE SE REALIZÓ?

Toda la investigación para la realización de la identidad gráfica se llevo a cabo en el "Centro Social y Deportivo Calacas" y en zonas aledañas. Se realizaron múltiples visitas al lugar para efectuar un análisis y estudio del lugar y de las personas que frecuentan el mismo.

El proyecto del bocetaje y prácticas de diseño se llevaron a cabo en la Escuela Nacional de Artes Plásticas.

¿COMO?

Las expectativas eran demasiado grandes para llevar a cabo dicho proyecto ya que era obvio que el lugar necesitaba una identidad para cambiar su apariencia y llamar la atención de la gente.

Se trató de definir que servicios se ofrecen y que objetivos manejan para hacer un diseño que corresponda con los mismos, al igual que el detectar las necesidades inmediatas para diseñar los soportes gráficos que se requerían.

EXPERIENCIAS

La identidad Gráfica hecha para una institución, negocio o empresa debe estar vinculada con los principios y servicios que estos ofrezcan, esto bien logrado abrirá pauta para un mejor reconocimiento y aceptación por parte del público frecuente y a su vez permitirá un interés en aquellos clientes que sin reconocerlos querrán hacerlo.

DESCRIPCION DE LAS CONDICIONES O ESPECIFICACIONES A CUBRIR EL PROYECTO

La identidad Gráfica realizada para el "Centro Social y Deportivo CALACAS" sirvió para recuperar al público, el cual tenía un concepto no muy grato del lugar debido a administraciones pasadas, por ello se trato de dar un giro nuevo para que el Centro tuviera una gráfica adecuada que permita un mejor conocimiento y aceptación. (Este Centro Social adopta el nombre de CALACAS debido a que antes ese espacio era ocupado por un cementerio).



A corto plazo se ideó realizar la papelería administrativa como: tarjetas de visita, hoja y sobre membretados, volantes, fólder organizador, además de la marquesina. A mediano plazo se puede aplicar la identidad en playeras, gorras, uniformes de personal y maestros, así como carteles promocionales y señalización.

Por último se realizó una revisión de otros centros aledaños y de la gráfica que en ellos se manejaba, es éstos solo se manejaban disposiciones tipográficas generalmente en color verde-azul y blanco.

PUNTO CREATIVO:

La idea de hacer un juego tipográfico que sintetizara todos los conceptos era el punto principal, el color daría el toque final para el diseño en expectación, así es que se escogieron solo aquellos colores y conceptos más representativos.

Los materiales utilizados par dicho proyecto fueron: cartulina Concept Glacier Mist, papel bond. Todos los soportes gráficos fueron impresos en serigrafía de una a dos tintas, en realce y con tinta mate.



Papelería general para el Centro Social y Deportivo Calacas

DIFUSIÓN CULTURAL

LA GRÁFICA UN QUEHACER COLECTIVO

• QUE SE DISEÑO?

Se llevó a cabo el diseño para la exposición "*La Gráfica, un quehacer colectivo*" muestra del taller de expresión gráfica La Azotea. La cual se llevó a cabo en la Facultad de Ciencias de la Universidad Nacional Autónoma de México el 16 de noviembre del 2000.

Se realizó todo el proceso de difusión para dicha exposición, se creo el diseño y los soportes. La impresión se llevó a cabo en soportes adecuados para informar a la comunidad del evento realizado.

¿POR QUÉ?

El trabajo que se realizó fue por motivo de que en la facultad de Ciencias de la Universidad Nacional Autónoma de México, se llevaría a cabo la exposición de pinturas y obras realizadas por autores como María del Coro Arizmendi, Julio Pastor, Jesús Martínez, Bárbara Torres de la Torre, Ana Irene Ramírez, Carolina Tangassi y Guillermo Sienra. Dichas obras se expusieron para el público y estudiantes universitarios.

Era necesaria llevar a cabo una gráfica la cual ayudara a difundir y promover la exposición dentro de la Facultad, al igual que en la Universidad en general, se apoyo con la creación de la imagen.

La difusión dentro de una gran escuela es requerida para que el público acuda y conozca las propuestas que tanto jóvenes o adultos artistas desean dar a conocer a la comunidad por tal motivo se realiza la gráfica para la Exposición "*La Gráfica, un quehacer colectivo*".

¿PARA QUIEN?

El diseño fue para la Facultad de Ciencias de la UNAM, dicho proyecto se realizó para apoyar a la difusión de las Actividades Culturales de la misma facultad, al igual que para invitar a los alumnos y público en general acudieran a la muestra que el taller de Expresión Gráfica La Azotea y que cada uno de sus integrantes deseaban dar a conocer sus obras y grabados realizados.

¿DONDE SE REALIZÓ?

El proyecto se llevó a cabo en la Facultad de Ciencias de la UNAM.

La difusión se realizó ubicando carteles en lugares estratégicos, mayormente frecuentados por los alumnos de la universidad.

Los volantes e invitaciones se repartieron a personal de diversas facultades aledañas.

El análisis e investigación del diseño se llevó a cabo dentro de la misma facultad, con apoyo de los expositores, y encargados del montaje de dicha exposición.

¿COMO SE REALIZÓ?

Era necesario realizar la imagen y difusión para la exposición que llevaría a cabo el taller de Expresión Gráfica La Azotea. Por parte del Área de difusión cultural de la Facultad de Ciencias de la UNAM fue solicitado el apoyo para realizar materiales diversos que ayudan a dar a conocer la muestra a efectuarse. Se realizó el diseño de diversos soportes como: volantes, invitaciones, posters y folletos.

Fue necesario realizar un análisis del lugar en donde se llevaría a cabo la muestra, así como del público que solía visitar el lugar, para que se sintieran identificados y atraídos hacia la muestra. sino en muchos proyectos más.



Al crear una imagen uno se da cuenta a primera instancia que impacto causará al público y es grato saber que gracias a esas imágenes, diseños, creaciones das a conocer que sin diseño todo sería muy soso, frío y sin chiste.

PUNTO CREATIVO.

Se busco una tipografía que fuera acorde con el diseño, al igual que solamente se llevara a cabo la impresión a dos tintas para hacer mayor alusión a las obras expuestas ya que estas solo estaban realizadas a dos tintas. Se tomo en consideración la imagen del Tzompantli realizado por Jesús Martínez para que apareciera en todos los soportes .



**Invitación y volante
para la Exposición de Grabado**



CONTRASTE

DISEÑO E IMPRESOS

¿QUE SE DISEÑO?

La identidad gráfica para el despacho de diseño gráfico, se llevaron a cabo los soportes gráficos, como la hoja y sobres membretados, el fólder organizador, tarjetas de presentación, folleto y material.

Se diseñó la imagen principal y el nombre del mismo llegando a la conclusión de que se llamaría "Contraste".

¿POR QUE?

Dicho Proyecto se llevo a cabo debido a que era necesario crear un despacho en el cual se brindarían los servicios de diseño gráfico. Se proporcionarían los servicios de Fotografía, ilustración, Diseño y Diseño Editorial, así mismo se daría una solución gráfica a toda necesidad que el publico que solicitara el servicio lo requiriera.

¿PARA QUIEN?

Dicho proyecto se realizo para que el publico en general tuviera un lugar al cual asistir para cualquier necesidad grafica requerida. El servicio que ofrecía el despacho era el de diseño e impresos, concretamente de papelería (tarjetas de visita, hoja y sobre membretados y fólder organizador), folletos; catálogos; agendas; calendarios; carteles; volantes, portadas de libros e ilustraciones. El área de diseño editorial será el encargado del correcto acomodo de los elementos en los formatos que se diseñarán. Se tiene la responsabilidad de hacer atractivos, funcionales y originales aquellos soportes que solicite el cliente.

¿DONDE SE REALIZÓ

Todo el proyecto se desarrollo dentro de la Escuela Nacional de Artes de la Universidad Nacional Autónoma de México

¿COMO SE REALIZÓ?

Dicho proyecto se llevó a cabo a través de diversos estudios y se tuvo que realizar una gran variedad análisis para la creación del nombre del despacho, tratando de que no hubiera competencia mayor para el mismo, se realizaron una gran cantidad de bocetos tanto en blanco y negro como a color de los cuales se seleccionó el que se aplicaría sobre todos los soportes. Se determinó que el nombre que llevaría el despacho de Diseño Gráfico sería Contraste, por lo que se investigo que tipografía o bien que diseño llevaría la identidad del despacho, se eligió la opción que aquí se presenta en dicho estudio.

PUNTO CREATIVO.

Se realizo un juego tipográfico acompañado de altos contrastes y tramas que nos llevo al diseño final. Se eligieron dos colores en particular, el principal fue



el color rojo, el cual fue seleccionado ya que es un color llamativo y el negro que es sobrio y formal.

EXPERIENCIAS

La creación de un proyecto como lo fue Contraste ha generado muchas expectativas y proyectos a futuro. Un despacho de diseño gráfico es lo que todo comunicador o diseñador gráfico desea tener para poder desarrollar todos sus conocimientos. Es indudable que un despacho ayudara a todo aquel cliente a rescatar sus ideas y plasmarlas en diversos soportes, lo cual será la creación de una imagen que se proyectara al público en general. Contraste se pretende se a un proyecto real a futuro y se pretende que este preste todos aquellos servicios tanto de diseño como de impresión desde pequeño hasta un gran formato.



Papelería interna del Despacho



Papelería interna del Despacho



Ejemplos del área de ilustración

BIBLIOGRAFÍA

MANUAL DE ILUMINACIÓN PARA TELEVISIÓN

HERRERA MORA, Oscar.

Centro de

Entrenamiento de Televisión Educativa.

**INTRODUCCIÓN A LA INGENIERIA DE LA PRODUCCIÓN
DE TELEVISIÓN EDUCATIVA.**

SANTAMARÍA ALDANA, Arturo.

Centro de Entrenamiento de Televisión Educativa.

CÓMO DISEÑAR RETÍCULAS

SWANN, Alan

Ed. G.G

EL COLOR EN EL DISEÑO GRÁFICO

SWANN, Alan

Ed. G.G

ENVASE Y EMBALAJE.

SELORIO, Carlos.

EL MUNDO DEL ENVASE.

VIDALES G., María Dolores

Ed. G.G.

DISEÑO DE PÁGINAS WEB.

McLELLAND, Decke.

Ed. Anaya Editores.

DISEÑO WEB ELEMENTOS DE INTERFAZ.

EATON, Eric.

Ed. Anaya Editores.

SISTEMAS DE RETICULAS

MULLER-BROCKMANN, Josef

Ed. G.G.

DISEÑO DE REVISTAS

OWEN, William

Ed. G.G.