



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO**  
**ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLÁSTICAS**

“Forma y Función en el diseño de exhibidor. Caso Bambara”

TESIS  
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:  
LICENCIADO EN DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL

PRESENTA:

ROSANGELA RUIZ DIMAS

DIRECTOR DE TESIS:

JULIÁN LÓPEZ HUERTA

MÉXICO, D.F. 2006.



Universidad Nacional  
Autónoma de México



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

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

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

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

## AGRADECIMIENTOS

A la Universidad Nacional Autónoma de México y la Escuela Nacional de Artes Plásticas por el placer de estudiar lo que me gusta.

Agradezco y dedico éste trabajo a mi familia empezando por mis abuelos María de Lourdes y Fernando, mis padres María Guadalupe y Enrique. Gracias por todo el apoyo, comprensión y tolerancia.

A mis queridos hermanos Dany y Keto, a mis tíos Lucy, Fer, Rafa, Ricardo, Alejandro, Mario, Carlos, Rosita, Rita y toda la familia Dimas Hernández.

A mis amigos y quienes colaboraron en la tesis Memo, Cintli, Marce, Monse, Emmanuel, Jorge, Angel, Armando, Paco y Miguel.

En especial agradezco la paciencia y atención de mis maestros, Julián López Huerta, eres un gran ejemplo para mi, María de la Luz Banegas Macías, mi amiga, maestra, consejera..., Adriana Paredes Martínez, admiro tu profesionalismo, Gerardo Clavel Kruyff, gracias por tu enseñanza en el aula, Gerardo Solache Valdivia, gracias por el tiempo y la ayuda.

Y para todos quienes me escucharon y han estado conmigo.

## INTRODUCCIÓN

### CAPÍTULO UNO “DISEÑO, FORMA Y FUNCIÓN”

1.1 Definición de Diseño.....	8
1.2 Conceptos Básicos.....	10
1.2.1 Comunicar	
1.2.2 Comunicación	
1.2.3 Diseño y Comunicación Visual	
1.3 Definición de forma.....	14
1.3.1 Contexto	
1.3.1.1 Percepción	
1.3.1.2 Estructura	
1.3.2 Propiedades inherentes de la forma	
1.3.2.1 Físicas	
1.3.2.2 Materiales	
1.4 Definición de función.....	25
1.5 Relación Diseño, Forma y Función.....	26
1.6 Diseño de Exhibidor.....	28
1.6.1 Antecedentes	
1.6.2 Clasificación	
1.6.3 Materiales	
1.6.4 Maquetación	
1.6.5 Empresas dedicadas al Diseño de exhibidor	
1.6.6 Aspectos específicos para el desarrollo de un exhibidor	

## CAPÍTULO DOS “ EMPRESA BAMBARA ”

2.1 Aspectos generales.....	40
2.2.1 Historia	
2.2.2 Giro	
2.2.3 Políticas	
2.2.4 Competencia	
2.2 Análisis de la empresa y competencia.....	42
2.2.1 Ventajas	
2.2.2 Desventajas	
2.2.3 Material Gráfico	
2.3 Necesidad.....	46
2.3.1 Análisis del emisor	
2.3.2 Análisis del perceptor	

## CAPÍTULO TRES “DISEÑO DE EXHIBIDOR”

3.1 Método.....	50
3.1.1 Modelo de Cross	
3.2 Aplicaciones.....	52
3.2.1 Etapa uno	
3.2.2 Etapa dos	
3.3 Presentación.....	68
3.3.1 Solución Final	
3.3.2 Descripción	
3.3.3 Justificación	

## CONCLUSIONES

## BIBLIOGRAFÍA

## INTRODUCCIÓN

El presente trabajo es la realización de un Diseño de exhibidor para la empresa Bambara.

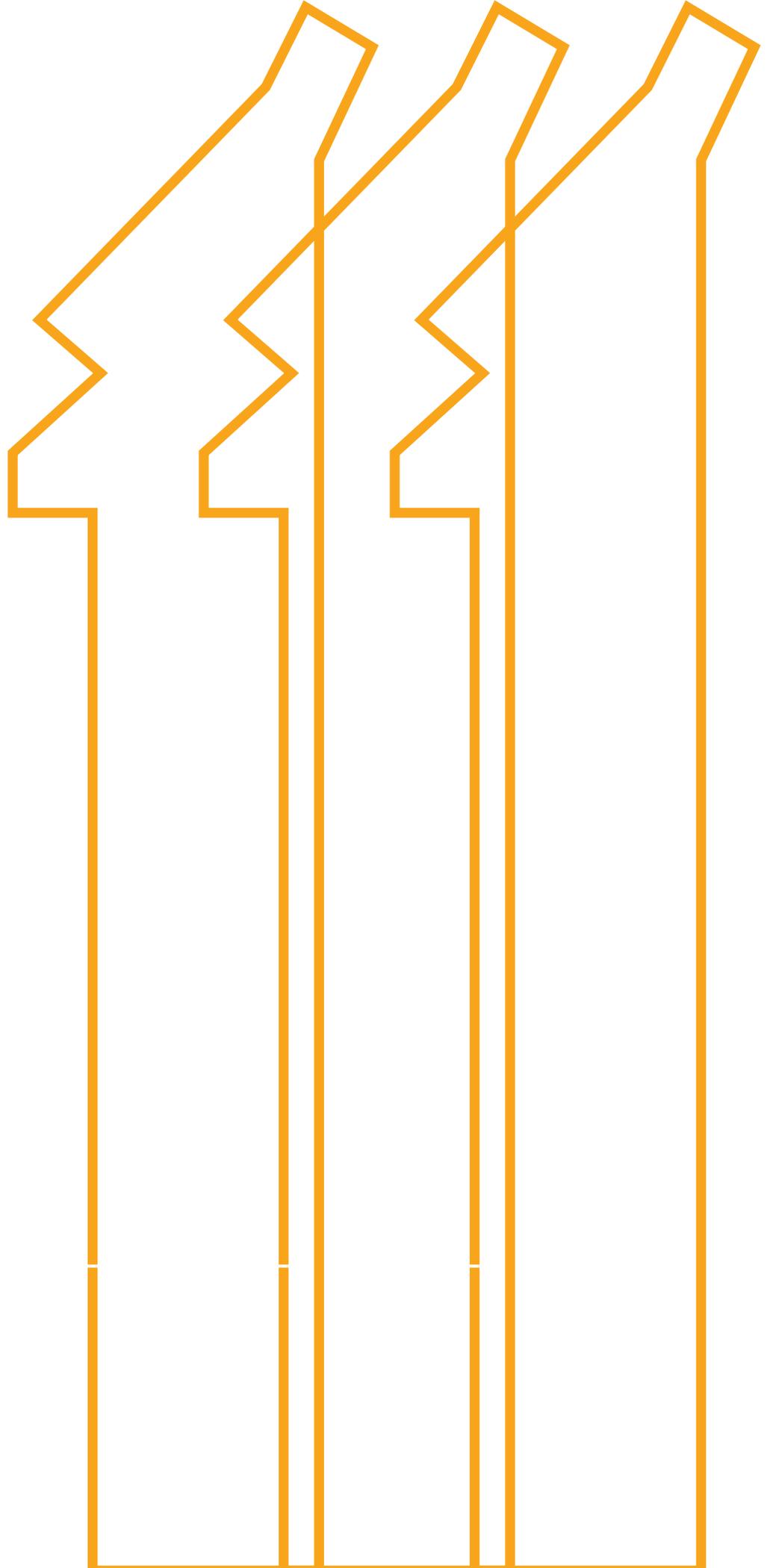
Durante el desarrollo del proyecto se hicieron distintas investigaciones que se determinan por los capítulos expuestos. En el capítulo uno se encontrará el marco teórico sobre la definición de Diseño y Comunicación Visual, así como también un análisis de los conceptos forma, función. Lo cual dará pauta para definir lo que es un exhibidor, su clasificación, las empresas y aspectos específicos sobre el desarrollo de su Diseño.

El capítulo dos está orientado al análisis de Bambara, de su competencia y de sus necesidades como empresa.

Por último de la sección de investigación el capítulo tres retoma toda la parte teórica para complementarla con la práctica, la cual muestra el proceso que se llevó a cabo para la realización del exhibidor. Se explica el método empleado y su aplicación.

En el capítulo cuatro para finalizar se exponen las conclusiones.

# CAPÍTULO UNO



## 1.1 DEFINICIÓN DE DISEÑO

Existen diversas definiciones de Diseño, de las cuales sólo mencionaré algunas expuestas por diferentes autores:

"Diseño es una facultad básica para organizar y modificar el mundo físico."<sup>1</sup>

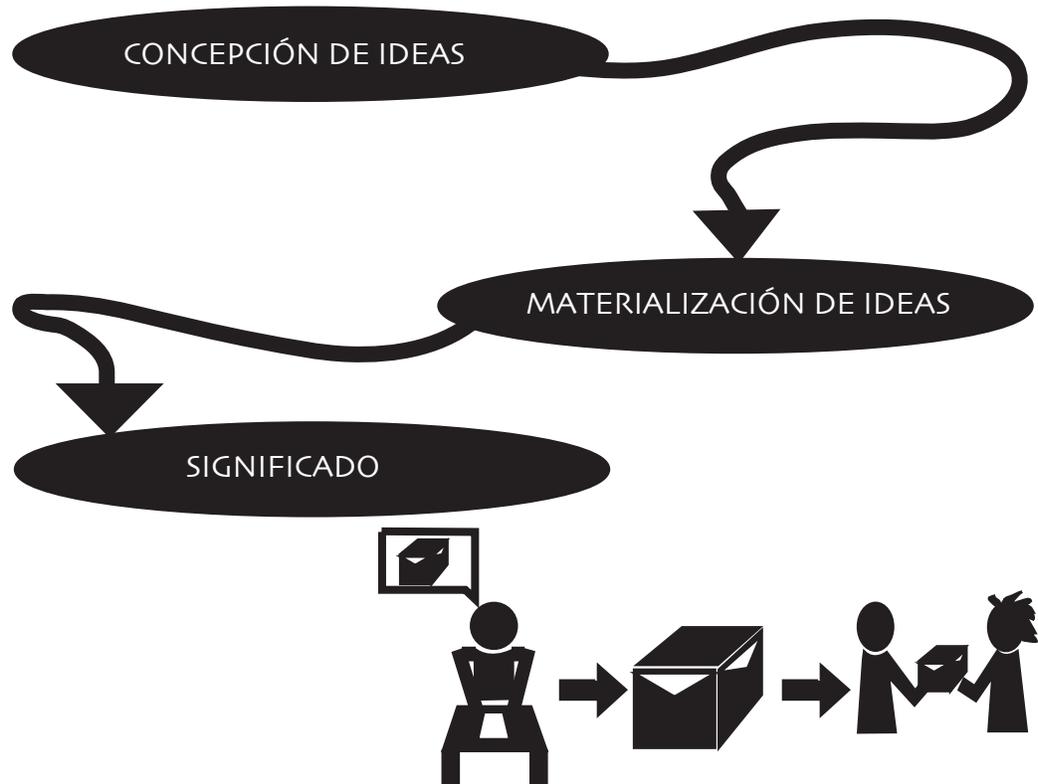
"El diseño es un acto distinto, propio, integrado, científico-tecnológico-estético: una tecnología estética-operacional o una operación-estético-tecnológica *sui generis*."<sup>2</sup>

"El diseño es el estudio sistemático de los métodos, técnicas y teorías para la generación de objetos de uso tanto por su parte del quehacer humano que se enfoca a cualquiera de sus actividades en el cual, el objeto, una vez insertado en la realidad adquiere la condición de ser él mismo por propia definición tanto por su constitución, origen, y pertinencia, como, estética y función"<sup>3</sup>

Mi definición concreta del Diseño pertenece a la concepción de ideas que se expresan mediante su materialización y su significado.

La concepción de ideas es el surgimiento de pensamientos que se generan a partir de conocimientos adquiridos por las experiencias, la materialización es llevarlas a cabo a través de un método para lograr su presentación física, el significado es el valor agregado de interpretación personal para todas las cosas.

### EL DISEÑO COMO:



<sup>1</sup> Rawson, Philip, *Diseño*, Editorial Nerea, Madrid

<sup>2</sup> Dussel, Enrique, *Contra un Diseño Dependiente*, UAM Azcapotzalco, México, 1992, pág 20

<sup>3</sup> Apuntes para el curso de Teoría e Historia del Diseño I y II, López Huerta, Julián.

El Diseño también cumple con cubrir necesidades como dice Francisco Garcé Olvera “en esa vida que aparecen las necesidades que son el motor de nuestras acciones y el fundamento del deseo de una vida mejor,”<sup>4</sup> asimismo cumple con realizar cambios que se generan a partir de una cuestión llamada “creatividad”. La creatividad es hacer algo nuevo, es transformar los elementos, es inventar, es ser original, según lo menciona Gilda Waisburd en el libro *Creatividad y Transformación*. Existen dos tipos de creatividad por intuición y por razonamiento. La creatividad por intuición es el conocimiento directo para crear algo nuevo y la creatividad por razonamiento es aquella que es pensada y estructurada de manera metódica para la creación de algo nuevo.

El autor Mauro Rodríguez menciona que el proceso creativo implica casi siempre:

- una estructuración de la realidad,
- una desestructuración de la misma, y
- una reestructuración en términos nuevos.

Asimismo agrega que existen seis etapas fundamentales en el proceso creativo éstas son:

**1 El cuestionamiento** que es el fruto de inquietud intelectual, de curiosidad bien encauzada, de interés cultivada, de hábitos de reflexión, de capacidad para percibir más allá de lo que las superficies y apariencias nos ofrecen.

**2 El acopio de datos**, es salir al campo de los hechos para observar, anotar, y obtener toda la información útil a la creación.

**3 Incubación**, es una etapa donde las ideas son reflexionadas y analizadas para dar paso a

**4 la iluminación**, que es el momento en el que surgen las posibilidades para la solución del problema.

**5 Elaboración** es el paso de la idea luminosa a la realidad externa.

**6 Comunicación** es dar a conocer las ideas

El producto final de la creatividad humana es un diseño, el cual fue un proceso donde intervino la observación, los conocimientos propios, la búsqueda, la operación, la espontaneidad, la prueba, el error, el aprendizaje y muchos otros factores.

Después de haber definido Diseño hablemos de diseñar. “Diseñar se nombra a la actividad productiva del hombre, que consiste en idear e imaginar formas sensibles nuevas que respondan como satisfactores a necesidades humanas y expresarlas en un lenguaje simbólico gráfico.”<sup>5</sup>

4 García Olvera, Francisco, *Reflexiones sobre el Diseño*, UAM Azcapotzalco, México 1996, pág. 54

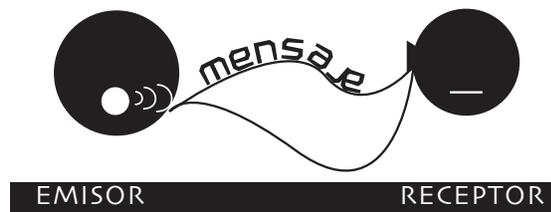
5 García Olvera, Francisco, *op. cit.* pág. 56

## 1.2 CONCEPTOS BÁSICOS

### 1.2.1 COMUNICAR

Comunicar es la acción de informar, decir, dar a conocer algo. Es una característica de todo ser humano para expresar pensamientos y sentimientos. Existen diferentes maneras de comunicar, éstas se distinguen por el medio en que se transmite la información, ésta puede ser oral, textual, visual, auditiva y gestual.

Hay tres elementos para que se establezca la comunicación, éstos son: emisor, quien emite el mensaje, el mensaje; que es la información y el receptor quien recibe el mensaje.



Existen diferentes modelos de comunicación como por ejemplo el modelo de Lasswell el cual pretende explicar el comportamiento de las masas como respuesta a los distintos estímulos; el modelo de Shannon da lugar a la denominada teoría matemática de la comunicación o teoría de la información; el modelo de Schramm plantea que existe una fuente, que puede ser una persona o una organización informativa, un mensaje que puede utilizar formas expresivas como la escritura, la imagen, etc., un destino que corresponde a una persona o a un auditorio; el modelo de Jakobson constituye un destinador que transmite el mensaje al destinatario, éste mensaje tiene un contexto de referencia, y es necesario que el destinador y el destinatario posean un código común, el último elemento del modelo de Jakobson es el contacto el cual establece como un canal físico y una conexión psicológica entre el destinador y el destinatario; por último tenemos el modelo de Maletzky el cual entiende la Comunicación social como un proceso dinámico, basado en múltiples relaciones de interdependencia entre los diferentes factores que concurren en dicho proceso como un mensaje que crea una vivencia-efecto en el receptor.

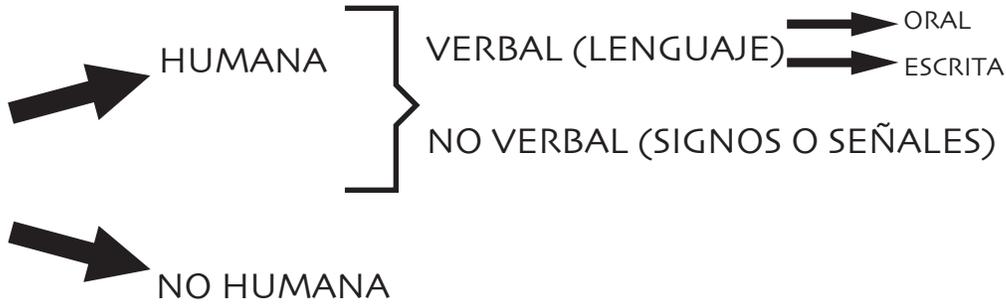
### 1.2.2 COMUNICACIÓN

Del latín *comunicare* que se traduce como "compartir algo con alguien."

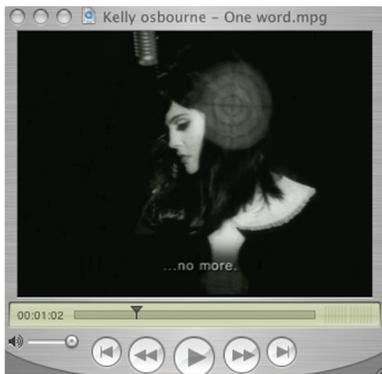
"La comunicación está estrechamente vinculada con el concepto de comunidad y, por consiguiente, a los de organización social y de colaboración. Se entiende como comunicación el intercambio de significados entre individuos mediante un sistema común de símbolos."<sup>6</sup>

<sup>6</sup> Enciclopedia Británica Tomo 4 pág. 223-224.

# COMUNICACIÓN



La comunicación verbal emplea un lenguaje de signos lingüísticos en el cual se intercambian ideas y pensamientos; y la comunicación no verbal utiliza signos y señales visuales. Para el Diseño ambos son recursos importantes con los que puede expresar y dar a conocer nuevas ideas, para lo cual hace uso de los medios disponibles como lo son los medios impresos (revistas, periódicos, folletos, catálogos, carteles, libros) y medios audiovisuales (televisión, internet).



## Busca Tecnológico de Monterrey estudiantes con pensamiento sin límites

Diciembre 2011 | **ESPECIAL** | 112

El pasado 20 de noviembre, el Tecnológico de Monterrey organizó un concurso de pensamiento sin límites con el propósito de identificar a los estudiantes con mayor capacidad de innovación y creatividad. El concurso se realizó en el campus Ciudad de México, bajo la dirección de Roberto Rueda Delgado, rector de la zona del norte del Tecnológico de Monterrey, quien junto con el comité organizador, encabezó el evento. El concurso consistió en una serie de retos que los estudiantes debían resolver en un tiempo limitado. Los retos fueron diseñados para evaluar la capacidad de los estudiantes para pensar fuera de la caja y encontrar soluciones creativas a problemas complejos. Los participantes fueron seleccionados a través de un proceso de selección que incluyó una prueba de pensamiento sin límites y una entrevista con el comité organizador. Los ganadores del concurso serán reconocidos por su capacidad de innovación y creatividad, y recibirán una beca para estudiar en el Tecnológico de Monterrey. El concurso es una excelente oportunidad para los estudiantes que desean desarrollar sus habilidades de pensamiento sin límites y participar en proyectos de innovación y creatividad. El concurso se realizará en los próximos meses en los campus de Monterrey y Ciudad de México. Para más información, visita el sitio web del concurso: [www.tecm.mx/concurso](http://www.tecm.mx/concurso).

"FORMA Y FUNCIÓN EN EL DISEÑO DE EXHIBIDOR"

## 1.2.3 DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL

- 1 **COMUNICACIÓN** Es el intercambio de significados entre individuos mediante un sistema común.
- 2 **DISEÑO** Es concebir ideas expresándolas mediante la materialización y significación.

"Comunicación visual es la transferencia de información en la interacción social que permite el intercambio de conocimiento, influyendo directamente en el entorno cultural; a través del uso de vehículos percibidos por el sentido de la vista y las sinestesia correspondientes."<sup>7</sup>

Munari refiere a que todo lo que ven nuestros ojos son comunicación Visual.<sup>8</sup>

- 1 **DISEÑO** Es concebir ideas expresándolas mediante la materialización y significación.
- 2 **COMUNICACIÓN VISUAL** Es la transferencia de información en la interacción social que permite el intercambio de conocimientos, influyendo directamente en el entorno cultural; a través del uso de vehículos percibidos por el sentido de la vista y las sinestesia correspondientes.



DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL ES LA GENERACIÓN DE UNA INFORMACIÓN QUE ES ANALIZADA, Y PROCESADA PARA SER REPRESENTADA MEDIANTE EL LENGUAJE VISUAL.

<sup>7</sup> Apuntes para el curso de Teoría e Historia del Diseño Ly.II, López Huerta, Julián.

<sup>8</sup> Munari, Bruno, op.cit., pág 79

Entorno al Diseño y Comunicación Visual existen puntos importantes que requieren de su estudio como ejercicio profesional, lo que se mencionara son apuntes retomados del curso Teoría e Historia del Diseño impartido por Julián López Huerta:

“El Diseño aplicado a la Comunicación Visual como disciplina estudia con base a planteamientos metodológicos la utilización de los recursos para la investigación, configuración y reproducción de los vehículos de la Comunicación Visual.

Como profesión el Diseño aplicado a la Comunicación Visual convergen tanto, de los sistemas de configuración (generación y producción) como los aspectos de significación (conceptualización, decodificación y comprensión) de los objetos visuales de uso; ejerciendo: el análisis y/o síntesis en la proyectación de la información, codificándola en el lenguaje visual y su relación sinestésica con los demás sentidos para su aplicación en los vehículos de Comunicación.”<sup>8</sup>

El Diseño aplicado a la Comunicación Visual:

**Resultados:** se insertan directamente en la sociedad a partir de aspectos discursivos de significación en los vehículos de Comunicación Visual y/o audiovisual para conceptuar, expresar y difundir la información. El compromiso social representa un papel que el Diseño logra cuando se es comprendido y posteriormente aprendido.

**Ejecución:** optimización del lenguaje plástico principalmente el visual y/o audiovisual, tanto, en la proyectación, como, en la reproducción; a través de las técnicas de representación para los sistemas manuales, mecánicos, electrónicos o digitales.

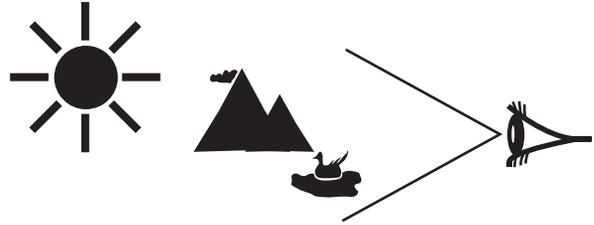
**Función Social:** se delimita en la solución de problemas de interacción humana que requieren de la transferencia de información, vinculándose directamente con los procesos de intercambio de conocimiento e influyendo directamente en todos los aspectos el entorno cultural.

En la actualidad la carrera de Diseño y Comunicación Visual ha crecido ya que los diseñadores se han encargado de vincularse con otra áreas del conocimiento. Debido a las actuales formas de pensamiento surgen teorías como nuevos paradigmas. La cuestión hoy en día es que conforme a la generación de la actividad productora de objetos reales, aparecen cada vez más los distintos diseños que proponen y sugieren cambios en la transformación de nuestro mundo.

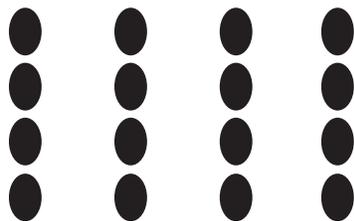
A continuación se explicará el siguiente tema referente a la forma como ámbito estructural que define la parte elemental de un Diseño.

### 1.3 DEFINICIÓN DE FORMA

Los griegos usaron el término *morphé* para nombrar a la apariencia exterior del cuerpo humano. La forma es "la determinación exterior de la materia. Es la figura que la intención y la acción humana confieren a un artefacto."<sup>10</sup> Este concepto únicamente se refiere a la forma material de un objeto, pero existe también aquella forma llamada perceptual, donde las características aún son mayores. La forma perceptual "es el resultado de un juego recíproco entre el objeto material, el medio luminoso que actúa como transmisor de la información y las condiciones reinantes en el sistema nervioso del observador"<sup>11</sup>

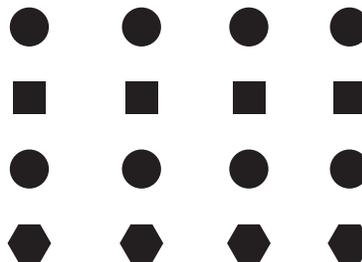


La forma perceptual es también estudiada por psicólogos de la Gestalt, lo cual implica un profundo conocimiento sobre la percepción y las leyes que agrupan elementos formando configuraciones que se refieren a su proximidad, su semejanza, su continuidad, y su simetría.



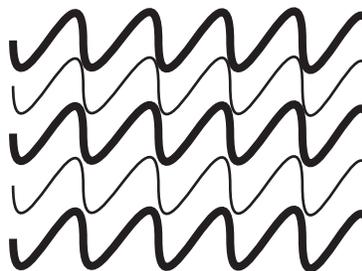
#### LEY DE LA PROXIMIDAD

los elementos del campo perceptivo que están aislados tienden a ser considerados como grupos o como formas secundarias de la forma principal.



#### LEY DE LA SIMILITUD

los elementos similares tienden a agruparse y a diferenciarse de otros.

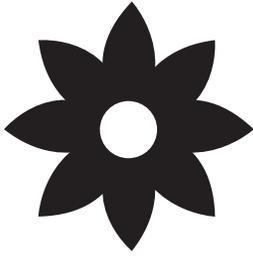


#### LEY DE LA BUENA CONTINUIDAD

los elementos tienden a agruparse de manera que se haga el mínimo cambio o discontinuidad.

<sup>10</sup> Salinas Flores, Oscar; *Historia del Diseño Industrial*; Ed. Trillas; México, 2001; pág 22.

<sup>11</sup> Arnheim, Rudolf, *Arte y Percepción Visual*; Ed. Alianza; Madrid, 2005; pág 62



**LEY DE LA SIMETRÍA**

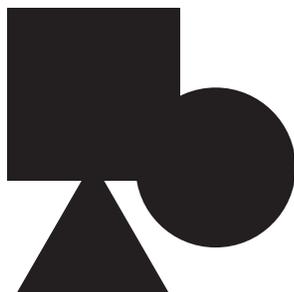
es la proporción adecuada de los elementos o partes de un todo entre sí y con el todo mismo.



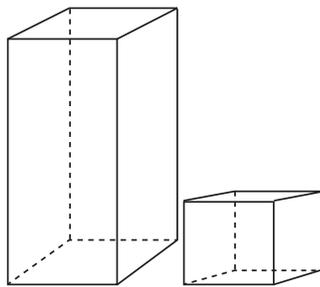
**LEY DEL CIERRE**

tanto mejor será una forma, cuando mejor cerrado esté su contorno.

Existen otras leyes como por ejemplo la ley dialéctica, la ley del contraste, ley de completión, ley de cierre, noción de pregnancia, principio de invarianza topológica, principio de enmascaramiento, principio de Birkhoff, principio de memoria y el principio de jerarquización. Para mayor detalle de la teoría de la forma consultar el libro “La imagen” de Abraham Moles. Ahora bien retomemos el concepto inicial, la forma es el orden estructural integrado de cada cosa, sus características se determinan por su tamaño, color, olor, y textura. Nuestro mundo visual nos permite observar miles de formas distintas clasificadas como: formas geométricas, formas naturales, formas abstractas, formas libres, formas orgánicas, formas tridimensionales, en fin una cantidad de formas distintas, las cuales son percibidas por el órgano de la visión.



formas geométricas



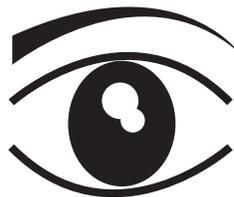
formas tridimensionales



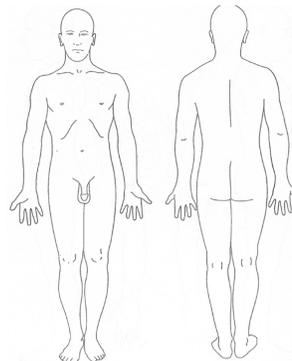
formas libres



formas orgánicas



formas abstractas



formas biológicas

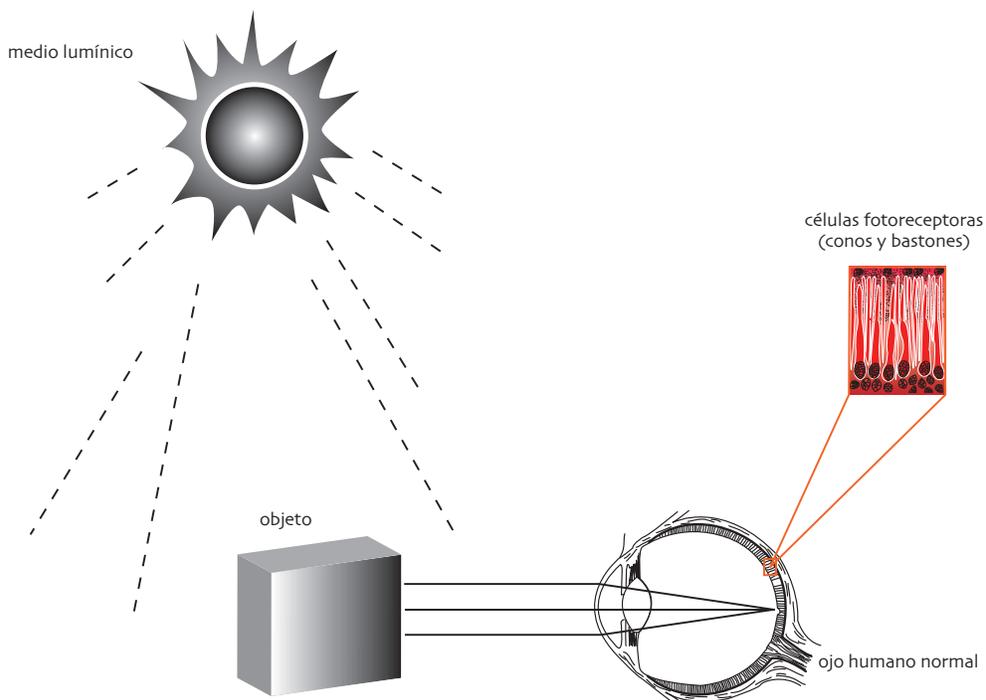
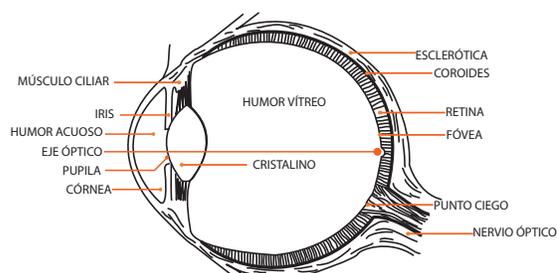
## 1.3.1 CONTEXTO

### 1.3.1.1. Percepción

La percepción es una estimulación hacia los sentidos que son interpretados en el cerebro; en el caso de la percepción visual el proceso es fundamentalmente un medio de orientación práctica y de exploración activa que se inicia con impulsos nerviosos que llegan a estimular al ojo (receptor) para ser interpretado por el cerebro.

La química de la visión se lleva a cabo cuando los rayos de luz penetran hacia una capa transparente llamada córnea, pasando por el humor acuoso y por el iris que regula la cantidad de luz cambiando el tamaño de la abertura. Al llegar a la retina la luz es captada por dos tipos de células llamadas bastones y conos; los bastones tienen un pigmento sensible a la luz llamado rodopsina; y los conos contienen un pigmento análogo a la luz llamado yodopsina, y su función es percibir los colores.

Todo aquello que llega a nuestros ojos son experiencias visuales que se quedan grabadas en el cerebro y por ello somos capaces de identificar, relacionar y analizar cada objeto presente y determinar cuáles son sus características formales.



En psicología, se denomina percepción al proceso por el que la conciencia integra las impresiones sensoriales sobre objetos, acontecimientos o situaciones. Se distingue de la sensación por su carácter activo, ya que la acción perceptiva incluye una elaboración de los datos sensoriales por parte del sujeto. La percepción fundamentalmente interpreta las sensaciones, dándoles significado y organización. Las sensaciones se refieren a experiencias inmediatas básicas generadas por estímulos aislados.

La percepción visual se puede ilustrar con los estudios de carácter visual. Así, en la percepción de la profundidad o visión de los objetos en sus tres dimensiones intervienen el contexto visible, la fisiología ocular expuesta anteriormente en el esquema, y el movimiento de la cabeza. Factores como el tamaño relativo de las figuras, la interposición de objetos, la perspectiva lineal y la combinación de luces y sombras producen en el observador las percepciones sobre la distancia y el volúmen de lo que ve.

### 1.3.1.2 Estructura

Para aunar más en el concepto de la forma hay varios términos que complementan el aprendizaje como por ejemplo la estructura, como parte fundamental de una forma.

Definición de estructura. Es la disposición de las fuerzas perceptuales internas del objeto. El término estructura proviene del latín *structura*, perteneciente al verbo *struere*, construir.

En su definición de estructura Francisco García Olvera la define como "el conjunto de elementos en un determinado orden del que depende su función"<sup>12</sup>

Aunque no sea claro y evidente, dentro de la forma y fuera de ésta existe lo que se llama fuerzas perceptuales. Estas son causas que dan la organización del objeto percibido, éstas tienden a ser direccionales.

Las fuerzas no se pueden ver, pero existen dado a que el objeto es materia y energía (en términos físicos), la materia esta compuesta de elementos químicos y estos reaccionan generando energía, gracias a esto se producen diferentes fuerzas que se atraen y rechazan, según sea el caso. Las fuerzas en el agua dependen de su estado físico, si el agua se encuentra en estado gaseoso difieren del sólido donde las fuerzas de cohesión estan muy unidas.

Arnheim dice: " el esqueleto estructural está compuesto básicamente por armazón de ejes", agrega que "el esqueleto estructural puede valer para gran variedad de formas."<sup>13</sup>

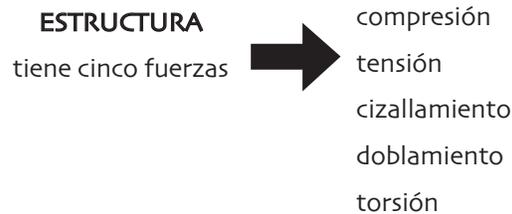
Para concluir "la estructura no es otra cosa que un equilibrio de fuerzas"<sup>14</sup>

12 García Olvera, Francisco, *Reflexiones sobre el diseño*, UAM Azcapotzalco, 1996, pág. 66.

13 Arnheim, Rudolf, op. cit., pág 6

14 Munari, Bruno, *Diseño y Comunicación Visual*, Gustavo Gili, 11a Edición Barcelona, 1993, pág 36

Dentro del marco del diseño debe de haber una estructura cuando se pretende realizar un modelo en tres dimensiones con la finalidad de conseguir la mayor resistencia con el menor material, mediante la utilización apropiada de los elementos, dentro de la mejor forma para el uso previsto, y con aquellos elementos construidos del material más apropiado para la tensión que deban soportar. La estructura sencillamente busca conseguir el máximo mediante el mínimo.



La compresión es la expresión directa de la gravedad, atrae todo hacia el centro de la Tierra. La tensión se opone a la compresión y es donde las fuerzas estructurales se alejan del centro. El cizallamiento puede derivar de la compresión y la tensión, es cuando dos fuerzas presionan en direcciones opuestas pero desencajadas, y y resbala una junto a la otra. El doblamiento es juntar las fuerzas en un determinado punto. La torsión es un retorcimiento, deriva de las cuatro fuerzas anteriores.



ESTRUCTURA del edificio Palafolls Sports Pavilion arquitecto Arata Isozaki

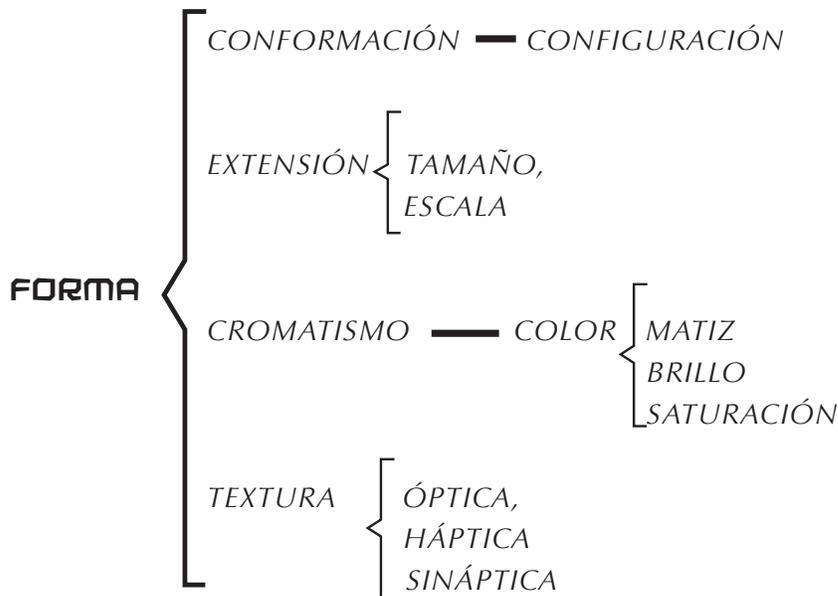
La forma no es nada sin sus características y sin su función, la función es en definitiva lo que complementa y relaciona a la forma con el entorno, pero antes que nada hay que mencionar cuales son las propiedades inherentes de la forma. A continuación se mencionarán cada una de ellas.

### 1.3.2 PROPIEDADES DE LA FORMA

En el marco del teórico es importante estudiar las características y propiedades de la forma como parte de la creación en el Diseño y la Comunicación Visual. Las propiedades se han clasificado en dos, físicas y materiales.

#### 1.3.2.1 Físicas

El autor Hans Daucher hace mención de que forma, color y movimiento están dentro del ámbito elemental, diferente de otros como el estructural y el semántico.<sup>15</sup> Una manera de entender esto es clasificar las propiedades físicas inherentes de la forma.

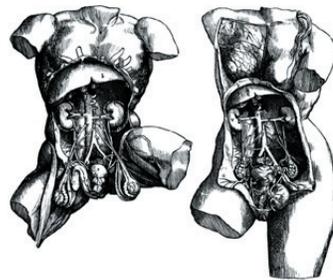


“La forma tiene como características, la conformación, la configuración, la extensión, el cromatismo y la textura. Dentro de la extensión se estudiará el tamaño y la escala; en la parte del cromatismo se definirá el color y sus propiedades, matiz, brillo y saturación; por último se estudiará los tipos de textura, óptica y háptica”<sup>16</sup>. A continuación se explicará cada uno de éstos conceptos.

#### •Conformación

Es la disposición de la forma en sí. El cuerpo humano es un ejemplo de conformación, ya que se integra de diferentes órganos que juntos conforman al cuerpo entero.

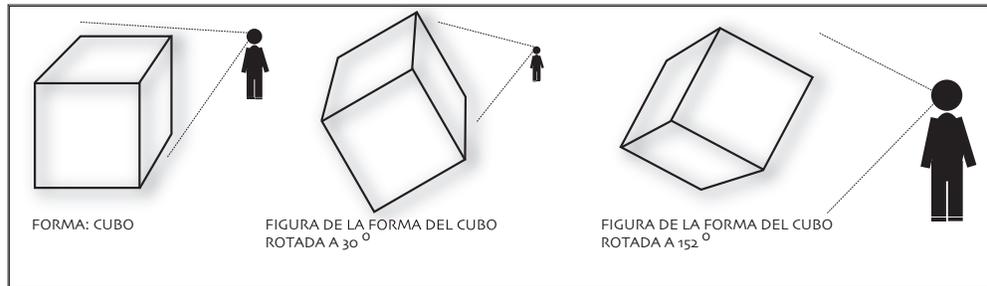
Grabado del *Traité complète de l’anatomie*,  
1984.  
Vesalius



<sup>15</sup> Daucher, Hans, *Visión artística, visión racionlizada*, Editorial Gustavo Gili, 1978.  
<sup>16</sup> *Apuntes de Morfología*, Francisco Bolio, México, 2003

- Configuración

Es la disposición de la forma en el espacio. La configuración depende de dos aspectos: las condiciones lumínicas y la posición del observador con respecto al objeto.

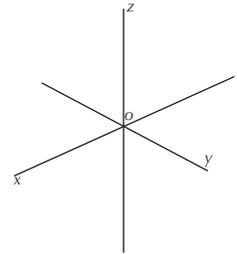


- Extensión

Es el espacio ocupado por un cuerpo, limitado por sus dimensiones, alto, ancho y profundo.

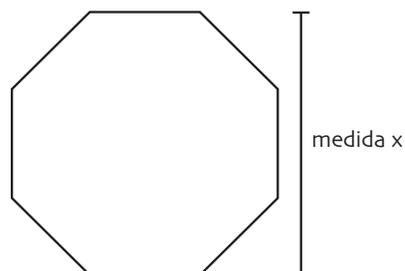
El espacio es inconmesurable e indefinido, pero al contener una forma éste queda definido y se puede medir, luego entonces que el espacio sea relativo y aquello que es ocupado se llama extensión.

Dentro de la extensión clasificamos el tamaño y la escala.



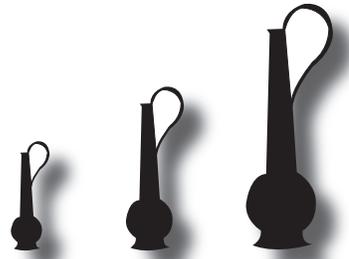
- Tamaño

Tamaño es la medida perceptual del objeto, se puede medir a través de una escala numérica de valores ya sea en centímetros, pulgadas, pies, de acuerdo al sistema internacional de unidades que se utilice en cada país.



•Escala

Es el tamaño con relación a otros elementos. Manuel Bustamante define a la escala como: “la relación entre las dimensiones tanto físicas como psíquicas del ser humano y las del espacio en el cual se ubica; ya que las sensaciones derivadas de la percepción, estarán determinadas fundamentalmente por ésta.”<sup>17</sup>

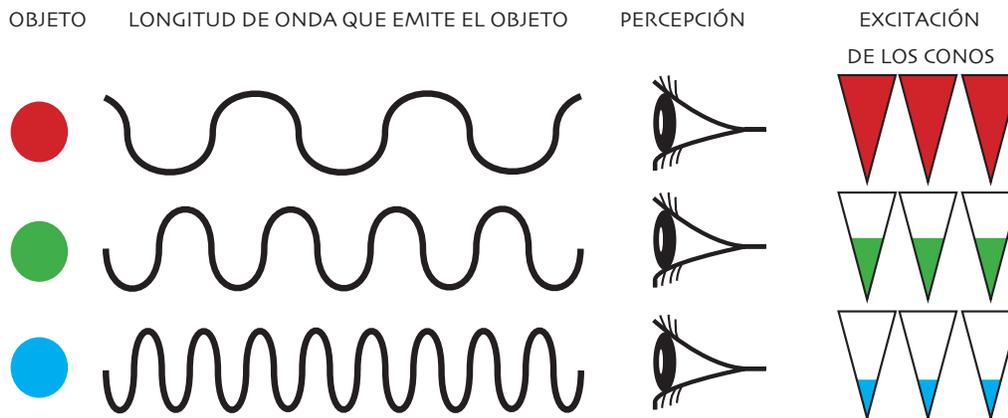
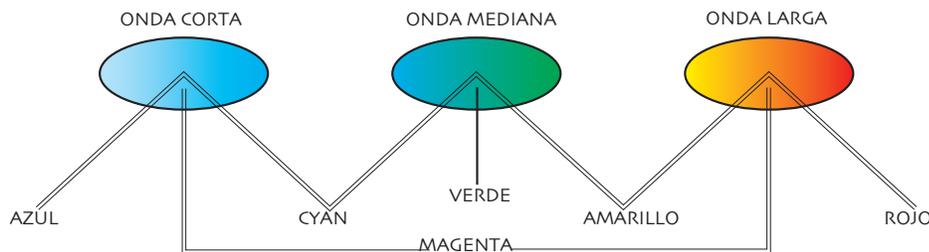


•Cromatismo

Es un fenómeno físico que produce sensación de color en sus diferentes variantes. En la forma es evidente que el color es una cualidad que refuerza la manera en cómo percibimos el objeto porque marca sensitivamente y psicológicamente el estado de cada persona, (podemos decir que el color es objetivo y subjetivo).

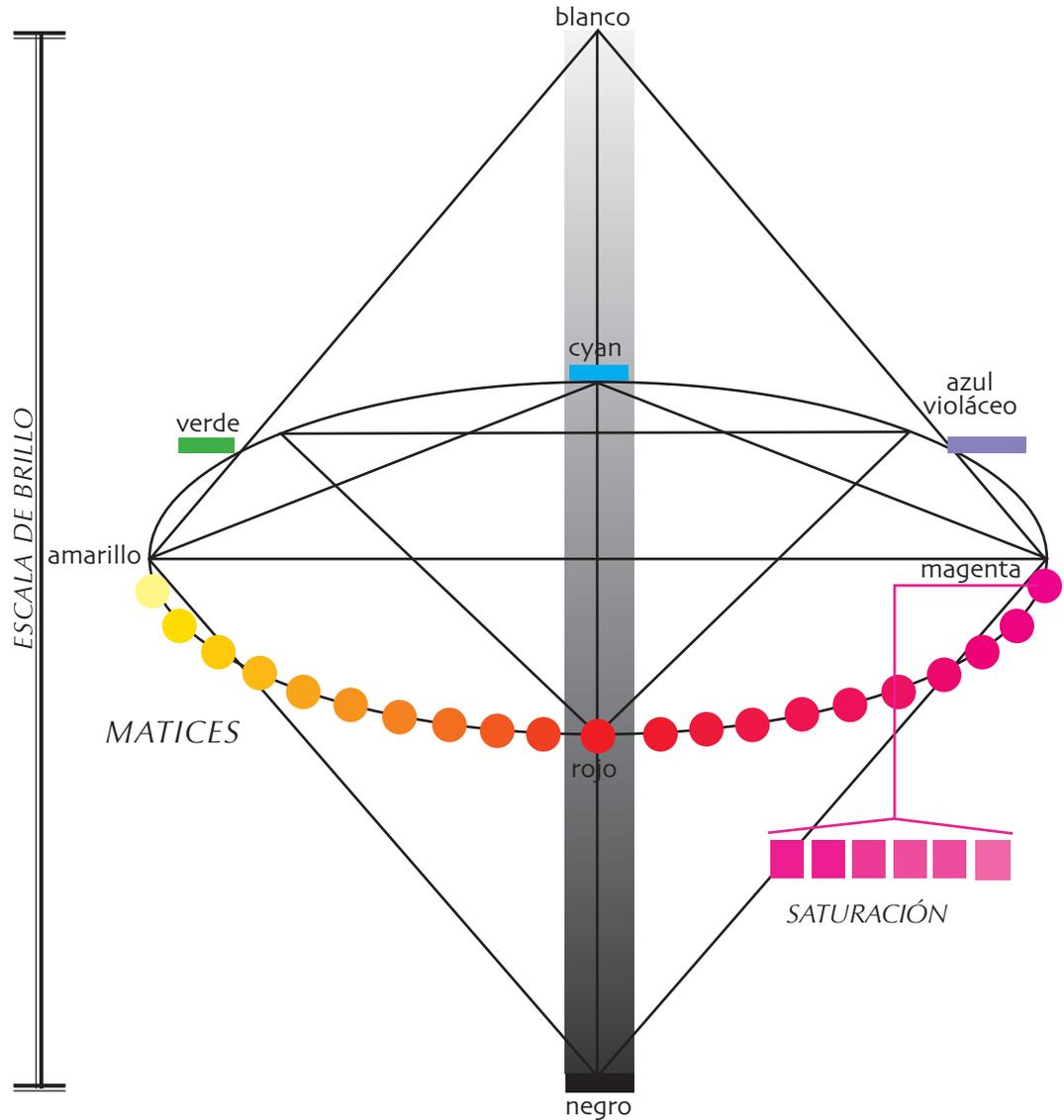
Pero el color en sí es cuestión que técnicamente se conoce al estudiar la luz, la energía y por supuesto las ondas del campo electromagnético.

La luz es energía que por medio de ondas de diversa longitud llega a ser captada por nuestro sentido de la vista como estímulos que al ser recibidos son codificados en el cerebro. Estos estímulos dependen de la longitud de onda que reflejan los objetos, ésta puede ser corta, mediana o grande, según lo que emite cada color.



17 Bustamante Acuña, Manuel, *Forma y Espacio*, Universidad Iberoamericana, México 1994, pág.2

El color tiene tres propiedades principalmente:  
**MATÍZ.** Es el color mismo, puede ser la gradación entre un color y otro.  
**SATURACIÓN.** Es un grado de matiz, cada color tiene un grado de saturación.  
**BRILLO.** Es la luminosidad del color, o valor tonal.



El color además de asociarlo con la belleza, también posee una fuerza psicológica en el individuo. Dicho por Milko García Torres "Los colores originan sensaciones subjetivas que pueden ser de calor o de frío, de agitación o de descanso, de atracción o de rechazo, de alegría o de tristeza. El color es un símbolo que expresa ideas, sentimientos y emociones, y nuestro cuerpo percibe los colores y reacciona en consecuencia. Los colores tienen, además de su potencia psicofísica, una fuerza simbólica y una relación definida con nuestras actividades y sentimientos."<sup>18</sup>

<sup>18</sup> García Torres, Milko, *Curso Práctico de Diseño Gráfico. Lenguajes del color*, Ediciones Génesis, Madrid

•Textura

Es la característica que tiene la forma de dar sensación, ésta puede ser óptica y háptica.

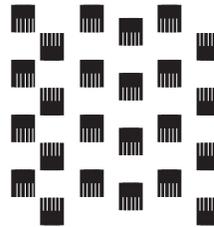
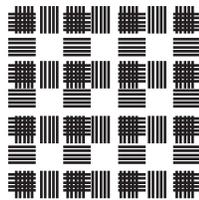
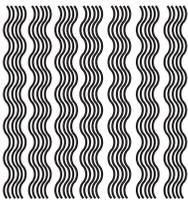
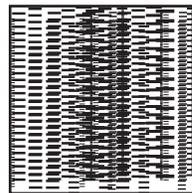
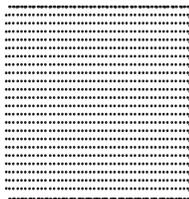
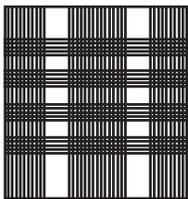
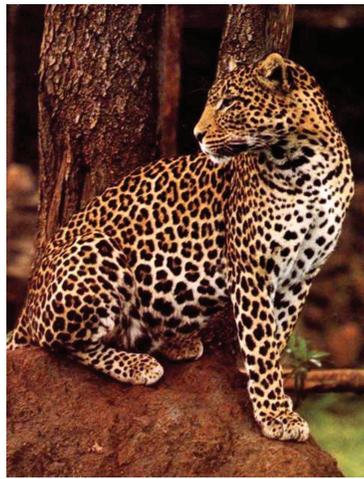
Textura óptica. Es la cualidad visual de la forma, ésta es captada por el ojo.

Textura háptica. Es aquella que además de ser percibida por el ojo es una textura táctil.

Esta característica define a la forma como lisa, suave, áspera, rugosa, viscosa, dura, etcétera.

En el entorno natural podemos encontrar múltiples ejemplos de textura que nos pueden ayudar a recrear nuevas texturas en materiales diferentes.

Textura sináptica. Es la textura que se interpreta en el cerebro a través de los sentidos del oído, gusto y olfato.



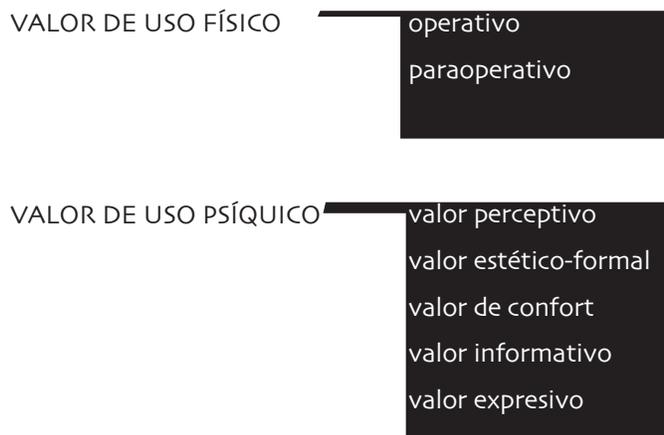
### 1.3.2.2 Materiales

Las propiedades materiales de la forma están determinada por la función. La función es utilidad. Útil es el término castellano que tiene su origen en el latino *utilis*, usar. De ahí que útil es lo que se usa, lo que sirve para algo, lo que se emplea para algo, lo que es bueno para algo, lo confiable en hacer, el instrumento, la herramienta y sobretodo lo que satisface una necesidad.

“La utilidad de una cosa constituye su función, es decir la disposición de sus elementos para alcanzar su fin, su dependencia del fin para el que se hizo y la manifestación de los sentimientos, de las sensaciones, de la inteligencia, de la voluntad, de la memoria del hacedor...”<sup>19</sup>

Sin embargo hay otro punto de vista con respecto a lo que se refiere el término funcional. “Funcional no califica de ninguna manera lo que está adaptado a un fin, sino lo que está adoptado a un orden o a un sistema.”<sup>20</sup> De acuerdo con la idea, la funcionalidad es una facultad de integrarse a un conjunto de signos, como lo son las propiedades inherentes de la forma, propiamente dicho por Baudrillard la función universal de signos.

La formación del objeto dado a su conjunto de signos lo podemos representar por su valor de uso físico y su valor de uso psíquico. El valor de uso físico se refiere a la constitución material del objeto y el valor psíquico tiene que ver con la relación sujeto y objeto.



Valor de uso físico

- Operativo son las aptitudes de las formas materiales o sea el objeto mismo para ser utilizado, existe una relación hombre-objeto.
- Paraoperativo tiene que ver con la seguridad, la conservabilidad, durabilidad del objeto son funciones que entablan una relación materia-objeto.

<sup>19</sup> García Olvera, Francisco, op. cit., pág 61

<sup>20</sup> Baudrillard, Jean, *El sistema de los objetos*, 14ª Edición, Siglo XXI editores, 1995, pág 71

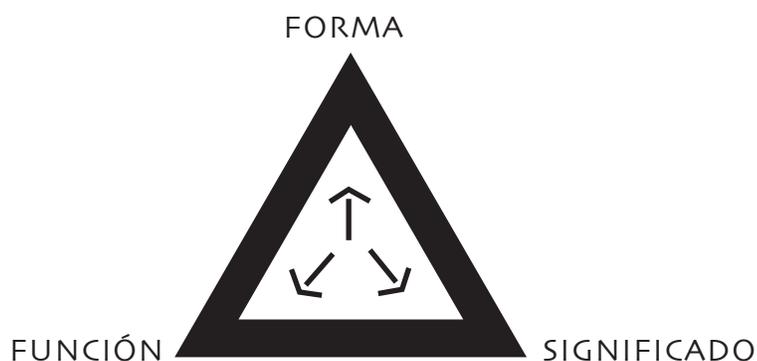
### Valores psíquicos

- Valor perceptivo que resultaría de la capacidad de la forma material para posibilitar la detección y discriminación del objeto.
- Valor estético-formal que resultaría de la capacidad de la forma material para producir modificaciones en nuestro aparato perceptivo.
- Valor de confort que resultaría de la capacidad de la forma material para proporcionar sensaciones placenteras durante los contactos físicos del usuario con los productos.
- Valor informativo que resultaría de la capacidad de la forma material para denotar lo que el objeto es.
- Valor expresivo que se correlacionaría con la capacidad de la forma para otorgar un significado informativo.

## 1.5 DEFINICIÓN DE FUNCIÓN

Como anteriormente mencionamos la función es ser útil, esto significa que puede servir, que tiene un fin práctico. Cualquier aspecto en el Diseño tiene que ser útil para el fin con el que fue creado. Tomando en cuenta que existen valores de uso físico y psíquico la función es un valor que corresponde al uso de éste ya sea estético, informativo, expresivo, de confort, etc.

Relacionando la función con la forma encontramos que se genera un significado dado a las propiedades físicas y materiales; el significado es lo que se representa en si (denotación), pero también es lo que expresa (connotación) éstos son niveles de significación.



## 1.5 RELACIÓN ENTRE FORMA, FUNCIÓN Y DISEÑO.

Es evidente que los conceptos forma y función son la integración de un diseño. Cuando tomamos en cuenta las características de cada uno nos damos cuenta lo complejo que es diseñar, ya que intervienen las propiedades de la forma, los valores funcionales y la habilidad creativa.

Forma, función y diseño va a estar determinada por el creativo, aquel que con su habilidad logre crear nuevas propuestas que cumplan con las necesidades requeridas de una sociedad. En la actualidad existen diferentes productos que otorgan un diseño eficiente, atractivo por su forma y sobretodo cumplen con la finalidad de utilidad.

En este sentido la elaboración de objetos tiene aspectos interesantes como los expuestos en el libro "El sistema de los objetos" de Jean Baudrillard donde nos habla de lo que es un discurso objetual, esto significa un análisis de la comprensión de los objetos desde que se planean hasta su pertenencia.

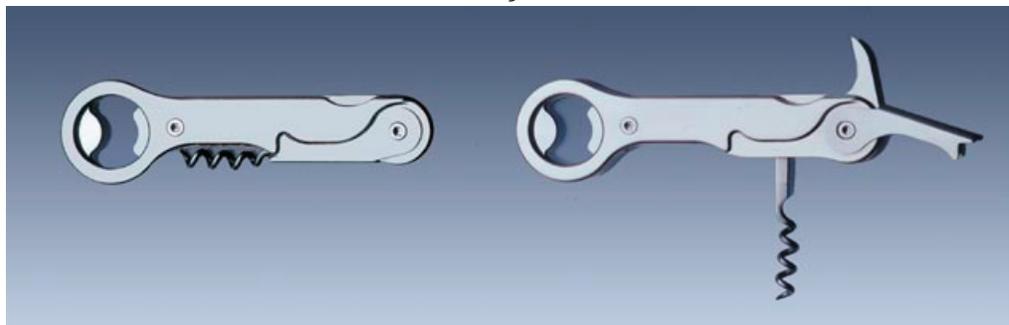


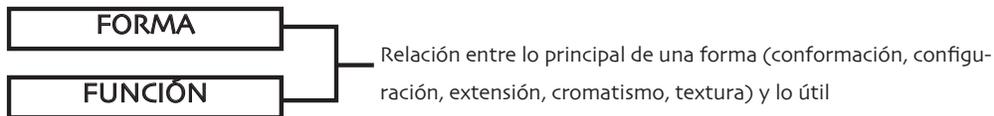
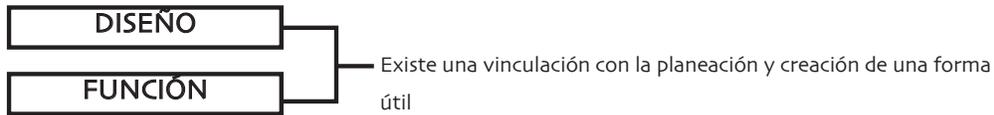
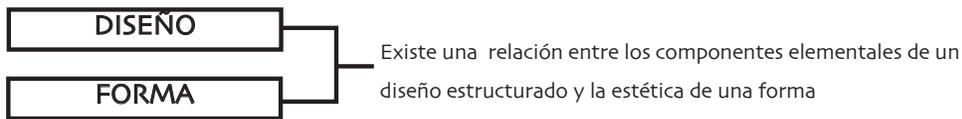
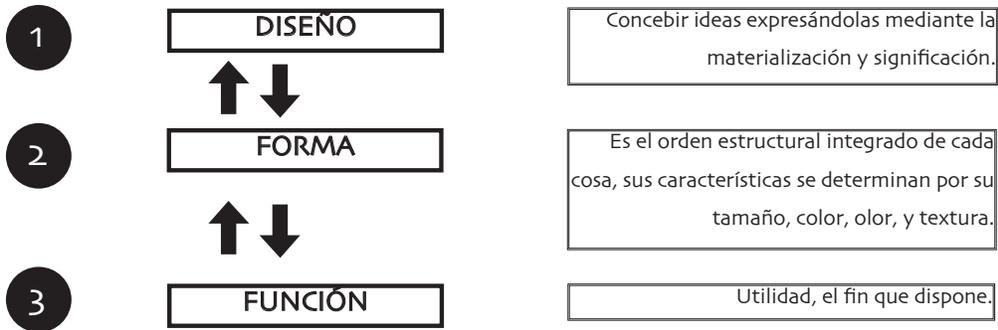
Silla por James Irvine  
RADAR

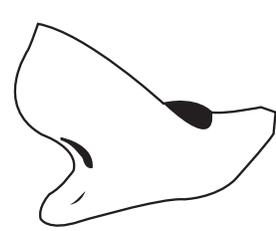


Computadora Apple

Multisusos por  
Luigi Tableware





DISEÑO	FORMA	FUNCIÓN
		
La conclusión de la vinculación de los tres conceptos es la planeación estratégica para la creación y sustentación del resultado del trabajo del proceso creativo		

## 1.6 EL DISEÑO DE EXHIBIDOR

### 1.6.1 ANTECEDENTES

Del latín: *exhibere*, "tener fuera" y del derivado de *habere* "tener."

- 1 Exponer una cosa públicamente de forma que pueda ser vista por un gran número de personas con detenimiento.
- 2 Mostrar una cosa de la que se está orgulloso.
- 3 Mostrarse en público con el fin de llamar la atención.

En el ámbito empresarial exhibir es mostrar, dar a conocer algo. Muchas empresas requieren que el diseño muestre sus productos para la finalidad de que sean reconocidos por sus consumidores. El exhibir es una necesidad que las marcas de producto optan para llamar la atención del comprador.

En la actualidad hay muchas formas de exhibir un producto, a través de los medios masivos, radio, televisión, medios impresos, e internet. Pero en este caso la exhibición del producto se queda simplemente en imágenes, para ello se recurrió a la elaboración de otro tipo de sistema de información que llegara directamente al comprador. Una vez que surgieron los centros comerciales, fue necesario crear lo que llamamos stands, islas, puntos de venta, exhibidores, para facilitar al comprador la obtención del producto directamente.

Esto ha facilitado la organización y distribución de cada producto. Para el diseñador no es tarea fácil ya que dependen de muchas condiciones para lograr un buen manejo de las características formales y funcionales. Para ello es importante manejar a precisión el espacio, la forma y la función que ha de tener cada parte de la estructura del diseño tridimensional.



Empresa Prometeo Fuerza Industrial S.A.

### 1.6.2 CLASIFICACIÓN

Las siguientes definiciones son expuestas por Norma Elena López asistente y coordinadora de Scaparato, empresa mexicana fabricante de sistemas de exhibición.

**Punto de venta**

Los puntos de venta son áreas específicas para la promoción, y venta de productos.

Sus características son: ser atractivo, mostrar la marca en los paneles, funcionales y prácticos, de fácil transportación.

Dentro del punto de venta se encuentra la isla y el stand ambos también son exhibidores de producto.

El exhibidor funciona solo para que el producto sea mostrado al público entre éstos se encuentran anaqueles, vitrinas y aparadores. Muy parecido a éste encontramos la isla.



**Isla**

La isla es un tipo de punto de venta que generalmente se localiza entre los pasillos de los centros comerciales. Estos tienen la característica de exhibir el producto y venderlo. Este no es transportable ya que se crea para su estancia permanente. Los materiales empleados para la fabricación de la isla tienen que ser de madera o metal, materiales resistentes. Tanto para la venta y promoción de productos aparece el denominado stand.



**Stand**

Regularmente cuando se realiza exposiciones para la promoción de un producto se recurre al uso del stand. Un stand es un espacio modular por una estructura pensada para armar fácilmente. Suelen ser espaciosos para las grandes ferias de productos. Estos atraen porque aparte de colocar el stand, ambientan todo el espacio con iluminación, pantallas, impresiones a gran formato, u otros elementos que hagan del stand un sitio llamativo.



**Exhibidor**

Las vitrinas, anaqueles, mostradores y aparadores son muestra de exhibidor. Estos deben ser funcionales y llamativos.



### 1.6.3 MATERIALES

#### **Madera**

Las singulares propiedades físicas, químicas y mecánicas de la madera han hecho de ella desde la más remota antigüedad una de las principales materias primas en diferentes campos de la actividad humana.

Utilizada a lo largo de la historia para construir embarcaciones, viviendas, muebles y vehículos, se ha convertido también en fuente de obtención de productos tales como carburantes, fibras y pasta de papel.

La madera es la materia fibrosa, de naturaleza celulósica y con grado variable de dureza y resistencia, que constituye el soporte de tronco y ramas de los árboles, arbustos y demás tipos de plantas leñosas.

Aunque los diferentes tipos de maderas se diferencian según diversos criterios que atienden a su resistencia, a mayor o menor plasticidad y a otros factores, la clasificación más generalizada a efectos industriales y económicos reconoce cuatro clases.

#### **Maderas blandas**

Entre las maderas blandas, ligeras, de manipulación y trabajo sencillo, y adecuadas para obras de embalaje y obtención de pasta de papel, se cuentan las especies tales como el abedul, la acacia, el álamo, el castaño y el sauce. Un segundo grupo aúna a las denominadas maderas duras.

#### **Maderas duras**

Están destinadas a labores en las que se requiera resistencia y adecuado pulimento, como la construcción de muebles, o el entibado de minas y galerías; de él forman parte, entre otros, las maderas de haya, roble, olmo, nogal y encina.

#### **Maderas resinosas**

Estas son el abeto, pino, cedro, ciprés y se destinan, además de la obtención de pasta de madera, a ebanistería y a otras obras en las que sea útil su principal característica, la resistencia a la humedad.

#### **Maderas finas o nobles**

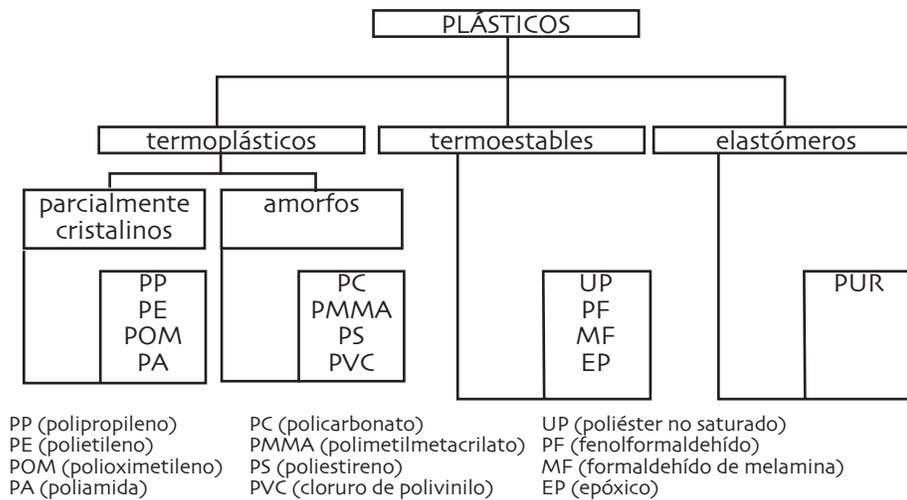
Destinadas a labores de ebanistería decorativa, a placas de chapado, a tablas para suelos y aplicaciones artísticas en arquitectura y escultura; algunas de las mencionadas maderas nobles son el ébano, caoba, boj, palo santo y palo de rosa.

Johnson, Hugh, "La madera", Editorial Blume, España 1978.

Johnston, David, "La madera clases y características", Ediciones Ceac, Barcelona 1989.

## Plástico

Los plásticos son materiales cuyos componentes están formados por sustancias orgánicas macromoleculares que se originan mediante síntesis o por transformación de productos naturales. Bajo determinadas circunstancias (calor, presión) pueden adoptar forma plástica. Se distinguen tres grandes grupos de materiales plásticos.



### Termoplásticos

(*thermos*=caliente; *plasso*=formar) son fundibles (pueden fundirse repetidas veces) y solubles, o como mínimo se hinchan, al contacto con muchos disolventes. A temperatura ambiente pueden ser desde blandos hasta duros y frágiles, pasando por duros y tenaces. Entre los termoplásticos distinguimos los amorfos (amorfo=desordenado), transparentes, cuyo estado de ordenación molecular se asemeja al vidrio, y los parcialmente cristalinos, que presentan un aspecto opaco lechoso.



### Termoestables

Son duros y están reticulados estrechamente en todas direcciones. No son moldeables plásticamente, son infusibles y por ello muy resistentes a altas temperaturas. Como los termoestables están muy densamente reticulados, no pueden ser disueltos, y muy raramente se hinchan. A temperatura ambiente son duros y frágiles.



### Elastómeros

(*elastos*=muelle; *meros*=parte) son infusibles e insolubles, pero hinchables. Están reticulados en menor extensión y por ello se encuentran a temperatura ambiente en estado gomelástico. Un ejemplo de elastómero son los neumáticos o las gomas.



## Metal

El término metal designa un cuerpo simple que, a excepción del mercurio, se presenta sólido a la temperatura ordinaria y que se caracteriza por su brillo, opacidad, dureza, ductilidad (o aptitud para ser estirado en alambres finos) y maleabilidad (o aptitud para reducirse a láminas delgadas).

Otras propiedades que caracterizan el estado metálico de la materia son su elevada densidad, la buena fusibilidad (aptitud para fundirse) y, muy especialmente, los altos coeficientes de conductividad calorífica y eléctrica.

Los más abundantes en la corteza terrestre son el aluminio, el hierro, el calcio, el sodio, el potasio y el magnesio, todos ellos en combinaciones.

Las propiedades físicas y químicas que caracterizan a los metales encuentran su explicación en una configuración electrónica de sus átomos, así como en el tipo de enlaces químicos que los unen entre sí para conformar la red cristalina.

Los metales presentan una amplia variedad de propiedades físicas y químicas, cuya pauta de variabilidad depende de la presión, la temperatura y otras variables físicas y químicas. Pero, además un mismo elemento puede presentar distintos tipos de mecanismos y estructuras de cristalización, con lo que sus características se ven también condicionadas a este respecto.

Generalmente, los metales presentan una ordenación cristalina sencilla con un alto nivel de empaquetamiento atómico (lo que revierte en la elevada densidad) y numerosos elementos de simetría. Por cuanto se refiere a las combinaciones, los metales presentan una acusada tendencia a no formar compuestos entre sí, mientras que se registran afinidad por elementos no metálicos como el oxígeno o el azufre, con los cuales se forman, respectivamente, óxidos y sulfuros.

La granulometría, es decir, el tamaño, forma y disposición de las partículas metálicas, es otro factor fundamental para la determinación del conjunto de propiedades físicas que determinan la plasticidad del material. Esta magnitud puede alterarse mediante tratamientos térmicos o mecánicos.

Químicamente, la mayoría de los metales tienen una marcada tendencia a oxidarse al exponerse a la interperie, en mayor medida en los ambientes húmedos que en los secos. Existen diversos procedimientos para evitar o, en el peor de los casos, retardar la corrosión. Entre los más comunes cabe reseñar la aplicación de pinturas protectoras, la adición a las aleaciones de otros elementos que reduzcan o eliminen tal propensión.

## **Papel**

Es un conglomerado de fibras de celulosa (hidrato de carbono que forma parte de las paredes celulares de las plantas) dispuestas regularmente pero fuertemente adheridas entre sí en una superficie plana. Es fabricado a partir de la celulosa vegetal de madera, algodón, lino, caña de azúcar, paja, bambú, alfalfa, ramio y moral, de papel reciclado y de fibra de textiles. El uso del papel se determina por su calibre.

## **Cartón**

Es una variante del papel. Esta compuesto por varias capas superpuestas de papel mismos que le dan su característica rigidez. El cartón suele tener entre 250 y 100µ de grueso, por debajo de estos números se encuentran el papel y el cartoncillo.

### **Cartón corrugado**

Es uno de los materiales más utilizados para la elaboración de envases y embalajes ya que ofrece grandes ventajas en cuanto a la protección de su contenido durante la transportación y el almacenamiento, es económico y fácil de reciclar.

Por su composición el cartón corrugado puede ser:

- corrugado de una cara
- corrugado sencillo
- doble corrugado
- triple corrugado

## **Vidrio**

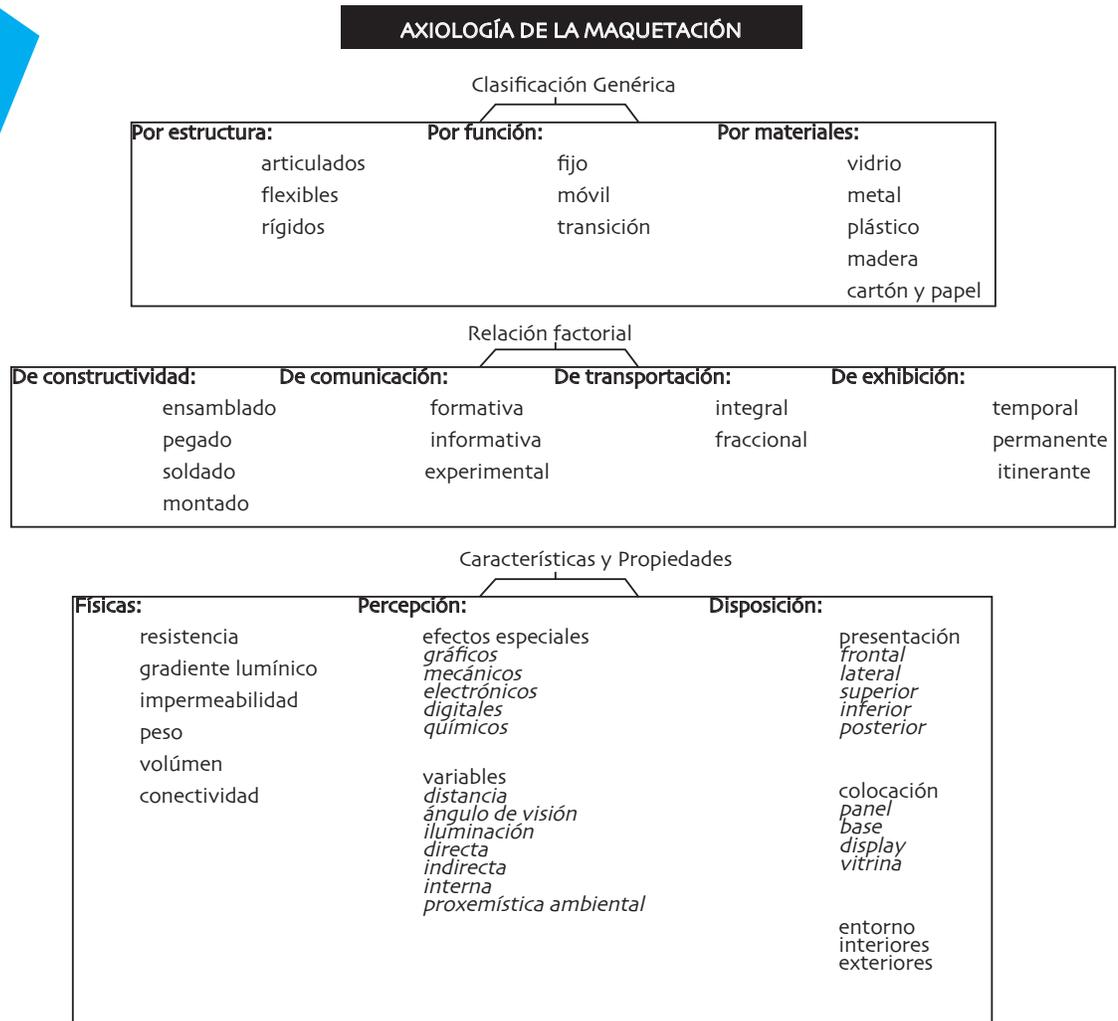
El vidrio es un material duro, frágil y transparente que ordinariamente se obtiene por fusión a unos 1.500 oC de arena de sílice (Si O<sub>2</sub>), carbonato sódico (Na<sub>2</sub> CO<sub>3</sub>) y caliza (CaCO<sub>3</sub>). Su manipulación sólo es posible mientras se encuentra fundido, caliente y maleable.

Por sus características inertes es uno de los mejores materiales para el envasado de alimentos, y desde el punto de vista de la preservación del ambiente resulta favorable porque es un material apto para ser reciclado.

Debido a las características cristalinas del vidrio éste es muy higiénico y no afecta las características de otros compuestos con que se relaciona, como es el caso de los alimentos almacenados en botellas de vidrio. Por lo anterior su degradación química y física exige periodos grandes de tiempo. Sin embargo, no posee sustancias que degraden el medio exceptuando una posible constitución física punzocortante.

## 1.6.4 MAQUETACIÓN

La maqueta es un punto específico dentro de las elaboraciones de cualquier sistema de proyección, para lo cual se explicara en el siguiente cuadro.



En éstas imágenes podemos observar diferentes exhibidores con muchas de las características expuestas en el cuadro de la Axiología de la Maquetación.



#### CLASIFICACIÓN GENERICA

Estructura: flexible

Función: fijo

Material: plástico



#### RELACIÓN FACTORIAL

De constructividad: soldado y montado.

De comunicación: informativa

De transportación: fraccional

De exhibición: temporal



#### CARACTERÍSTICAS Y PROPIEDADES

Física: resistencia

Percepción: gráficos

Disposición: presentación frontal

Entorno: interior o exterior

## 1.6.5 EMPRESAS DEDICADAS AL DISEÑO DE EXHIBIDOR

En México existen diversas empresas dedicadas a la elaboración de diseño de exhibidor de las cuales analizaremos principalmente tres, Arte en Display S.A. de C.V., Prometeo Fuerza Industrial S.A. de C.V., y Expo Diemp.

Arte en Display S.A. de C.V. es una empresa ubicada en:

Ignacio Zaragoza No. 32 Col. Loma Bonita.  
Estado de México.  
57.32.44.42  
57.38.97.30



**Misión**  
Mantener un equipo de trabajo **creativo** enfocado en la mejora continua para que nuestra producción supere las expectativas más exigentes de nuestros clientes.  
Logrando el **crecimiento** y **consolidación** de nuestra empresa.

**Visión**  
Lograr una mayor penetración y **diversificación** en los mercados que nos competen, mediante el **constante perfeccionamiento** de nuestro sistema de producción.  
Afianzado en el **máximo aprovechamiento** de los recursos materiales, tecnológicos y con personal altamente capacitado para brindar nuestros productos como un servicio integral con la calidad y rapidez que supere las expectativas de nuestros clientes

PROMETEO, Fuerza Industrial S.A. de C.V. es una empresa ubicada en:

5 de Mayo #7San Andrés Atenco, Tlalnepantla Edo. de México.  
Tels. 5362-8510



El gran desarrollo que ha experimentado la Mercadotecnia en el ámbito mundial en la última década, ha sido la razón fundamental para que cobre un mayor impulso la especialización en cada una de las áreas que integran ésta disciplina. Con éste sentido, desde finales de los 90's., PROMETEO FUERZA INDUSTRIAL SA. DE C.V. asumió el **liderazgo** en el mercado mexicano del P.O.P proporcionando **servicios integrales** a un sector demandante y con crecimiento sostenido ejerciendo un plan de expansión con visión al futuro.

Hemos invertido recursos en los renglones de **tecnología**, desarrollo de nuevos productos e **investigación de Mercados** en Norteamérica, Europa y Asia.

Contamos en plantas con la maquinaria más moderna, estamos convencidos de que la inversión en tecnología de punta nos permite mayor **eficiencia** en nuestro desempeño productivo y mayor eficacia en el **cumplimiento** de nuestros compromisos de entrega, por lo tanto **optimizar costos** es muy importante para ganarnos la **confianza** del cliente y **respeto** de la competencia.

Nuestro **esfuerzo** para cumplir con nuestra **misión**, asumimos nuestro compromiso del ser " THE KEY OF P.O.P. BUSSINES "

COMERCIALIZADORA DIEMP S.A DE C.V

esta ubicada en:

Soledad No. 5, Col. Fuentes de Satélite C.P. 52998,  
Atizapán de Zaragoza Edo. de México.

Ventas: 5834-3297, 01-800-581-1584, 2474-1047



Creada con el objeto de ofrecer a la industria nacional el **mejor servicio** al **mejor precio** del mercado, en un marco de **respeto** y **confianza** a beneficio de usted y nuestra empresa.

Contamos con una **infraestructura** de recursos materiales que nos permite diseñar y producir proyectos de gran envergadura. Tenemos una fábrica de acero inoxidable, una herrería y un almacén de producción así como plotters para imágenes y gráficos.

Desde nuestra incursión en el mercado conjuntamos un equipo de **especialistas y técnicos** para desarrollar proyectos apegados a las más estrictas **normas de calidad, diseño e innovación** de acuerdo a su presupuesto.

Para garantizar su inversión ofrecemos infraestructura de ingeniería y diseño gráfico cubriendo todas las fases de operación de sus proyectos y productos.

Nuestra empresa cuenta con **experiencia** de 15 años en el diseño y construcción de proyectos; a través de una comisión de trabajadores especializados que cuentan con capacitación constante que nos mantiene a la **vanguardia** y **exigencias** del mercado nacional.

## 1.6.6 ASPECTOS ESPECÍFICOS PARA EL DESARROLLO DE UN EXHIBIDOR

### 1.6.6.1 Ámbito Referencial

Determina la acción comunicativa del objeto, en este caso el exhibidor debe tomar en cuenta un contexto, la connotación, la legibilidad y la semiótica, ésta a su vez incluye tres niveles de comprensión (semántica, sintáctica y pragmática). A continuación se explica cada uno, la información obtenida es retomada de los "Apuntes para el curso de Diseño". La dimensión sintáctica considera la relación de signo a signo, la dimensión semántica considera la relación entre signo y sus significados, la dimensión pragmática considera la relación entre signo y sus usuarios.<sup>21</sup>

**Contexto:** es el espacio y tiempo en el que se encuentra el objeto.

**Connotación:** es la significación que el usuario o espectador otorga al objeto.

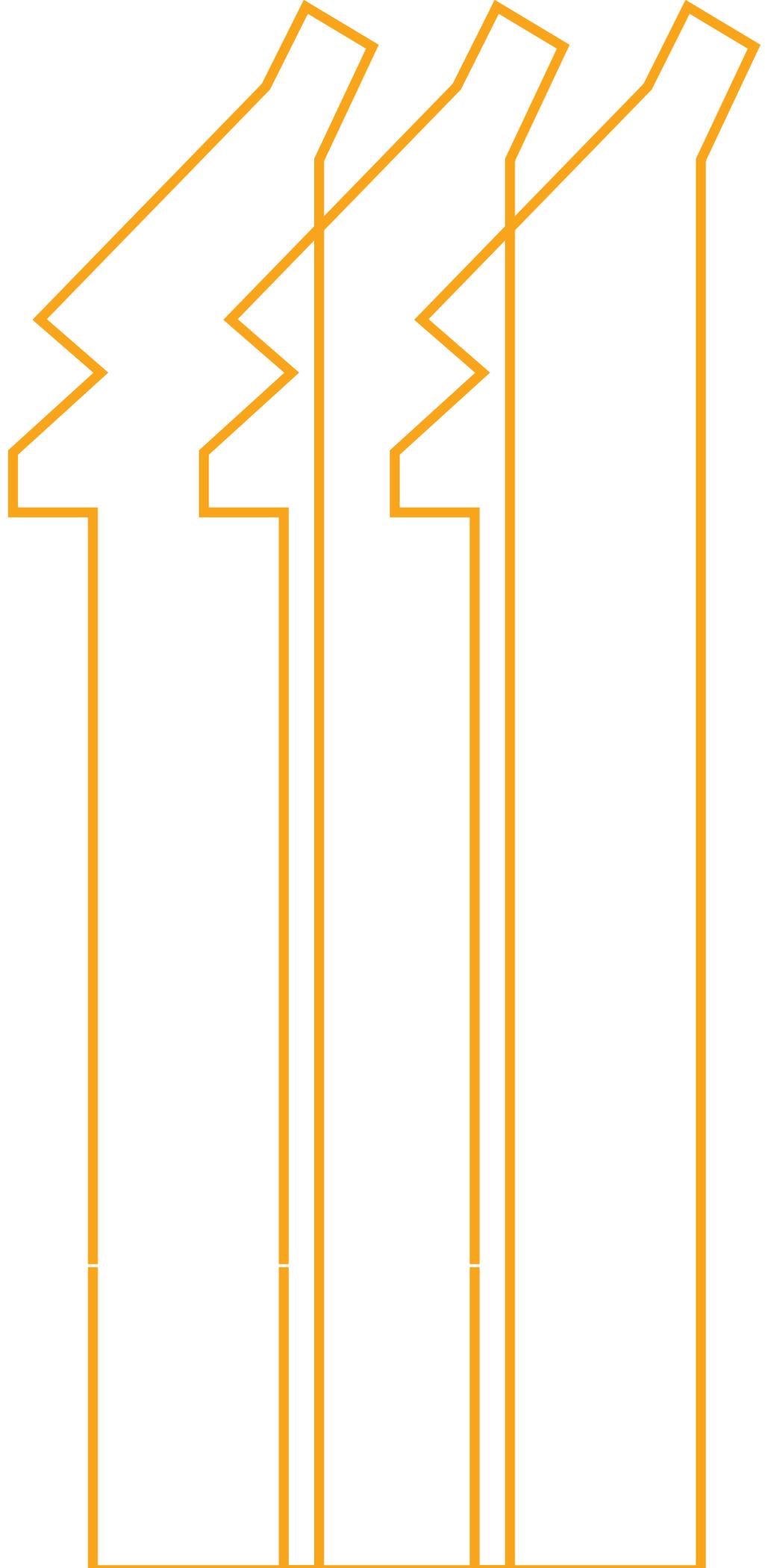


**Legibilidad:** es el nivel adecuado de lectura del objeto con respecto a la distancia que se encuentra el observador.

**Semiótica:** significación de elementos que componen al objeto, incluye los tres niveles de comprensión. semántica, sintáctica y pragmática.

<sup>21</sup> Aicher, Otl; Krampen, Martin; Sistema de signos en la comunicación visual, G. Gili Barcelona, 1979.

# CAPÍTULO DOS



## 2.1 ASPECTOS GENERALES

### 2.2.1 HISTORIA

Partiendo de la idea de un concepto innovador y de la necesidad de crear nuevos productos para la decoración infantil, surge en el año 2003 la empresa Bambara, la cual ha desarrollado su imagen a través de elementos significativos de la cultura africana. Bambara es el nombre de una etnia que vive en Africa. La comunidad es llamada bamana, la cual se organiza mediante sociedades dirigidas por los ancianos, los cuales poseen carácter político, económico y médico; llevan a cabo una cosmogonía muy compleja que la expresan mediante sus obras artísticas como las esculturas de arcilla y máscaras.

Como tal la empresa Bambara es una organización con determinados fines uno de los cuales es la realización de un producto con calidad, un posicionamiento en el mercado y el continuo quehacer creativo. La persona encargada de Bambara es el arquitecto Edgardo Basurto.

### 2.2.2 GIRO

Se caracteriza por la producción y venta de artículos decorativos tales como: portaretratos, cuadros, toallas, lámparas, alhajeros, móviles y peluches. Todos éstos productos se crean de manera artesanal, partiendo de un diseño de los animales que habitan en Africa como : elefante, león, jirafa, camello, gacela, cebrá, tortuga, cocodrilo, rinoceronte y chango.

Posteriormente al diseño se fabrica la figura en madera para luego cubrirla con yeso artístico, en donde el siguiente paso es la decoración manual con materiales acrílicos y óleos, finalmente se recubre con un barniz dando el último acabado.

Una vez terminada la figura pasa a otro proceso donde es revisada y clasificada de acuerdo a su función, para luego ser etiquetada y embalada.

### 2.2.3 POLÍTICAS

La ubicación de la empresa se encuentra en Escorpio no. 45, aquí se desarrolla la decoración, mientras que las figuras de madera y la aplicación del yeso se realiza en otro taller. Bambara vende sus productos a través de invitaciones a exposiciones y en la tienda Casa Mexicana (ubicada en Av. Revolución) y muy pronto en Turati y Muebles (Av. Nuevo León, col. Condesa). Debido a que es una empresa que comienza a introducirse al mercado, vende también a partir de pedidos o a los clientes locales.

## 2.2.4 COMPETENCIA

La competencia nacional de Bambara es *BabySmile*, ésta es reconocida por su amplia gama de productos; la competencia internacional es *Jacadi*, empresa de origen francés que además de tener un conocimiento del mercado internacional es una de las más grandes empresas en su género.

Artículos decorativos Bambara



Los cuadros 25x25 de gran colorido y motivos de animales son cenefas magnéticas que se pueden colocar de manera horizontal o vertical.



Lámpara y portaretratos



## 2.2 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Cada empresa tiene sus características que las diferencian, una vez conociendo su nivel en el mercado<sup>23</sup> y su impacto social se puede determinar un mejor trabajo en cuestión de diseño y porque no de mercadotecnia.<sup>24</sup>

Para ello tenemos dos aspectos principales a conocer de cada empresa, una es las ventajas o lo que favorece a cada una y otra son las desventajas que son las carencias o lo que le hace falta a la empresa para ser mejor.

### 2.2.1 VENTAJAS

EMPRESAS NACIONALES	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Empresa nacional</li> <li>Maneja conceptos</li> <li>Variedad en los productos</li> <li>Empleo de una técnica artesanal diferente a Jacadi y Baby Smile</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Empresa nacional</li> <li>En vías de expansión</li> <li>Variedad en los productos</li> <li>Calidad de exportación</li> <li>Diferentes sucursales en la ciudad de México</li> </ul>
EMPRESA INTERNACIONAL	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Empresa Internacional</li> <li>Diferente línea de productos</li> <li>Posicionamiento en el mercado</li> <li>Publicidad y estrategias de mercado</li> <li>Sucursales en diferentes países en el mundo</li> <li>Vende además ropa y otra variedad de productos</li> </ul>

<sup>23</sup> MERCADO: lugar donde se contratan las ventas y las compras de determinados productos. (Econ. política)  
El conjunto de las relaciones entre vendedores y compradores, que da origen a la determinación de los precios.

<sup>24</sup> MERCADOTECNIA: es un sistema global de actividades de negocios proyectadas para planear, establecer el precio, promover, distribuir bienes y servicios que satisfacen deseos de clientes actuales y potenciales.  
*William Stanton.*

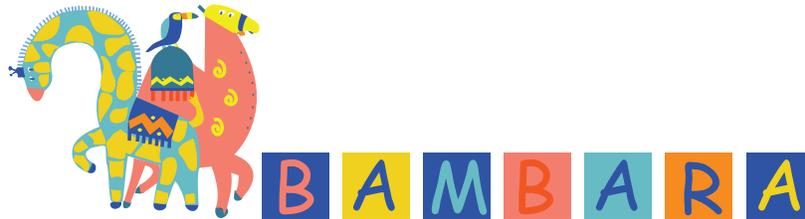
## 2.2.2 DESVENTAJAS

EMPRESAS NACIONALES	
	<ul style="list-style-type: none"><li>Poco posicionamiento</li><li>Falta de publicidad promoción</li><li>Poca experiencia en el mercado</li></ul>
	<ul style="list-style-type: none"><li>Los productos son caros</li><li>Su técnica y material es común (pintado sobre madera)</li></ul>
EMPRESA INTERNACIONAL	
	<ul style="list-style-type: none"><li>No es artesanal</li><li>Demasiado caro</li><li>No maneja ningún concepto definido</li></ul>

## 2.2.3 MATERIAL GRÁFICO

A continuación se analizará el material gráfico existente de cada empresa para tener una información que complemente la realización de este trabajo.

### Análisis del material gráfico de la competencia existente:



*Juega y Decora con Arte*

#### CÓDIGO MORFOLÓGICO

La imagen gráfica de Bambara está compuesta por varios elementos unos geométricos y otros de trazo libre que representan a una jirafa, un camello y un tucán. El *grado de iconicidad*<sup>22</sup> es de nivel medio dado a que no es una representación fiel de los animales es más bien una síntesis en los elementos gráficos de la comunicación visual.



#### CÓDIGO CROMÁTICO

La utilización de los colores son planos con poca brillantez, con cierto grado de saturación y contrastados por su amplia variedad (amarillo, turquesa, anaranjado, azul y rosa). Estos colores son empleados en las mismas figuras de toda la colección Bambara. En la lectura visual de las cajas envolventes de la tipografía se emplean diversos colores anteriormente mencionados, lo que crea dinamismo en los caracteres.



#### CÓDIGO TIPOGRÁFICO

Emplea una tipografía Comic Sans en altas, ésta tiene la función de enfatizar en el nombre de la empresa ya que abajo de ésta se encuentra el slogan "Juega y Decora con Arte" en donde la tipografía empleada está en altas y bajas a un puntaje menor que el nombre principal. Esta tipografía es Apple Chancery ITC.



<sup>22</sup> *Grado de iconicidad*. Es el nivel de realismo de una imagen en comparación con el objeto que ella representa... Los grados de iconicidad pueden ser: isomorfismo-calidad más alta de iconicidad y pregnancia, mesomorfismo-valor medio de iconicidad y pregnancia, y amorfismo-grado más bajo de iconicidad y pregnancia. "Diseño Universo de Conocimiento", Luz del Carmen

### Análisis del material gráfico de la competencia:



#### CÓDIGO MORFOLÓGICO

En la imagen de Baby Smile solo existe un rectángulo en color azul con tipografía calada en blanco, la cual está representada por unas formas circulares en lugar de la ubicación del serif común.

#### CÓDIGO CROMÁTICO

El color de la tipografía es blanca calada en azul.

#### CÓDIGO TIPOGRÁFICO

Esta tipografía ha sido una adaptación de otras tipografías como pudiera ser la Gill Sans, la Helvética o Futura colocando un círculo de un tamaño mínimo, ésto en lugar de un serif .



#### CÓDIGO MORFOLÓGICO

Comprende un rectángulo en azul y las formas de su tipografía son sutiles con bordes redondeados. La tipografía está compuesta básicamente de curvas que enlazan cada caracter.

#### CÓDIGO CROMÁTICO

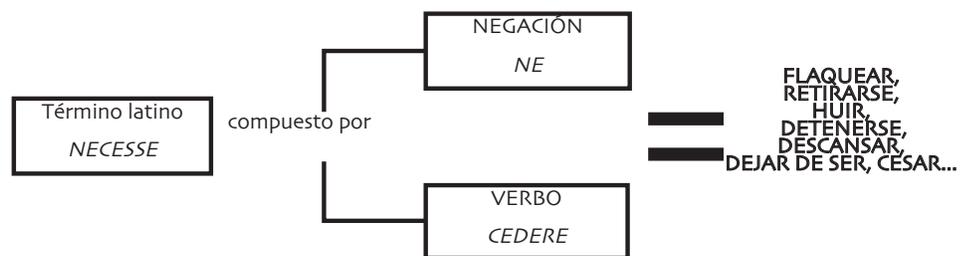
El empleo de color es azul con tipografía calada en blanco.

#### CÓDIGO TIPOGRÁFICO

Esta es una tipografía manuscrita en bajas pero en mayor tamaño que la otra tipografía empleada para dar nombre al lugar de donde proviene la marca, en éste caso “París” esta basada en la fuente Baskerville en altas, lo que se manejó en la imagen al emplear dos tipografías distintas fue una justificación al centro para dar una jerarquía a los elementos.

## 2.3 NECESIDAD

La necesidad es un término abstracto que se refiere a lo que es primordial o esencial . Bambara como empresa necesita ampliar su campo de mercado estratégicamente que le permita crecer productivamente invirtiendo en el desarrollo de la presentación de sus productos, llevar a cabo la distribución en diferentes tiendas sin tener un espacio definido que lo caracterice es un problema, por lo que se detecta que Bambara necesita la elaboración de un exhibidor que tenga los elementos pertinentes en cuanto estructura, función y materiales que permitan la distribución adecuada del producto.



NECESARIO ES LO QUE NO CESA, LO QUE NO PUEDE DEJAR DE SER.

Un exhibidor es una solución ideal a la necesidad de Bambara debido a que la distribución del producto queda organizado y puede atraer al público consumidor cuando la accesibilidad del producto queda a su alcance. La cuestión mercadológica indica que el 70% de las decisiones de compra se toman en la tienda, por tal motivo la presentación de un producto debe ser fundamentalmente una vía directa hacia el comprador.

### 2.3.1 ANÁLISIS DEL EMISOR

En el capítulo uno vimos que para que exista la comunicación existen tres elementos principales, el emisor, el mensaje y el receptor. El emisor va a ser quien dirija el mensaje al receptor. Bambara como empresa quiere transmitir el desarrollo de un nuevo producto artístico hecho manualmente que cuenta con la calidad y la innovación que otros productos existentes en el mercado no los tienen. Además es un producto cien por ciento mexicano.

**MENSAJE DEL EMISOR**  
Cuenta con dos líneas, la línea infantil y la línea de regalos.

**LÍNEA INFANTIL**  
Productos dirigidos a mamás y niños de 0 a 3 años.  
Es una nueva opción para decorar el cuarto de los pequeños.  
Existe variedad de productos para cubrir con todos los gustos.  
100% Mexicano.  
Trabajo manual y artístico.  
Calidad en los productos

**LÍNEA DE REGALOS**  
Productos dirigidos a jóvenes y adultos.  
Innovación en el diseño de los productos  
100% Mexicano.  
Trabajo manual y artístico.  
Calidad en los productos



La manera en como podemos resumir el mensaje de lo que la empresa Bambara quiere dar a conocer al público es a través de su slogan “Juega y Decora con arte.” Lo que significa que es un trabajo artístico que pretende tener una función decorativa son dejar de ser un juguete más para la diversión de los niños.

Ahora identificaremos al receptor y su análisis para la comprensión total de la empresa.

### 2.3.2 ANÁLISIS DEL RECEPTOR

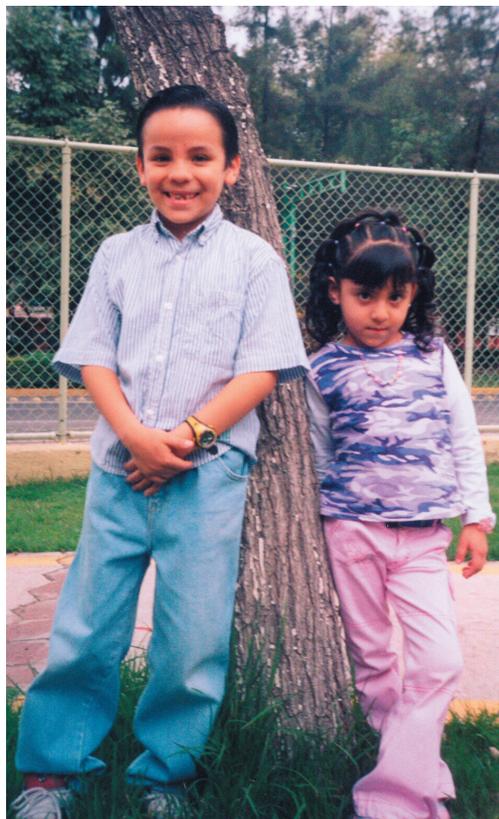
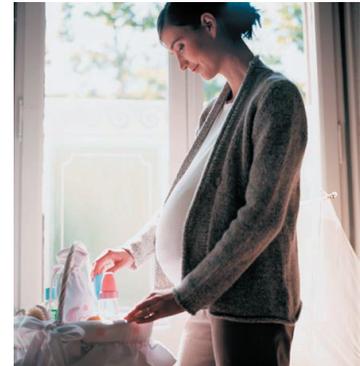
El receptor es para quien va dirigido el mensaje surgido por el emisor.

Bambara realiza sus productos enfocándose principalmente al público infantil de entre 0 a 3 años de edad, ésto a través de su concepto manejado por sus colores y formas.

El impacto que la empresa Bambara pretende conseguir se basa en sacar a la venta un producto innovador tanto para el público a quien va dirigido como al comprador que en éste caso son los padres.

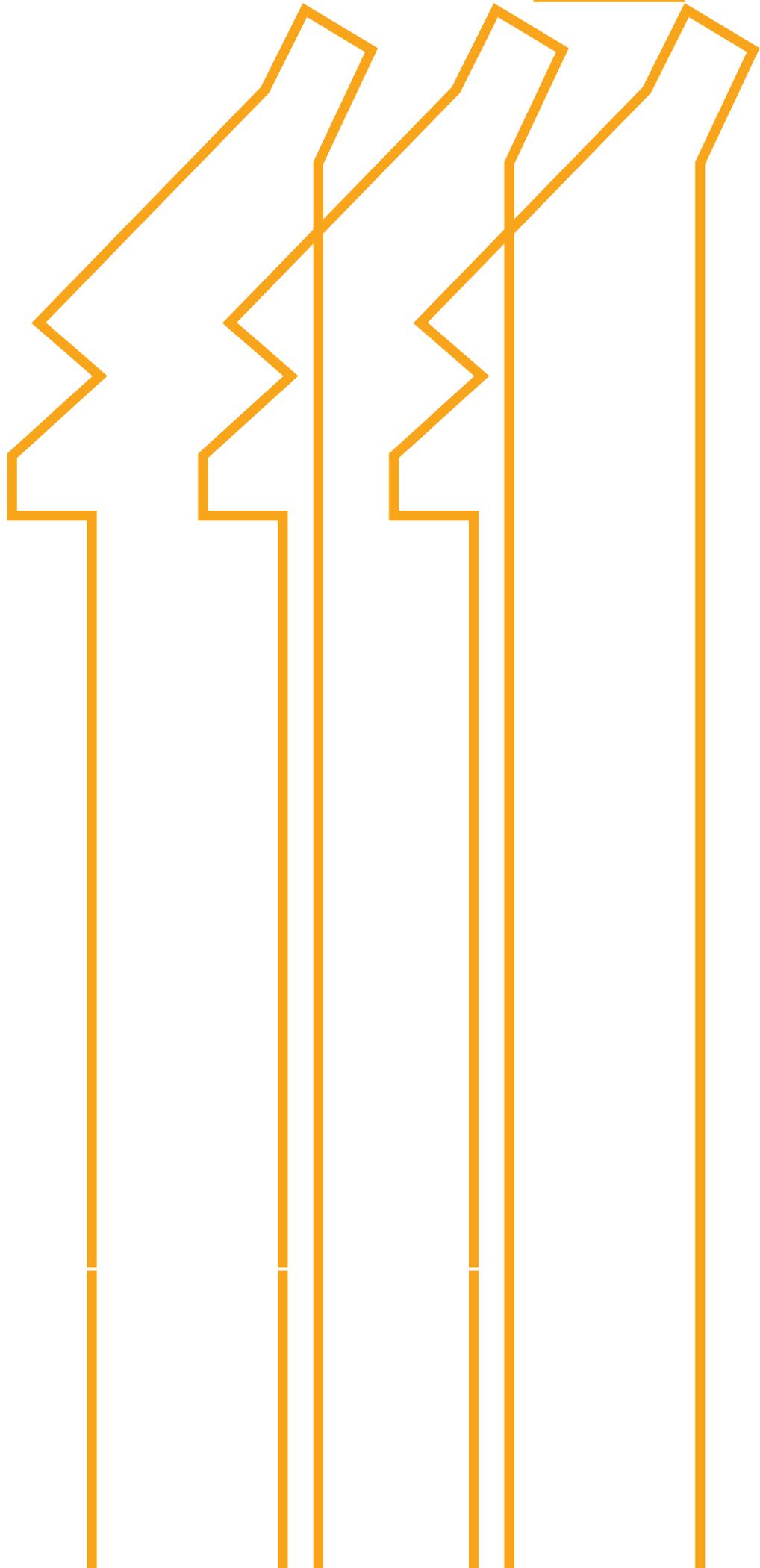
El nivel socioeconómico en el que se encuentra el receptor es de clase media-alta, ya que los productos debido a su costo de producción y elaboración se elevan.

Debido a que cuenta con dos líneas de productos diferentes, en lo que respecta a la línea de regalos el receptor a quienes va dirigido son principalmente jóvenes y adultos de clase media-alta.



Como vemos es un rango amplio dentro del mercado en el que Bambara quiere incursionar, pero no todos cuentan con los recursos para comprar un producto de éste tipo ya que como anteriormente se mencionó requiere de un gran costo de producción por ser una trabajo manual además la distribución en la que se localiza la venta de los productos de Bambara son zonas enfocadas a la clase media-alta.

# CAPÍTULO TREES



# CAPÍTULO TRES "DISEÑO DE EXHIBIDOR"

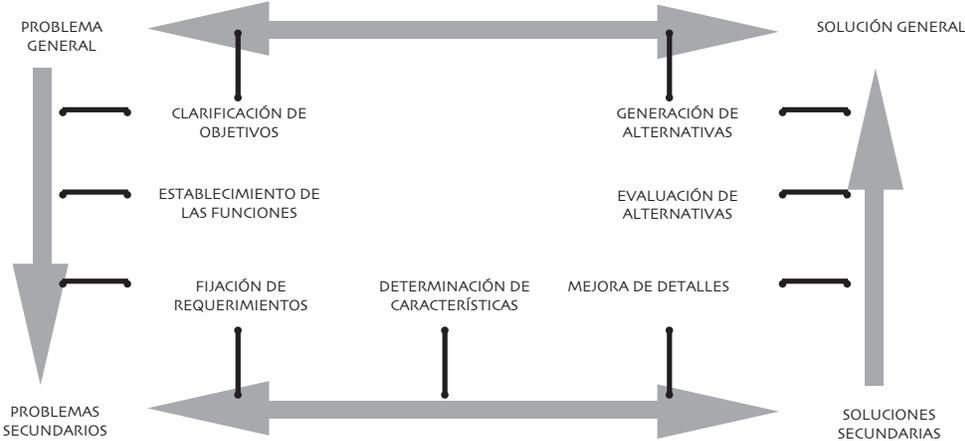
## 3.1 MÉTODO

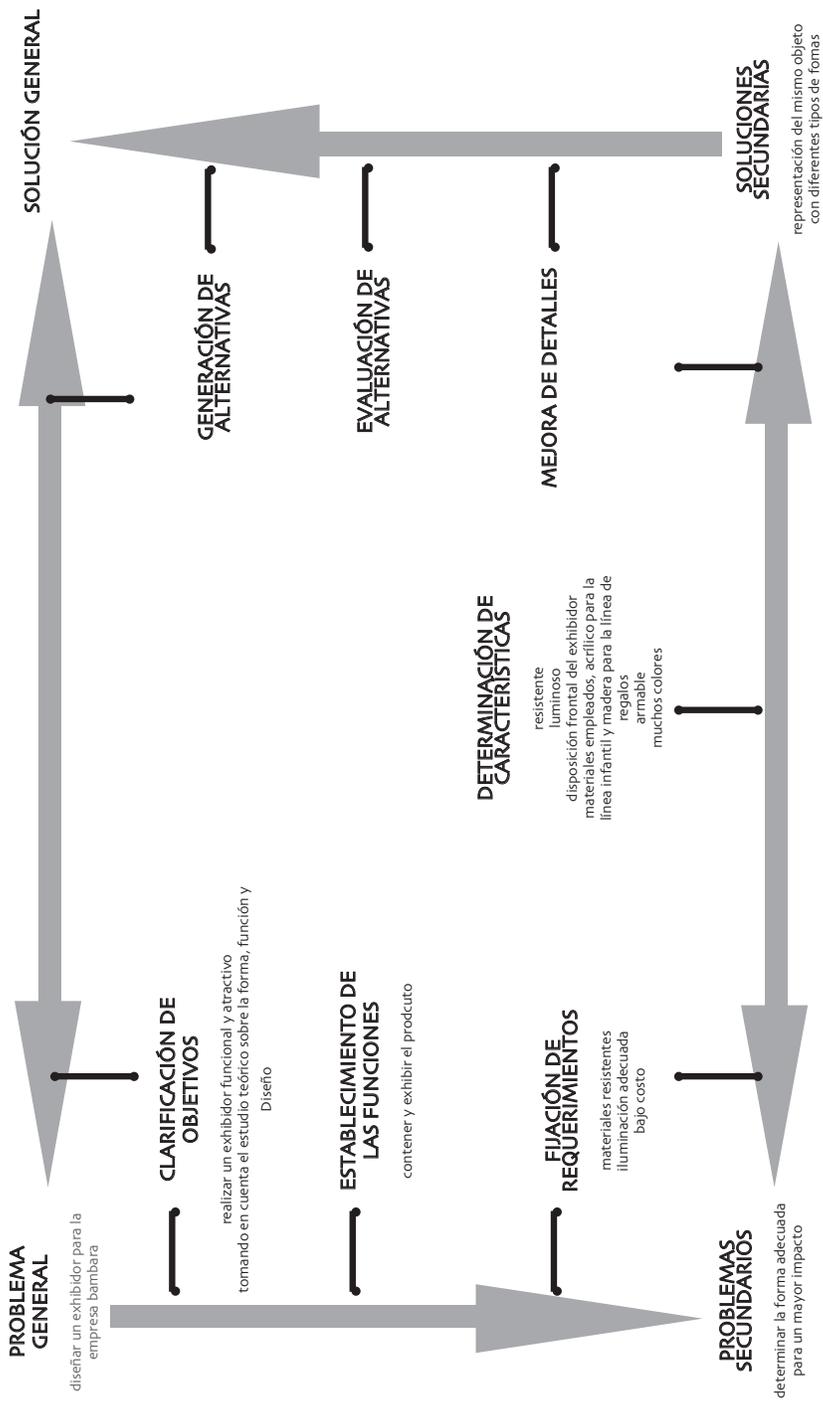
### 3.1.1 Modelo de Cross

Llevar a cabo un proyecto requiere del empleo de un método conveniente, cada quien determina un esquema de trabajo que ayuda a la realización de dicho proyecto a través de pasos consecutivos, sin embargo el proceso metodológico puede variar durante el transcurso ya que suelen ocurrir nuevas ideas o nuevos problemas que no se tenían previstos, para tal situación el método ha sido modificado, aunque lo importante aquí no es cambiar el método sino llegar a la solución.

El modelo simétrico aquí expuesto ha sido elaborado por el diseñador industrial Nigel Cross.

A través de éste modelo se elaborará el exhibidor para la empresa Bambara.





### 3.2 APLICACIONES

**ETAPA UNO** — Práctica complementaria. Realización de dibujos hecho por niños.  
— Búsqueda de información visual relacionada al concepto africano.

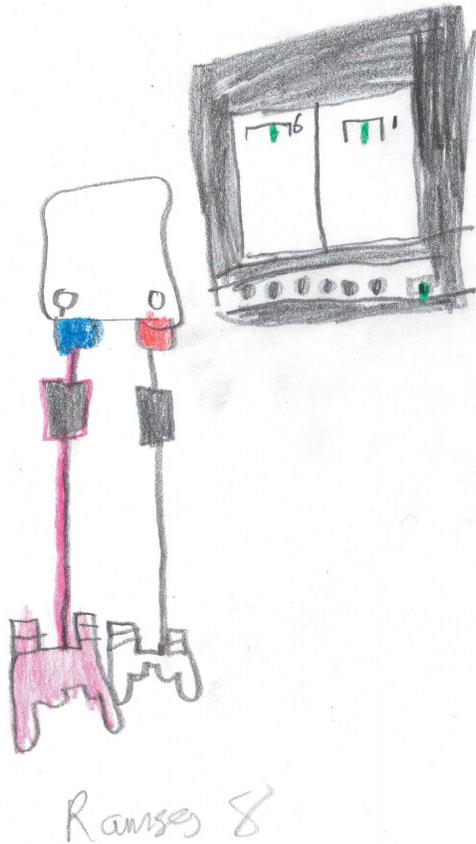
**ETAPA DOS** — Selección de la imagen para su aplicabilidad en el diseño de exhibidor.

#### 3.2.1 Etapa uno

Para la realización del exhibidor se llevo a cabo un análisis práctico sobre la percepción infantil, para ello se contó con la ayuda de cinco niños y niñas de entre cuatro y ocho años de edad para la elaboración de dibujos con una distinta temática.

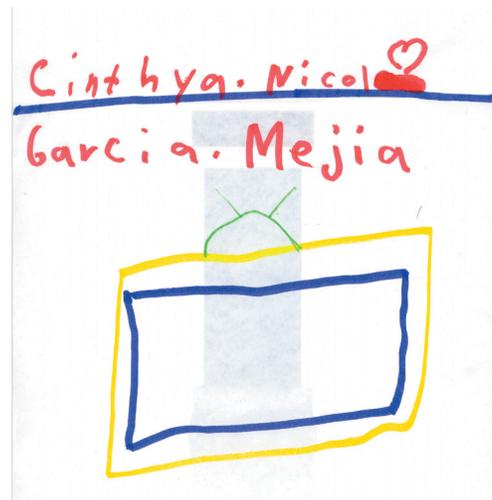
Esto ayudó a comprender el panorama visual que perciben los niños, la rapidéz con que captan los conceptos, la forma en que se integran a un grupo y el desarrollo de cada uno.

Estos son algunos de los dibujos realizados por los niños y niñas a los que se les pidió dibujarán lo que más les gusta hacer y su animal preferido.



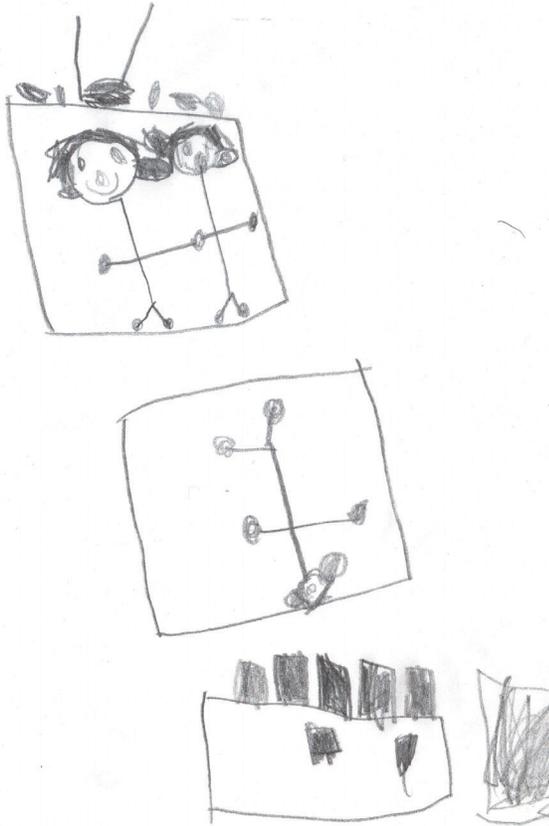
Ramsés 8

Ramsés 8 años



Cinthya 6 años

TELE



MONO



ardo 8 años

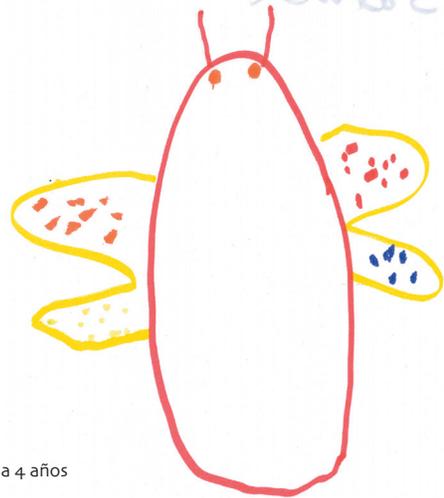
Luis Fernando 7 años



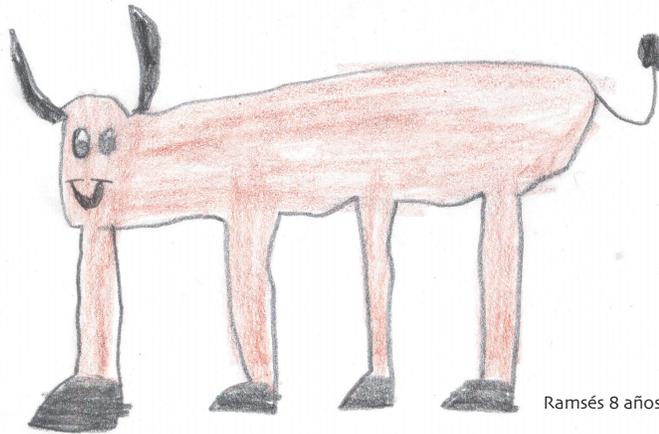
perro

MERARI

Merari 5 años



Salma 4 años



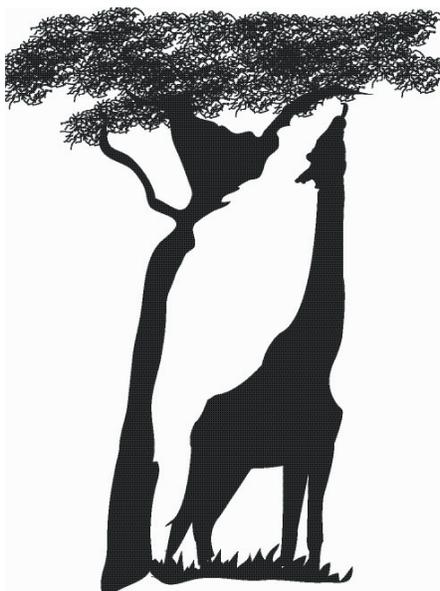
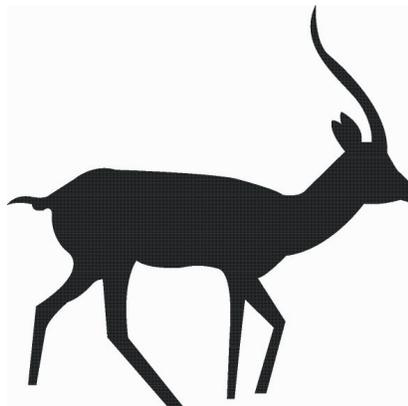
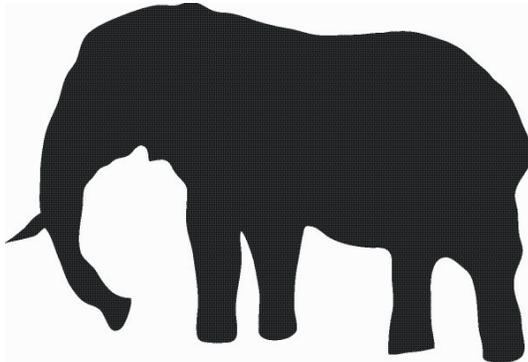
Ramsés 8 años

Ramses 8

Con los resultados obtenidos concluyo que el propósito de trabajar con niños **es un aprendizaje básico para la comprensión en el funcionamiento de la percepción infantil.** Con la ayuda de la práctica complementaria a este trabajo se empezó por realizar el boceto del exhibidor, tomando en cuenta el concepto “africano” que la empresa Bambara quiere representar.

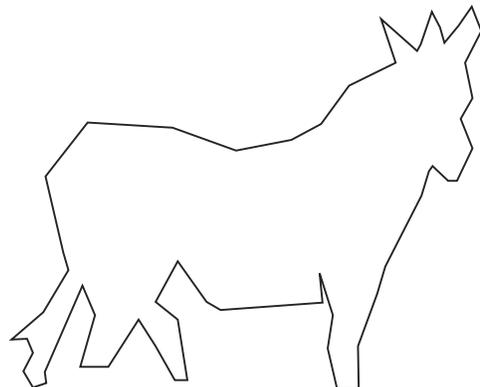
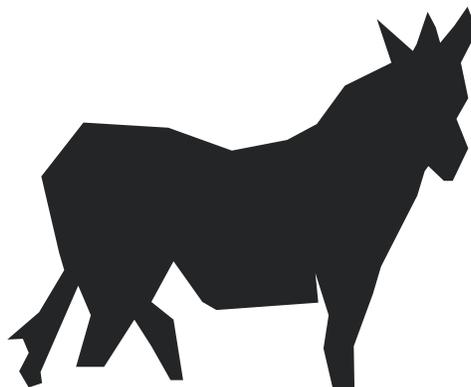
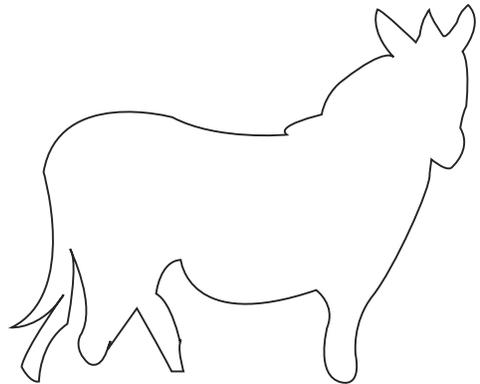
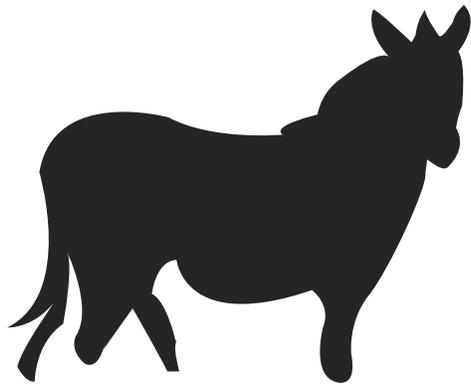
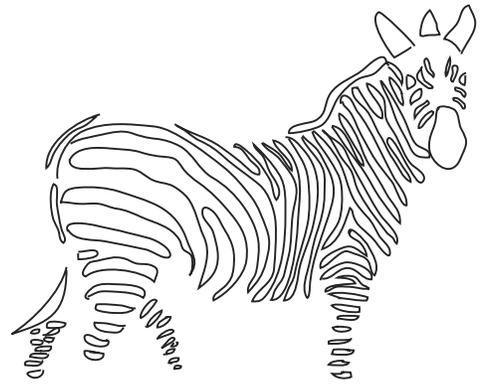
### 3.2.2 Etapa dos

Ya desde la antigüedad África se relacionó con la idea de tierra cálida y soleada. Una de las características más notables del continente negro es el clima caluroso que predomina en la mayor parte de su territorio, ubicado principalmente en las zonas tropicales y ecuatoriales del globo. En estas imágenes se observa claramente la diversidad de animales que representan el concepto africano.

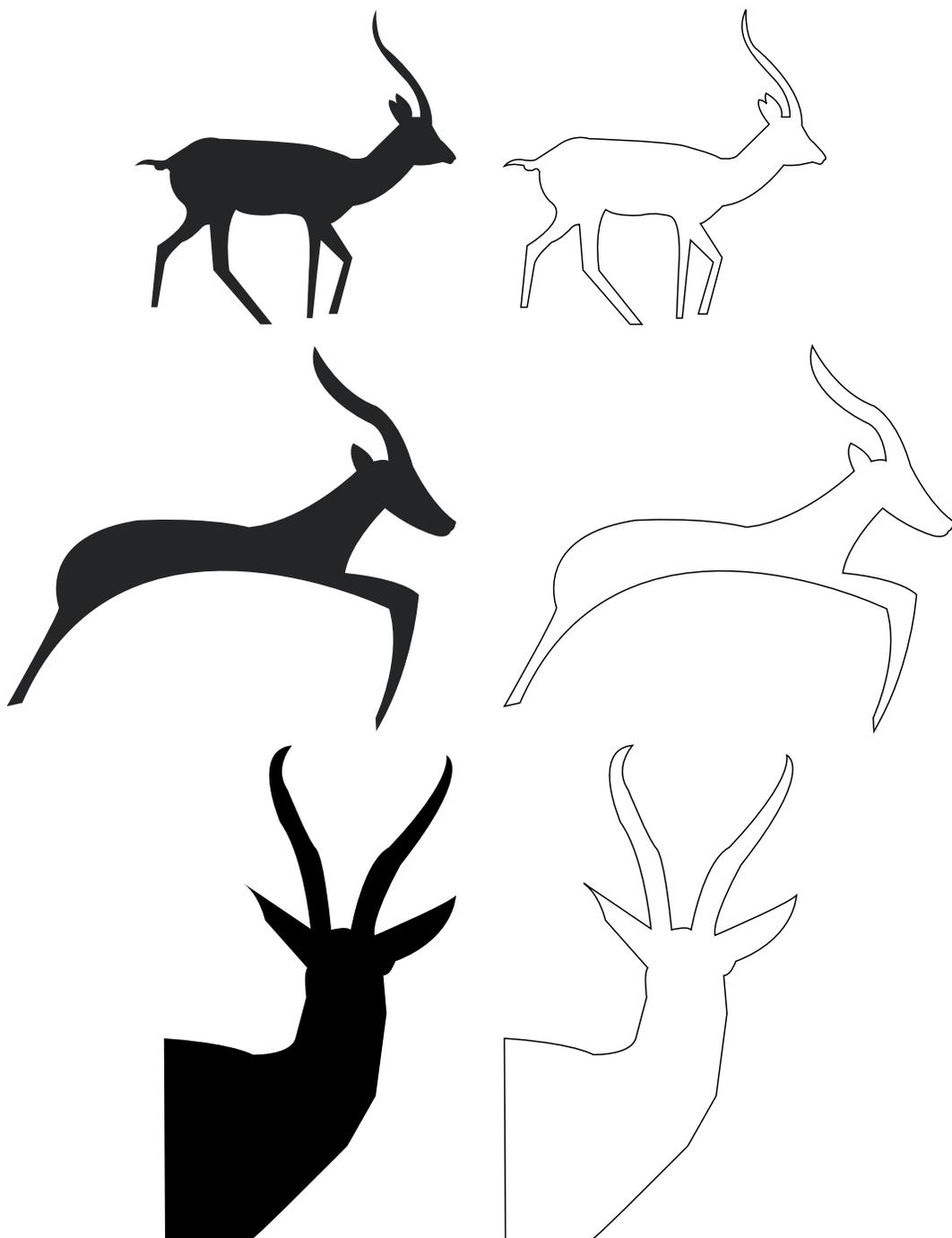


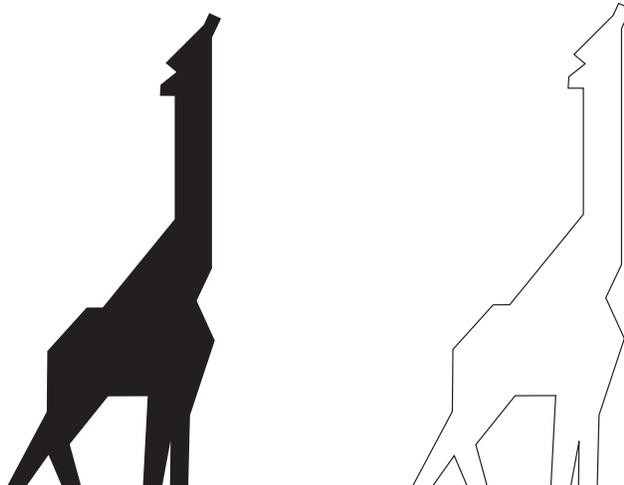
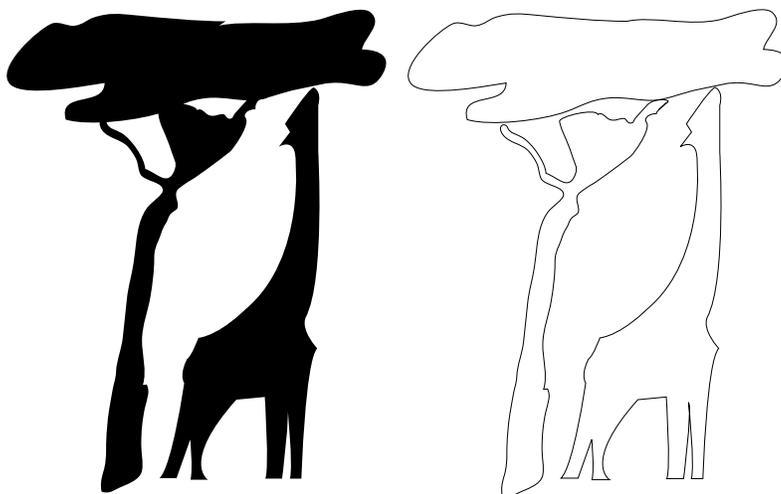
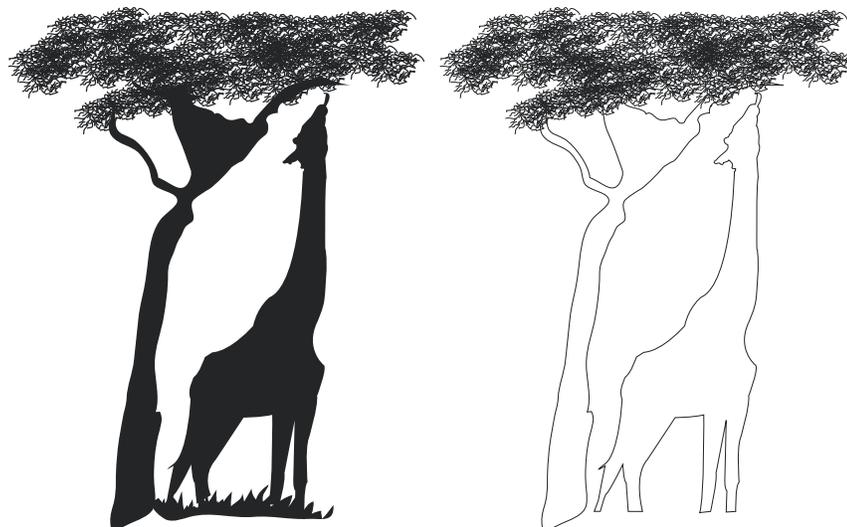
Durante la etapa de bocetaje se elaboró una síntesis formal de cada una de las imágenes con la finalidad de observar las cualidades morfológicas y sus diferentes niveles de abstracción, también se pensó en la posibilidad de realizarse cada uno tridimensionalmente para ubicar el aspecto de la funcionalidad.

#### POSIBILIDADES FORMALES DE LA CEBRA

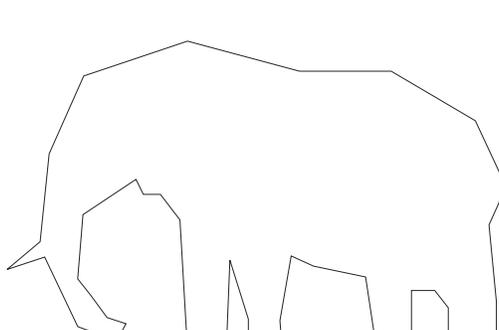
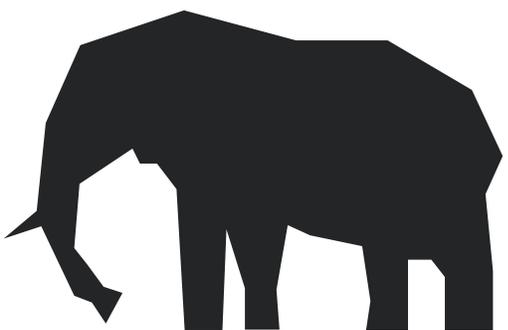
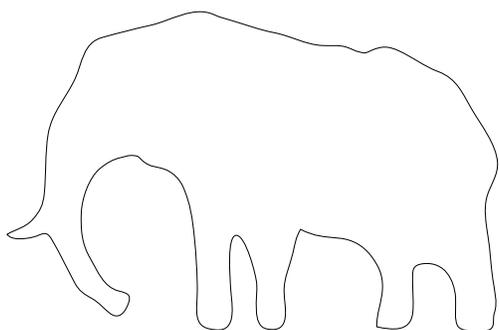
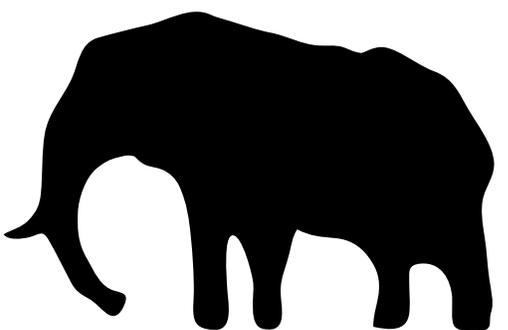
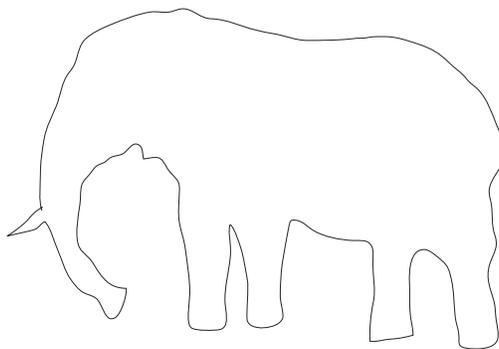
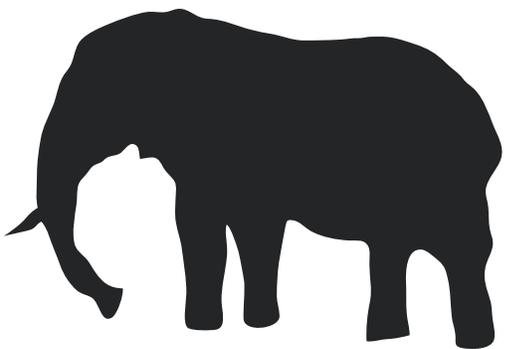


POSIBILIDADES FORMALES DE LA GACELA





POSIBILIDADES FORMALES DEL ELEFANTE



“FORMA Y FUNCIÓN EN EL DISEÑO DE EXHIBIDOR”

De todas las imágenes analizadas se seleccionó la siguiente imagen porque las cualidades formales que esta representa y por su adaptación a la funcionalidad de un exhibidor. A partir de ésta se comenzó a bocetar y a sacar el prototipo final para luego ser representado tridimensionalmente.

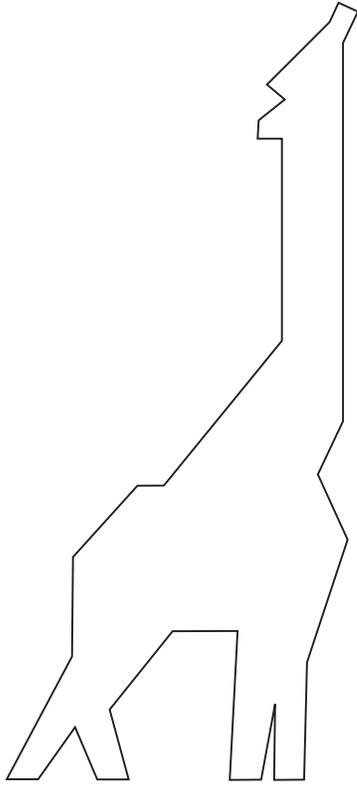
IMAGEN SELECCIONADA



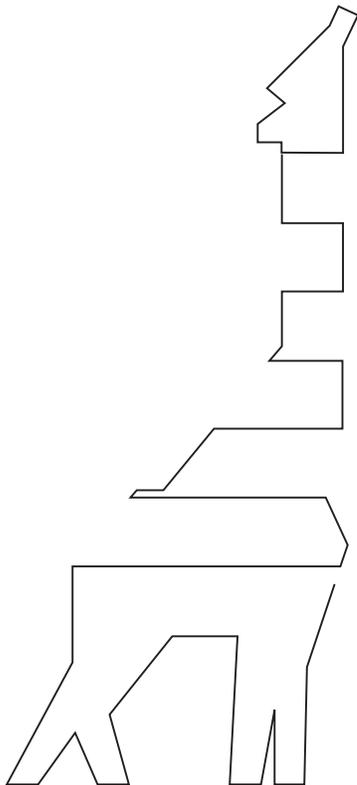
REPRESENTACIÓN



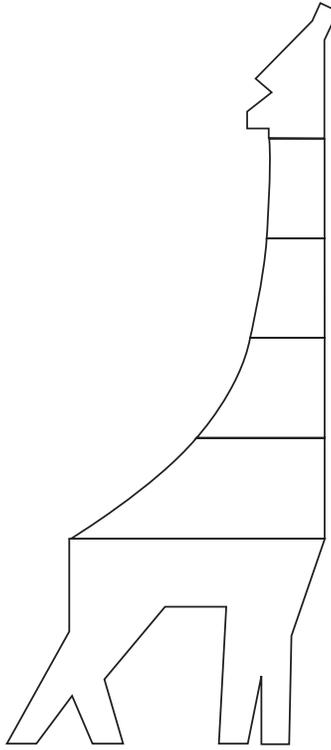
PERÍMETRO



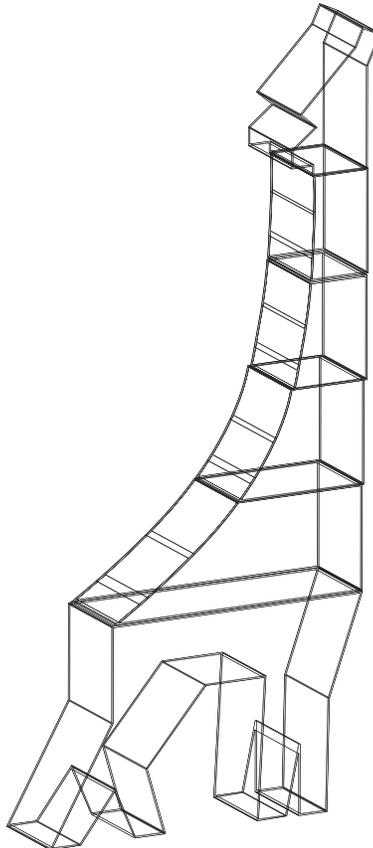
SEGMENTACIÓN LINEAL



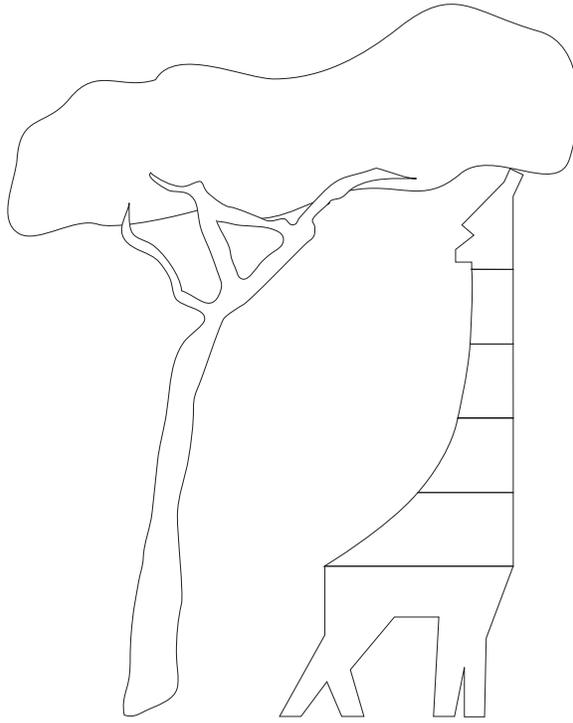
SEGMENTACIÓN MODULAR



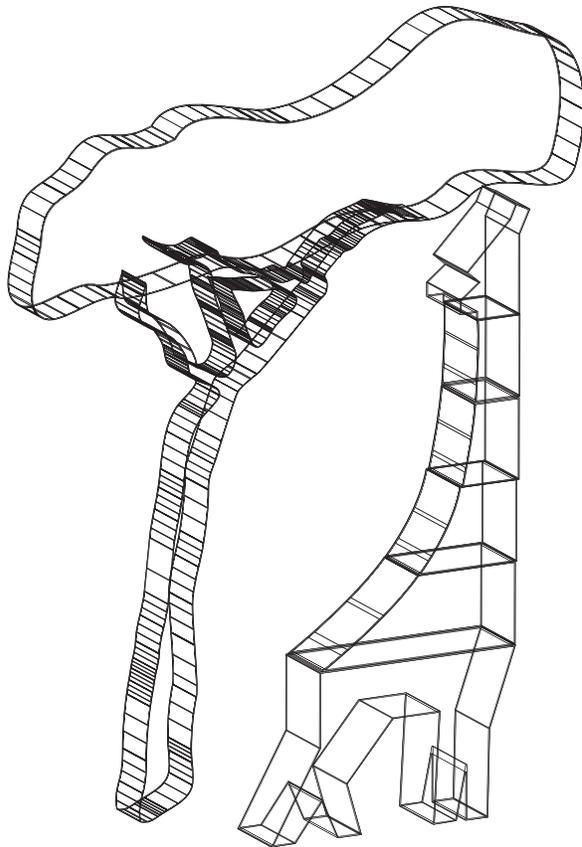
TRIDIMENSIONALIDAD



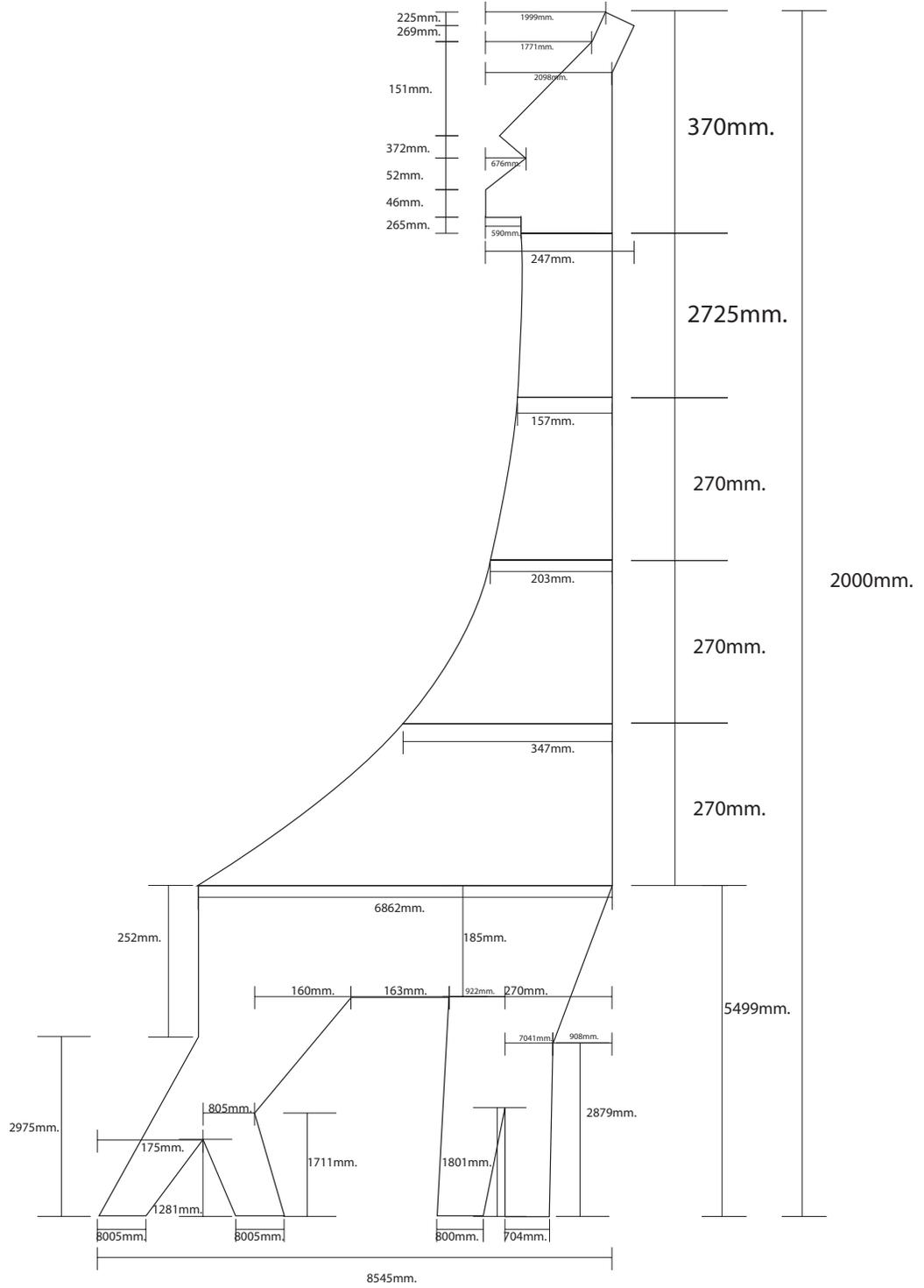
SOLUCIÓN COMPLEMENTARIA



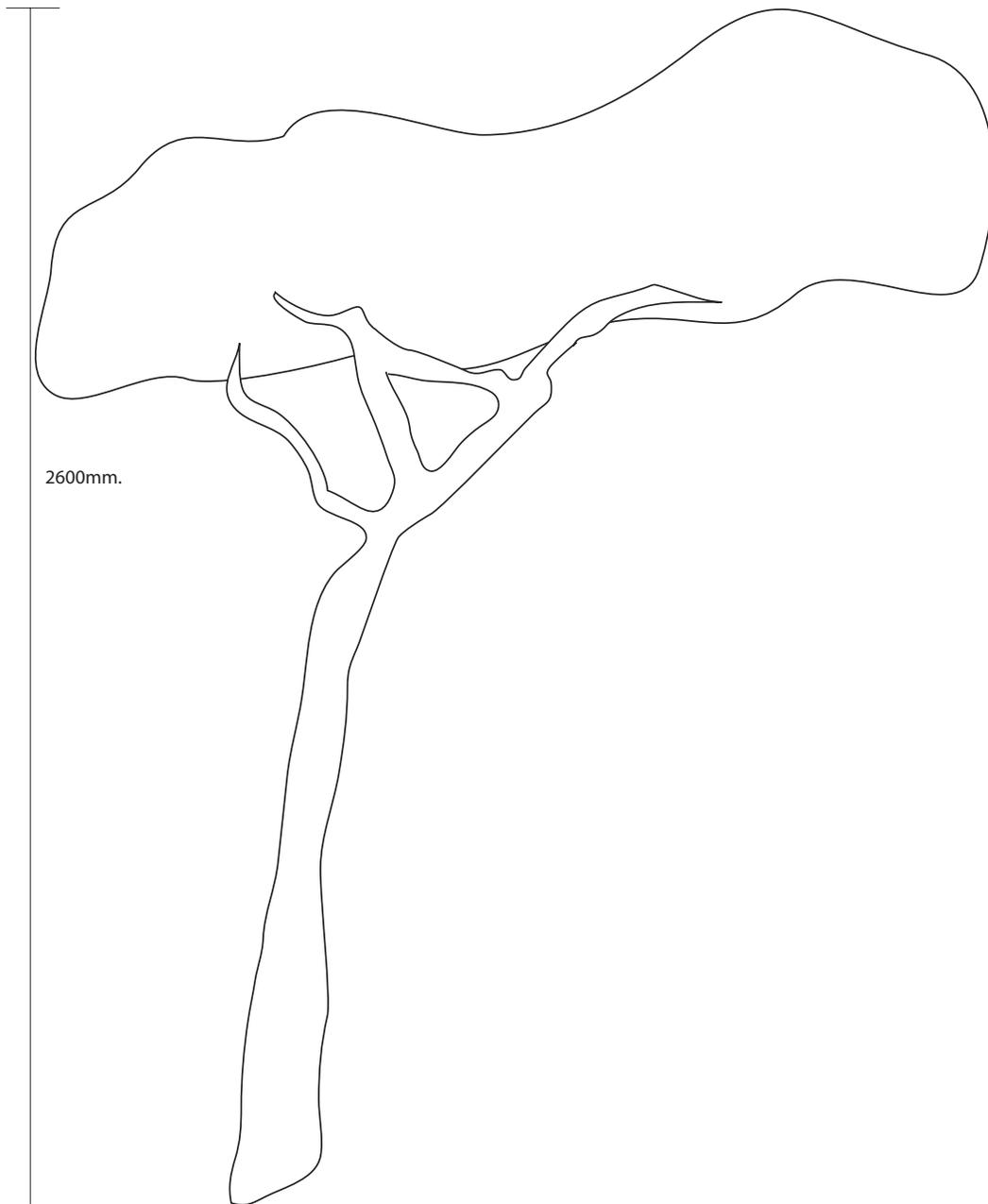
SOLUCIÓN COMPLEMENTARIA 3D



MEDIDAS



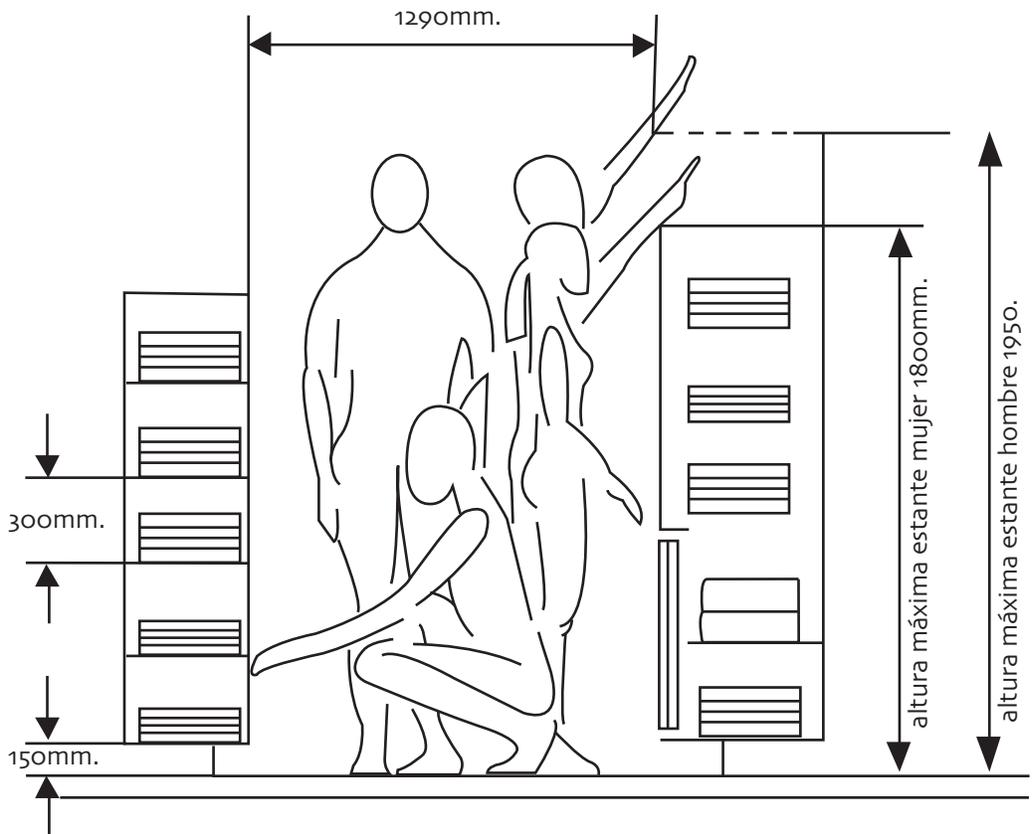
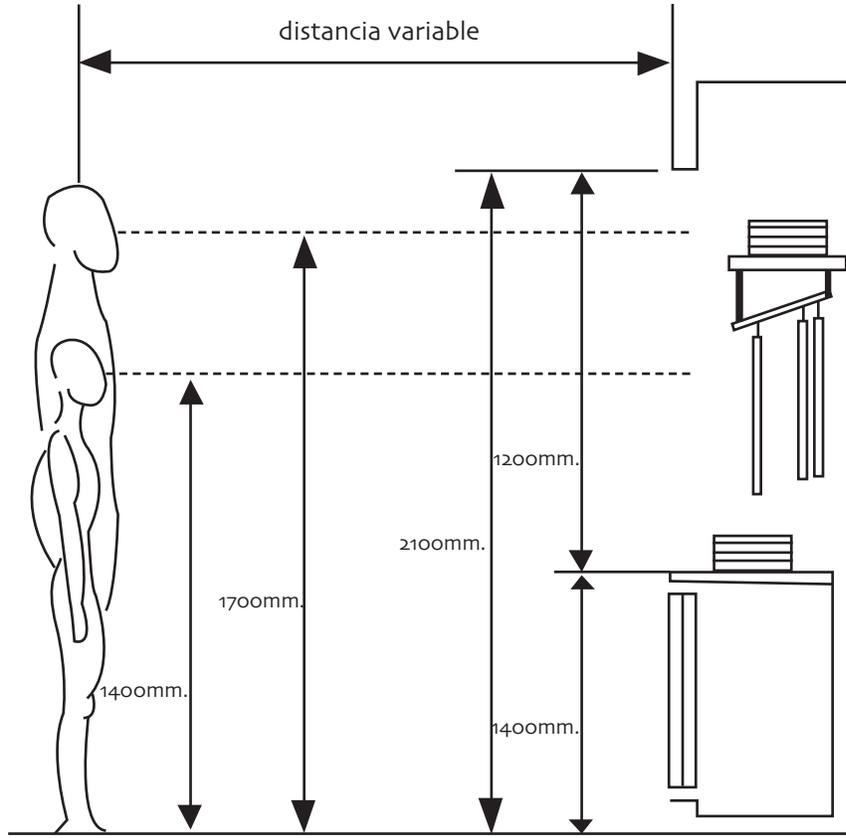
cotas: mm



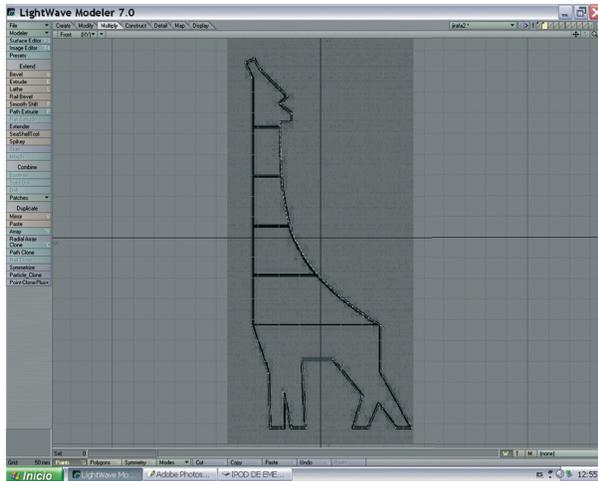
Las medidas fueron consideradas de acuerdo con las relaciones visuales que existen entre el observador y los contenedores de producto. Esto se determina en función de la antropometría, la cual que se encarga de sacar de las medidas del cuerpo del hombre y de la mujer, en sus diferentes clasificaciones ya sea por edad, ubicación geográfica, peso, etc.

Todo esto nos permite que el diseño de exhibidor sea lo más adecuado posible ante la visibilidad de los objetos y por supuesto la comodidad del usuario.

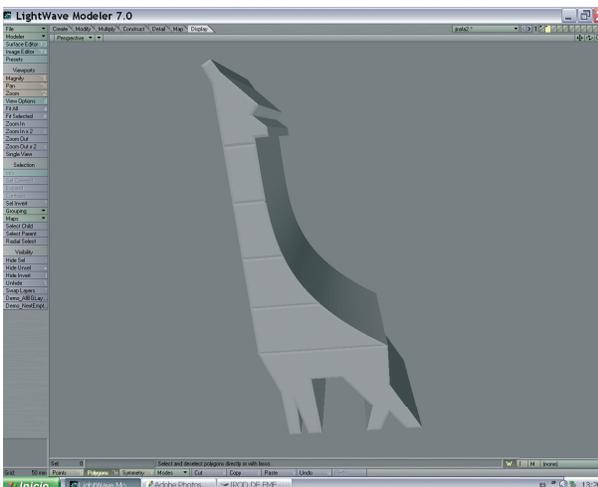
Los siguientes esquemas son estudios que se han hecho sobre medidas antropométricas visuales con respecto a estanterías para artículos.



En cuanto se determinan las medidas, comienza la etapa de modelado en 3D, éste fué llevado a cabo en el programa Lightwave 7.0. A continuación se muestra el proceso.



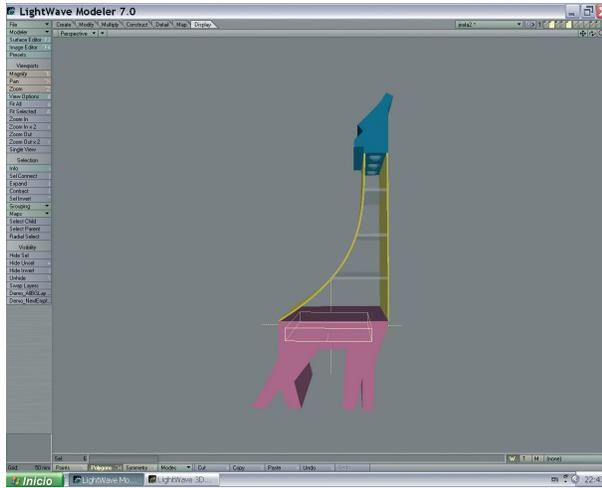
Se comienza por trazar vectores sobre la imagen seleccionada.



Se emplea la herramienta extrude (lo que significa que se crea superficies 3D, partiendo de elementos 2D), luego se hacen transformaciones de los objetos utilizando las demás herramientas de: "recorte" y manipulación de mapas de vértices.

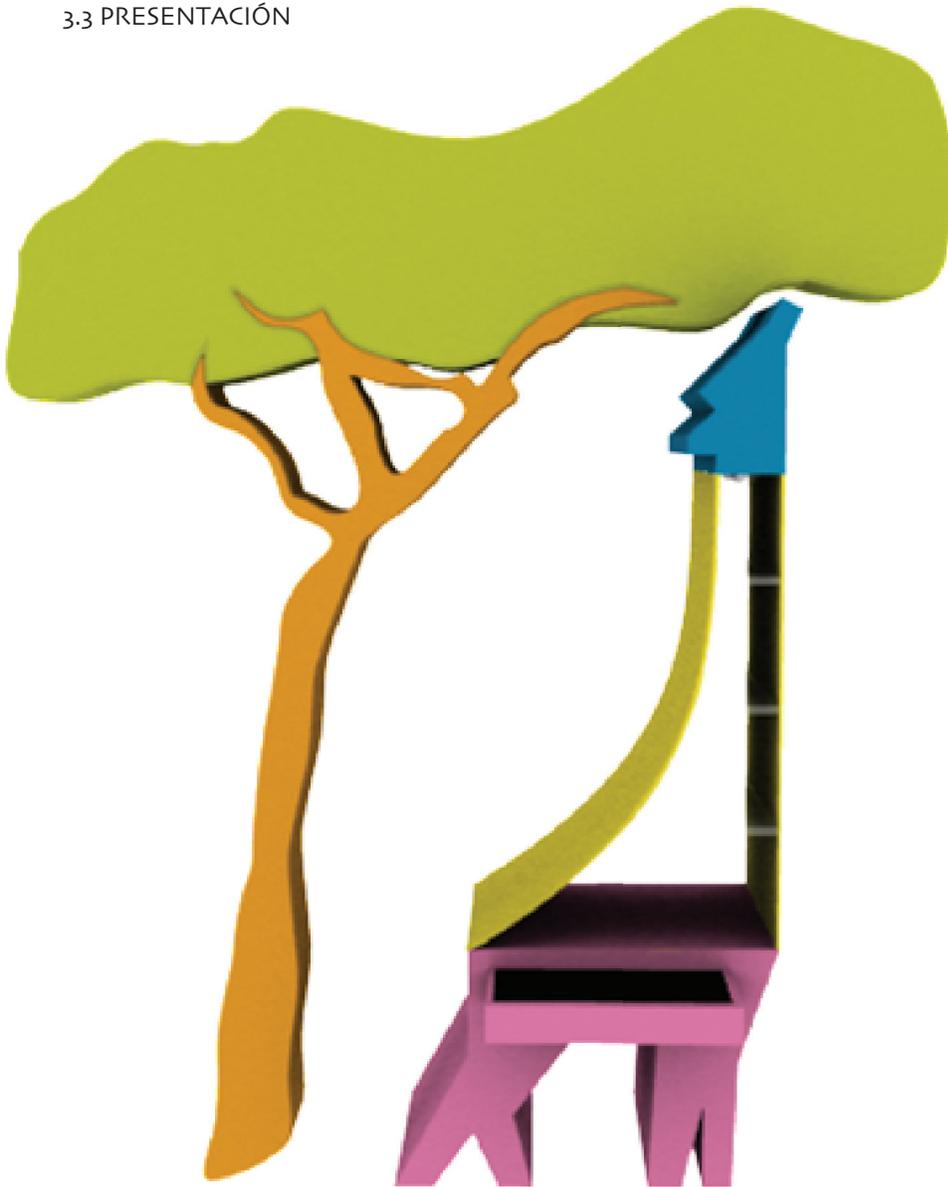


El modelo se revisa en cualquier ángulo de visión ya sea para agregar o quitar elementos.



Cuando se terminan de modelar, se ven otro tipo de detalles como color, sombras, luces, texturas, fondos, cualquier cosa que uno desea agregar.

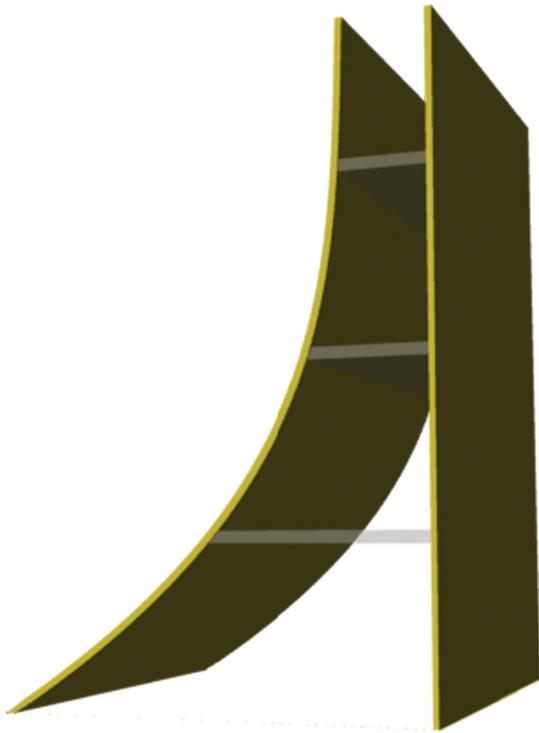
### 3.3 PRESENTACIÓN



## Materiales



Madera triplay 19mm., pintada y barnizada.



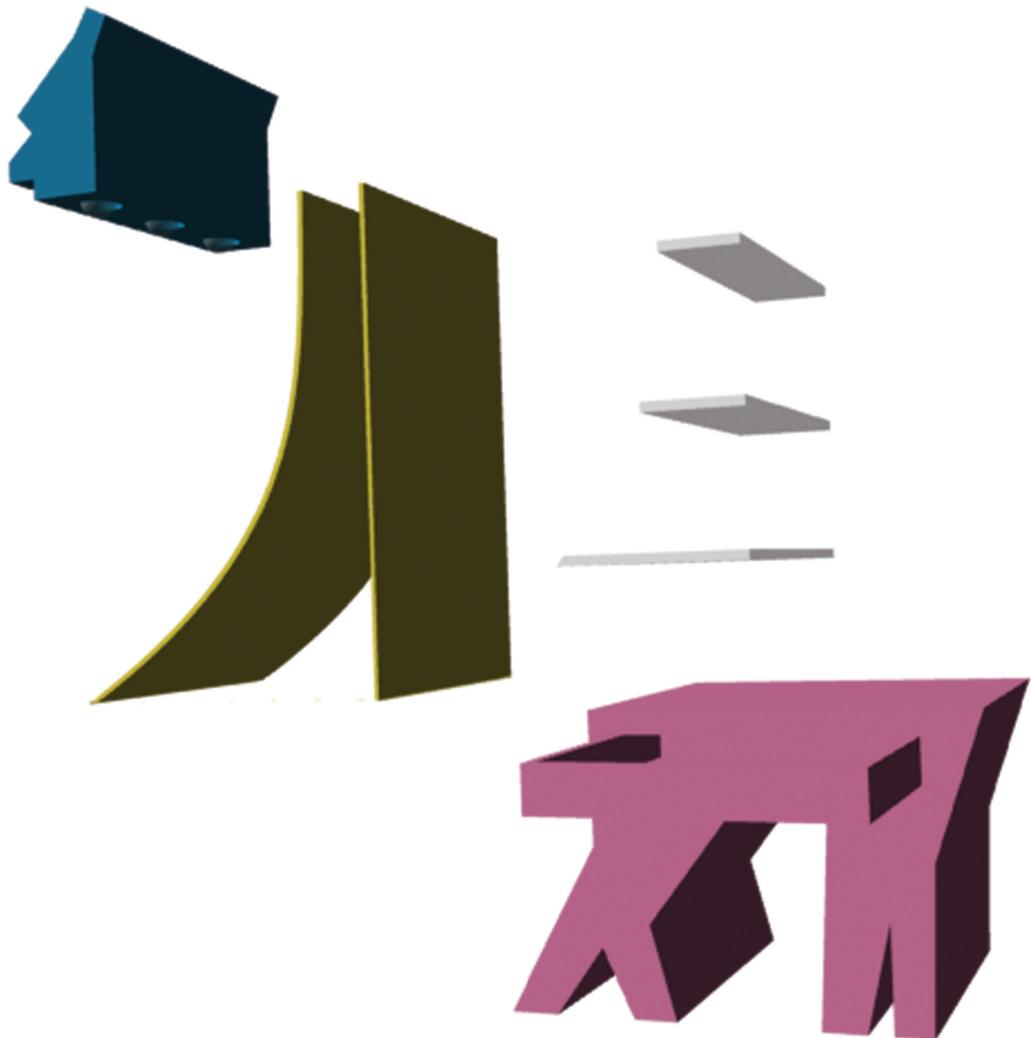
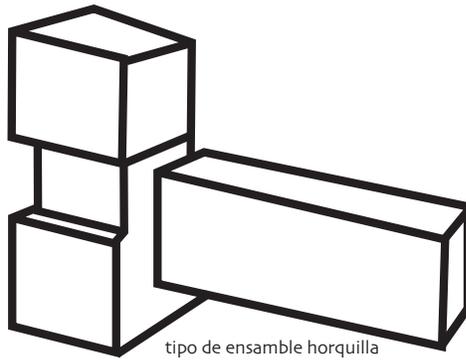
Paredes triplay 19mm. pintadas y barnizadas;  
entrepaños de vidrio 6mm.



Cajonera triplay 19mm. pintada y barnizada.

## Ensamble

Tanto la parte superior (cabeza) como la parte inferior (patas) son una sola pieza que se ensamblan con la parte de enmedio (tronco) usando la horquilla. La horquilla es un tipo de ensamble como se muestra en el esquema.

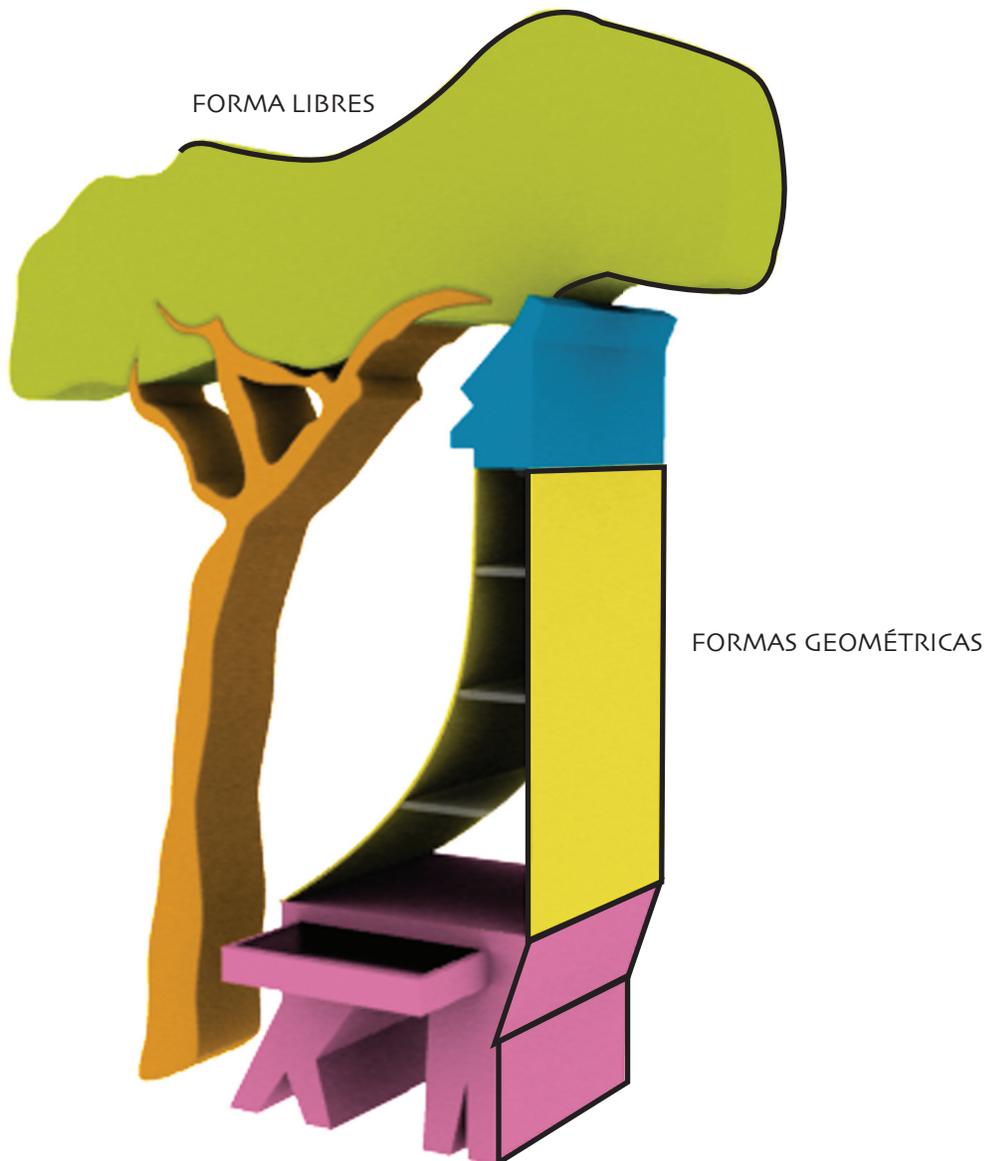


### Justificación Morfológica

La manera en como se solucionó el diseño de exhibidor fué a través de la abstracción de la imagen de una jirafa, los recurso utilizados fueron las formas geométricas básicas círculo, cuadrado y triángulo, en el caso de la jirafa y formas libres para el árbol.

### Justificación Cromática

El exhibidor tiene los colores que mayormente representan a la empresa Bambara ya que para todos sus productos el uso del azul turquesa, amarillo, rosa, verde y café es predominante.



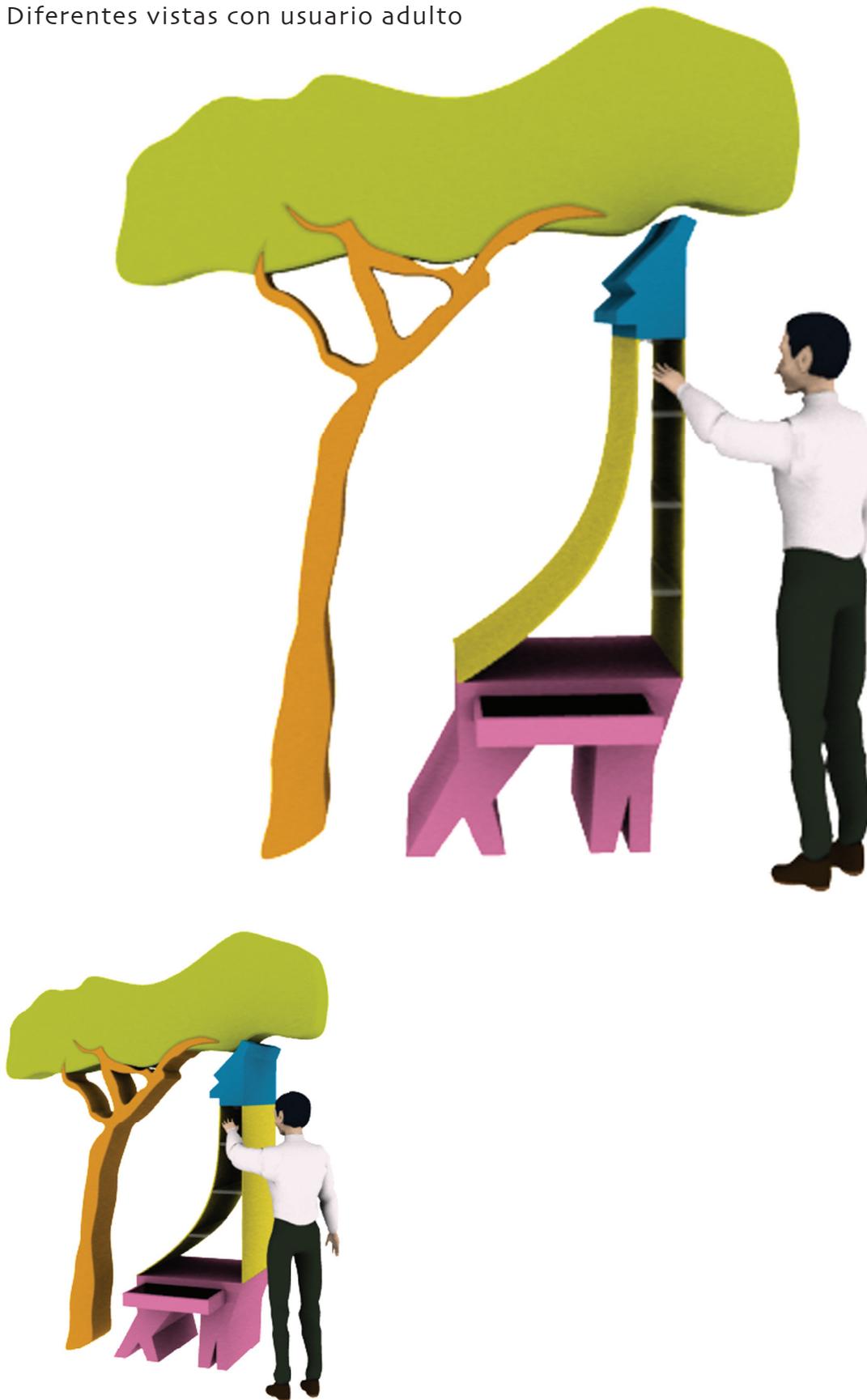
Diferentes vistas con usuario niño

72

“FORMA Y FUNCIÓN EN EL DISEÑO DE EXHIBIDOR”



Diferentes vistas con usuario adulto



“FORMA Y FUNCIÓN EN EL DISEÑO DE EXHIBIDOR”

## AXIOLOGÍA DE LA MAQUETACIÓN

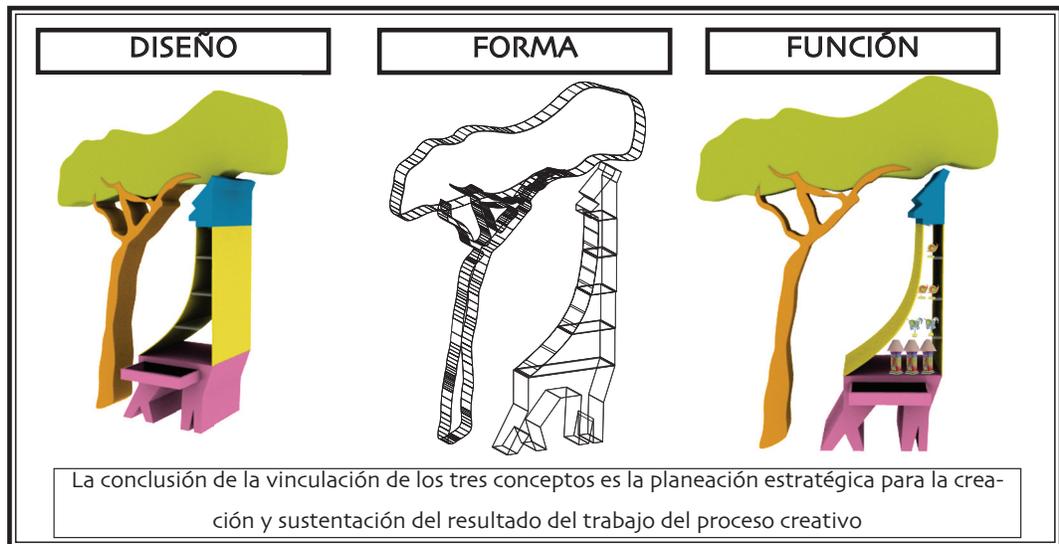
Clasificación genérica → por estructura: rígido  
por función: fijo  
por materiales: vidrio y madera

Relación Factorial → de constructividad: ensamblado  
de comunicación: formativa  
de transportación: fraccional  
de exhibición: permanente

Características y Propiedades → físicas: gradiente lumínico, resistencia y volúmen

Percepción → ángulo de visión, iluminación, proxemística ambiental

Disposición → presentación: frontal  
colocación: paneles  
entorno: interiores



### 3.3.1 Solución Final



“FORMA Y FUNCIÓN EN EL DISEÑO DE EXHIBIDOR”

### 3.2.2 Descripción

Pensar en un diseño para un exhibidor de productos infantiles es cuestión de análisis y comprensión de lo que se quiere representar.

Primeramente el desarrollo del proceso en la elaboración del exhibidor se basó de un método llamado Modelo de Cross en el cual se expuso principalmente el problema, los objetivos y la forma de llegar a la solución del problema. El método ayudó específicamente a las características que el exhibidor debía tener, a partir de esto el proyecto consistió en dos etapas fundamentales, la experimental y la creación de un modelo a partir de bocetos ideados por la primera etapa.

La experimentación se basó en analizar a un grupo de niños y niñas, esto con el fin de saber la manera en cómo representan su mundo visual, para lo cual se les pidió su colaboración para que dibujaran todo aquello que les gusta hacer.

Esta etapa fue muy importante ya que el aprendizaje adquirido fue el punto clave del diseño final de este proyecto. Ser claro y específico con los niños y niñas.

La segunda etapa consistió en hacer otro tipo de análisis donde se concretara un concepto, tal concepto es lo que Bambara como empresa da a conocer a través de sus productos. Africano es ese concepto y su representación fue concluido haciendo una selección de imágenes de la variedad de especies animales que existen en Africa.

Adquiridas las imágenes se seleccionaron las adecuadas a la representación del concepto y a las características formales y estructurales.

El proceso creativo fue la etapa donde se bocetó comprendiendo el nivel de la forma orgánica hasta lograr diferentes niveles de abstracción, geometrización y estilización.

Este panorama de creación de formas a partir de imágenes, no fue sino una parte del proceso creativo ya que había que pensarse no sólo en un gráfico sino en un diseño tridimensional.

La forma de representación que resolvió el problema tanto de forma, función, diseño y comunicación fue la jirafa, de la cual se logró geometrizando el cuerpo, dando como resultado tres partes que conforman a toda la jirafa, cabeza, cuello y patas. El cuello fue segmentado con bases de vidrio donde se colocarán los productos. En la base de toda la estructura se encuentra la cajonera, ésta servirá para guardar los catálogos y muestrarios de los productos Bambara.

### 3.2.3 Justificación

La necesidad de promoverse a través de la exhibición es una manera de entrar a un mercado competidor. Para mantener la atención y provocar una reacción ante un público no es tarea fácil ya que implica muchos factores como los estudios de mercado, estudios de la competencia, la innovación en el diseño, etc.

El compromiso es ofrecer una solución adecuada a las necesidades de la empresa por lo que se determinó a partir de un análisis diseñar un exhibidor que mostrara el producto en cualquier tienda comercial. Esto facilita e incrementa las posibilidades de venta.

La forma del exhibidor se concluyó a partir del concepto “africano” dando lugar a la geometrización de una imagen de una jirafa.

La geometría se realizó tomando en cuenta las principales características del cuerpo del animal. La estructura resultante consta de tres partes, una de ellas se segmentó en módulos donde se colocan los productos.

Para dar mayor impacto visual se empleó el color en cada parte de la estructura, éstos colores son los tres principalmente empleados por la empresa, azul, rosa y amarillo.

La solución complementaria agrega un árbol el cual forma parte de la escena ambiental. Éste árbol es una forma libre a comparación de la jirafa geométrica, esto es para romper con la rigidez y crear una composición visual con dos tipos de formas.

El proyecto en sí engloba toda una serie de necesidades que se cumplen a partir de la idea propuesta para una mejor y mayor venta de los productos. La capacidad para resolver éste tipo de problemas se resuelve estudiando las variantes y determinantes que la empresa considera esenciales para una mayor productividad, así que el factor diseño es básico para toda aquella empresa que quiera innovar, en el caso específico de Bambara el diseño ha sido un soporte viable para su progreso dentro de una competitividad nacional e internacional, siendo una empresa cien por ciento mexicana le da todavía más ese valor agregado que representa una mejora en la calidad y mejora en el diseño de nuevos productos.

## CONCLUSIONES

El proyecto de tesis es un gran compromiso que requiere de la atención debida para lograr más de lo que uno espera. En éste caso ha superado la expectativa inicial de los objetivos con los que se planteó debido a que durante el transcurso de la investigación surgen nuevas formas de pensamiento que enriquecen cada vez más el planteamiento del tema.

El objetivo se cumplió en el determinado momento en el que se empezó el proceso creativo, gracias a la experimentación realizada con los niños y niñas, y a la búsqueda del concepto que representara a través de su forma, no sólo el esquema de un exhibidor, sino también el diseño pensado en un contenido, un estudio que favoreció de gran manera al Diseño, sobre todo en cuestiones de forma.

Debido a esto y a la formación académica recibida se pudo concluir todo el proceso de esta investigación. Los conocimientos adquiridos dentro de la Escuela Nacional de Artes Plásticas han sido el punto clave de mi visión crítica hacia el Diseño, así pasó con este proyecto ya que específicamente recordé y volví a retomar algunos de los temas que en su momento pasaron desapercibidos, y con el paso del tiempo olvidados.

Aquellos conocimientos efímeros hasta hace poco son los que han guiado pertinentemente mi camino hacia nuevos conocimientos y me han motivado para crear el mundo a mi visión.

La aportación de ésta investigación está en cada parte de la tesis, en el análisis y comprensión de cada tema, y en la total experiencia de un proyecto real. Justamente cuando se expresa la realización de un proyecto real, el profesional en el área se enfrenta a muchas situaciones algunas veces difíciles que tiene que resolver. En el caso de éste proyecto de investigación el problema al cual se tuvo que enfrentar fue "¿y cómo se va hacer?," los conocimientos propios sobre el Diseño se tenían, sin embargo, los conocimientos sobre materiales y procesos no, por lo que fue a partir de entonces que se empezó a investigar sobre un área que era desconocida, pero finalmente aprendida, no del todo, pero sí con las nociones principales por lo que se usa tal o cual material o proceso.

En éstos momentos concretó una etapa profesional de un proyecto que me ha dejado la virtud de enfocarme específicamente al Diseño de exhibidor y puntos de venta.

Así también este proyecto favoreció aún más en el hecho de creer que somos profesionales cuando decidimos hacerlo, ¿cómo? dando soluciones creativas que nacen de las ideas para luego materializarlas y otorgarles un significado, éste es para mi el Diseño.

## COSTOS

Cantidad	Calibre	Medida	Precio
1 hoja de madera	3mm.	1.22X2.44	\$ 150
2 hojas de triplays	19mm.	1.22X2.44	\$ 600
1 hoja de triplay	12mm.	1.22X2.44	\$ 360
Vidrio	6mm.	m <sup>2</sup> canto pulido	\$ 200

### Laminado

2 hojas de melamina color rosa	\$ 600
1 hoja de melamina color azul	\$ 600
1 hoja de melamina color amarillo	\$ 600

Pegamento de contacto

Tornillos

Clavos

Resistol para madera

Focos

MATERIAL \$ 6110

COSTO TOTAL DE LA PRODUCCIÓN \$ 17,500

## BIBLIOGRAFÍA

- 1 Acha, Juan, *Introducción a la teoría de los Diseños*; Ed. Trillas, México 2003.
- 2 *Apuntes para el curso de Teoría e Historia del Diseño I y II*, López Huerta, Julián.
- 3 Arnheim, Rudolf, *Arte y Percepción Visual*; Ed. Alianza; Madrid, 2005.
- 4 Baudrillard, Jean, *El sistema de los objetos*; Ed. Siglo XXI; 14a edición, París, 1995.
- 5 Bonsiepe, Gui, *Teoría y práctica del diseño industrial*, Gustavo Gili, Barcelona, 1978.
- 6 Burdeck, Bernhar E. , *Diseño*, Editorial G.Gili, 3a Edición , Barcelona, 2002,
- 7 Daucher, Hans, *Visión artística, visión racionalizada*, Editorial Gustavi Gili, Barcelona, 1978.
- 8 Dussel, Enrique, *Contra un Diseño Dependiente*, UAM Azcapotzalco, México, 1992.
- 9 García Olvera, Francisco, *Reflexiones sobre el Diseño*, UAM Azcapotzalco, México 1996.
- 10 Itten, Johannes, *El arte del color*, Ed. Limusa Grupo Noriega Editores, México 2002.
- 11 Munari, Bruno, *Diseño y Comunicación Visual*, G.Gili, 11a. Edición, Barcelona 1993.
- 12 Munari, *¿Cómo nacen los objetos?*, Ed. G.Gili, México 1993.
- 13 Rawson, Philip, *Diseño*, Editorial Nerea, Madrid
- 14 Salinas Flores, Oscar; *Historia del Diseño Industrial*; Ed. Trillas; México,2001.
- 15 Vilchis, Luz del Carmen; *Diseño Universo de Conocimiento*; Ed. Claves Latinoamericanas; México,1999.
- 16 Ville, Claude A., *Biología*, Ed. Interamericana, México 1969.