



**Universidad Don Vasco, A.C.**  
Incorporada a la Universidad Nacional Autónoma de México

## **Escuela de Diseño y Comunicación Visual**



**MÉXICO**  
**diseña**  
sitio web de diseño gráfico mexicano

**Historia y desarrollo del diseño gráfico mexicano:  
Creación y diseño de una página web  
para estudiantes y egresados**

**Tesis profesional que, para obtener el título de  
Licenciada en Diseño y Comunicación Visual,**

**Presenta  
Karen Edith García Cervantes**

**Uruapan, Michoacán; Enero de 2004**



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 Dios, por haberme dado el tiempo para concluir mi carrera.

A mis padres, Gilberto y Gloria, por la confianza que han depositado en mí y haberme permitido estudiar.

A mis hermanos Lorena, Nancy, Gilberto y Alex, por su compañía en los momentos más felices y los más difíciles.

A Arturo, mi novio, por el apoyo y el cariño que me ha demostrado hasta ahora.

A mis amigas, Ana y Flor; por su eterna compañía y el apoyo moral que me han dado.

A mis amigas Claudia y Nereyda, por el tiempo que me dieron para conocerlas y la ayuda que me han ofrecido. Y a mi amigo Matías, por todos esos consejos y críticas que me han ayudado en mi carrera.

A mi maestra y amiga, Mine, por su amistad y conocimientos que me ha dado, y a mi asesor de tesis, Pedro, por toda su ayuda, sus conocimientos y su amistad.

A mis asesores de tesis, por su ayuda en la realización de este trabajo.



# ÍNDICE

## México diseña

### Parte teórica

● <b>Introducción</b> .....	<b>13</b>
● <b>Problema</b> .....	<b>15</b>
● <b>Hipótesis y objetivo</b> .....	<b>17</b>
● <b>Investigación de campo y resultados del sondeo</b> .....	<b>19</b>
● <b>Encuesta para solución de tesis y resultados</b> .....	<b>37</b>
● <b>Investigación de campo en librerías</b> .....	<b>47</b>
● <b>Diseño gráfico en México</b>	
<b>Capítulo 1</b> .....	<b>51</b>
<b>Diseño antes de los Diseñadores</b>	
● <b>Los artistas como comunicadores visuales en México</b>	
● <b>Taller de gráfica popular; artistas en pro del diseño cultural</b>	
● <b>Miguel Prieto; artista y tipógrafo</b>	
● <b>Vicente Rojo y el Grupo Madero</b>	
● <b>Las agencias de publicidad; Eulalio Ferrer y su aportación.</b>	
<b>Capítulo 2</b> .....	<b>65</b>
<b>Inicio del diseño gráfico en México</b>	
● <b>1968: los juegos olímpicos de la paz; su trascendencia e importancia para el diseño gráfico mexicano; gráfica del 68: grupo de diseño popular</b>	
● <b>La primera carrera de diseño gráfico en México</b>	
● <b>Luis Echeverría Álvarez y el IMCE</b>	
<b>Capítulo 3</b> .....	<b>73</b>
<b>Detrás del diseño gráfico</b>	
● <b>Asociaciones, grupos y premios de diseño gráfico; Salón Rojo, Codigram, Quórum, Trama Visual</b>	
● <b>Publicaciones; herramienta de diseño</b>	





## Capítulo 4 ..... 79

### Mentes creativas

- Selección de los diseñadores gráficos de México

## Capítulo 5 ..... 83

### Diseño; una herramienta visual

- El diseño gráfico y la comunicación visual
- Diseño editorial
- Página web
- Campaña publicitaria
- Ejemplos de diseño editorial y conclusiones
- Ejemplos de páginas web de diseño y conclusiones

## Parte práctica

## ● Introducción ..... 119

## Capítulo 6 ..... 121

### Briefing

- Necesidad
- Objetivo
- Perfil
- Recursos
- Enfoque
- Descripción de la solución
- Secciones de la página web

### Realización del proyecto de tesis

## Capítulo 7 ..... 131

### México diseña

- Búsqueda del nombre
- Selección del nombre
- Imagen y bocetos
- Guerrero águila azteca y bocetos
- Imagen final
- Color
- Textura

<b>Capítulo 8</b> .....	<b>149</b>
<b>Página web</b>	
● Organigrama y secciones	
● Organización y consejo editorial	
● Organización administrativa	
<b>Capítulo 9</b> .....	<b>161</b>
<b>Campaña publicitaria</b>	
● Campaña publicitaria	
● Estrategia de medios	
● Cartel	
● Postal	
● <i>Banner</i>	
● Anuncio	
● Página web	
● Patrocinadores	
● <b>Conclusiones</b> .....	<b>187</b>
● <b>Bibliografía</b> .....	<b>189</b>

# INTRODUCCIÓN

## México diseña

### El diseño gráfico en México

Entre los estudiantes y egresados de diseño gráfico, poco llegan a conocer acerca del trabajo y desarrollo del diseño en México, debido a la falta de difusión y poca circulación de publicaciones que hay sobre el tema en nuestro país. Éstas son limitantes que impiden un mayor conocimiento acerca del diseño gráfico en México.

Se aplicó un sondeo a 135 personas, entre estudiantes y algunos egresados de la carrera de Diseño y Comunicación Visual (sondeo 2002) con el propósito de verificar el nivel de conocimiento que poseían acerca del diseño gráfico de México. El estudio fue realizado en las tres Universidades del estado de Michoacán que cuentan con la mayor cantidad de alumnos en esta carrera (Universidad Latina de América, Universidad Vasco de Quiroga y Universidad Don Vasco).

De acuerdo con los resultados obtenidos, se confirmó un bajo nivel de conocimiento acerca del tema y, con base en los resultados, se eligió aquellos temas de mayor interés acerca del diseño gráfico.

El tema de mayor interés que se registró en el sondeo, fue el conocer el trabajo de los diseñadores gráficos de México.

Dentro de esta tesis se investigó acerca del desarrollo del diseño gráfico en nuestro país, a partir de los años cuarenta, cuando los artistas (la mayoría pintores) realizaron el trabajo de diseñadores gráficos antes de que el diseño existiera como profesión en México; continuando con las Olimpiadas de México en 1968, hecho que dio paso a la formación de la carrera de

diseño gráfico en México, y abrió camino al desarrollo del trabajo en este rubro. Finalmente, mostrando a las organizaciones, grupos y eventos, que apoyan e incrementan la calidad del diseño gráfico en México de hoy en día, en el siglo XXI.

Para la investigación de solución de tesis, se realizó una encuesta a las mismas personas sondeadas, con el fin de saber qué medio de información es el más adecuado para conocer acerca del diseño gráfico de México. De acuerdo con los resultados obtenidos, la realización de una página web es el medio más interesante para conocer acerca del tema.

Para dichos resultados, se investigó las bases teóricas para la realización de la solución a la tesis, se comenzó con lo que es el diseño editorial y los tipos de publicaciones de diseño editorial; así mismo con la investigación sobre la realización de una página web.

Con el fin de promocionar la página web, fue necesario implementar el tema de campaña de promoción y buscar el medio de difusión más funcional e impactante, el cual resultó ser la postal. A la vez, se hizo un análisis de lo que ya sea ha hecho sobre páginas web de diseño y postales, observando estilo, color, impresión y tamaño, para así mejorar la calidad del trabajo a realizar.

Culminando la investigación de tesis con las conclusiones y agradecimientos, por permitir el desarrollo y terminación de mi carrera.



# PROBLEMA

## México diseña

### Planteamiento

Hay una falta de conocimiento entre los estudiantes de diseño gráfico y egresados acerca del diseño gráfico de México a lo largo de su historia, la cual poco a poco se va incrementando.

Esto se presenta por una falta de información accesible para los estudiantes y egresados acerca del diseño gráfico mexicano (libros, revistas, discos compactos, etc) en las bibliotecas de las universidades de Michoacán (Universidad Latina de América, Universidad Don Vasco y Universidad Vasco de Quiroga) y en el mercado, ya que o no contienen la información suficiente, o son de un precio muy elevado, o tan sólo llegan a pocos lugares de México.

Esta falta de información afecta principalmente a los alumnos, ya que se va perdiendo el conocimiento acerca del diseño gráfico en nuestro país (su historia, estilos, los diseñadores y sus trabajos, sobre el diseño en otros lugares del país, etc.).

Las visitas a exposiciones, encuentros de diseño a nivel nacional o local, conferencias, etc, son formas en que los diseñadores pueden conocer un poco más de cerca del diseño gráfico de México y de otros países, pero son también eventos que en ocasiones no resultan de fácil acceso a todos.



# HIPÓTESIS

México diseña

Mi hipótesis se basa en que los estudiantes de diseño gráfico tienen poco conocimiento acerca del diseño gráfico en México, debido a una falta de información accesible a sus intereses.

# OBJETIVO

México diseña

Mi objetivo como estudiante y el objetivo de mi carrera, es poner en práctica todos los conocimientos que a través de los años adquirí dentro de la carrera de Diseño y Comunicación Visual en la Universidad Don Vasco.

Ofrecer de manera clara, precisa y de forma estética y funcional, una solución al problema planteado: la realización de un proyecto de fácil acceso que muestre los trabajos de los diseñadores del país, con la finalidad de que esté al alcance de los estudiantes de diseño gráfico y de los diseñadores en sus propias universidades, ayudando en su aprendizaje y el desarrollo de la profesión.



# EXAMEN

## México diseña

### Investigación de campo y resultados del sondeo

Se planteó la hipótesis de que los estudiantes de diseño gráfico y los propios diseñadores egresados, no tienen un pleno conocimiento acerca del diseño gráfico de México.

Para corroborar lo dicho, entre octubre y noviembre de 2002, se aplicó un sondeo a un promedio de 135 personas entre estudiantes de diseño gráfico y diseñadores gráficos de tres universidades del estado de Michoacán, por tener la mayor cantidad de alumnos en su carrera:

- Universidad Latina de América (Morelia, Mich.)  
\*36 personas (estudiantes y maestros)
- Universidad Vasco de Quiroga (Morelia, Mich.)  
\*45 personas (estudiantes)
- Universidad Don Vasco (Uruapan, Mich.)  
\*54 personas (estudiantes y profesionistas)

El sondeo se realizó con base en preguntas abiertas, con el propósito de conocer el nivel de conocimiento sobre la historia del diseño gráfico en México, y con la finalidad de saber cuáles son los temas sobre los que están más interesados por conocer acerca del diseño gráfico en México.

Mediante la cuantificación de los resultados del examen aplicado y análisis de estos, se comprobó el bajo nivel de conocimiento que tienen los estudiantes de diseño y egresados acerca del diseño gráfico en México.



## Formato de sondeo

### Investigación de tesis Diseño gráfico en México

Nombre: \_\_\_\_\_  
edad: \_\_\_\_\_  
Escuela: \_\_\_\_\_ Grado \_\_\_\_\_  
Ciudad: \_\_\_\_\_

1- Menciona 10 diseñadores importantes (nacional o internacional)

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

2- Menciona 5 diseñadores mexicanos reconocidos

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

3- ¿En qué fecha empezó a tener un papel importante el diseño gráfico en México y por qué?

1940       1968       1990

\_\_\_\_\_

4- ¿A quién se reconoce como el primer diseñador en México?

\_\_\_\_\_

5- ¿A quién se reconoce como el padre del diseño gráfico en México?

\_\_\_\_\_

6- Menciona 5 revistas de diseño gráfico del país

\_\_\_\_\_

7- ¿Qué conoces como el Salón Rojo?

\_\_\_\_\_

8- ¿Cuál es el máximo reconocimiento que se otorga en el área del diseño gráfico en México?

\_\_\_\_\_

9- ¿Qué es el codigram?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

10- ¿Qué te gustaría saber del diseño gráfico en México?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

## Diseñadores gráficos (nacional e internacional)

Del sondeo aplicado, se obtuvo gran número de nombres de diseñadores, algunos de ellos muy conocidos entre la población sondeada y varios más casi desconocidos, ya que algunos tan sólo tuvieron de una a dos menciones.

### Listado de nombres

Luis Almeida	44	Saul Bass	2
Antonio Pérez Ñiko	43	Tropowski	2
Rafael López Castro	43	Hugo Derat	2
Rosemary Martínez	37	Nacho Peón	2
Vicente Rojo	31	Mónica Peón	2
Dante Escalante	26	Alain Well	2
José Ferrer	22	Bruno Munari	1
Félix Beltrán	21	Tadanori Yoko	1
Carlos Celorio	19	Watsletzky	1
Carlos Palleiro	17	Claire Castillo	1
Gonzalo Tassier	14	Trosker	1
Ángeles Moreno	8	Kari Pipo	1
Paul Rand	6	Enrique Segarra	1
Josep Palau	4	William Golden	1
René Ascuy	4	Steinweiss	1
Santiago Tassier	4	Lou Dorfsman	1
Josep Palau	4	Geismar	1
Azul Morris	3	Brownjohn	1
Mariscal	3	Xavier Bermudez	1
Gabriel Martínez Meave	3	Felipe Covarrubias	1
Ivan Chermayeff	3	Shigeo Fekuda	1
Henry Wolf	3		
Germán Montalvo	3		
Álvaro Rego	3		
Carlos Villaseñor	3		
Francisco Torres	3		
Ken Cato	2		
Jorge Frascara	2		
Antonio Igarruri	2		
Miguel Prieto	2		
Ikko Tanaka	2		



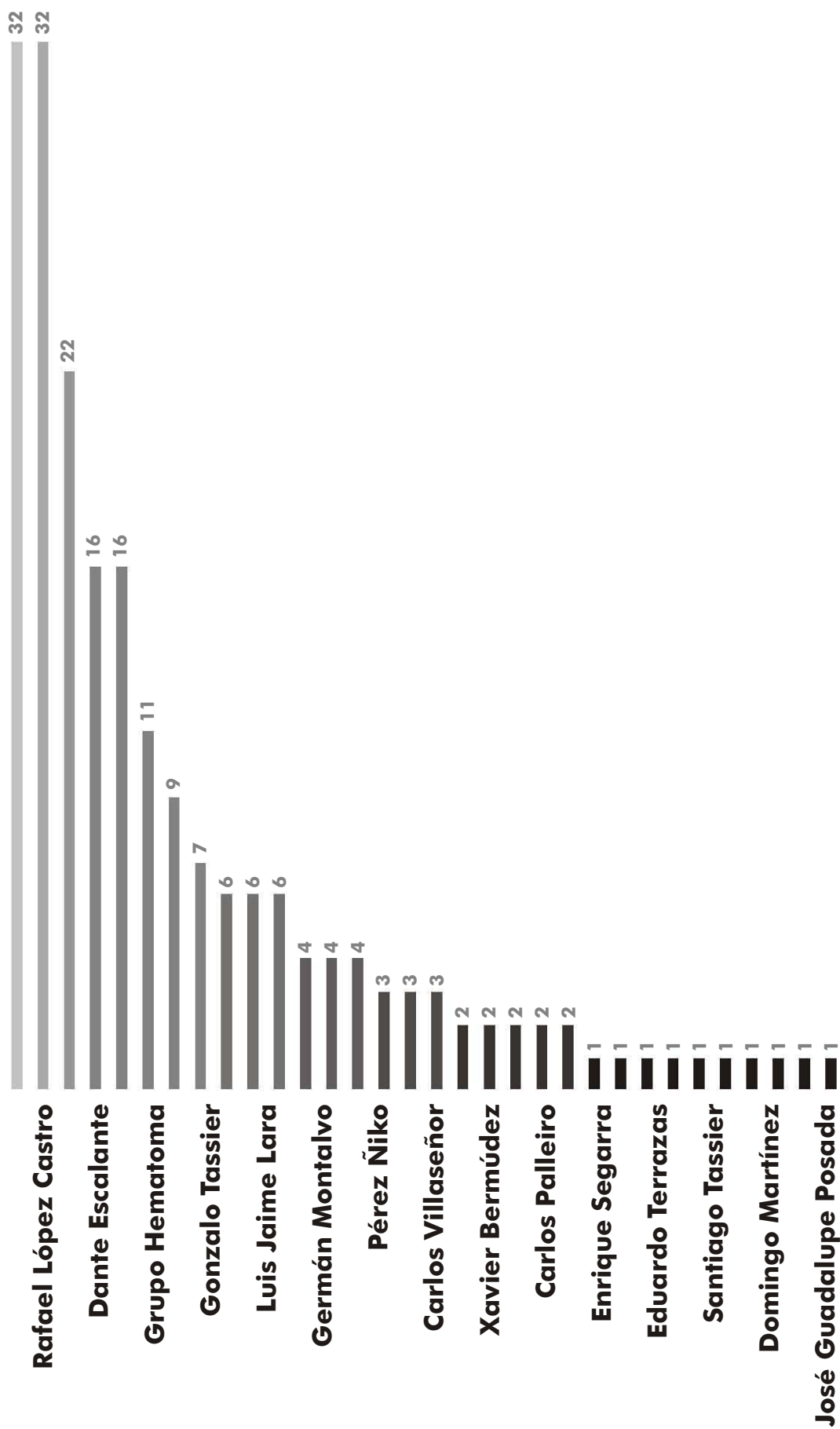


## Diseñadores gráficos de México

En esta parte fueron obtenidos muy pocos nombres, los cuales están ordenados a continuación, de acuerdo con una frecuencia descendente.

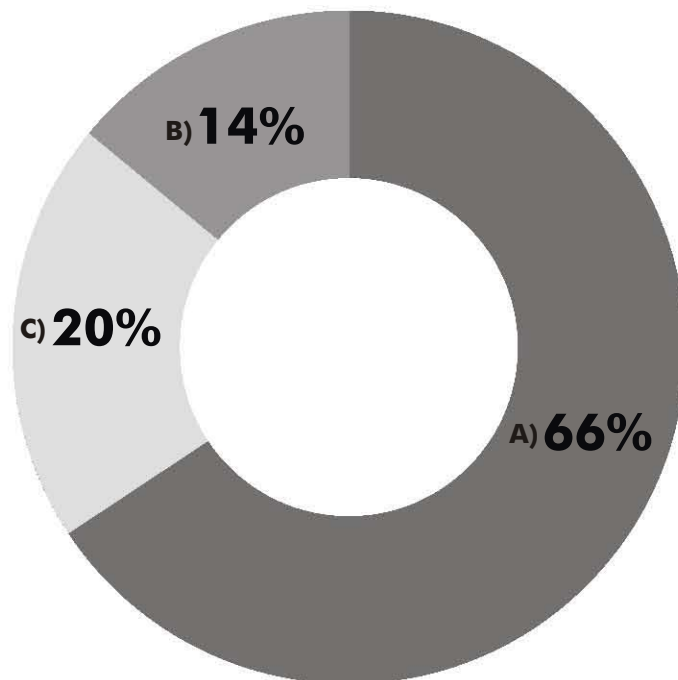
### Listado de nombres

Rafael López Castro	32
Luis Almeida	32
Vicente Rojo	22
Carlos Celorio	16
Dante Escalante	16
Grupo Hematoma	11
José Ferrer	9
Gonzalo Tassier	7
Rosemary Martínez	6
Jaime Lara	6
Antonio Pérez Ñiko	4
Josep Palau	4
Germán Montalvo	4
Felipe Covarrubias	3
Carlos Villaseñor	3
Gabriel Martínez Meave	3
Carlos Palleiro	2
Hugo Derat	2
Xavier Bermudez	2
Carlos Raining	2
Felix Beltrán	2
José Guadalupe Posada	1
Álvaro Rego	1
Domingo Martínez	1
Azul Morris	1
Santiago Tassier	1
Carlos Fink	1
Eduardo Terrazas	1
Ricardo Olvera	1
Enrique Segarra	1
Daniel Salinas	1



## Inicio del diseño gráfico en México

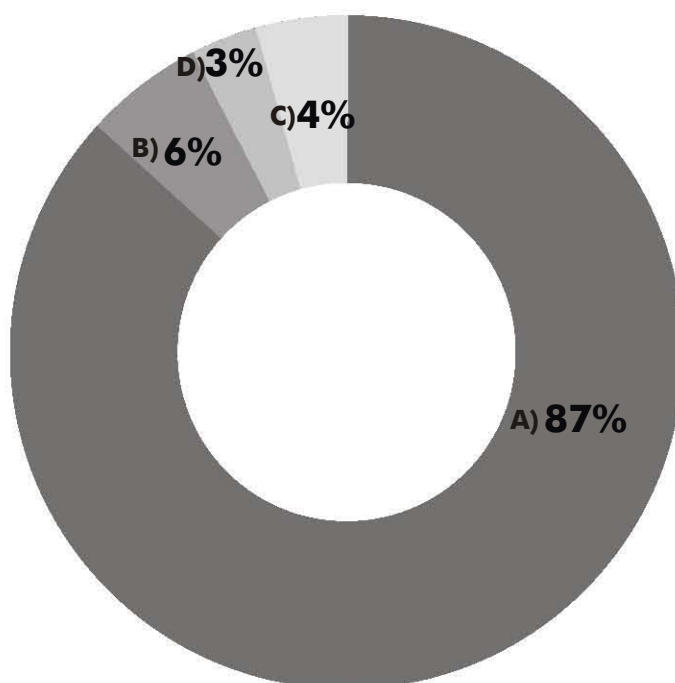
El 14% de la población respondió correctamente el año de inicio del diseño gráfico en México, así como las circunstancias en que apareció; el 20% supo el año, pero no la causa; el 66% no respondió.



- A) ● No contestó
- B) ● Supo la fecha y por qué
- C) ● Supo la fecha pero no supo por qué

## Precursor del diseño gráfico moderno en México

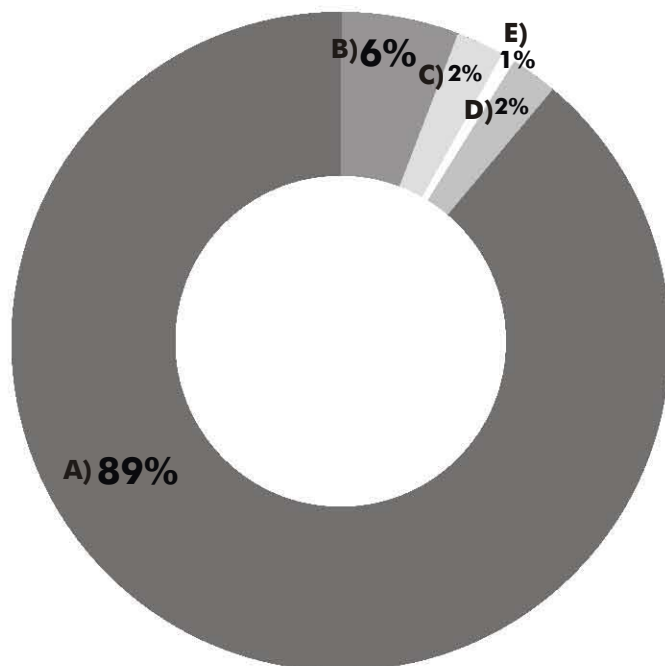
El 4% supo que a Miguel Prieto se le considera como el precursor del diseño gráfico moderno en México; el 6% mencionó como tal a José Guadalupe Posada y el 3% a Vicente Rojo, mientras que el 87% no respondió.



- A) ● No contestó
- B) ● José Guadalupe Posada
- C) ● Miguel Prieto (correcta)
- D) ● Vicente Rojo

## Padre del diseño gráfico moderno en México

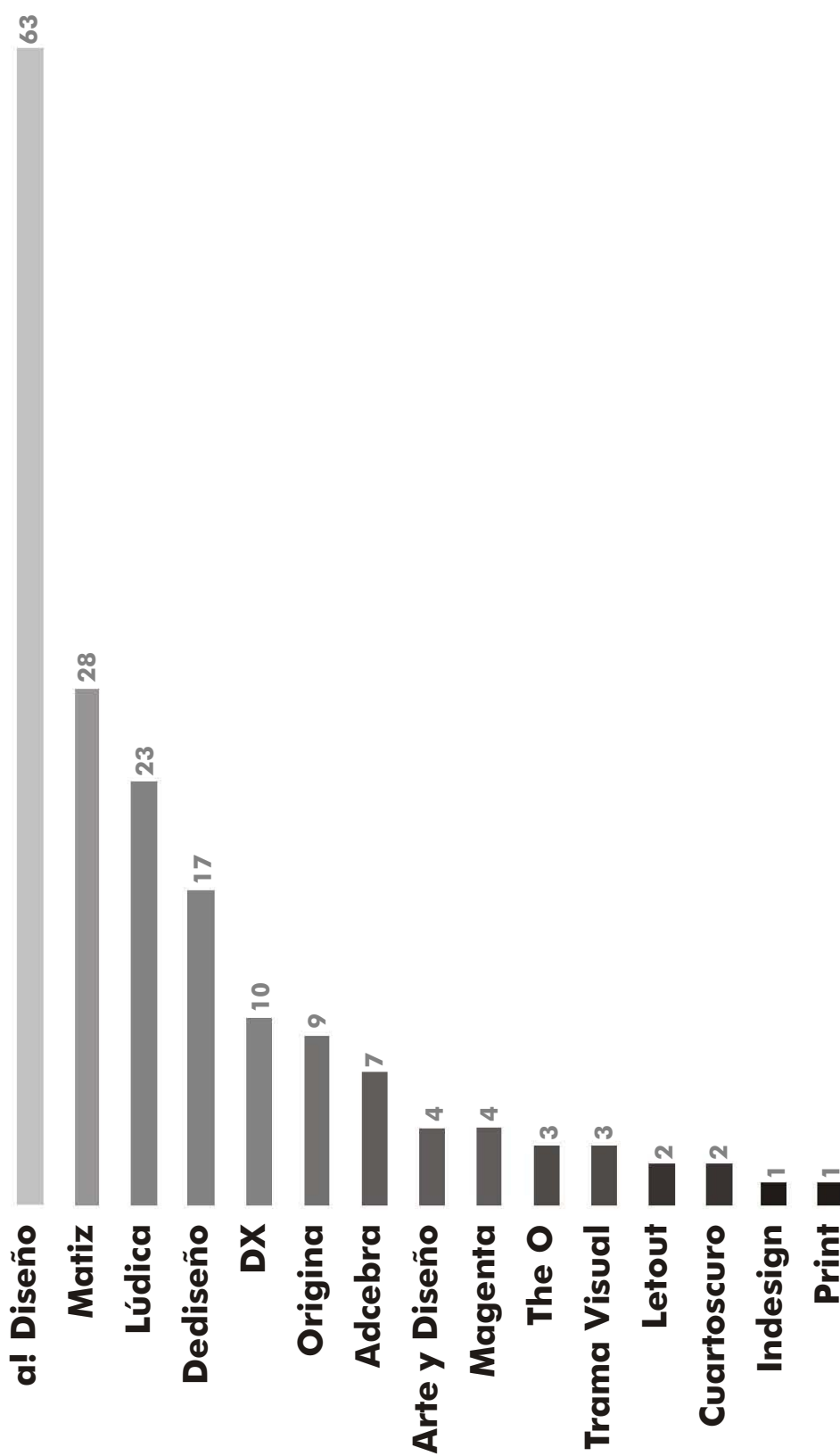
El 6% de los sondeados consideró a Vicente Rojo como el padre del diseño gráfico en México, mientras que otros mencionaron a Miguel Prieto, Lance Wyman y Rafael López Castro. El 89% no pudo contestar la pregunta.



- A) ● No contestó
- B) ● Vicente Rojo
- C) ● Rafael López Castro
- D) ● Lance Wyman
- E) ○ Miguel Prieto

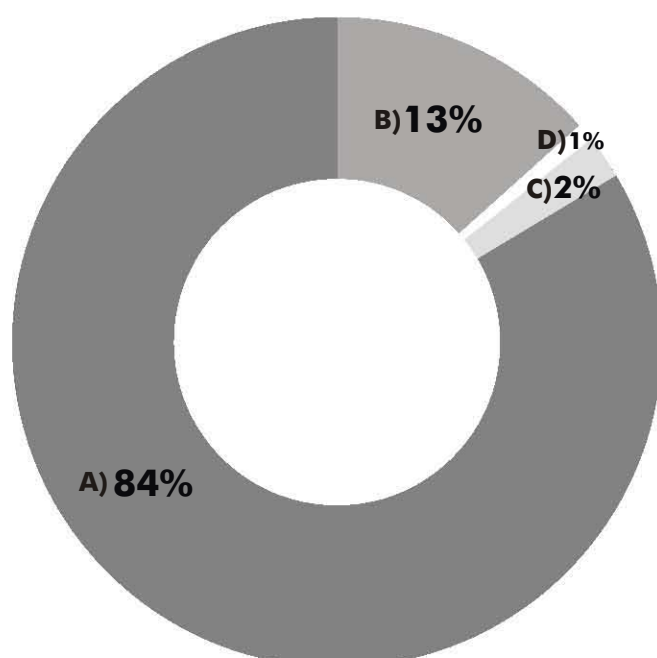
## Revistas de diseño gráfico

Tan sólo se obtuvo 15 nombres. La revista mayormente conocida resultó ser A! Diseño.



## Máximo reconocimiento de diseño gráfico en México

El Premio Quórum es el reconocimiento más importante para los diseñadores en el campo laboral mexicano; sin embargo, tan sólo tuvo el 13% a su favor en el sondeo aplicado; otros de los premios que tuvieron baja mención fueron el Premio A! y la Bienal Internacional del Cartel. 84% de los encuestados se limitó a no contestar.



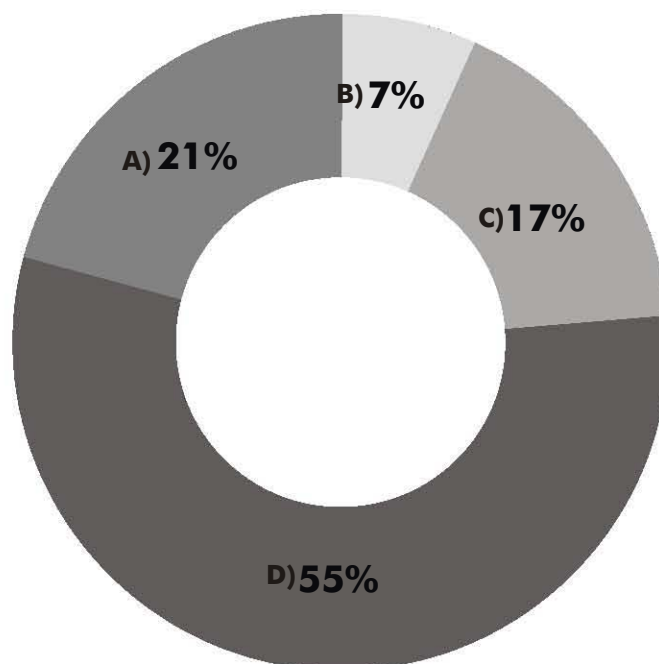
- A) ● No contestó
- B) ● Premio Quorum
- C) ● Premio A! Diseño
- D) ○ Bienal Internacional del Cartel



## Temas de diseño gráfico de más interés por conocer en México

La pregunta 10 (¿Qué te gustaría conocer acerca del diseño gráfico de México?), se dividió en tres categorías; el 7% es la categoría que quiere conocer acerca de la historia del diseño gráfico mexicano; el 17% es la categoría que quiere conocer el trabajo de otros diseñadores; el 55% es la categoría de varios, ya que había una gran diversidad de asuntos acerca de los cuales se deseaba saber.

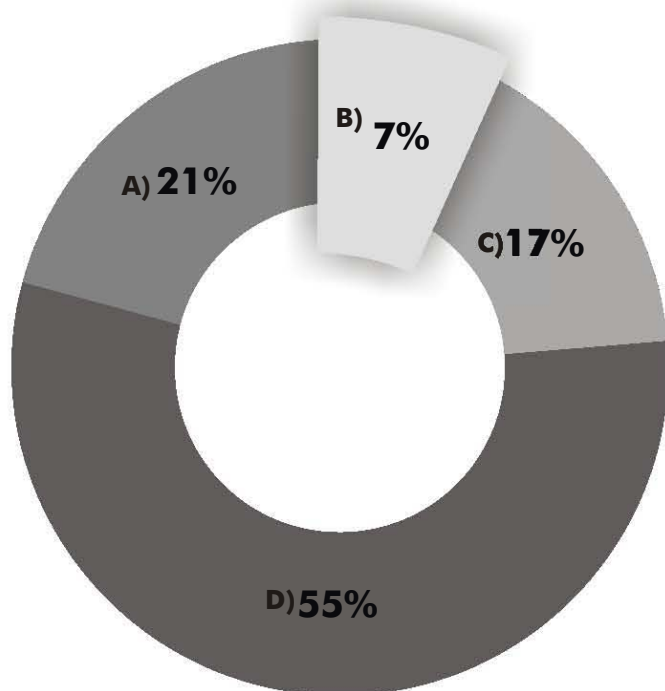
\*Todas las respuestas son citadas textualmente.



- A) ● No contestó
- B) ● Historia del diseño gráfico (categoría 1)
- C) ● Trabajo y trayectoria de los diseñadores más destacados en México (categoría 2)
- D) ● Varios (categoría 3)

# categoria 1

Del 7% que buscó conocer la historia del diseño, los principales temas a referir de este asunto fueron:

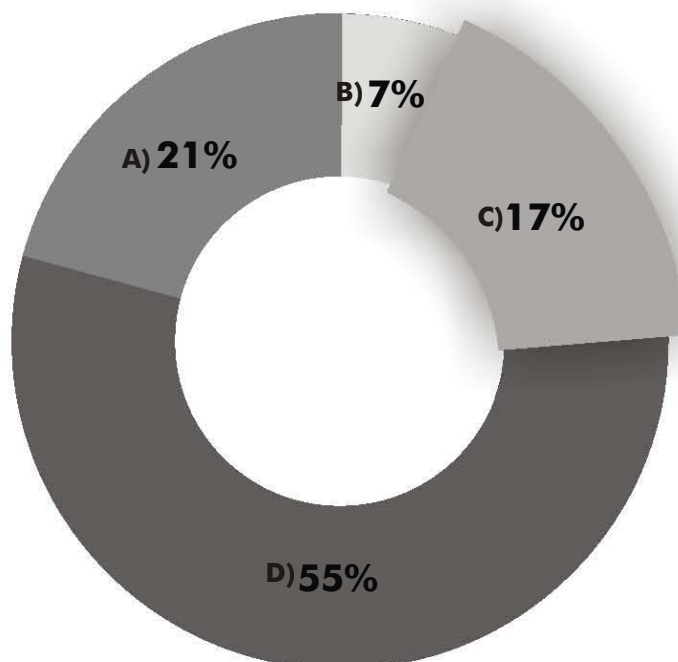


A) ● No contestó

B) ● Historia del diseño gráfico

- \*hechos trascendentes
- \*antecedentes del diseño gráfico en México
- \*¿cómo surge el diseño?
- \*¿qué desarrollo ha tenido el diseño en México?
- \*imágenes de la evolución
- \*impacto del diseño de México en otros países
- \*¿qué es actualmente el diseño?
- \*¿quiénes fueron los precursores cuando inició el diseño?
- \*¿cuáles han sido los diseñadores más importantes a través de la historia?

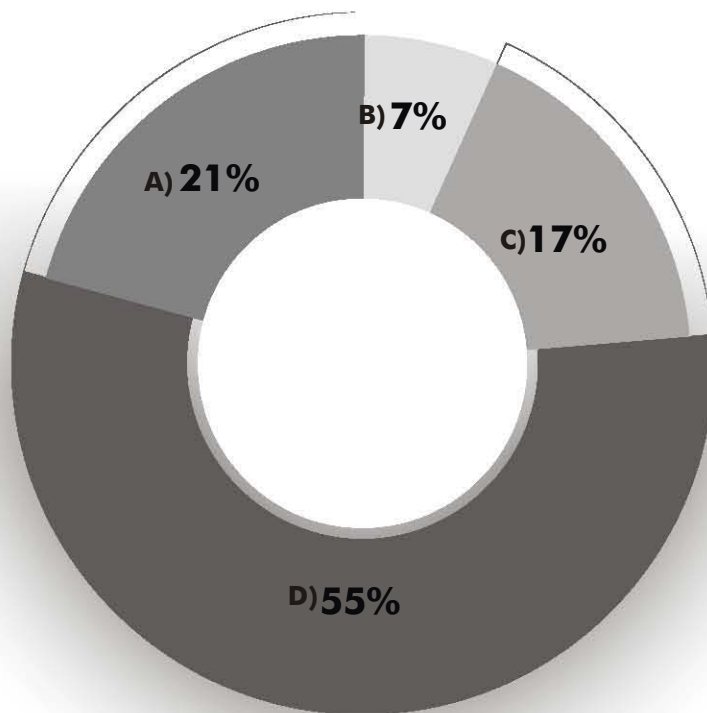
## categoria 2



- A) ● No contestó
- B) ● Historia del diseño gráfico
- C) ● Trabajo y trayectoria de los diseñadores más destacados en México

- \*diseñadores mexicanos que han sobresalido en el extranjero
- \*conocer los trabajos de los diseñadores mexicanos
- \*conocer las técnicas de los diseñadores mexicanos y su inspiración
- \*la trayectoria de los diseñadores y conocer su trabajo y experiencia
- \*conocer los despachos de diseño del país
- \*¿cuales son las figuras más representativas de diseño en México?
- \*¿cuales son los estilos y trabajos de los diseñadores?
- \*¿quienes son los mejores diseñadores?
- \*conocer las nuevas generaciones de diseñadores

## categoria 3

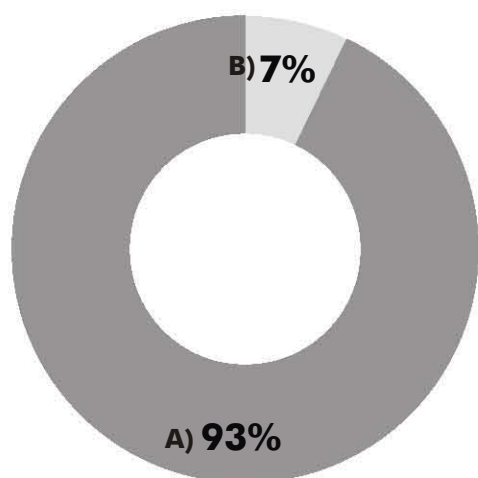


- A) ● No contestó
- B) ● Historia del diseño gráfico
- C) ● Trabajo y trayectoria de los diseñadores más destacados en México
- D) ● Varios

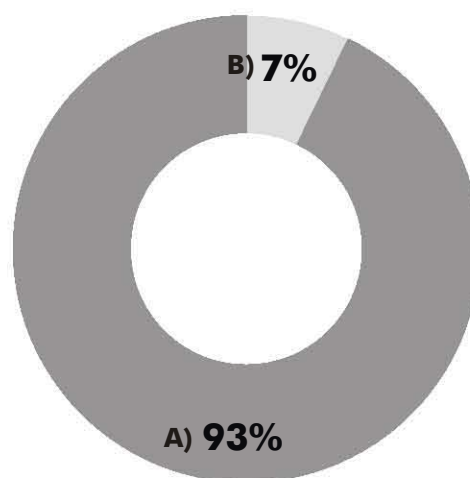
- \*saber de museología
- \*conocer los campos de diseño y más prácticas
- \*saber dónde hay gran demanda de diseño en México
- \*conocer las respuestas a las preguntas anteriores
- \*conocer más sobre la identidad gráfica
- \*conocer la aplicación del grafismo indígena en la actualidad
- \*conocer el trabajo de provincia y no solo de México
- \*conocer más a fondo el área de diseño
- \*que dieran más datos, fechas y nombres en el área de diseño
- \*conocer las nuevas tendencias en diseño
- \*saber más sobre cursos, seminarios y exposiciones
- \*la especialización de cada diseñador
- \*¿cómo y quién maneja el mejor diseño en México?
- \*¿quién o en qué se basan las corrientes de moda?
- \*conocer la cultura en general
- \*conocer las áreas de trabajo
- \*saber lo que no contesté
- \*conocer las técnicas de ahora
- \*¿cómo es más funcional hacer un diseño para el público?
- \*que hubiera más apoyo bibliográfico y visual
- \*saber más de diseño editorial

## ¿Qué conoces como el Salón Rojo? ¿Qué es el Codigram?

Sólo el 7% supieron qué era el Salón Rojo y qué significaba y que era el Codigram.  
El resto, que es el 93%, no contestó las preguntas.



A) ● No contestó  
B) ● Sabe qué es el Salón Rojo



A) ● No contestó  
B) ● Sabe qué es el Codigram

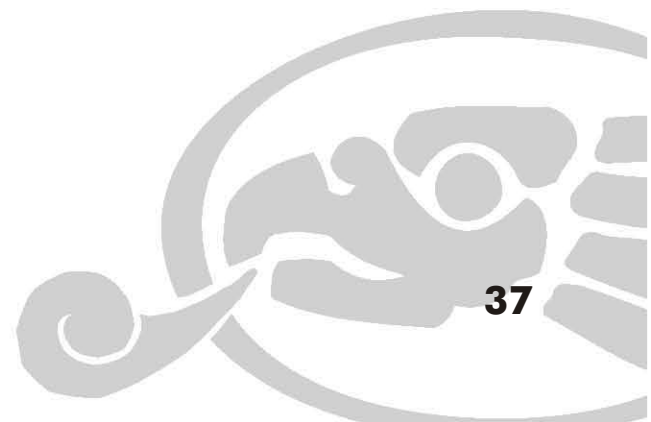
# ENCUESTAS

## México diseña

### Encuestas de solución de tesis y resultados

Tras obtener los resultados anteriores, se buscó conocer el mejor medio para dar a conocer lo referente al diseño gráfico en México. Para ello, se aplicó una segunda encuesta, en febrero de 2003, a las 135 personas anteriormente sondeadas.

La encuesta se realizó con base en preguntas cerradas y la última abierta, con el propósito de hacer más fácil la elección de medio para la transmisión de información, y con la finalidad de utilizar el medio que más satisfaga las necesidades de los estudiantes.



## Formato de encuesta

### Investigación de tesis Diseño Gráfico de México

Nombre: \_\_\_\_\_ Edad: \_\_\_\_\_  
Escuela: \_\_\_\_\_ Grado: \_\_\_\_\_

Encierra en un círculo tu respuesta a cada pregunta.

1- ¿Cuánto conoces acerca del diseño gráfico mexicano?

A) Mucho

B) Poco

C) Nada

2- ¿Te gustaría conocer más acerca del diseño gráfico de México?

A) sí

B) no

3- ¿Qué factores influyen en ti, por los cuales no conoces acerca del diseño gráfico de México?

A) no te interesa

B) no hay material

C) no te gusta leer

D) no existen medios que te ayuden a conocer

E) otro: \_\_\_\_\_

4- ¿Qué medio de información te gustaría utilizar, para conocer más el diseño gráfico de México?

A) libro

B) CD interactivo

C) página web

D) libro y CD

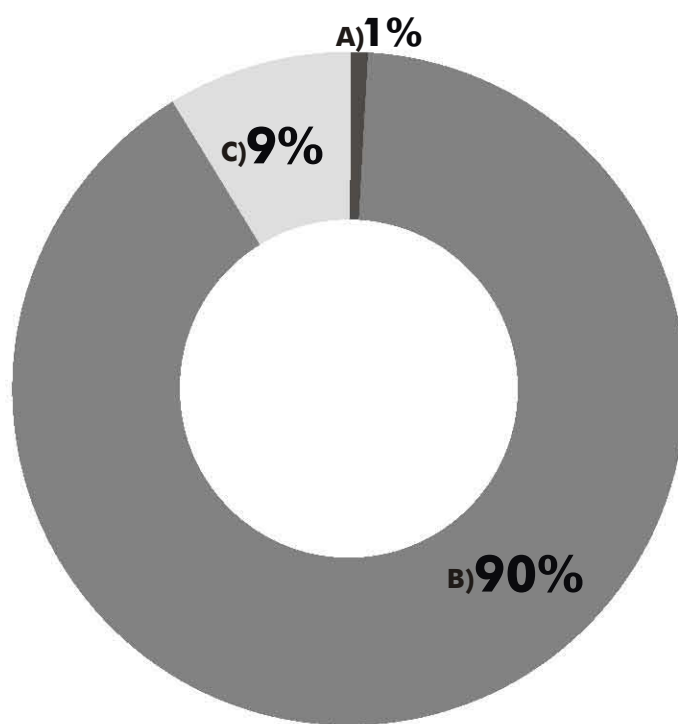
5- ¿Qué otro medio sugerirías para saber más acerca del diseño gráfico de México?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

## ¿Cuánto conoces acerca del diseño gráfico mexicano?

De la encuesta que se aplicó, el 90% de los resultados opinó que conoce poco acerca del diseño gráfico de México, el 9% opinó que no conoce acerca del tema y el 1% considera que conoce mucho acerca del tema.

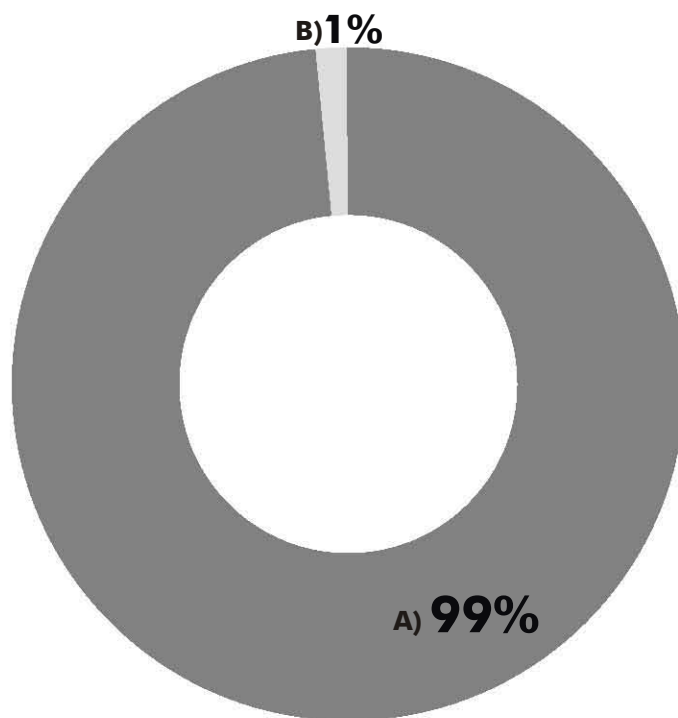


- A) ● Conoce mucho
- B) ● Conoce poco
- C) ● No conoce



## ¿Te gustaría conocer más acerca del diseño gráfico de México?

De la encuesta aplicada, el 99% respondió que sí le interesa conocer acerca del diseño gráfico de México, mientras que tan sólo al 1% no le interesa.

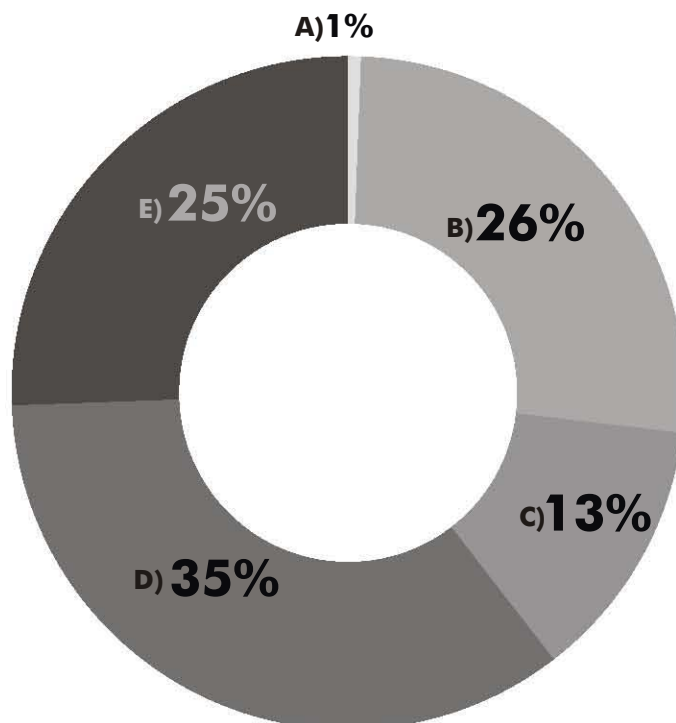


- A) ● Sí quiere conocer
- B) ● No quiere conocer

## ¿Cuáles son las razones por las cuales no conoces acerca del diseño gráfico de México?

El 35% de los encuestados, opinó que la inexistencia de medios de información influye en ellos para conocer poco acerca del diseño gráfico de México; el 26% opinó que es la falta de material, el 13% dijo que es porque no le gusta leer y tan sólo el 1% porque no le interesa el tema.

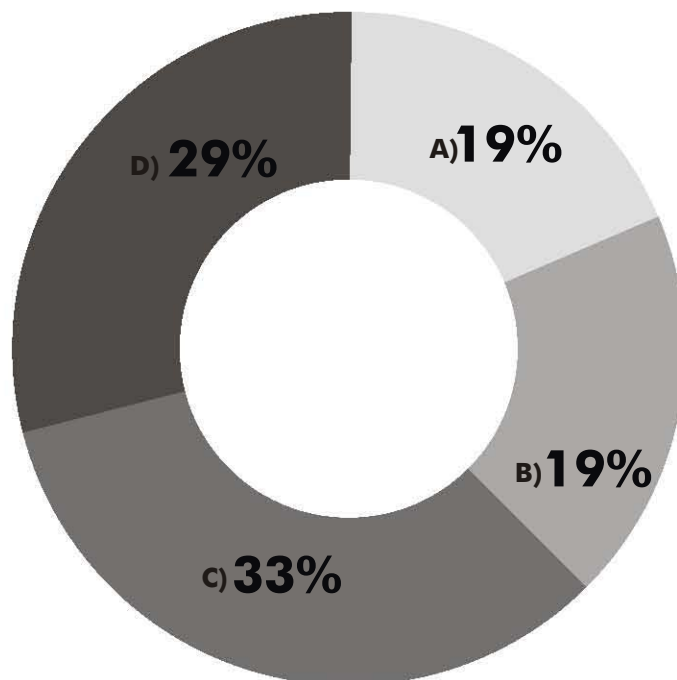
El 25% restante mencionó otros aspectos distintos, por los cuales conoce poco del tema.



- A) ● No me interesa
- B) ● No hay material
- C) ● No me gusta leer
- D) ● No existen medios que contengan información
- E) ● Otro
  - \*no hay promoción
  - \*no hay difusión
  - \*falta de dinero para comprar revistas o libros
  - \*falta de difusión cultural
  - \*prefiero el diseño internacional
  - \*no da tiempo para investigar
  - \*no lo muestran mucho
  - \*no hay material en esta ciudad
  - \*sí existen medios, pero es difícil encontrarlos
  - \*no hay medios correctos ni recursos económicos
  - \*no es muy difundido y no existe una cultura
  - \*no hay material en esta ciudad
  - \*los libros son de costos muy elevados

## ¿Qué medio te gusta para conocer el diseño gráfico de México?

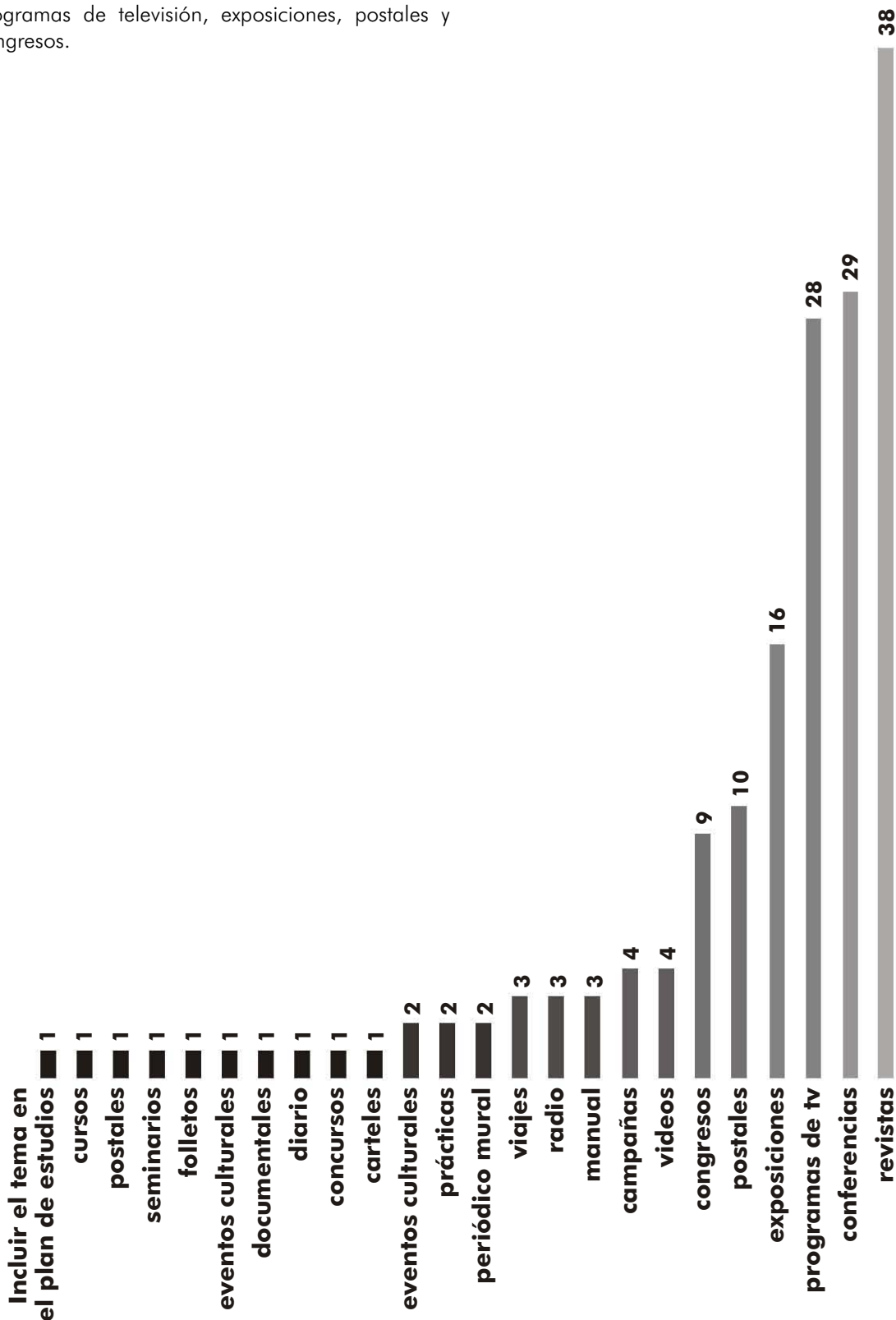
Al 33% de los encuestados les gustaría conocer acerca del diseño gráfico de México al través de una página web, el 29% prefiere el uso de un libro con un CD interactivo, el 19% prefiere sólo el uso de un libro y otro 19% sólo el CD interactivo.



- A) ● Libro
- B) ● CD interactivo
- C) ● Página web
- D) ● Libro y CD interactivo

## ¿Qué otro medio sugieres para conocer el diseño gráfico de México?

De las sugerencias obtenidas sobre otro medio de información que se pudiera utilizar, los de mayor puntaje fueron el uso de revista, conferencia, programas de televisión, exposiciones, postales y congresos.



### Investigación de campo en librerías

Una librería es un establecimiento que vende y provee al usuario de libros de diferentes editoriales, temas, autores y países.

La librería es una fuente en la que los estudiantes adquieren sus libros para buscar la información que necesitan; por tanto, estas fuentes resultan importantes para complementar la investigación de campo, para saber qué tantos libros existen acerca del diseño gráfico y en especial del diseño gráfico mexicano.

Para esta investigación se tomó en cuenta a las librerías de mayor importancia y las de mayor número de libros dentro del estado de Michoacán, Jalisco y México.

Las librerías que fueron investigadas manejan pocos libros de diseño gráfico mexicano: los libros que manejan de diseño gráfico son extranjeros (algunos de ellos traducidos al español); esto muestra que existen muy pocos libros de diseño mexicano.

#### **Librería de Cristal (Uruapan Mich.)**

Es la única librería de Cristal en la ciudad; maneja alrededor de 3500 libros, de los cuales ninguno es de diseño gráfico.

#### **Librería Erandi (Uruapan, Mich.)**

Dentro de la ciudad se encuentran dos establecimientos, de los cuales ninguno maneja libros de diseño gráfico. Los más próximos son los de arte, arquitectura y diseño industrial.

#### **Sanborn Hermanos (Morelia, Mich.)**

Esta librería se encuentra en la mayor parte de las ciudades de la República Mexicana, es una cadena comercial en la cual venden aparatos eléctricos, revistas, libros y comida, entre otras cosas.

Dentro de la librería manejan alrededor de 2000 libros de los cuales, actualmente, sólo uno es de diseño gráfico (¿qué es el diseño gráfico?), el cual es extranjero. (Cifras tomadas en diciembre de 2003, a través de [www.sanborns.com](http://www.sanborns.com))

#### **Librería Gandhi (Guadalajara, Jal.)**

Esta librería se encuentra en las principales ciudades de México (México, Monterrey, Guadalajara). La librería es de las que más libros maneja, actualmente tiene alrededor de 6500 libros, de los cuales 85 son títulos exclusivos de diseño gráfico y temas relacionados con él (fotografía, color, etc.). De éstos, sólo uno es de diseño gráfico mexicano (Diseño gráfico; Vicente Rojo)

#### **Librería El Sótano (México, D.F.)**

Esta librería maneja alrededor de 6000 libros, de los cuales sólo 26 son de diseño gráfico y presenta 2 en exhibición de diseño gráfico mexicano (Diseño gráfico; Vicente Rojo y Diseño gráfico; Miguel Prieto)

#### **LHR Libros (México, DF)**

Éste no es esencialmente una librería, sino un distribuidor de libros exclusivos de diseño gráfico y temas relacionados con tema; como por ejemplo fotografía, publicidad, mercadotecnia, etc. Maneja alrededor de 120 libros extranjeros traducidos al español. Ningún libro es mexicano, ni relacionado con el país.

#### **Trama Visual**

Es una casa editora que se dedica a vender libros exclusivos de diseño gráfico; ésta maneja alrededor de 25 títulos, de los cuales 6 son de diseño mexicano (Diseñadores Gráficos Mexicanos, Diseño 30 años de Felipe Covarrubias, y los libros de la Bienal del Cartel en México).





# **PARTE TEÓRICA**

# CAPÍTULO 1

Diseñadores antes del diseño



## Los artistas como comunicadores visuales en México

A principios del siglo XX, tiempo en que el diseño gráfico no existía como tal en México, las imprentas, los dibujantes y los pintores, todas las personas que realizaron esta labor lo hicieron de una forma intuitiva y emotiva, sin un carácter profesional.

Anterior a esto, entre los años 1880 y 1910, se reconoce hoy en el área de las artes gráficas a José Guadalupe Posadas, artista que realizó durante mucho tiempo la labor de comunicador gráfico y visual a través de sus trabajos en litografía, muralismo y carteles; y que por medio de sus grabados



populares en madera, dio cuenta de los sucesos políticos y sociales de su época, influyendo notablemente en artistas como José Clemente Orozco, David Alfaro Siqueiros, Xavier Guerrero, Diego Rivera, Fermín Revueltas y Carlos Mérida, entre otros, quienes continuaron con este trabajo y a quienes se reconoce hoy en la comunicación visual como los incursionistas del diseño y la comunicación visual en México. Con temas de carácter popular, de índole cultural y político, tomaron los sistemas que se encontraban a su alcance, como el grabado, la ilustración, la xilografía y el diseño de carteles, como una extensión a su labor plástica e informativa.

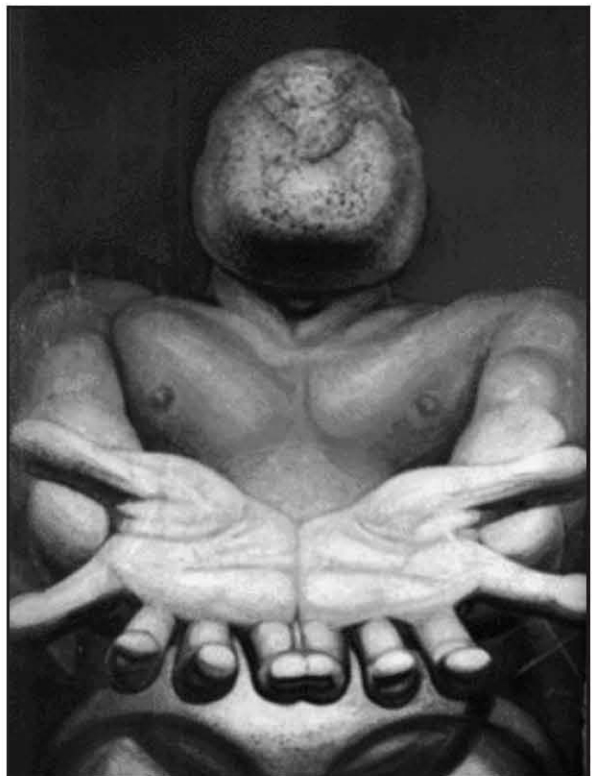
Para los años cincuenta del siglo XX, estas técnicas fueron el alma del movimiento artístico, se formaron grupos como el Sindicato de Obreros Técnicos, Pintores,

▲  
"Calaveras Los Fifís"  
dibujo de José Guadalupe Posada  
Imagen tomada de la página  
[www.arts.history.mx/posada/catril.jpg](http://www.arts.history.mx/posada/catril.jpg)

▲  
"Catrina"  
dibujo de José Guadalupe Posada  
Imagen tomada de la página  
[www.arts.history.mx/posada/Catril.jpg](http://www.arts.history.mx/posada/Catril.jpg)



▲  
"La Reforma y la caída del Imperio"  
Mural al fresco, obra de José Clemente Orozco, 1948.  
[www.arts-history.mx/museos/castillo/fotos/14103.jpg](http://www.arts-history.mx/museos/castillo/fotos/14103.jpg)

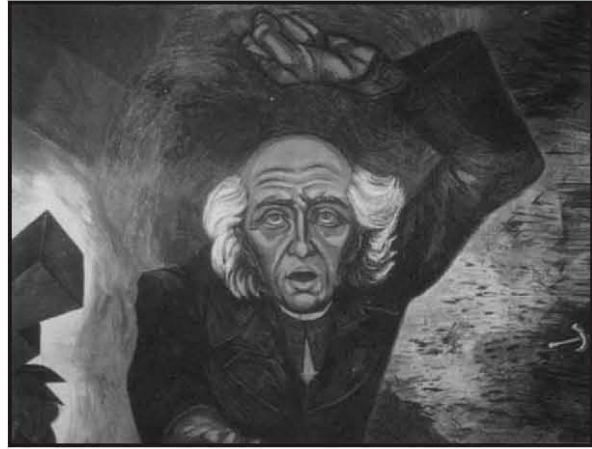


▲  
"Nuestra imagen actual"  
Obra de David Alfaro Siqueiros, 1942  
[www.unam.mx/latinart/sique.gif](http://www.unam.mx/latinart/sique.gif)

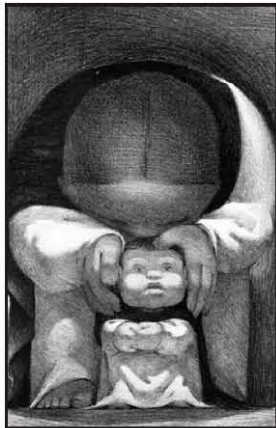


Escultores, Grabadores Revolucionarios de México, el Grupo ¡30.30!, el Taller de Gráfica Popular de México y la Liga de Escritores y Artistas Revolucionarios. Dentro de estos grupos destacaron gran cantidad de artistas políticos y sociales, todos ellos críticos de la decadencia académica, como Fermín Revueltas, Fernández Ledesma, Jean Charlot, Pablo O'Higgins, Juan O'Gorman, Fernando Gamboa, David Alfaro Siqueiros y más.

Uno de los grupos opositores más representativos, aunque de duración muy breve, contra la decadencia académica, fue el grupo ¡30-30!, integrado por artistas como Fermín Revueltas, Rafael Vera de Córdoba y Fernando Leal, entre otros; estos mostraron su descontento a través del manifiesto llamado "los treintatrentista contra toda clase de sabandijas y zánganos intelectuales"<sup>1</sup> de forma visual y con un lenguaje altisonante, en contra de los viejos sistemas de enseñanza.



Mural de José Clemente Orozco, 1937  
[www.jalisco.gob.mx/cultudep/palacio/images/f62.gif](http://www.jalisco.gob.mx/cultudep/palacio/images/f62.gif)



"Primeros pasos"  
 Obra de Jean Charlot, 14" x 9"  
[www.eteichertfineprints.com/index\\_files/firtssteps.jpg](http://www.eteichertfineprints.com/index_files/firtssteps.jpg)



"Haciendo tortillas"  
 Litografía de Jean Charlot, 1938  
[www.scrippscol.edu/~dept/gallery/prints/print7B.jpg](http://www.scrippscol.edu/~dept/gallery/prints/print7B.jpg)

Autorretrato de Siqueiros  
[www.laberintos.com.mx/autorretratos/siqueiros.jpg](http://www.laberintos.com.mx/autorretratos/siqueiros.jpg)

"La ciudad de México"  
 Óleo, Pablo O'Gorman  
[Lectura.ilce.edu.mx:3000/.../Cuentos/artes/img/p%/2027.jpg](http://Lectura.ilce.edu.mx:3000/.../Cuentos/artes/img/p%/2027.jpg)



**Nota:**

<sup>1</sup> Consejo Nacional para la Cultura y las Artes; Artículo del Museo Nacional de la Estampa y las Artes; [www.conaculta.org.mx](http://www.conaculta.org.mx)



## Taller de gráfica popular; artistas en pro del diseño cultural

En 1937 fue fundado el Taller de Gráfica Popular, TGP, integrado por un gran número de artistas, entre los que destacaron Ángel Bracho, Fernando Gamboa, David Alfaro Siqueiros y Fernando Ledesma, todos ellos del Partido Comunista y con ideas revolucionarias.

En su inicio, el Taller pretendió funcionar como editorial y galería, pero finalmente se inclinó por el manejo de la impresión. La concepción de sus grabados fue el arma de combate a favor del pueblo y su método, el de llevar en buena forma el mensaje de manera multirreproducible, a diferencia del mural, que tan sólo se colocaba en un lugar.

Su objetivo era el afianzar su filosofía, servir al pueblo, defender sus ideas y exaltar a un personaje popular. Como menciona Leopoldo Méndez, integrante de este grupo, "la clase trabajadora puede ver que no todo el arte y no todos los artistas le son ajenos...algunos artistas están fielmente a su lado, tratando siempre de poner su capacidad al servicio del pueblo", "es reflejar una búsqueda de lo popular y una preocupación por los problemas sociales"<sup>2</sup>.



Logotipo del Taller de Gráfica Popular  
Www.graphicwitness.org/group/tg  
p59.jpg

A esta búsqueda, se incorporó el pintor y diseñador español Josep Renau realizando varios murales mexicanos, así como el español Miguel Prieto, pintor, ilustrador y tipógrafo, considerado por muchos como el precursor del diseño gráfico moderno en México.



Grabado de Leopoldo Méndez  
People.ku.edu/~plf/TGP/Mendezu  
nt1930.def.jpg

Además del grabado, realizaron carteles, carpetas y gráficas, utilizando varias técnicas y motivos en sus trabajos, todo con el mismo principio y filosofía con la que empezaron. Para 1960, poco a poco los miembros de este grupo se fueron retirando. Llegó a su fin en 1977.



"Fusilamiento"  
Grabado de Leopoldo Méndez,  
27 x 37 cms., 1950  
www.pgr.gob.mx/patrimonio/libro  
1/97md.jpg



"Emiliano Zapata"  
Grabado en linóleo por Ignacio  
Aguirre, 1960  
Sepiensa.org.mx/contenidos/h.me  
xicanas/imagen/zapa3.jpg



Miguel Prieto  
Imagen tomada del libro: Miguel  
Prieto Diseñador Gráfico

**Nota:**

<sup>2</sup> Consejo Nacional para la Cultura y las Artes; 60 años del taller de la gráfica popular  
www.conaculta.org.mx

Entre los españoles que llegaron a México tras el exilio republicano, Miguel Prieto fue uno de los que cambió el rumbo del diseño a como hoy lo conocemos, y quien enriqueció en muchos aspectos la cultura de nuestro país.

Miguel Prieto nació en 1907 en Almodóvar de Ciudad Real, España, en el seno de una familia campesina. Sus inquietudes por la pintura lo hicieron ingresar, a los 17 años, en la Academia de San Fernando, en Madrid. Al término de su educación, comenzó a trabajar por su cuenta; y para los años treinta del siglo XX, se unió al teatro Guiñol llamado la "Ballena Azul", más tarde llamado "La Tarumba", nombre que le otorgó Pablo Neruda.

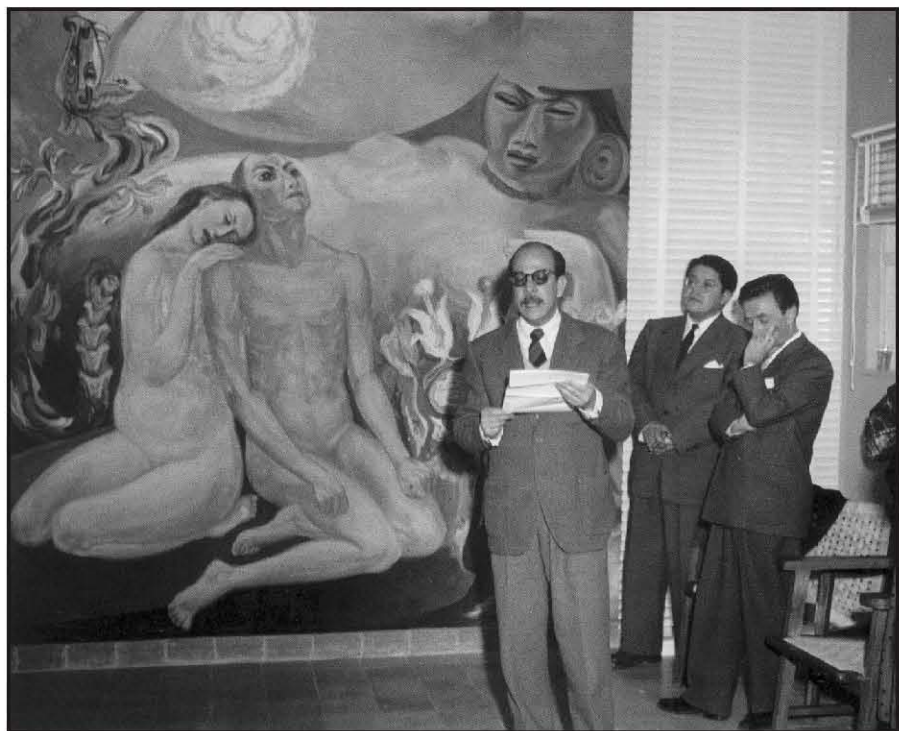
Más tarde, en el transcurso de la guerra civil en España, se unió (junto con García Lorca) al teatro "La Barraca", ofreciendo espectáculos de misiones pedagógicas. Sin dejar a un lado sus actividades artísticas, durante el combate contra la República, hizo ilustraciones de libros, escenografías y teatro. Decía que "el arte debe servir a las masas"<sup>3</sup>.

Tras la caída de la República, Miguel Prieto fue obligado a huir y llegó a México en 1939, con el apoyo del Presidente Lázaro Cárdenas. A su llegada fue invitado por Siqueiros a ingresar al taller de



Miguel Prieto, fotografía del libro *Miguel Prieto*; Diseño gráfico, editorial Trama Visual.

gráfica popular, así como a la realización del mural del Sindicato Mexicano Electricista, hoy conocido como el "Retrato de la Burguesía", siendo éste su primer contacto con el muralismo mexicano.



Ceremonia de inauguración del mural "El Hombre contempla el cielo" en el observatorio de Tonanzintla, Puebla. Fotografía tomada del libro *Miguel Prieto*; Diseño gráfico, editorial Trama Visual.

**Nota:**

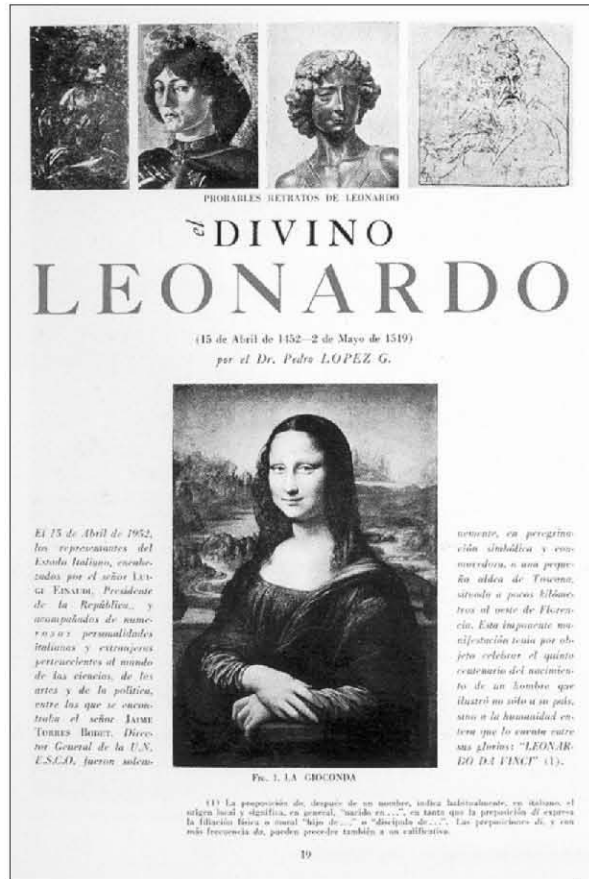
<sup>3</sup> Composición alegórica de los desastres de la guerra; Asociación de patrimonio Fahsal-Ballut, de Almodóvar del Campo.



Más tarde, realizó el mural para el Observatorio de Astrofísica en Tonanzintla, Puebla, titulado "El hombre contempla el cielo", momento en el que se acercó más a la cultura mexicana, añorando su patria que ya nunca volvió a pisar.

Miguel Prieto entró a trabajar en la Imprenta Muñoz, en donde aprendió todo lo necesario para la reproducción de la serie de materiales realizados para el Instituto Nacional de Bellas Artes. El trabajo de Prieto en la Imprenta Muñoz, fue un claro ejemplo de la comunicación que hay entre el impresor y el diseñador. Dijo alguna vez: "el buen trabajo al final depende de una buena relación y trato con el impresor, se deben conocer las técnicas de impresión para un buen resultado"<sup>4</sup>.

Dentro del INBA, recomendado por Fernando Gamboa, fungió como director de las Oficinas de Ediciones. Se encargó de los diseños, desde los pequeños boletos de entrada, hasta catálogos y carteles de gran tamaño, todos bajo el mismo patrón de diseño, tan sólo modificando el color del papel y de la tinta, pero siempre manteniendo una imagen integral.



Portada de la revista del Instituto Nacional de Bellas Artes  
Fotografía tomada del libro Miguel Prieto; Diseño gráfico, Editorial Trama Visual



En esta época, junto con Fernando Benítez, creó el suplemento cultural *México en la Cultura*, del periódico *Novedades*. Consideró que debía haber una integración entre el texto y las imágenes, y creó para cada artículo un archivo visual, que tenía a la mano como su apoyo de trabajo.

Prieto mostraba un magnífico manejo de lo nuevo y lo viejo, dando un valor histórico y de formación visual a sus trabajos. Es considerado por muchos como un editorialista visual y un magnífico tipógrafo.

Portada de la revista *México en el Arte* del Instituto Nacional de Bellas Artes  
Fotografía tomada del libro Miguel Prieto; Diseño gráfico, editorial Trama Visual.

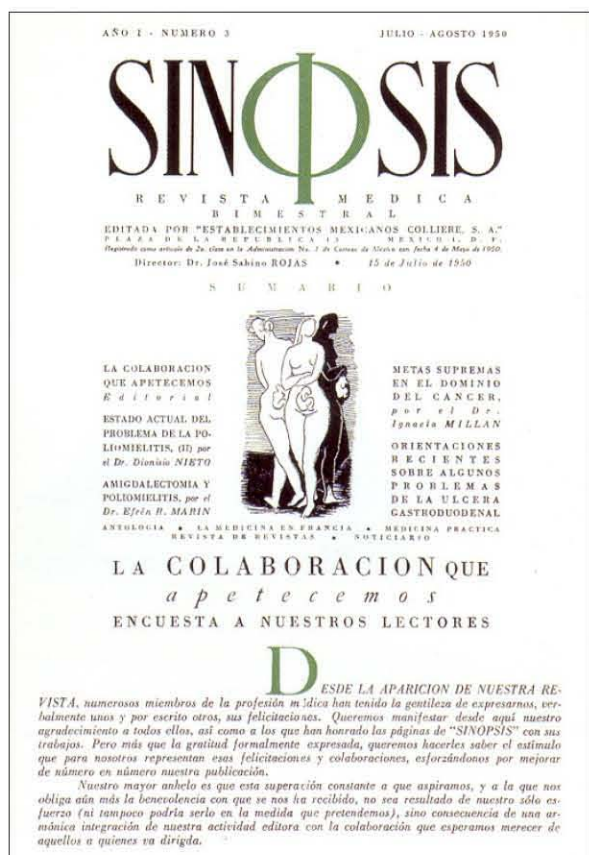
#### Nota:

<sup>4</sup> Libro Miguel Prieto, diseñador gráfico; entrevista Martí Soler Vinyes, Pág. 12, editorial Trama Visual.

Un ejemplo perfecto de su manejo tipográfico, es la obra que realizó para Pablo Neruda, de su libro "Canto General", publicado en 1950 en México. En esta obra, Prieto hizo una perfecta relación de los diferentes tipos. La parte del colofón es el ejemplo notable de su maestría para armar una columna, donde tan importantes fueron los tipos como las interlíneas. Luis Francisco Gallardo afirma "la manera singular de la composición y el equilibrio de la tipografía, haciendo de los objetos planos un espacio concreto"<sup>5</sup>. Y como Cuauhtémoc Medina mencionó alguna vez, "su obra mayor sin duda es Canto General de Pablo Neruda, en ella adecua los medios puramente tipográficos a las necesidades del poema, ...pocos libros tan cuidadosos y hermosos se han dado en México"<sup>6</sup>.

En otros trabajos, realizó también el diseño de la revista "Sinopsis", una revista médica bimestral. En ella mostró una regla estricta, pero con una libertad conceptual que ponía en cada diseño que realizaba.

A su lado, ingresó como su ayudante dentro del INBA Vicente Rojo, a quien le dejó su trabajo como director en las Oficinas de Ediciones.



Para 1954, Miguel Prieto es presa de un devastador cáncer generalizado, viéndose obligado a retirarse. Muere el 12 de agosto de 1956; sus restos reposan en el cementerio Español de México. Josep Renau supo decir muy bien "su ida fue ni más ni menos que el drama mismo de España"<sup>7</sup>.

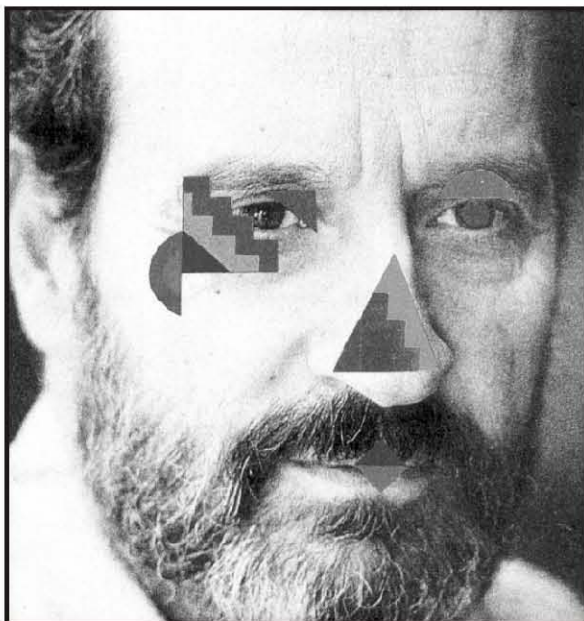
Canto general, página del colofón  
Fotografía tomada del libro Miguel Prieto; Diseño gráfico, editorial Trama Visual.

Sinopsis, revista médica bimestral, página interior. Fotografía tomada del libro Miguel Prieto; Diseño gráfico, editorial Trama Visual

**Nota:**

- <sup>5</sup> Libro Miguel Prieto, diseñador gráfico; entrevista de Luis Francisco Gallardo, Pág. 33, editorial Trama Visual.
- <sup>6</sup> Miguel Prieto, artista hispanoamericano; artículo de la web por Jorge de la Luz, entrevista a Cuauhtémoc Medina
- <sup>7</sup> Libro Miguel Prieto, diseñador gráfico; entrevista de Fernando Benítez, Pág. 41, editorial Trama Visual.

## Vicente Rojo y el Grupo Madero



▲  
Vicente Rojo  
Fotografía de Héctor García para  
el libro *Vicente Rojo; Diseñador  
gráfico*.

A él también se le reconoció la fundación de la revista *Artes de México*, junto con Miguel Salas Anzures, en la cual mostró el trabajo artístico mexicano.

En 1962, entró a trabajar como director artístico en la Imprenta Madero, dirigida por Tomás Espresate, fundada en 1951 por un grupo de exiliados republicanos; en ella dio muestra de su calidad y experiencia, la cual transmitió a sus jóvenes aprendices, como Adolfo Flacón, Rogelio Rangel, Rafael López Castro, Luis Almeida, Bernardo Recamier, Germán Montalvo, Azul Morris, Peggy Espinosa, Efraín Herrera, María Figueroa, Alberto Aguilar y Pablo Rulfo.

Todos ellos conformaron en los setentas del siglo XX, el Grupo Madero, donde realizaron un constante intercambio de ideas y de soluciones colectivas, una escuela que en sus principios se consideró como la carrera del diseño gráfico. Mencionó Vicente Rojo alguna vez, "es necesaria la colaboración de un amplio equipo de trabajo"<sup>8</sup>.

**Nota:**

<sup>8</sup> Libro *Diseñadores gráficos mexicanos*; por Jorge L. Nieves Saavedra y Eduardo Juárez Garduño, editorial Trama Visual, Pág. 12

Vicente Rojo nació en Barcelona, España, en 1932. Realizó sus estudios en cerámica, pintura y escultura; llegó a México en 1949, para reunirse con su padre, otro español exiliado.

En 1950 fue invitado a incorporarse al INBA, como ayudante de Miguel Prieto, de quien aprendió el gran oficio del diseño gráfico. Tiempo después fue nombrado director de las Oficinas de Ediciones.

Su arduo trabajo, su disciplina en la edición y diseño de libros, revistas, suplementos, folletos y carteles; y sus enseñanzas, lo hicieron ser reconocido hoy entre los diseñadores como el padre del diseño gráfico en México.

Muchos de sus primeros trabajos los realizó junto a Miguel Prieto: *México en la Cultura*, *Revista de la Universidad* y más; poco a poco Vicente Rojo mostró en sus trabajos una experiencia única y dio inicio a una educación visual que aún hoy sigue entre los nuevos diseñadores.



▲  
Neus Espresate y Vicente Rojo  
en las oficinas Era, 1967.  
Fotografía de Héctor García para  
el libro *Vicente Rojo; Diseñador  
gráfico*.



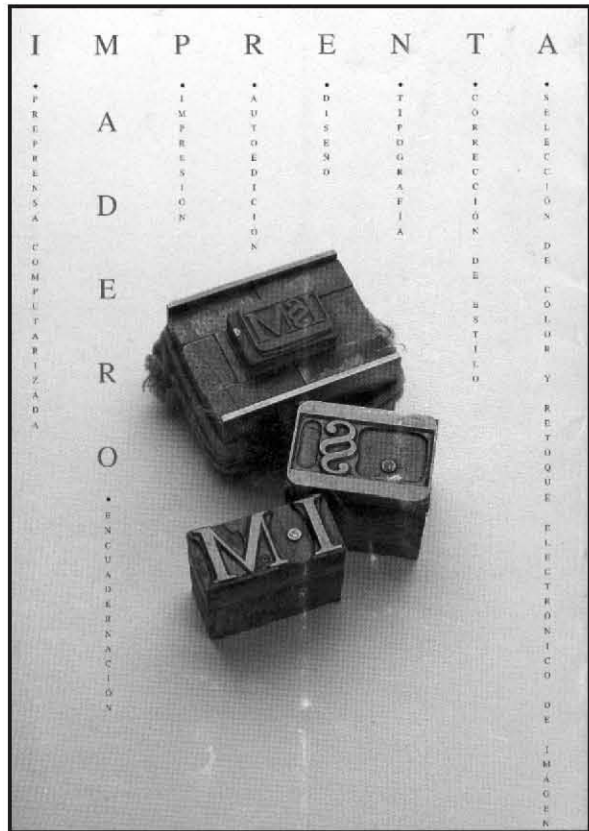
▶  
Suplemento del Periódico  
*México en la Cultura*  
Fotografía de Héctor García para  
el libro *Vicente Rojo; Diseñador  
gráfico*.





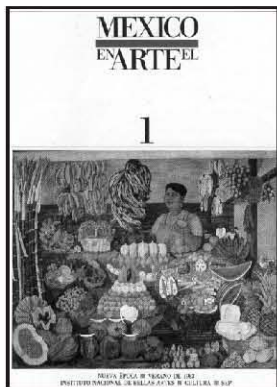
▲ Portada de la Revista de la Universidad de México. Fotografía de Edward Weston  
Libro Vicente Rojo; Diseñador gráfico. Editorial trama visual.

Vicente Rojo entró a trabajar a la Editorial Era, fundada en 1960, como miembro del consejo editorial y director artístico, donde experimentó y consolidó un original estilo del diseño gráfico. Siempre jugaba con la tipografía y los colores, para estar constantemente innovando el diseño dentro de los cánones establecidos. Decía que una nutriente perenne, a la que siempre hace recurso, es la memoria: “se trata de recuerdos muy intensos, pero sobre lo que trabajo es recordándolos, ...partir de ellos para elaborarlos, . . .siendo recuerdos visuales”<sup>9</sup>. Además diseñó una identidad tipográfica para los autores de la Editorial Era, misma que individualizó y convirtió en el logotipo del autor.



A lo largo de su trabajo, realizó más de 1000 portadas de libros, de las que renueva cada ciclo de impresión, como *Vuelta de Octavio Paz*; *Días de guardar* de Carlos Monsiváis; *El Otoño recorre la Isla* de José Carlos Becerra, *Los días y los años*, y muchas más. Todas impresas en bitonos o tricromías, utilizando recursos de alto contraste, collage, grabado, dibujo, tipografía y caricatura.

Fotografía del grupo Madero del libro Luis Almeida



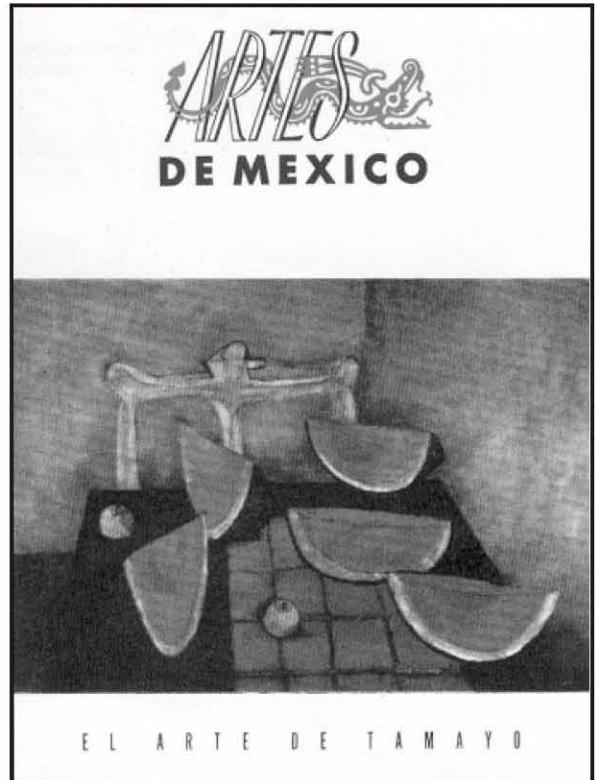
▲ Diseño de la primera revista Artes de México.  
Libro Vicente Rojo; Diseñador gráfico. Editorial Trama Visual.

▲ Contraportada del libro Vicente Rojo; Diseñador gráfico. Editorial Trama Visual.

**Nota:**

<sup>9</sup> Quince Volcanes; entrevista a Vicente Rojo en la exposición de sus esculturas en la Casa-Museo Luis Barragán

Con su trabajo cambió definitivamente la forma en que los editores concebían los impresos culturales, dando una nueva imagen, como hoy la conocemos. Además diseñó las revistas *México en el Arte*, revista de Bellas Artes, *Plural* y el diario *La Jornada*. Toda esta labor y su compromiso por la comunicación visual, le fueron reconocidos a través de grandes distinciones y premios, como el Premio Nacional de Arte y el premio México de diseño, en 1991; también fue designado Creador Emérito por el Sistema Nacional de Creadores y recibió el máximo reconocimiento en 1998, otorgado por la UNAM, el grado de Doctor Honoris Causa, por los largos años que dedicó al diseño y a la pintura. En España, también fue reconocido su trabajo, con la Medalla de Oro al Mérito de las Bellas Artes.



► Diseño de portada de la revista *Artes de México*. Libro Vicente Rojo; Diseñador gráfico. Editorial Trama Visual.

El diseño gráfico no fue su única labor, su pasión por la pintura y la escultura lo hicieron regresar de lleno a ella, y después de 60 años, dejó el diseño y se dedicó por completo a sus trabajos de escultura, realizando obras que han sido expuestas en distintos países. Mencionó algún día “mis manos se convirtieron en mi relación con el mundo”<sup>10</sup>.

▲ Suplemento del periódico *Artes plásticas*. Fotografía de Leopoldo Méndez. Libro Vicente Rojo; Diseñador gráfico. Editorial Trama Visual.

► Suplemento del periódico *La Jornada*. Libro Vicente Rojo; Diseñador gráfico. Editorial Trama Visual.



▲ Portada del libro *Cien Años de Soledad*. Libro Vicente Rojo; Diseñador gráfico. Editorial Trama Visual.



**Nota:**

<sup>10</sup> Libro Vicente Rojo, entrevista a Gustavo Amézaga Heiras; pág. 6; Biblioteca de diseño Quórum.



## Agencias de publicidad: Eulalio Ferrer y su aportación

En una época donde las imprentas eran las que trabajaban y asumían el papel del diseñador, aparecieron agencias de publicidad, trabajando a la par en esta profesión.

De las primeras agencias, se le reconoce a Eulalio Ferrer y a su agencia de publicidad, el arduo trabajo en el área del diseño.

Eulalio Ferrer nació en Santander, España en 1921, estudió la profesión de publicista en su país. Llegó a México como asilado político al término de la guerra civil española. Tiempo después adoptó la nacionalidad mexicana, en 1949. En 1960 fundó la agencia de Publicidad Ferrer, que hoy en día continúa su labor a manos de su hijo. Su constante trabajo, hoy lo ubica como una de las figuras principales en el campo de la publicidad y la propaganda en nuestro país.

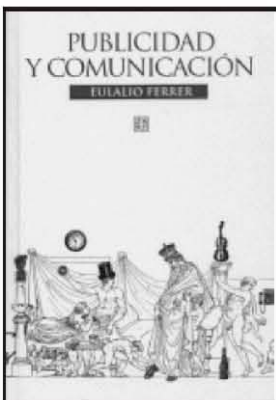


Fotografía de Eulalio Ferrer  
[www.guanajuato.gob.mx/museo/img/eferrer.gif](http://www.guanajuato.gob.mx/museo/img/eferrer.gif)



Don Eulalio Ferrer y su editor José Antonio Pérez Porrúa  
[www.adlatina.com/html/borroni/borroni31.php3](http://www.adlatina.com/html/borroni/borroni31.php3)

Portada del Libro *Publicidad y comunicación*, escrito por Eulalio Ferrer  
[www.fce.com.mx/imasig/7000/f7247.gif](http://www.fce.com.mx/imasig/7000/f7247.gif)



Logotipo de Cadec  
[www.cadec.edu.mx/media/cadeclogo.gif](http://www.cadec.edu.mx/media/cadeclogo.gif)



Logotipo de la Agencia de Publicidad Ferrer  
[www.actisoft.com.mx/testimonial/es.html](http://www.actisoft.com.mx/testimonial/es.html)



Don Eulalio Ferrer, entre todo su trabajo, ejerció como profesor en el Tecnológico de Monterrey y en la Universidad Iberoamericana, realizó distintas conferencias a nivel internacional, dando discursos acerca de la comunicación y la publicidad. A él se debe el término *comunicología aplicada* en México.

Su pasión por su trabajo lo llevó a crear varios concursos, en pro del avance de la comunicación, como por ejemplo: La Letra Impresa, en 1973 y el Primer Encuentro de Comunicación Mundial en 1975. Fue reconocido con distinciones como el Óscar de Oro de la Comunicación en Madrid, Premio Internacional de las Relaciones Humanas, Premio Cervantino en Guanajuato, entre otros.

Su gran conocimiento en el área del diseño, lo llevó a escribir más de 30 libros, en apoyo a la comunicación, de los cuales destacan, *Los lenguajes del color*, *El lenguaje de la publicidad* e *Información y comunicación*.

Eulalio Ferrer, es hoy en día un "personaje que ha levantado la publicidad en México desde sus inicios y su labor es reconocida, entre los diseñadores y comunicólogos"<sup>12</sup>.

**Nota:**

<sup>12</sup> Academia Mexicana de la Lengua; artículo del CONACULTA

# CAPÍTULO 2

Inicio del diseño gráfico en México



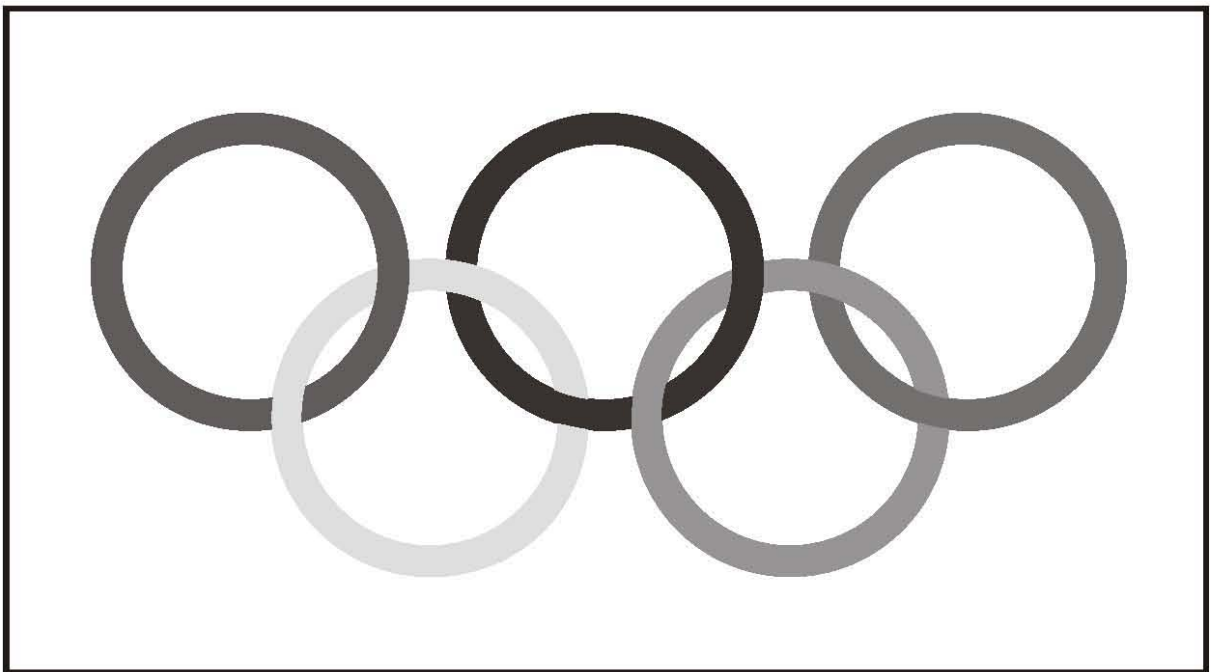
# 1968, las Olimpiadas de la Paz; su trascendencia e importancia dentro del diseño gráfico en México

A finales de los años sesenta del siglo XX, las corrientes del diseño gráfico e identidad corporativa cobraron una importancia no sólo a nivel nacional sino internacional, atendiendo las necesidades de comunicación del público y las empresas privadas.

El proyecto más importante, al realizar el diseño de una identidad gráfica, fue entonces el de las Olimpiadas de México '68, evento que destacó por su amplitud y creatividad. El responsable fue el arquitecto Pedro Ramírez Vázquez.

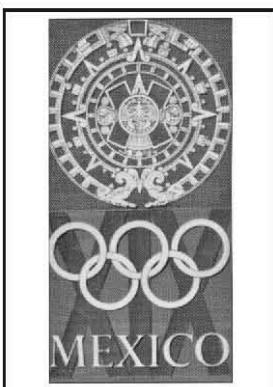
El diseño complejo de la creación de un sistema de imágenes gráficas, que mostró a nivel internacional la organización de un país en un evento de gran importancia, fue uno de los retos que supieron manejar muy bien los diseñadores.

Tomando en cuenta que los eventos se realizarían dentro de la ciudad de México, considerada como la ciudad más grande del mundo, su investigación tenía que resultar de la logística urbana y del público bilingüe, para la realización de un sistema de comunicación que fuera funcional y estético, acorde con un evento de gran magnitud.

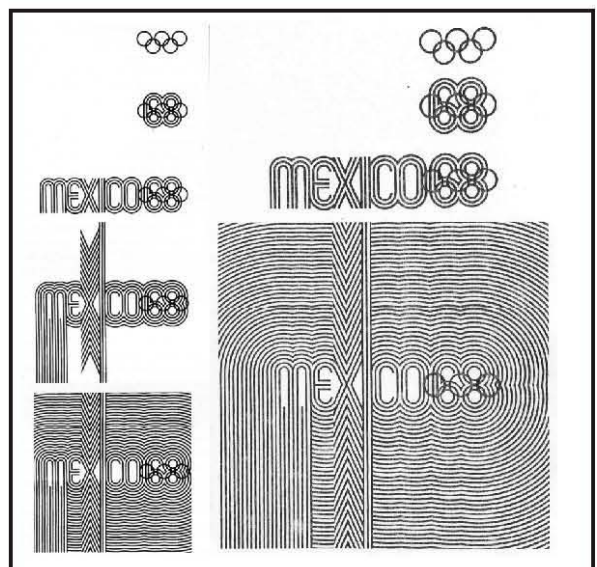


▲  
Imagen del logotipo de las Olimpiadas  
Dibujo por Karen García

▲  
Imagen tomada del libro  
*Historia del Diseño Gráfico*  
Editorial Trillas



▲  
Imagen de un cartel de las Olimpiadas en México en 1968  
[www.coarg.org.ar/images/mexico\\_1968.jpg](http://www.coarg.org.ar/images/mexico_1968.jpg)







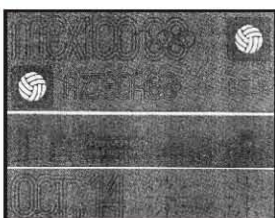


Imagen de los boletos de las Olimpiadas del 68 (México)  
Imagen tomada del libro *Historia del Diseño Gráfico*

hasta una analfabeta entendiera. A nivel nacional, el gobierno y las instituciones públicas observaron la importancia del diseñador gráfico en la publicidad y venta de imagen dentro del área comercial y privada, permitiendo el despegue del diseño gráfico en México como una carrera profesional dentro de las universidades.

Al término de las Olimpiadas de 1968, surgieron empresas de diseño gráfico e industrial realizando logotipos, carteles, publicaciones, embalajes, para resolver las demandas del público. A la par, surgió el Grupo del 68, que se formó debido a las demandas del movimiento estudiantil.

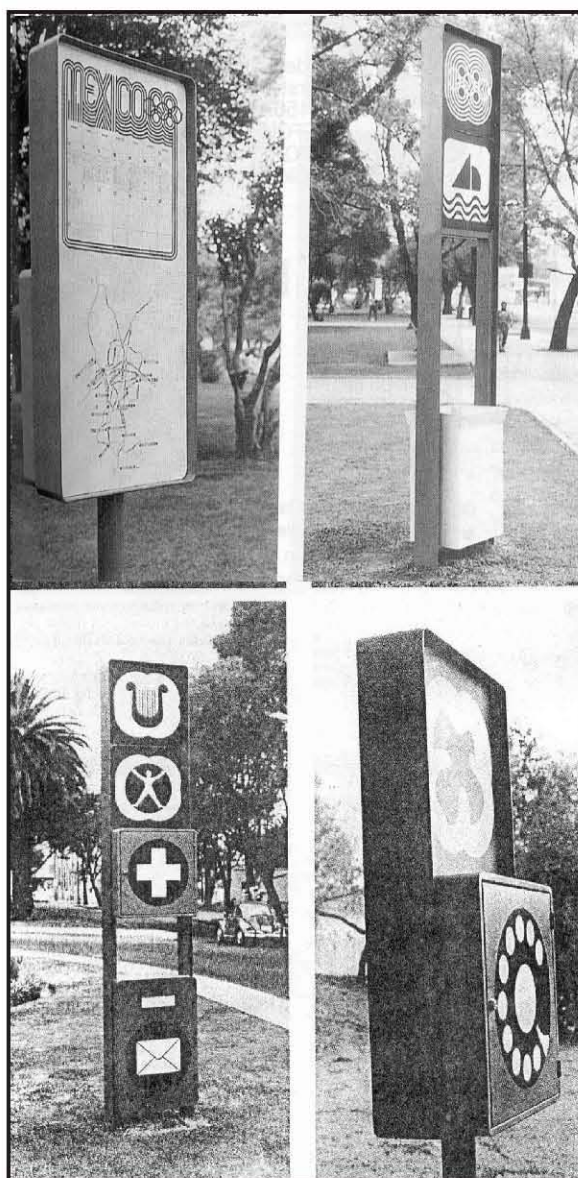
Haciendo uso de estas alternativas de comunicación, el Grupo del 68 realizaba ensayos de multi-reproducción y de circulación instantánea del trabajo colectivo, de carácter político y urbano social.

Imagen de los directorios que había dentro de la ciudad de México durante las Olimpiadas de 1968 (México)  
Imagen tomada del libro *Historia del Diseño Gráfico*



La tipografía diseñada por Lance Wyman para las Olimpiadas del 68 (México)  
Imagen tomada del libro *Historia del Diseño Gráfico*

Mediante la elaboración de mantas, carteles, grabados, volantes; el Grupo del 68 perfiló una práctica de comunicación gráfica autónoma, llegando a los públicos excluidos por razones económicas o culturales del circuito comercial y burlando la censura de los museos, galerías e instituciones oficiales, manifestando su descontento por los hechos ocurridos el 2 de octubre de 1968.



# La primera carrera de diseño gráfico en México; Luis Echeverría y el IMCE

La carrera de diseño gráfico en México fue implementada dentro de las universidades a raíz de las Olimpiadas de 1968 y, gracias al interés por parte de empresas privadas e instituciones públicas de renovar su imagen gráfica, influyó en forma determinante para mejorar su prestigio y mejorar las ventas de sus productos.

La primera escuela que implementó la Licenciatura en Diseño Gráfico fue la Universidad Iberoamericana, en la ciudad de México, que surgió de la carrera de Diseño Industrial. Para los años ochenta del siglo XX, la Licenciatura de Diseño Gráfico se implementó en otras universidades del país.

Después de las Olimpiadas de México de 1968, el presidente Luis Echeverría fundó en 1971 el IMCE, Instituto Mexicano de Comercio Exterior, con el objetivo de impulsar las exportaciones del país. Con el fin de elevar la calidad de los productos de las regiones del país, estableció dentro de esta institución el Centro promotor de Diseño México, organismo dirigido por el Lic. Enrique Ponce de León, que impulsó al diseño a lo largo de todo el país y las naciones relacionadas con México.

Dentro del organismo se encontraban los departamentos de Diseño gráfico, Ferias y Exposiciones y Promoción del diseño, en los que colaboraban los primeros egresados profesionales de la Licenciatura de Diseño.



Este organismo tuvo objetivos claros, como dar diseño adecuado y diseño integral. Como mencionó el Lic. Ponce de León, "El diseño adecuado lo entendemos como los servicios de diseño conforme a las características actuales de las empresas.

El diseño integral se entiende como la solución de todos los elementos de una gran problemática..."<sup>13</sup>.

El resultado a corto plazo, permitió la difusión y la aplicación de la actividad creativa en un ámbito muy amplio. "Este organismo también ayudó a que surgieran rápidamente un buen número de escuelas universitarias de diseño en México"<sup>14</sup>.

Fotografía de Luis Echeverría,  
ex presidente de México  
Img.yupimsn.com

Logotipo de la Universidad  
Iberoamericana de México  
[www.uia.mx/ibero/virtual/fotos/logo.jpg](http://www.uia.mx/ibero/virtual/fotos/logo.jpg)



### Nota:

<sup>13</sup> Entrevista al Lic. Enrique Ponce de León; artículo de la revista DeDiseño No. 17, año 1998.

<sup>14</sup> Codigram; artículo del departamento de Codigram

Imagen del Centro Promotor  
de Diseño México  
Revista DeDiseño No.17

# CAPÍTULO 3

Detrás del diseño gráfico



# Asociaciones, grupos y premios de diseño gráfico

A partir de la promoción del Centro de diseño, surgió una serie de asociaciones que representaron durante algunos años a los profesionales activos del país, en pro del apoyo y desarrollo del diseño gráfico en México.

En 1975 se fundó el Colegio de Diseñadores Industriales y Gráficos de México, CODIGRAM, con el objetivo de apoyar a los agremiados en el plano legal, cultural, social y moral; y con el fin de elevar y promover el diseño en México entre la sociedad y el gobierno, contribuyendo al desarrollo de una nueva cultura por medio de actividades de difusión.

Para los años noventa Vicente Rojo fundó el Salón Rojo, en compañía de sus estudiantes del grupo Madero, quienes consolidaron una asociación de diseño gráfico, realizando trabajos en pro de la difusión del diseño dentro del campo intelectual, artístico y cultural en México. También fue conocido como el Grupo de los Dieciséis.



Logotipo de CODIGRAM  
Imagen tomada del Libro del  
Colegio de Diseñadores  
Industriales y Gráficos de  
México



Imagen de los integrantes del  
Salón Rojo. Fotografía sacada del  
libro *Luis Almeida*



Cartel del Salón Rojo o Salón de  
los Dieciséis  
imagen tomada del Libro de  
Vicente Rojo, *Diseñador gráfico*

El Licenciado en Diseño Gráfico Alfonso Capetillo, junto con un grupo de diseñadores fundó el Consejo de Diseñadores de México, QUORUM, con el fin de lograr respetabilidad para el gremio de diseñadores, con la misión de establecer y asegurar principios de calidad, costo y ética para el ejercicio de la profesión. Cuentan con eventos para profesionistas y universitarios, tales como cursos prácticos, exposiciones y conferencias. Actualmente realizan cada año los premios QUÓRUM, con el fin de premiar al diseñador más sobresaliente de las distintas áreas del diseño y su trabajo, teniendo como jurado a reconocidos diseñadores gráficos de nivel nacional e internacional.



Logotipo del Consejo de  
Diseñadores, QUORUM  
Imagen tomada del Libro de  
Vicente Rojo, biblioteca Quorum

Logotipo de los premios  
QUORUM  
Imagen tomada de la revista  
*Lúdica*





A estas organizaciones les siguió en 1992 Trama Visual, fundada y dirigida por Xavier Bermúdez, con el fin de apoyar y beneficiar a los estudiantes de diseño gráfico e investigadores de diseño, y con el objetivo de "elevar el nivel del diseño gráfico en México y al mismo tiempo de servir como punto de referencia dentro de las instituciones públicas"<sup>15</sup>.

Actualmente, Trama Visual realiza la Bienal Internacional del Cartel en México, donde premia a los mejores carteles realizados por los estudiantes de,

diseño y da reconocimientos a los mejores diseñadores del mundo por su participación y su trabajo dentro del diseño de cartel. Así mismo, realiza el Encuentro de Diseño a nivel nacional cada dos años, en distinto estado del país, con el objeto de ofrecer conferencias, talleres y exposiciones, impartidas por los mejores diseñadores del mundo, con el fin de ofrecer una convivencia y relación entre los estudiantes de diseño de los distintos estados del país y exponer sus experiencias dentro del diseño gráfico.



▲  
Logotipo de la editorial Trama Visual  
Imagen tomada de la revista *Lúdica*



▶  
Cartel de la Bienal Internacional del Cartel 2002, Trama Visual  
[www.portafoliosonline.com/magazine/eventos/SLP.jpg](http://www.portafoliosonline.com/magazine/eventos/SLP.jpg)

Estas organizaciones (CODIGRAM, QUORUM y Trama Visual) advirtieron en un momento el poco apoyo y desinterés por parte del gobierno de México hacia el diseño gráfico, y en busca de un mejor reconocimiento adhirieron a sus actividades eventos de carácter cultural, de interacción y premios para los estudiantes y diseñadores gráficos e industriales de México.

Otro de los eventos en pro del diseño gráfico en México, es el premio A!, realizado por la revista A! Diseño. Este evento ofrece conferencias de diseñadores de nivel nacional e internacional, para los distintos estudiantes y diseñadores del país, y a su vez lanza convocatorias dentro de las Universidades, que llevan la carrera de diseño gráfico, industrial y textil, la oportunidad de participar en las distintas eventos de concurso dentro de las áreas del diseño, realizando trabajos, que puedan tener un merecido reconocimiento a su labor.



▲  
Logotipo de la Revista A! Diseño  
Imagen tomada de la misma

▼  
Imagen de México y el diseño asociado  
Imagen tomada de la revista *DX Diseño experimental*, No. 10



**Nota:**

<sup>15</sup> revista *DX*, estudio y experimentación de diseño; Núm. 15 *Diseño Asociado*, Pág. 18

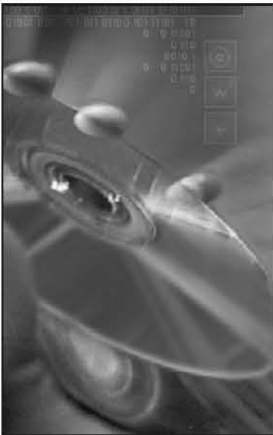
Publicaciones; herramienta de diseño

# Publicaciones; herramienta de diseño



◀ Diseño editorial de libros  
www.marmenor.com/estudio  
prensa/editorial/libros.jpg

Las publicaciones sobre el diseño gráfico, entre libros, discos compactos y revistas, ofrecen una alternativa de contacto entre los diseñadores, para conocer más de cerca el diseño anterior y el actual. Cada publicación ofrece distintos conocimientos, que muchas veces no se consiguen dentro de clase; sobre la historia del diseño gráfico de México o de otros países, la vanguardia, la tecnología, sobre diseñadores y sus trabajos, etc; y que muchas veces pueden ser una alternativa más de experiencia y conocimiento.



◀ Discos compactos  
www.intered.net/intered./imatges/t  
ecnologia.jpg ▶

Las revistas principalmente, tal vez por su circulación más accesible a los estudiantes y diseñadores, son una fuente de adquisición de conocimientos sobre el diseño actual.

Los libros de diseño son un material sumamente enriquecedor, pero en ocasiones de costo muy elevado; por esta razón las revistas llegan a romper con esta barrera y resultan más importantes entre los diseñadores.

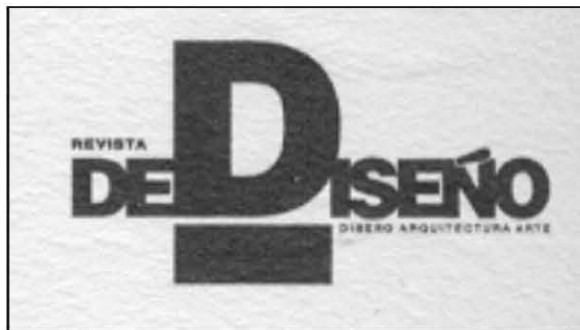
Las revistas más importantes de diseño que circulan en el país, aunque pocas, fomentan el desarrollo y el apoyo al diseñador, estudiante y profesionalista. Entre ellas están: A! Diseño, De Diseño, DX, Lúdica, Origina y Matiz. Estas revistas son de mayor circulación, aunque existen otras que muy poco se conocen debido a su circulación local, como ocurre con Cuartoscuro.



▲ Logotipo de la revista DX, estudio y experimentación del diseño  
Imagen tomada de la revista No.10



▶ Logotipo de la revista DeDiseño; diseño, arquitectura y arte  
Imagen tomada de la revista De diseño No.36



▲ Logotipo de la revista Lúdica  
Imagen tomada de la revista Lúdica No. 13

# CAPÍTULO 4

## Mentes creativas



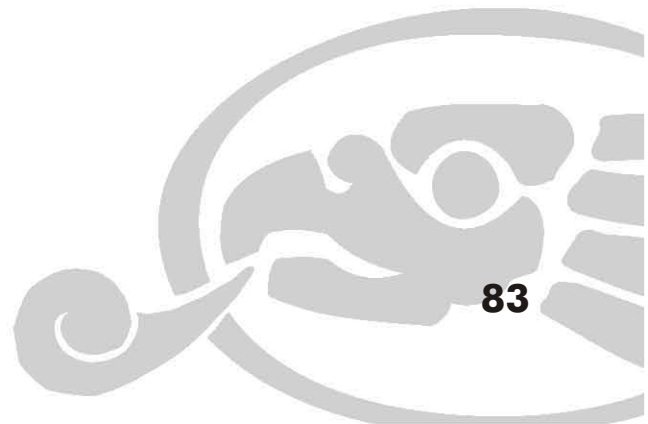
## Mentes creativas; diseñadores gráficos

De acuerdo con los 2 sondeos aplicados a 135 personas, entre estudiantes y diseñadores, sobre el tema de la historia del diseño gráfico en México, uno de los resultados con mayor puntaje fue el interés por saber y conocer del trabajo de los diseñadores de México.

Observando al gran número de diseñadores gráficos que hay en el país a finales del siglo XX y principios del XXI, fue necesario seleccionar a los diseñadores gráficos de menor mención dentro del sondeo, así como buscar a otros más, que por su trabajo y experiencia resulten importantes, con el fin de dar conocer sus trabajos en el área de diseño gráfico.

# CAPÍTULO 5

Diseño; una herramienta visual



# El diseño gráfico y la comunicación visual

El diseño gráfico, en términos precisos, es la disciplina que da forma de manera gráfica un mensaje, con el uso de los símbolos, signos e imágenes; dando una forma de expresión y comunicación.

Es una actividad encaminada a satisfacer necesidades específicas de comunicación a través de la organización de palabras e imágenes, por medio de la producción y reproducción del diseño.

La comunicación puede ser definida como el proceso de transmisión y recepción de ideas, información y mensaje. Compuesto por un emisor (es quien formula el mensaje), el mensaje (es lo que se quiere decir), el canal (o medio que se utiliza para mandar el mensaje) y un receptor (quien recibe el mensaje); este es un ciclo de continua retroalimentación.

La comunicación visual es, prácticamente, todo lo que nuestros ojos captan en la tierra: agua, tierra, cielo, imágenes, objetos, etc.

El proceso de la comunicación visual implica ciertos elementos que determinan la apariencia y contenido de un diseño: elementos conceptuales (punto, línea, plano, volumen), elementos visuales (forma, tamaño, textura y color), elementos de relación (dirección, posición, espacio y gravedad) y elementos prácticos (representación, significado y función).



Imagen sacada de la página  
[www.artevizual.com.mx/images/  
Circle\\_editorial.gif](http://www.artevizual.com.mx/images/Circle_editorial.gif)

De esta forma, el objetivo de un diseñador y comunicador visual, con base en sus conocimientos, es formar de una manera lógica, ordenada y estética un mensaje, de manera que éste pueda ser entendido y comprendido por cualquier persona.

Asimismo, debe tener una organización visual y estructural, conocer los distintos medios de producción gráfica y desempeñar papeles de estrategia (al elaborar un diseño), investigador (para organizar y armar la información) y creador (utilizar su capacidad creativa).

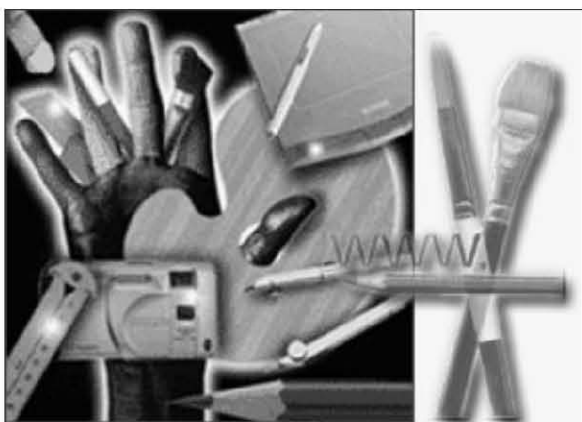


Imagen sacada de la página  
[www.monvirtual.com/publi/  
Activatat/diseño.jpg](http://www.monvirtual.com/publi/Activatat/diseño.jpg)



Imagen sacada de la página  
[www.compuserv.com/graficos/  
Computadoras.jpg](http://www.compuserv.com/graficos/Computadoras.jpg)

# Diseño editorial

El diseño gráfico cuenta con infinidad de campos en los que se puede desempeñar: identidad corporativa, logotipos, diseño editorial, envase y embalaje, diseño de páginas web y más. Hace uso, además, de herramientas que apoyan el desarrollo de un buen diseño, desde el lápiz, (su principal herramienta de diseño) hasta la más alta tecnología (como la computadora).

El diseño editorial es una de las ramas del diseño gráfico, que se encarga de distribuir y colocar los elementos de diseño dentro de un espacio visual preestablecido, como puede ser una hoja, un cartel, un periódico o una página web.

Dentro del campo del diseño editorial hay un vasto número de aplicaciones: folletos, manuales, guías, diccionarios, periódicos, revistas, postales, libros, son algo de lo que el diseñador puede hacer dentro de esta área.

Para el desempeño ideal dentro del diseño editorial, el diseñador debe tomar en cuenta medidas, hacer cálculo tipográfico, interlineado, legibilidad, formato, retícula, imágenes, color, sistemas de impresión y los acabados, entre muchos otros aspectos que implica la elaboración de un libro o un folleto.

Actualmente dentro del diseño editorial, se encuentra el diseño audiovisual, que se desarrolla dentro del cine, televisión, multimedia, audiovisuales y más. En él, el diseñador gráfico trabaja en la elaboración secuencias gráficas, guión ilustrado o *story board*, ya sea para un comercial de televisión o creación de animación, con la colaboración de la computadora.



Imagen sacada de la página  
[www.imagentop.com/imagen/  
img/diseño-web.jpg](http://www.imagentop.com/imagen/img/diseño-web.jpg)



# Página web

La página web fue desarrollada por el científico inglés Timothy Berners-Lee, con el propósito original de que los equipos de investigación de física de Ginebra en Suiza, pudieran intercambiar información. Más adelante, la idea se convirtió en una plataforma de desarrollo de programas para empresas, con información y ventas.

Es un mecanismo de información electrónico conocido como World Wide Web (www), para usuarios conectados a Internet. Es un sistema que contiene una gran cantidad de información, visualizada en pantalla por medio de una página con texto, imágenes, sonido y animaciones.



Fotografía de Timothy Berners-Lee.  
Imagen sacada de la página  
[www.essex.ac.uk/review/97\\_98/images/b-lee.jpg](http://www.essex.ac.uk/review/97_98/images/b-lee.jpg)



Imagen tomada de la página  
[www.dolphinpro.net/images-web-diseño/diseño-web\\_26.jpg](http://www.dolphinpro.net/images-web-diseño/diseño-web_26.jpg)

El Internet permite al usuario navegar y explorar en distintas páginas web vinculadas una con otra y con enlaces en todo el mundo, ingresando a bibliotecas, publicaciones de periódicos, permitiendo realizar compras electrónicas o audiciones de conciertos, entre otras muchas funciones.

Brinda la posibilidad de intercambios bidireccionales entre usuario y cliente; otra ventaja que proporciona, es su uso las 24 horas del día, desde la comodidad de la casa.

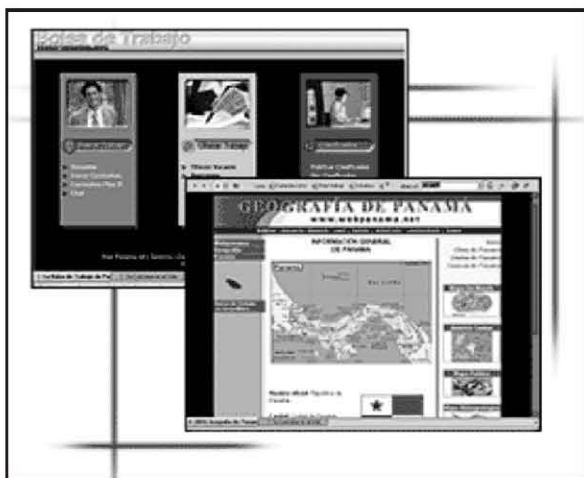


Imagen sacada de la página  
[www.digisigns.net/images/arte\\_diseño\\_web.gif](http://www.digisigns.net/images/arte_diseño_web.gif)

Nota:

World wide web, información proporcionada por Encarta 2001



# Publicidad

“La publicidad es un esfuerzo pagado, transmitido por medios masivos de información con objeto de persuadir”<sup>16</sup>.

Es una herramienta utilizada por la mercadotecnia para crear conciencia de una marca y lealtad, además de estimular la demanda de un producto o empresa. Comúnmente, el director creativo de una agencia de publicidad es la expresión creativa de un producto.

La publicidad se distingue por tres aspectos: es una comunicación pagada, es una transmisión a través de los medios masivos de comunicación para el público y, por último, la comunicación es para persuadir.

Para la realización de una mini campaña de promoción para la solución de tesis, se tomará algunos aspectos de la publicidad que ayuden a determinar la mejor resolución de promoción de la página web.

- Al público al que va dirigido la página web
- Desarrollo creativo de la publicidad impresa y visual (banner en internet)
- Producción del medio publicitario impreso y el medio visual (página web)

Esta publicidad tendrá un costo pero, por los beneficios, resulta importante la inversión.

Permitirá al usuario conocer la historia del diseño gráfico mexicano y el trabajo de otros profesionistas, tendrá a su alcance información que le podrá ayudar a su preparación como diseñador y el proyecto se dará a conocer entre los usuarios a los que se pretenden llegar.

### Nota:

<sup>16</sup>Publicidad, O'Guinn, Allen, Semenik; Pág. 6

## Ejemplos de diseño editorial

Antes de analizar las páginas web de diseño, es importante conocer los trabajos escritos, como los libros y revistas, para realizar un mejor proyecto, ya que una página web también implica diseño editorial (margen, tipografía, fotografía y un acomodo visual en sus páginas).

Los ejemplos analizados mostraron, en general, el uso de formato entre carta u oficio, con una retícula de 2 a 3 columnas, permitiendo un acomodo dinámico y libre en las páginas, con márgenes de entre 2 y 3 cm, (parte superior e inferior, izquierda y derecha) y, en el ojo del libro, entre 4 y 6 cm.

Algunas de estas publicaciones tienen un margen establecido, que en ocasiones no respetan, llegando a rebasar imágenes o mover las columnas de texto dentro de algunos de sus artículos.

La mayoría de los libros usó tipografía de palo seco, de entre 10 y 12 puntos, en hojas con fondo blanco. Los títulos llegaron a ser de mayor tamaño a la retícula, usando el negro como color principal.

En los libros, revistas y folletos sobre diseño, el 80% de cada publicación está enriquecido con imágenes con poco texto o información, utilizando espacios blancos entre el texto y la imagen, acomodados de forma ordenada y con una cierta simetría.

El papel usado es generalmente papel couché satinado, opaco o brillante, impreso en offset, en selección de color, encuadernado por medio de pegado o empastada las hojas, con cubiertas o pastas de cartulina couché satinada y plastificada para mayor protección. Esto, por el volumen pequeño de hojas.

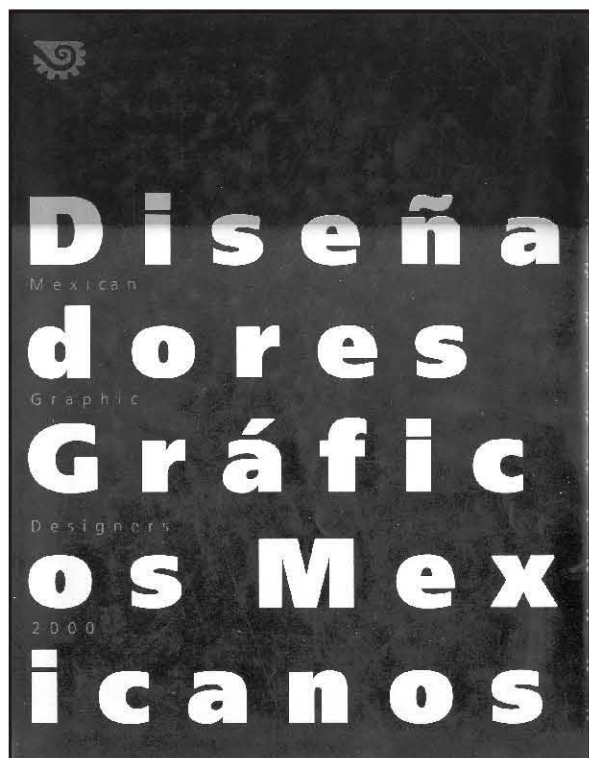
Ninguno de los ejemplos analizados fue usado en formato horizontal y la mayoría presenta un tamaño oficio o equivalente a éste.

Tan sólo las revistas presentan anuncios publicitarios, con impresión a color o grises; algunas de ellas muestran un diseño más experimental, en el cual juegan con el acomodo del texto y rompen retículas. En ocasiones llegan a ser ilegibles.

Los libros analizados tienen un orden más dinámico, pero siempre con una excelente legibilidad, al igual que las revistas en su mayoría contienen más imágenes que texto.

A diferencia con los otros libros, el libro *Diseñadores Gráficos Mexicanos*, tiene la cubierta de pasta de cartón grueso, forrado con tela negra y los títulos en bajo relieve. Este tipo de acabado permite una mayor duración al libro y muestra mayor calidad de diseño ante los otros.

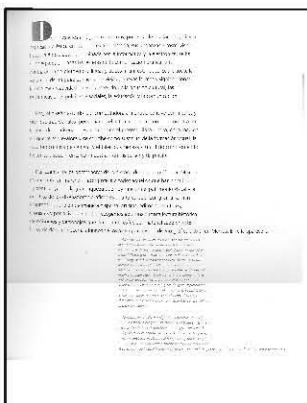
El estilo da un concepto de orden, dinamismo, legibilidad y estética visual a los libros.



Portada



Página interior



Página interior

**formato:** 22.5 x 29.5 cm.

**retícula:** 4 columnas; margen general de 1 cm.

**tipografía:** Century a 9 puntos

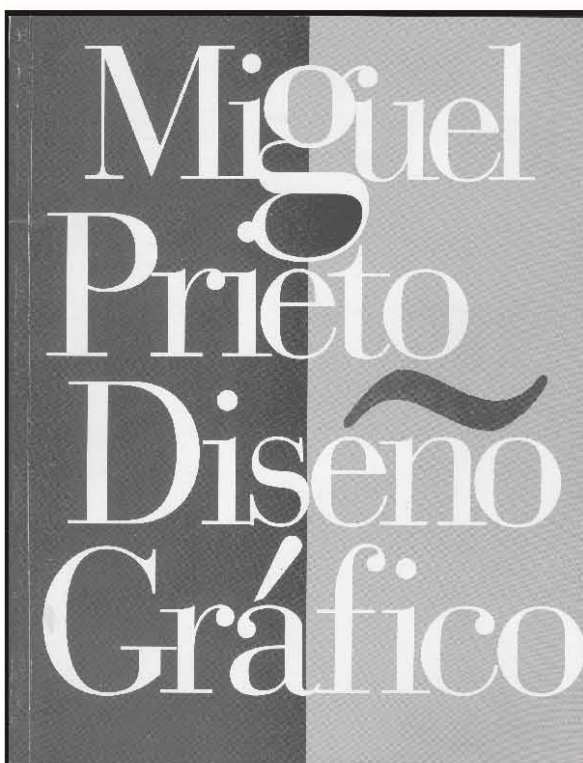
**color:** Hojas blancas con imágenes a color

**papel:** Couché opaco

**impresión:** Offset en selección de color

**acabado:** Cosido y empastado, con pastas de cartón forrados con tela y título en relieve

**estilo:** Diseño editorial con espacios blancos, un acomodo de imágenes con orden, dinamismo y estética

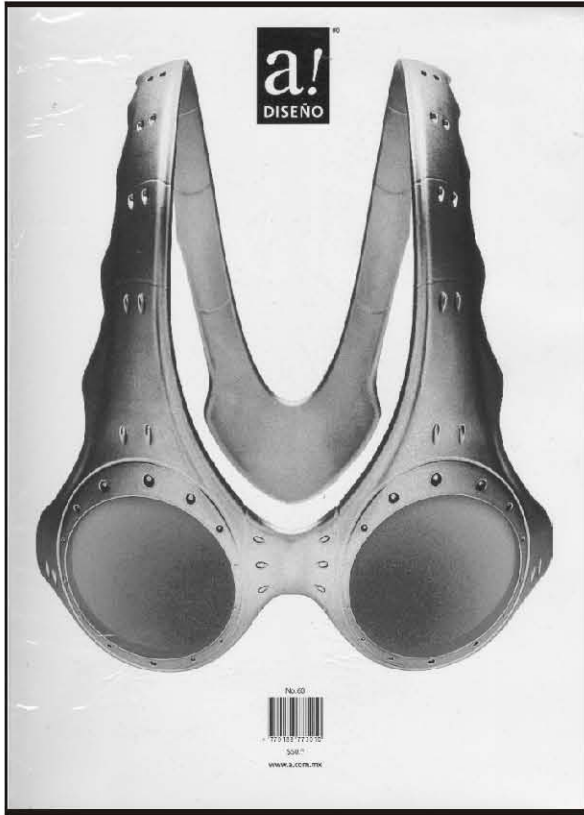


Portada



Diseño de doble página

- formato:** Tamaño carta (21.5 x 28 cm.)
- retícula:** 3 columnas; margen superior e inferior de 2 cm, izquierdo y derecho de 1.5 cm; ojo del libro de 3.5 cm.
- tipografía:** Arial a 12 puntos, interlineado normal
- color:** Uso de colores dinámicos y brillantes
- papel:** Couché brillante
- impresión:** Offset en selección de color
- acabado:** Cosido y empastado de cartulina couché brillante
- estilo:** Manejan imagen y texto, espacios blancos, tiene orden y estética

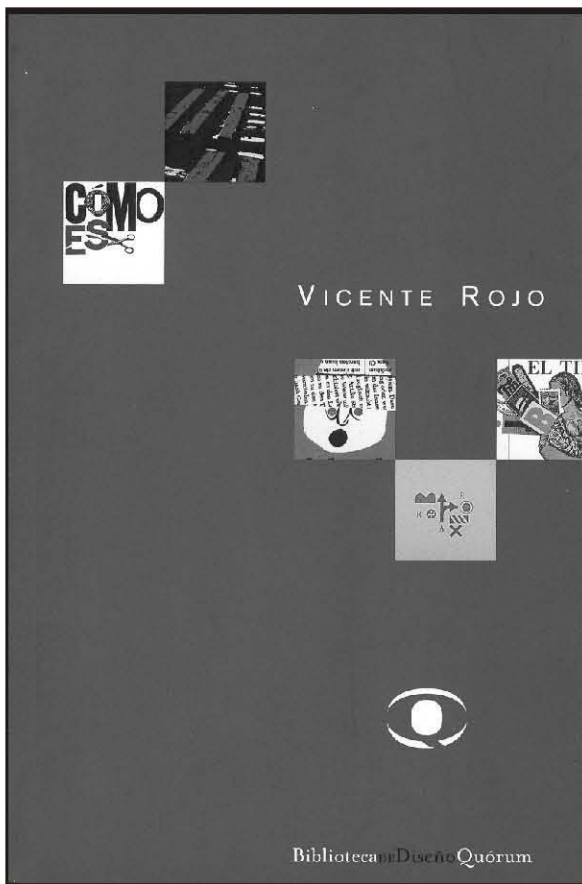


Portada



Diseño de doble página

- formato:** 22.5 x 30 cm.
- retícula:** 3 columnas; margen superior e inferior de 2 cm.; margen izquierdo y derecho de 2.5 cm.
- tipografía:** Arial a 10 puntos, interlineado normal
- color:** Las imágenes cuentan con el uso de colores dinámicos y brillantes
- papel:** Couché opaco
- impresión:** Offset en selección de color
- acabado:** Pegado y empastado con pasta de couche plastificado
- estilo:** Hay un dinamismo entre sus paginas, con la gran mayoría de imágenes en ellas.



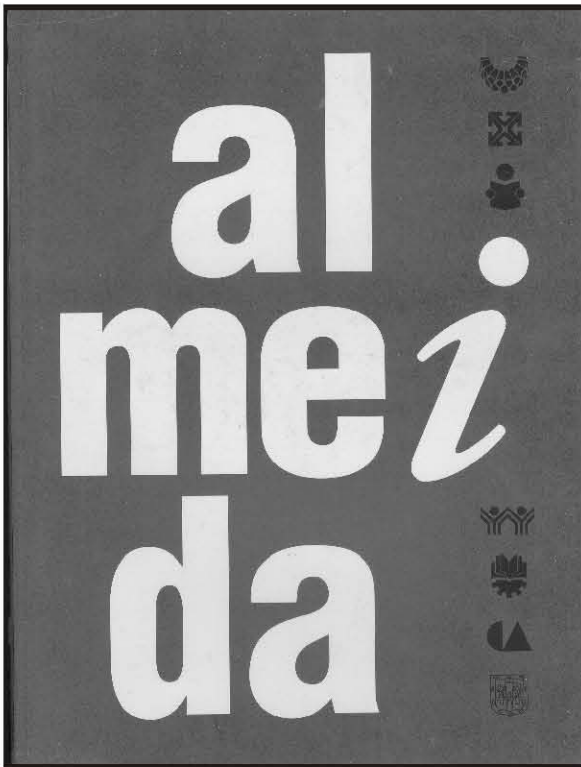
## Portada



## Diseño de doble página

- formato:** 13.5 x 20 cm.
- retícula:** De una sola columna; margen general de 2.5 cm.
- tipografía:** Arial a 10 puntos
- color:** Combinación de rojo, negro y blanco entre sus páginas
- papel:** Couche satinado opaco
- impresión:** Offset en selección de color
- acabado:** Empastado, pasta de cartulina couché plastificado
- estilo:** La gran mayoría son imágenes y tan sólo cuatro páginas con texto, composición seria y estética





## Portada

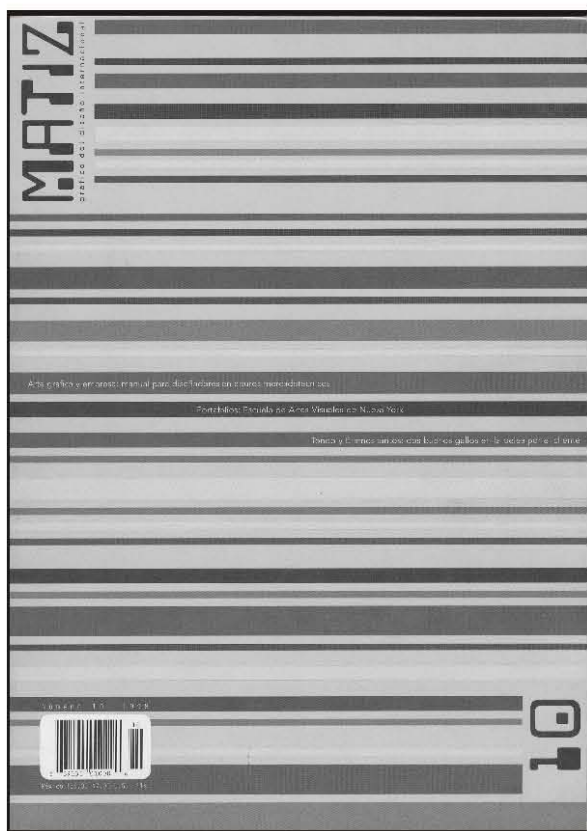


## Diseño de doble página



## Página interior

- formato:** 20.5 x 27 cm.
- retícula:** 2 columnas; margen general de 1.5 cm.
- tipografía:** Arial a 12 puntos
- color:** Hojas blancas con imágenes a color
- papel:** Couché opaco
- impresión:** Offset en selección de color
- acabado:** Empastado, pastas de cartulina couché plastificada
- estilo:** Diseño editorial con orden y estética



## Portada



## Diseño de doble página

- formato:** 20.5 x 29 cm.
- retícula:** No hay una retícula fija, lleva un diseño experimental, al parecer con seis columnas
- tipografía:** Futura en su texto y distintos tipos en sus títulos
- color:** Uso de colores fríos
- papel:** Couché satinado opaco
- impresión:** Offset en selección de color
- acabado:** Empastado, pastas de cartulina couché plastificada
- estilo:** Diseño experimental muy dinámico, aunque en ocasiones llega a ser ilegible





Portada



Página interior



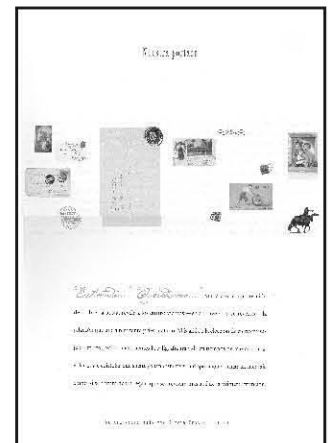
Página interior

- formato:** 23 x 30 cm.
- retícula:** 4 columnas; margen general de 2 cm.
- tipografía:** Arial a 10 puntos
- color:** Páginas negras y blancas e imágenes a todo color y en ocasiones en monotonos
- papel:** Couché brillante
- impresión:** Offset en selección de color
- acabado:** Empastado, pastas plastificadas
- estilo:** Diseño con espacios blancos en las páginas; hay un dinamismo y diseño moderno; es un ejemplo experimental pero que contiene orden y legibilidad

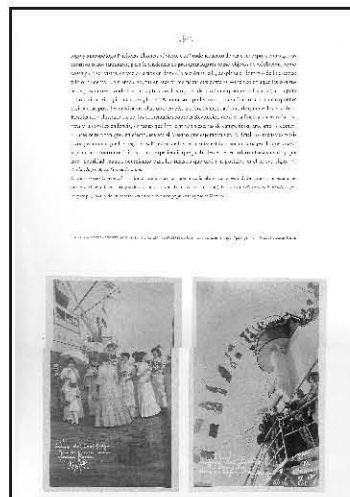


Portada

Contraportada

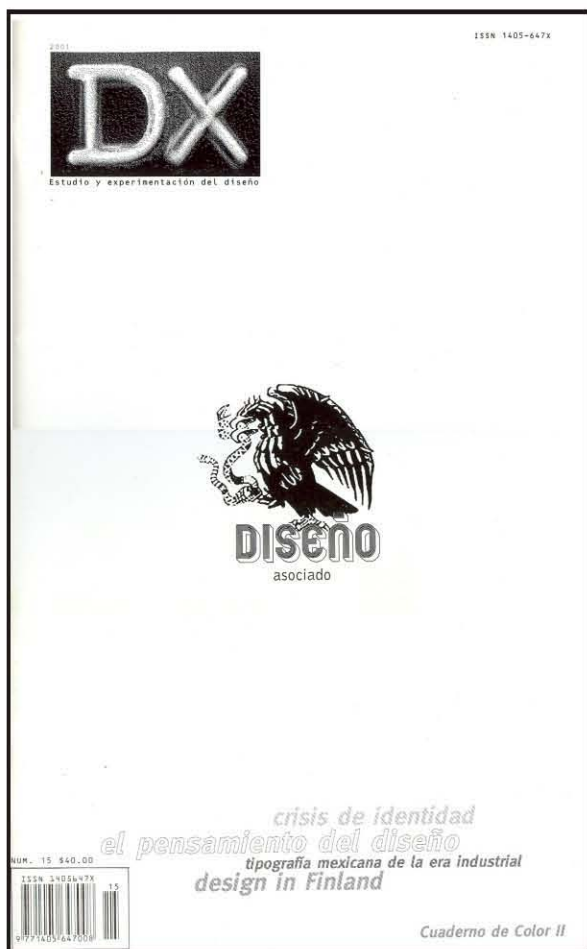


Página interior



Página interior

- formato:** 22.5 x 32 cm.
- retícula:** 2 columnas; margen general de 3 cm.
- tipografía:** Baskerville a 10 puntos
- color:** Hojas blancas con colores serios y opacos
- papel:** Couché opaco
- impresión:** Offset en selección de color
- acabado:** Empastado, pasta de cartulina couché plastificada
- estilo:** Diseño dinámico con orden y elegancia



Portada



Página interior



Página interior

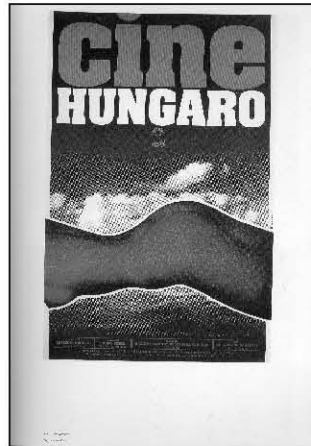
- formato:** 21.5 x 33.5 cm.
- retícula:** 4 columnas; margen superior de 4 cm, inferior de 1.5 cm, lados de 3 cm.
- tipografía:** Arial a 10 puntos
- color:** Hojas blancas con imágenes a escala de grises
- papel:** Bond
- impresión:** Offset a escala de grises, con tan sólo cuatro hojas a color
- acabado:** Engrapado, pasta de cartulina couché
- estilo:** Diseño experimental. En ocasiones son legibles las páginas y en otras no



Portada



Página interior



Página interior

- formato:** 21.5 x 31.5 cm.
- retícula:** 3 columnas; margen general de 1.5 cm
- tipografía:** Arial a 10 puntos
- color:** Hojas blancas con imágenes a color
- papel:** Couché opaco
- impresión:** Offset en selección de color
- acabado:** Engrapado, pastas de cartulina couché
- estilo:** Diseño editorial con manejo de imágenes (en su mayoría acomodadas con orden y armonía)

## Conclusiones de diseño editorial

El manejo de un libro es la forma más sencilla en que se puede presentar información, utilizando un formato vertical, ya que permite un mejor manejo de retícula. Se debe conservar un orden en la composición, utilizando espacios blancos. Esto permite un descanso a la vista cuando se utiliza una gran cantidad de imágenes y texto.

Es bueno utilizar un papel couché satinado opaco, ya que da una mejor calidad a la publicación y a la impresión. Observando la gran cantidad de imágenes, la impresión se recomienda en offset y selección de color en un acabado de cosido y empastado, ya que permite una mayor duración y resistencia al paso de los años.

# Ejemplos de páginas web

En las páginas de diseño que se analizó, en general se utiliza el fondo blanco para resaltar la información: además de que da más espacios blancos al diseño de la página, crea un espacio más grande y más limpio.

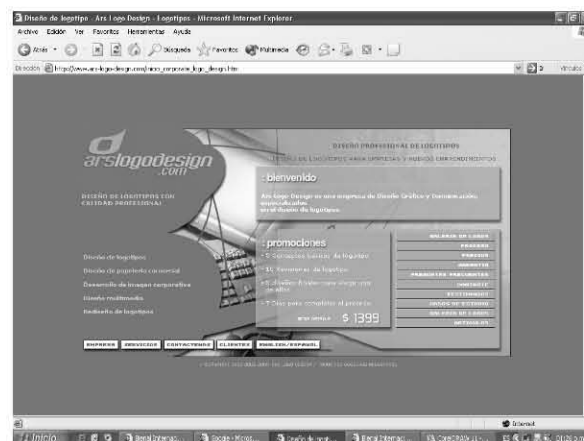
La mayoría utiliza figuras geométricas para resaltar algún titular o sección, ya sea por medio de rectángulos o cuadrados.

Las animaciones que tienen, por lo general, son para resaltar el nombre de la página a la cual se está visitando, y con algunas secciones se crea un hipervínculo, lo que hace que "mande" al usuario a otra página distinta, ya sea del mismo despacho o grupo, o a otra página muy distinta.

Cada página tiene una sencillez en su diseño que la hace dinámica, limpia, moderna y original, pero diferenciándola de otras. Así mismo, ninguna muestra una carga de imágenes o tipografía en sus páginas, lo cual la hace más legible.

Las páginas contienen no sólo texto, sino que están llenas de imágenes, como elementos decorativos o parte de alguna información. No utilizan fotografías como fondos.

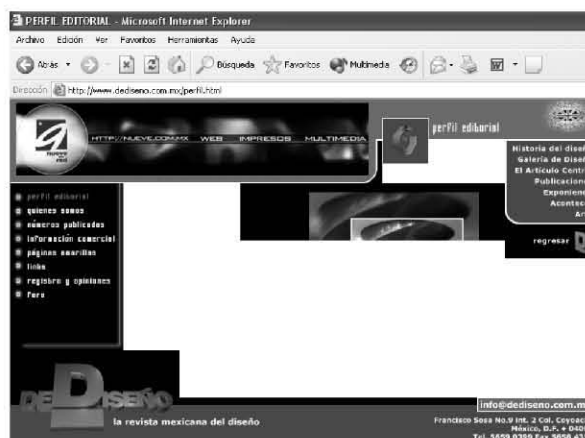
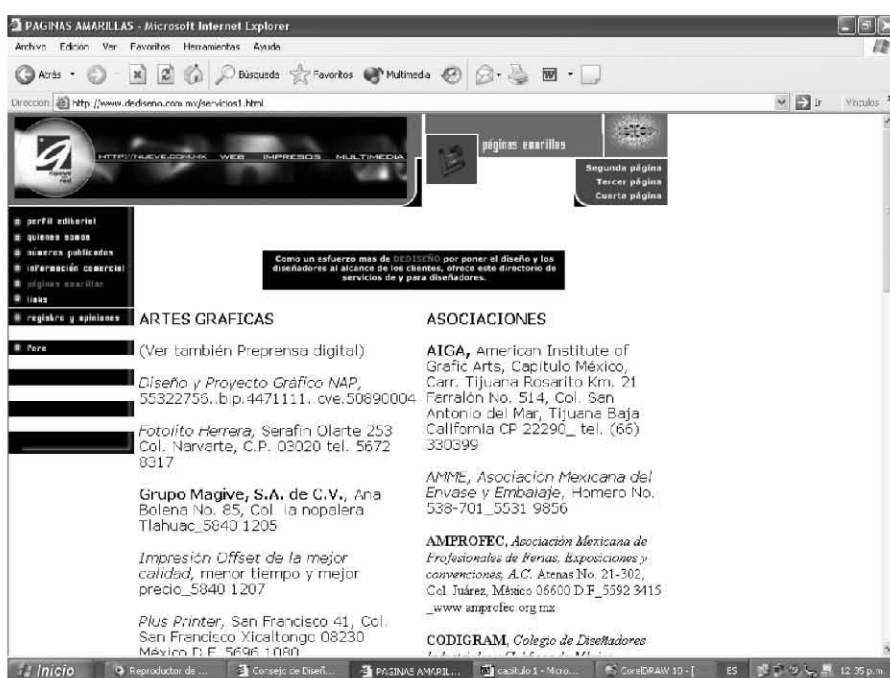
## Despacho Arslogodesign



- nombre:** Despacho arslogodesign
- trabajo:** Diseño profesional de diseño en logotipos
- país:** España
- secciones:** Promociones en concursos de imagen corporativo, muestra de su trabajo
- colores:** Fondo blanco o de color, colores en el logotipo de la página, tipografía negra
- imágenes:** Muestran su portafolio a todo color
- movimiento:** La página contiene poco movimiento, tan sólo en los botones
- estilo:** Maneja un estilo muy limpio en las pantallas, dan la información necesaria e indispensable, algunas pantallas ponen fotos como fondo
- dirección:** www.arslogodesign.com



## De diseño



**nombre:** De diseño

**trabajo:** Página electrónica de la revista De diseño

**país:** México

**secciones:** Portafolio, quiénes son, números publicados de la revista, *links* y sección amarilla

**colores:** Fondo blanco, colores en el logotipo de la página, tipografía negra

**imágenes:** manejan figuras geométricas, para resaltar alguna palabra o el logotipo, las imágenes son a color

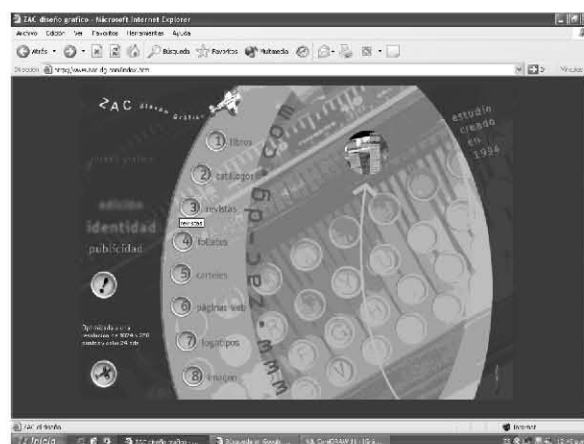
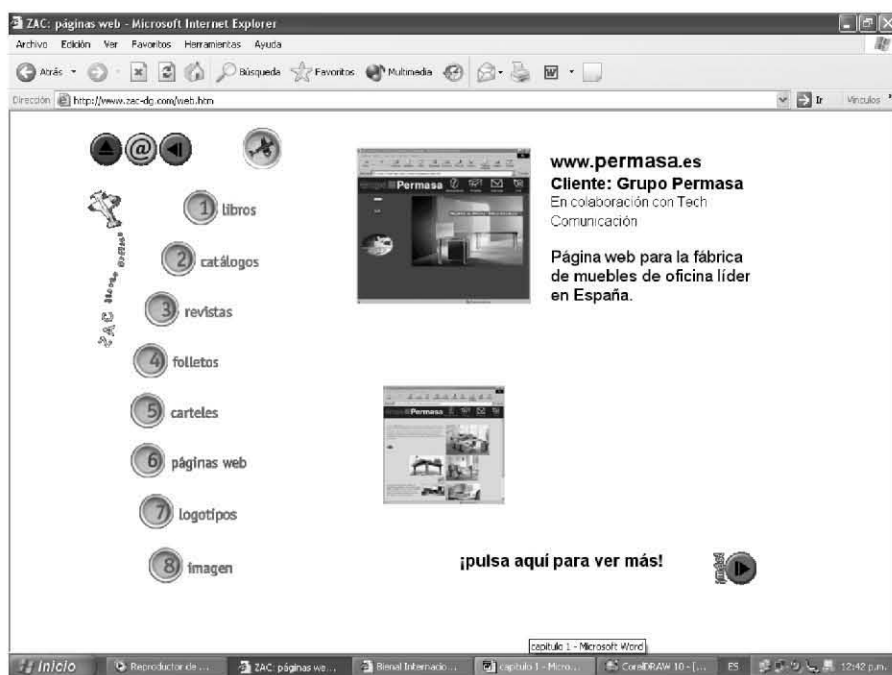
**movimiento:** cuenta con animación en la parte central, donde se encuentra el logotipo de la página

**estilo:** tiene un estilo muy limpio, pocos colores y con la información necesaria

**dirección:** [www.dediseño.com.mx](http://www.dediseño.com.mx)



## Zac diseño gráfico



**nombre:** Zac diseño gráfico

**trabajo:** Estudio de diseño gráfico, publicidad, edición e identidad

**país:** Madrid

**secciones:** Promociones de concursos, proyectos, venta de libros, catálogos, etc.

**colores:** Fondo blanco, logotipo de la página a color, tipografía a una tinta

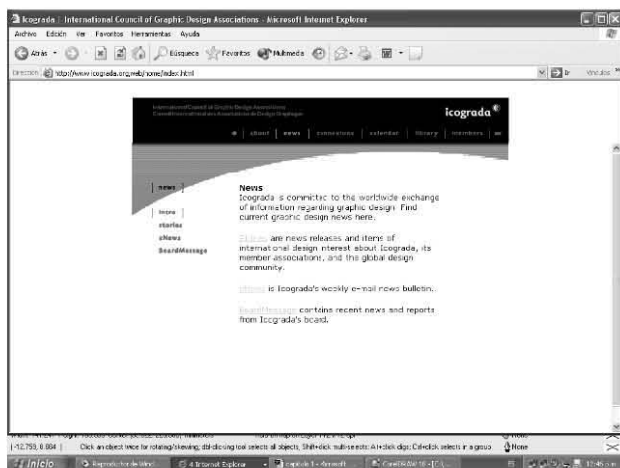
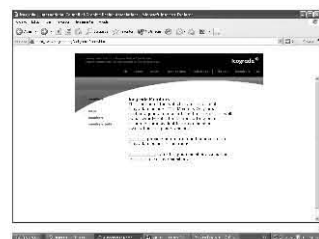
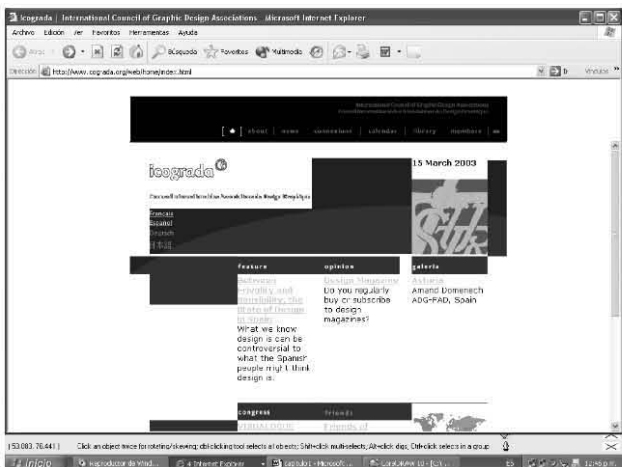
**imágenes:** Todas las imágenes son un solo color

**movimiento:** El movimiento lo manejan en los botones

**estilo:** Tiene un estilo muy sencillos en cada pantalla; en algunas maneja fotos como fondo; en el intro sólo muestra las secciones principales

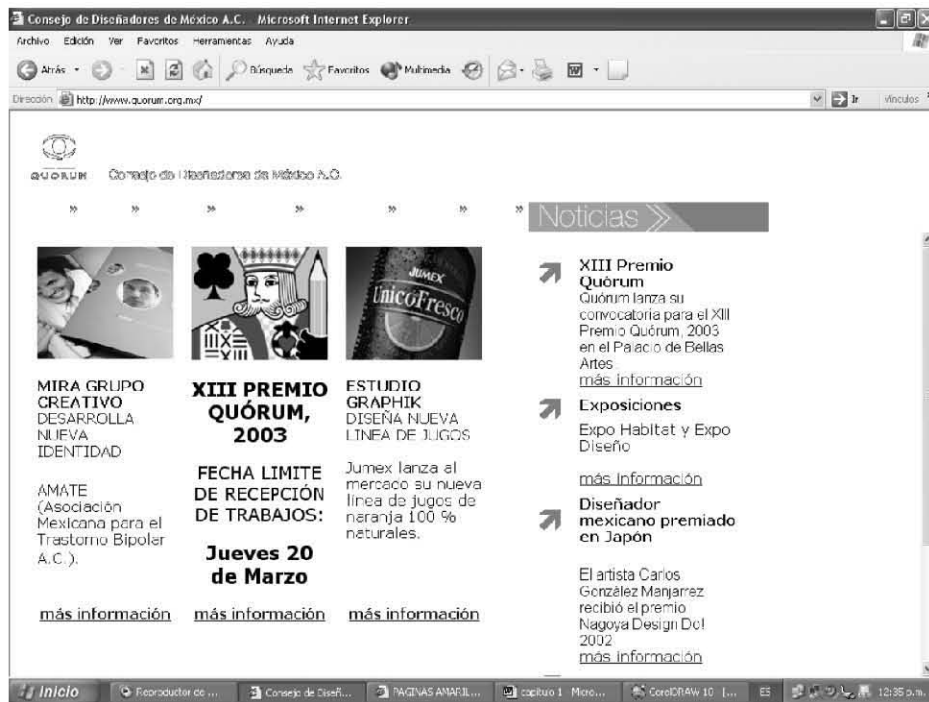
**dirección:** [www.zac-dg.com](http://www.zac-dg.com)

## Icograda



- nombre:** Icograda
- trabajo:** Consejo internacional de asociaciones de diseño gráfico
- país:** Canadá
- secciones:** Calendario de eventos nacionales e internacionales, *links* con otras páginas de diseño
- colores:** Fondo blanco, colores diferentes en la cabeza de cada una de las secciones, logotipo a color y tipografía negra
- imágenes:** Tienen muy pocas imágenes en algunas de las secciones
- movimiento:** No tiene movimiento alguno en la página
- estilo:** tiene un estilo muy simple, con mucho orden en la página, no tiene sonido
- dirección:** www.icograda.org

## Quorum



**nombre:** Quorum

**trabajo:** Consejo de diseñadores de México

**país:** México

**secciones:** Noticias, eventos, convocatorias a concursos, información de los Premios Quorum, bolsa de trabajo y venta de equipos o material de diseño

**colores:** Fondo blanco o de color, logotipo a color y tipografía negra

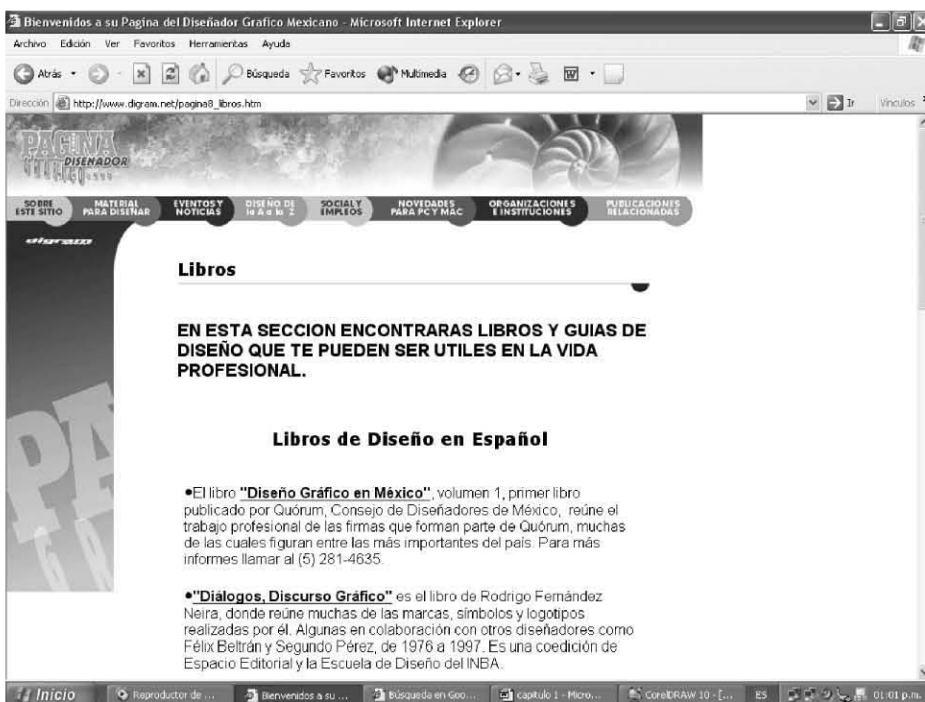
**imágenes:** Imágenes a todo color, pero sólo en la sección de los Premios Quorum

**movimiento:** La página no tiene movimiento

**estilo:** Sus pantallas se muestran llenas de información; no tiene sonido

**dirección:** www.quorum.org.mx

## Página del diseñador gráfico



- nombre:** Página del diseñador gráfico mexicano
- trabajo:** Información para el diseñador
- país:** México
- secciones:** Eventos, noticias, empleos, novedades para Pc y Mac, organizaciones e instituciones, publicaciones, diccionario.
- colores:** Fondo blanco, maneja colores en rojo, naranja y ocre
- imágenes:** No tiene imágenes en las secciones
- movimiento:** Sólo cuenta animación en el logotipo de la página
- estilo:** Tiene una saturación de información en sus secciones
- dirección:** www.digram.net

## Proyecto de diseño



**nombre:** Proyecto de diseño

**trabajo:** Página electrónica de la revista Proyecto de diseño

**país:** Colombia

**secciones:** Agenda de eventos de diseño, espacios publicitarios, los números publicados de la revista

**colores:** Fondo blanco, logotipo a color y tipografía negra

**imágenes:** Imágenes de las portadas de las revistas a todo color

**movimiento:** Los movimientos se aplican a los anuncios de las secciones

**estilo:** Sus pantallas muestran pocas imágenes y tan sólo la información necesaria

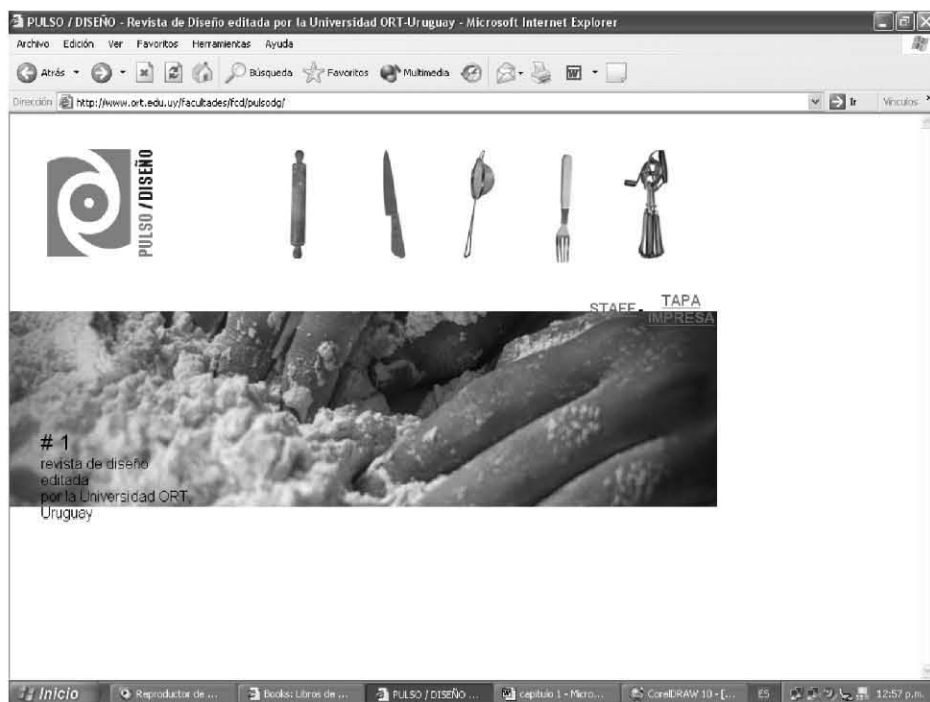
**dirección:** www.proyectod.com

## Trama visual; Encuentro de diseño



- nombre:** Trama Visual
- trabajo:** Organización de diseño gráfico
- país:** México
- secciones:** Encuentro de diseño gráfico a nivel nacional, Bienal internacional del Cartel
- colores:** Fondo blanco, tipografía en negro
- imágenes:** Imágenes a color; hay varias en cada sección
- movimiento:** No tiene casi movimiento, sólo en los botones de ligas
- estilo:** Es miembro de Icograda, las secciones están llenas de información importante acerca de los Encuentros y la Bienal del Cartel
- dirección:** [www.tramavisual.org](http://www.tramavisual.org)

## Despacho Pulso diseño



**nombre:** Pulso diseño

**trabajo:** Página electrónica de la revista Pulso Diseño

**país:** Uruguay

**secciones:** Universidad de Uruguay, números publicados anteriores, noticias, reportajes

**colores:** Fondo blanco o de color, logotipo a color y tipografía negra

**imágenes:** Imágenes a un solo color

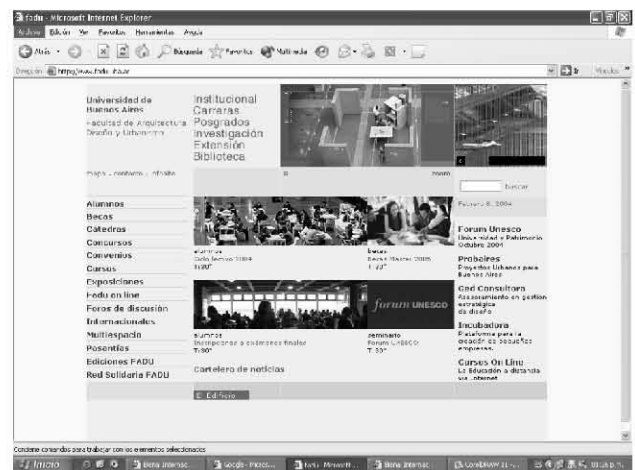
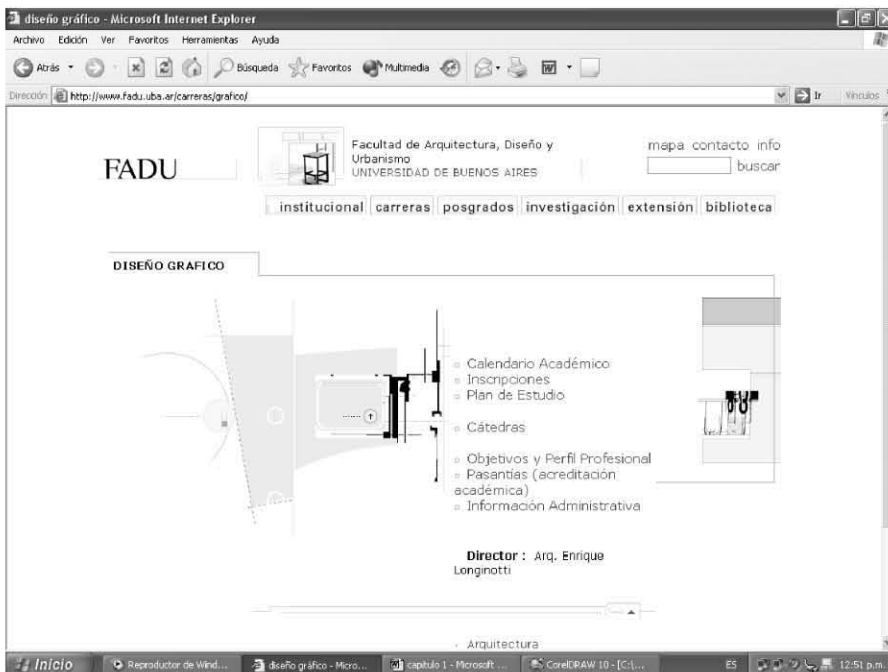
**movimiento:** La página no tiene movimiento

**estilo:** Sus pantallas tienen un estilo muy simple; y no tienen sonido

**dirección:** [www.ort.edu.uy](http://www.ort.edu.uy)



## FADU; Universidad de Buenos Aires



- nombre:** Fadu
- trabajo:** Facultad de arquitectura, diseño y urbanismo
- país:** Buenos Aires, Argentina
- secciones:** Eventos, exposiciones, concursos, foros, cátedras, becas para la escuela
- colores:** Fondo blanco, tipografía negra y colores cálidos
- imágenes:** Las imágenes a una sola tinta; hay muy pocas por página
- movimiento:** No tiene movimiento
- estilo:** Pantallas sencillas, con la información necesaria, sin sonido
- dirección:** www.fadu.uba.ar



## Nueve Red



**nombre:** Nueve red

**trabajo:** Creación, diseño y colocación de páginas electrónicas

**país:** México

**secciones:** Servicios y el portafolio de trabajo del despacho

**colores:** Fondo blanco, logotipo a color y tipografía negra

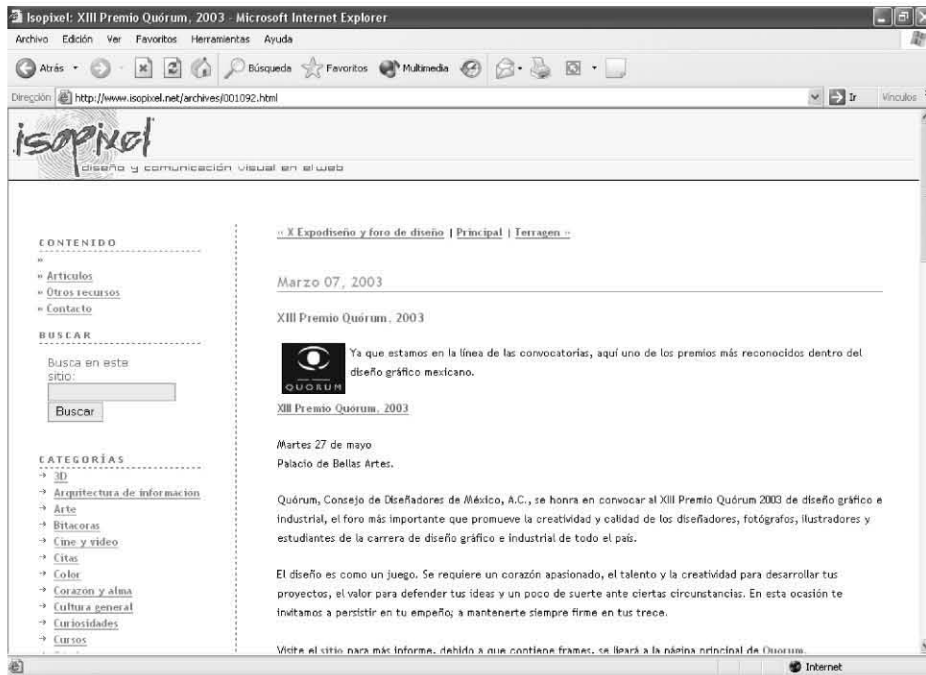
**imágenes:** Imágenes a una sola tinta, cambia conforme cambia la sección

**movimiento:** Los movimientos se aplican sólo a los botones de las ligas

**estilo:** Pantallas sencillas, con manejo de imágenes en las secciones

**dirección:** www.nueve.com.mx

## Isopixel



- nombre:** Isopixel
- trabajo:** Diseño y comunicación en la web
- país:** España
- secciones:** Artículos de diseño, archivos de históricos del diseño gráfico a nivel mundial
- colores:** Fondo blanco, tipografía en negro, uso de colores verdes y azules
- imágenes:** Imágenes a color, con varias de ellas en cada sección
- movimiento:** Carece de movimiento, sólo en los botones de ligas
- estilo:** Estilo muy simple, pantallas con la información necesaria
- dirección:** www.isopixel.net

## Conclusiones de páginas web

El diseño de la página web se debe diferenciar de otras páginas, ya sea del mismo tema o de otro distinto. La distribución de sus elementos decorativos, auditivos o animados debe llamar la atención del usuario, sin quitar importancia a la información.

Debe haber un manejo de blancos en su fondo, no utilizar mucha fotografía en fondos, sino más bien colores más sólidos, así como la utilización de figuras geométricas.

Así mismo tener un orden y legibilidad en las páginas, ya que el uso de ella permite realizar vínculos con otras, y si no tiene este orden puede ocasionar una confusión y mal uso de ella.

De igual forma hacer uso de animaciones en las fotografías, para otorgar al usuario una página más creativa y más llamativa a la vista.

Además de estas características gráficas, la página web cumple con otras más que benefician al usuario al que va dirigido el proyecto: es rápida, no crea algún costo extra (más que el necesario para contratar o rentar por horas Internet), es de fácil acceso ya sea por tiempo o lugar y podría llegar a tener el éxito que se pretende alcanzar.



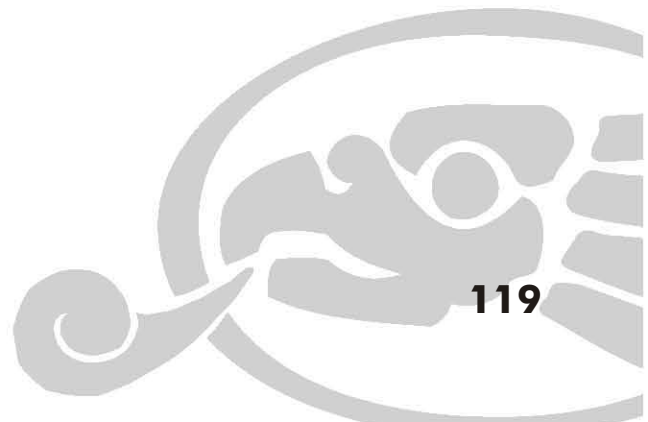
# **PARTE PRÁCTICA**

# INTRODUCCIÓN

Después de conocer el desarrollo de la historia del diseño gráfico mexicano, se buscó los temas que de mejor manera sirvieran al desarrollo de proyecto. De esto resultó la realización de una página web (medio que se tomó de los resultados obtenidos de la encuesta). Observadas las características de la página web, ésta ofrece ser un medio de acceso rápido y fácil para el usuario, así como el vehículo para una interacción entre el cibernauta y el diseñador.

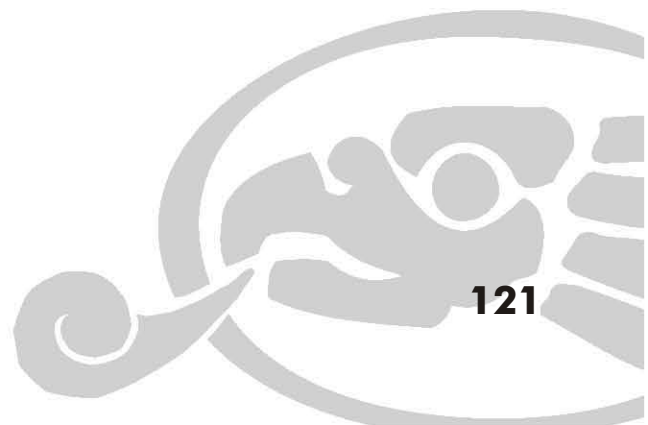
Pero todo producto o servicio necesita de promoción para que la gente lo conozca; por tanto, una campaña de promoción resulta importante para el proyecto de *México diseña*. Para esta campaña se tomó en cuenta los medios de mayor de interés para los usuarios. Estos resultados fueron tomados de la encuesta, la cual se encuentra al inicio de la tesis.

Se creó este proyecto como una mini empresa, la cual necesita de una organización administrativa; de igual manera se vio la forma de sustentar el proyecto, considerando los gastos para la campaña, el hospedaje y los honorarios del consejo editorial y colaboradores.



# CAPÍTULO 6

Briefing



# Necesidad

En las escuelas de diseño gráfico, los estudiantes y diseñadores no cuentan con el material informativo suficiente para conocer acerca del diseño gráfico de México y, en especial, a los diseñadores que laboran en nuestro país y sus trabajos, lo cual les permitiría elevar sus conocimientos. Es por ello que se necesitó el desarrollo de una solución que esté al alcance de los estudiantes y egresados, tomando en cuenta principalmente las opiniones de aquéllos.

Con base en estas opiniones, sacadas de las encuestas, fue necesario el desarrollo y diseño de una página web que contenga información acerca del diseño gráfico en México. Así mismo, es importante la difusión y promoción de esta página, para darla a conocer a los estudiantes y diseñadores, haciendo uso del recurso de postales y carteles, por ser considerados medios de difusión que llaman la atención del público.

# Objetivo

El desarrollo y diseño de una página web sobre el diseño gráfico, tiene el objetivo de ofrecer un medio de información de acceso fácil y rápido, prácticamente gratuito, para los estudiantes y egresados de diseño, comunicación visual y carreras afines.

# Perfil público meta

La página web será dirigida principalmente a los estudiantes de diseño gráfico de todas las universidades y escuelas técnicas de México o de habla hispana, con edades entre los 17 y 24 años, de todas las clases económicas, a quienes interese y sirva el tema; como público consecutivo, se piensa en los diseñadores profesionales a quienes interese conocer más acerca del tema.

# Recursos

## a) Humanos

Para la realización del proyecto de una página web, es importante contar con personal capacitado en el tema de informática, que ayude a supervisar las cuestiones técnicas.

Para uso de la información del trabajo de los diseñadores que va a ser presentado en la página Web, es necesario contar con la aprobación de éstos, por lo cual es importante solicitar una carta de autorización y si se requiere, pagar los derechos de autor.

A la vez, tener pláticas con diseñadores que puedan ofrecer más información específica acerca del diseño gráfico.

Así mismo, es importante contar con el personal capacitado en el área de diseño gráfico, que se encargue del diseño editorial e identidad gráfica de la página Web. También se contará con personal que ayude a la organización y administración de la página, que se encargue de evaluar y observar las necesidades de los empleados, de los clientes y del proyecto.

## b) Materiales

Es importante contar con el mayor recurso material de diseño gráfico que se tenga al alcance y que se pueda utilizar, ya que permitirá un mejor conocimiento de los diseñadores y sus trabajos del país, además de conocer el desarrollo del diseño en distintos lugares de México; esto, mediante obtención de libros, revistas, postales,



fotografías, así como de información en exposiciones, conferencias, pláticas, encuentros de diseño, entre otros más.

En los aspectos tecnológicos es importante contar con máquinas de cómputo para la realización de la página web; en el aspecto económico, está pensado que la página se sostenga mediante la publicidad de productos para diseño, como la papelería Lumen, revistas de diseño, etc.

### **c) De diseño**

Conocer los elementos y herramientas de diseño, que sirvan en el desarrollo y la difusión de la página web entre los estudiantes y diseñadores, como el diseño editorial que ayude al diseño de página y distribución de los elementos visuales; así mismo, el tema de publicidad para la difusión de la página, y los medios de información más adecuados para llevar al cabo dicha difusión, como por ejemplo las postales y carteles (son medios que transmiten la información a un mayor número de personas).

Diseño de identidad gráfica para la realización de una imagen que la diferencie e identifique de otras páginas de diseño.

## Enfoque

### **a) Conceptual**

La página web es realizada fundamentalmente para mostrar el trabajo de los diseñadores gráficos mexicanos a los estudiantes de diseño gráfico. La información se mostrará bajo los conceptos de evolución, movimiento y creatividad, dirigiendo así el diseño y elaboración de la página de una manera impactante y atractiva para el diseñador.

### **b) Expresivo**

La información que contendrá la página web se mostrará mediante animaciones en la presentación de fotografías o programas o al inicio de la página, resultando así más llamativa para el usuario, con interacciones e hipervínculos con otras páginas de diseñadores y estudiantes de otros lugares del país.

Además de ofrecer información más amplia y completa, y de esta manera tratar de satisfacer las necesidades del usuario.

### **c) Funcional**

Se dará la información de manera legible y entendible para los usuarios, así como interesante e impactante. Además de observar los problemas económicos a los cuales están sometidos los estudiantes, la realización de la página web será gratuita para todas las personas (con excepción del costo de renta de internet). También podrá tenerse acceso a ella en todo momento, contando con un equipo con conexión a Internet.

# Descripción de la solución

La página web contendrá los aspectos que los estudiantes de diseño desean encontrar o que necesiten buscar, como el desarrollo del trabajo de diseñadores (conferencias, exposiciones, experiencia laboral, premios, etc.), la historia y desarrollo del diseño gráfico en México, información de los eventos que se realizan a lo largo del país, la tecnología en el diseño, conferencias, etc. Todo esto, de una manera atractiva y funcional.

Ofrecerá la venta de revistas y libros que los usuarios deseen encontrar y una lista de bibliografía que muestre los libros o revistas existentes, tanto nacionales como internacionales.

Se centrará, principalmente, en la presentación de los diseñadores gráficos mexicanos y sus trabajos.

Se incluirá una conexión o *chat* con los estudiantes de diseño que tengan alguna pregunta o deseen alguna información en especial y realizar vínculos con las páginas de diseñadores de México. Se pretende que el proyecto sea consultado no sólo por los estudiantes, sino también por los diseñadores o personas que quieran conocer el diseño gráfico mexicano, permitiendo que las consultas se hagan en cualquier momento o tiempo, cuando se necesite la información o se quiera estar informado.

Se promocionará por medio de carteles, postales (estos dos son medios que ofrecen mayor alcance de audiencia), *banners* y anuncios en revistas (de diseño y otras más que no lo sean, que tengan mucho público y gran alcance en el territorio), con el fin de dar a conocer el proyecto y los servicios que ofrece.

## Descripción general de la página web

La página web estará dividida en cinco secciones principales, algunas de las cuales tendrán a su vez otras secciones. Cada sección fue escogida de acuerdo con los principales temas que a los usuarios les interesan, como la historia del diseño gráfico, conceptos, eventos de diseño, libros o revistas, trabajo de algún diseñador, etc. Estos temas fueron tomados de los sondeos hechos (como la historia del diseño gráfico); otros más, de los ejemplos analizados de las páginas web de México y de otros países, así como los eventos que se realizan alrededor del diseño, escuelas, concursos y más.

Dentro de la página web, las secciones se acomodan en orden descendente de acuerdo a la importancia que cada una genera, aunque todas en sí son importantes. De esta forma guiamos al usuario a escoger en primer lugar la historia del diseño gráfico mexicano.

Se incluyen vínculos o *links* con otras páginas relacionadas con el diseño, como despachos, universidades, organizaciones, librerías, revistas, etc., con el fin de otorgar al usuario más información y de interés a cualesquiera que sean sus necesidades.

Para el diseño de la página web, se tomó en cuenta el análisis de otras páginas, para observar las constantes de éstas y las innovaciones o creaciones diferentes para el proyecto.

De todas las características analizadas que se tomaron en cuenta, fueron los colores, la animación, el sonido y las secciones, los indispensables para el desarrollo de la página. Ésta usará como fondo el blanco, por permitir la legibilidad de los textos y la limpieza en su diseño, con los colores en las partes importantes de las pantallas, en los botones de las ligas, en imágenes o en los títulos, para dar mayor jerarquía a los textos e indicar a los usuarios los temas de mayor importancia, además de dar mayor armonía y ser agradable a la vista del usuario. De igual forma, la fotografía es un recurso importante para la transmisión de información y complemento de la misma y, siendo una página de diseño gráfico, es un elemento importante, ya que la mayoría de la información es gráfica (fotos, carteles, etc.).

El movimiento dentro de la página se verá en la introducción, así como en algunas de las imágenes, para romper con la estática y dar mayor dinamismo y que sea atractivo para el usuario, ya que el público principal está compuesta por jóvenes.

# Secciones de la página web

## **El diseño gráfico y el diseñador**

Esta sección estará hecha para la presentación bibliográfica y el aspecto laboral más sobresaliente de cada diseñador de México. Al inicio de la página se presentarán cinco de ellos que poco a poco se irán incrementando, produciendo una lista o directorio de diseñadores. Esta labor será realizada por personas del área de diseño.

## **Historia del diseño gráfico en México**

Esta sección mostrará cada mes un acontecimiento importante en la historia del diseño gráfico en México. Los usuarios podrán consultarla y obtendrán información amplia y relevante.

## **Conferencias, exposiciones y eventos de diseño**

En esta sección se proveerá con información de las futuras conferencias, exposiciones y eventos (encuentros) de diseño gráfico en los distintos lugares del país, dando información sobre inscripciones, fechas, lugar, etc. Al término de los eventos, se mostrará un reportaje de los expositores y trabajos de diseño gráfico. La investigación será hecha por el área de diseño y de recursos humanos.

## **Tus dudas y preguntas**

La sección de dudas y preguntas tendrá el fin de que los estudiantes y diseñadores pidan sugerencias, hagan preguntas acerca de un tema o busquen información específica acerca del diseño gráfico. Se les responderá, con la finalidad de crear una conexión o relación entre estudiantes y diseñadores. Las respuestas serán solucionadas, respondidas por los diseñadores gráficos que integrarán el equipo de la página web.

## **Artículos (revistas, periódico)**

Esta sección mostrará artículos editoriales e informativos de diseño gráfico que hayan salido en revistas, periódicos, folletos, etc., que contengan información importante y que ayude a incrementar el desarrollo de los estudiantes de diseño gráfico, bajo el permiso de la propia editorial.

Este permiso será solicitado y negociado por la organización del proyecto, bajo los parámetros que la editorial solicite para su re-publicación. El equipo de investigación y de diseño será el encargado de buscar la información.

## **Lista de diseñadores y directorio**

Al término de cada mes, los diseñadores que hayan sido mostrados al inicio de la página Web serán cambiados por nuevos reportajes de diseñadores, y los anteriores estarán colocados en una lista, la cual podrá ser consultada por los usuarios en el momento que ellos quieran o necesiten.

De igual manera, se hará una sección amarilla virtual de diseño, dando información de otros diseñadores o grupos de diseño, para ser contactados por los usuarios. Esta sección actuará como un directorio telefónico en la Internet, en la que se solicitará la información de ellos.

### **Asociaciones**

Se mostrará, mediante reportajes, el trabajo de alguna asociación o grupo de diseño que exista en el país, con el fin de dar a conocer su trabajo.

### **Bibliografía**

Esta sección será un listado de libros y revistas que existan en el mercado, proporcionando los nombres de ellos (por medio de las editoriales) para venta y compra de los mismos y, posiblemente, bibliografía de otros países, que pueda ser útil para los usuarios.

# CAPÍTULO 7

México diseña



## Búsqueda del nombre

El nombre es lo que distingue o identifica a una empresa de otra, a un producto de otro, etc. El nombre está envuelto dentro de toda clase de conceptos e ideas, que permiten al cliente diferenciarlo de otros nombres.

Un ejemplo de esto es la Internet; dentro de ella, existe una inmensa cantidad de páginas, así como de temas, que no permiten la identificación de cada una, pero el usuario puede ingresar a la página que quiere con facilidad, con tan sólo recordar su nombre, o al clasificarlas por temas en un “buscador”.

Dentro del bloque de México, se tomaron las palabras **sabor, azteca y México**.

La palabra azteca, se tomó por las connotaciones que tiene: pueblo, raíz, cultura, dialecto, entre otras; sabor, por la alegría, la comida, los colores, etc., que ofrece la palabra México y por lo que representa el país y México, ya que no hay mejor manera de decir que está hecho en México que con esta palabra.

### Diseño gráfico

forma	manos
fondo	mente
color	recorte
imagen	collage
idea	técnica
estilización	composición
creatividad	equilibrio
conceptos	comunicación
abstracción	mensaje
lápiz	virgola
ilustración	medio impreso
papel	diseñadores

### México

país	dialectos
tradición	raíz
colorido	español
gente	centro américa
Tequila	música
nopales	México
sombrero	sabor
aztecas	nopal
mariachis	sombrero
guitarras	albures
chiles	símbolos
artesanías	

La búsqueda de un nombre que sea diferente y que identifique el proyecto es de vital importancia, ya que le brinda todo un significado alrededor de la palabra, además de una imagen.

Para encontrar un nombre apropiado es necesario hacer una lista de todas las palabras que se relacionen con diseño gráfico y México.

Dentro del bloque de diseño gráfico, se tomó en cuenta las palabras diseño gráfico e imágenes, ya que el tema de la página se refiere a esto y es lo que se quiere representar en su nombre.

Las palabras **diseño gráfico, imagen, azteca, sabor y México**, se utilizaron como conceptos, los cuales se combinaron y se mezclaron para la selección de un nombre y de una imagen para el proyecto, buscando como referente la diferencia, la creatividad y la evolución, diferenciándola de otros proyectos.

Listas de las palabras relacionadas con diseño gráfico y México, para la búsqueda del nombre del proyecto.

## Selección del nombre

**Diseñado en México**  
**Digramex**  
**Diseño con sabor a México**  
**México lindo y... Colorido**  
**México en el diseño** ✓  
**Sabor gráfico**  
**México crea y diseña**

**México en el diseño** resulta ser un nombre propicio para el proyecto, ya que refiere el rumbo de la página y los temas que se pueden encontrar en ella. Para una mayor recordación del nombre se decidió sintetizar un poco más el nombre, quedando el nombre de la página como "**México diseña**". Para complemento del nombre, se colocará en el nombre la descripción del proyecto "Sitio web de diseño gráfico mexicano".

**México en el diseño**  
 ↓  
**México diseña**

Lista con los posibles nombres y selección del nombre para el proyecto.  
 Corrección del nombre seleccionado para sacar el final.

## Selección de la tipografía

La tipografía es la diferencia que hay entre una fuente y otra, en rasgos o características en sus formas. Por ejemplo existen tipos o letras con patines, sin patines, decorativas, manuscritas, de molde, condensadas, extendidas, etc.

Todas estas características son las que permiten el uso diferenciado de ellas. Así, cuando se necesita un tipo de letra especial que ayude a soportar y reflejar el significado de un nombre, estos rasgos nos ayudan para elegir correctamente.

✓ **México diseña**  
 México diseña  
 México diseña  
 México diseña  
 México diseña  
**MÉXICO DISEÑA**  
 ✓ **MÉXICO DISEÑA**



## Fuente y variantes

### Lithograph

**AA BB CC DD EE FF  
GG HH II JJ KK LL  
MM NN ÑÑ OO  
PP QQ RR SS TT UU  
VV WW XX YY ZZ  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0**

Los rasgos de la fuente lithograph son ideales para el título del proyecto, ya que dan un dinamismo a la letra que no se consigue con otros tipos.

### Arial rounded

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff  
Gg Hh Ii Jj Kk Ll  
Mm Nn Ññ Oo  
Pp Qq Rr Ss Tt Uu  
Vv Ww Xx Yy Zz  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0**

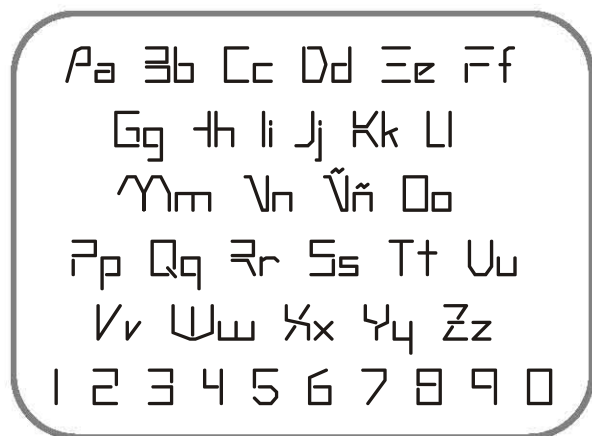
Para darle mayor dinamismo y contraste al nombre, se escogió la fuente arial, con rasgos redondos para no perder por completo el movimiento en las letras.

# MÉXICO diseña

sitio web de diseño gráfico mexicano

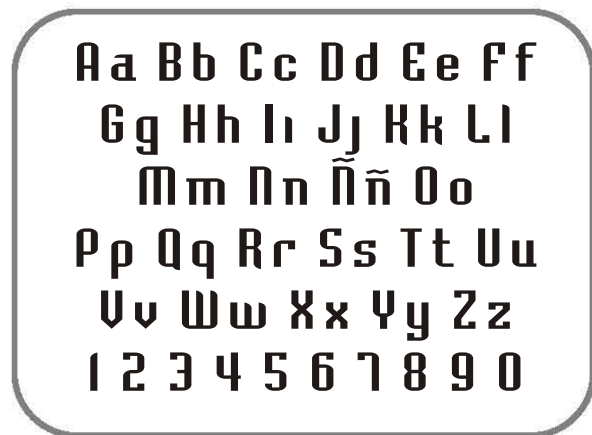
Las fuentes auxiliares, son fuentes que se utilizan para títulos, titulares, pequeños textos o grandes textos, sirven para dar mayor dinamismo dentro de una publicación o medio informativo.

## Andromeda



La fuente andromeda se utilizará para la página web, para títulos de las secciones, ya que sus rasgos futuristas contrastan con el texto. Algunas de sus letras serán modificadas para mayor legibilidad.

## Baccus expanded



Para los medios publicitarios e impresos, se utilizará esta fuente , y variantes de ella para textos pequeños.

## Times new roman

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff  
Gg Hh Ii Jj Kk Ll  
Mm Nn Ññ Oo  
Pp Qq Rr Ss Tt Uu  
Vv Ww Xx Yy Zz  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0**

Para páginas de Internet con texto, sólo se permite el uso de la fuente Times, por tanto ésta será usada en los textos del proyecto.

## Imagen y bocetos

La imagen es un símbolo que encierra los conceptos que envuelven todo un proyecto.

Una imagen se puede representar a través de una letra, un dibujo o un símbolo.

De esta forma, para la imagen del proyecto se trabajó con los aspectos de tradición y elementos aztecas, transmitiendo los conceptos de tradición, evolución y color, que serán mostrados como un símbolo que hablará por sí solo, de que es mexicano.

Para encontrar la imagen ideal, primero se realizó una lista de los diferentes elementos que pudieran definir a *México diseña*.

### México diseña

águila

**azteca**

sombrero

mariachi

**nopal**

manos

**lápiz**

ojo

color

**virgola**

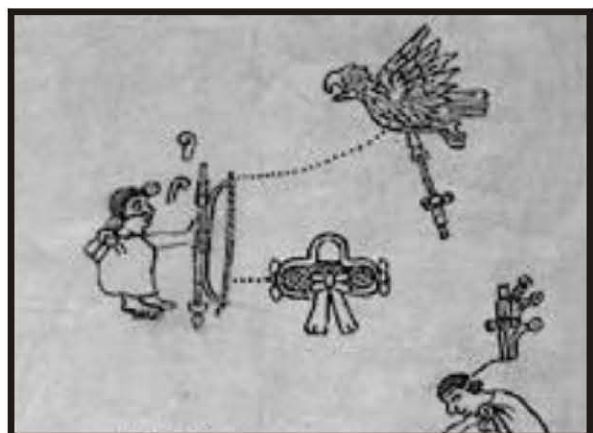
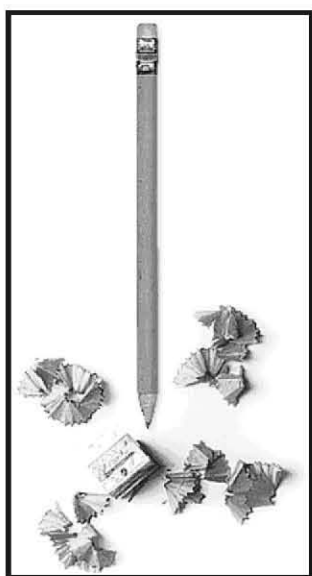


Imagen de referencia para bocetaje.



▲ ▼ ▶  
Imágenes de referencia para bocetos.



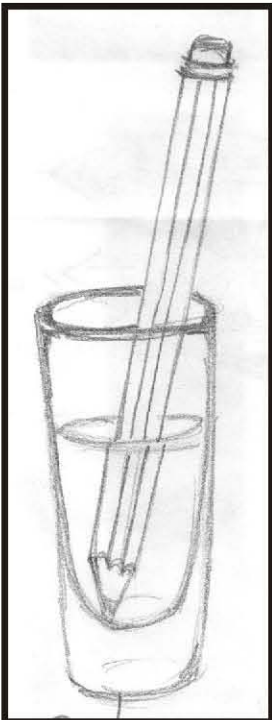
◀ ▶ ▲ ▼  
Imágenes de referencia para bocetos.



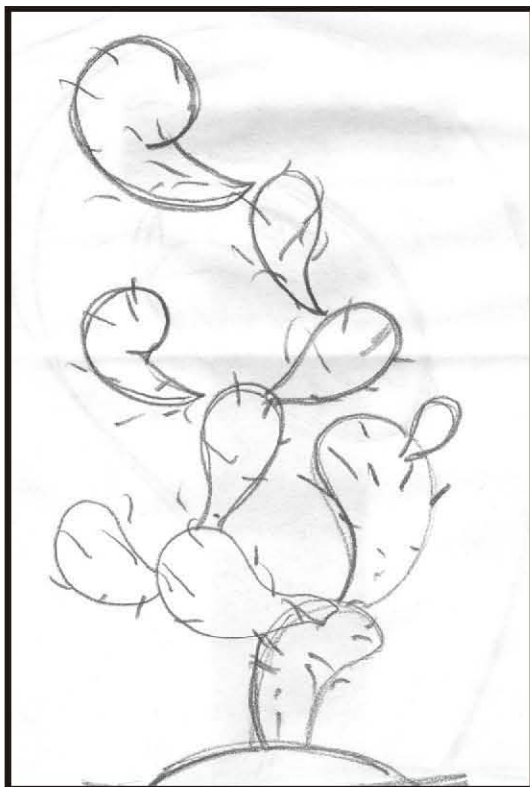
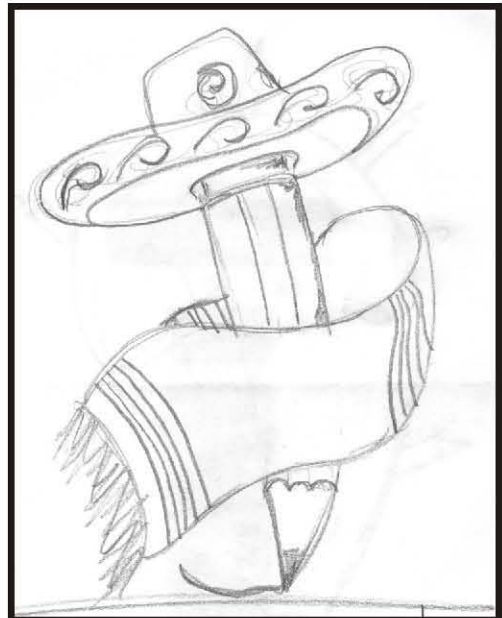
Imágenes de referencia para bocetos.



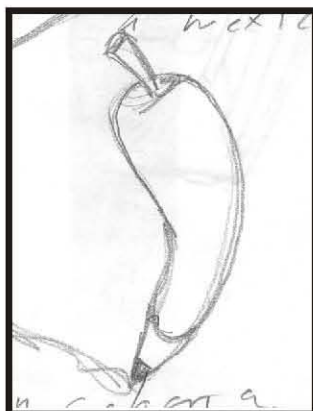
Boceto para la imagen de México diseña, utilizando los elementos de lápiz y sombrero.



Boceto para la imagen de México diseña, utilizando los elementos de lápiz y sombrero.



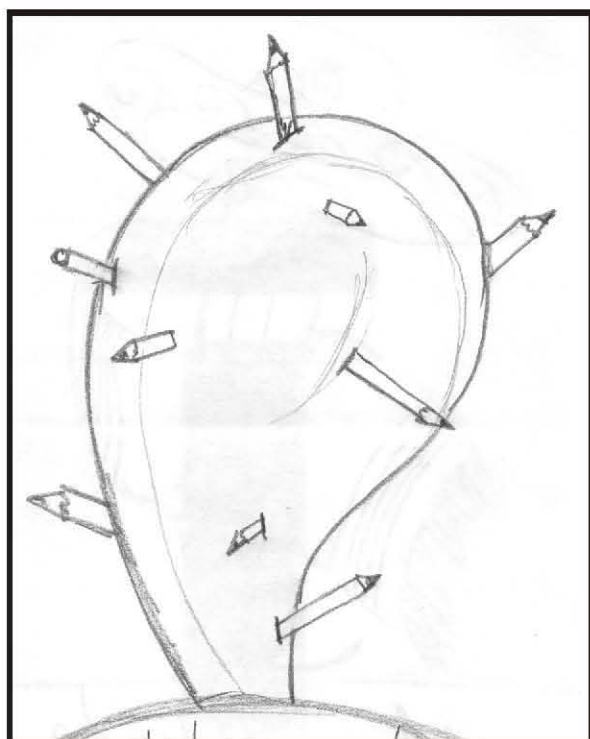
Boceto para la imagen de México diseña, utilizando los elementos del nopal y la virgola.



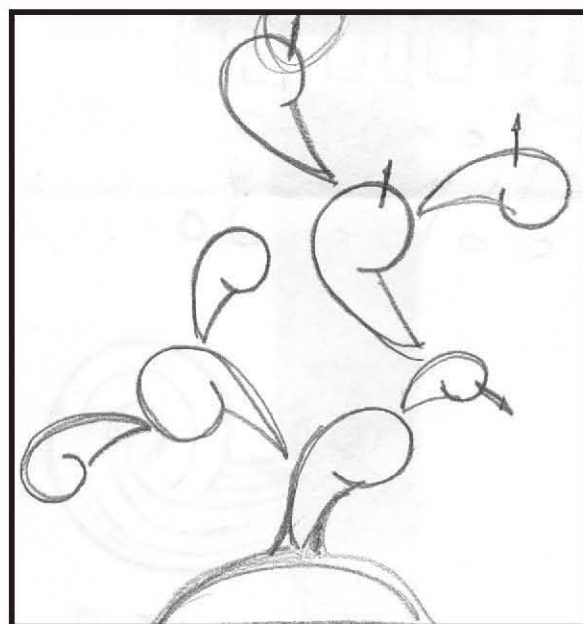
▲ Boceto para la imagen de México *diseña*, utilizando los elementos del lápiz y el chile.



▲ Boceto para la imagen de México *diseña*, utilizando el elemento del águila y el lápiz.



▲▲ Bocetos para la imagen de México *diseña*, utilizando los elementos de la virgola y el nopal.





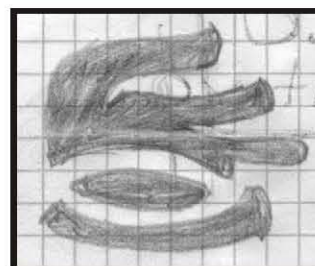
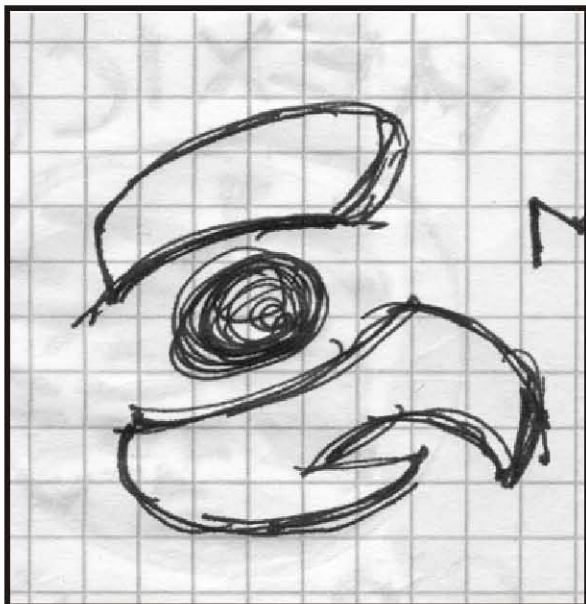
## Guerrero águila azteca

Buscando en la simbología azteca, se encontró el símbolo del guerrero águila azteca o caballero águila. Ésta era una insignia que se le otorgaba a los aztecas más importantes para diferenciarlos de la demás gente del pueblo; era el rango más alto dentro de la organización social entre los aztecas, además de representar fuerza y poder.

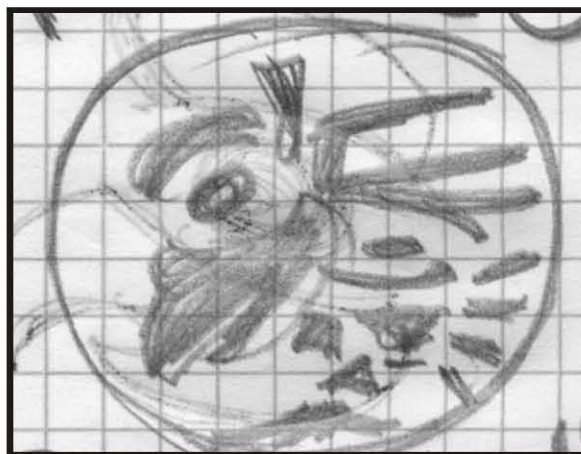
El águila tiene varios significados muy importantes para el pueblo mexicano: se encuentra en la bandera nacional; en la mitología azteca, Quetzalcóatl es representado como una serpiente y un águila. Actualmente, el gobierno mexicano condecora con la medalla Guerrero Águila Azteca a gente importante para nuestro país.



## Bocetos



▲ Boceto utilizando parte del símbolo para el diseño de la imagen del proyecto.

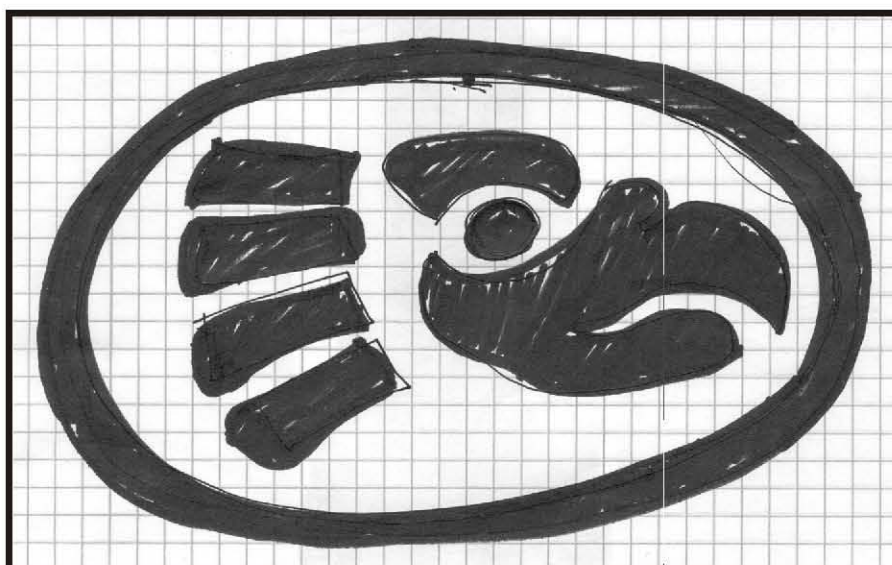


▲▲ Bocetos utilizando el símbolo completo o parte para el diseño de la imagen del proyecto.





Bocetos finales, utilizando partes clave de un águila.



Boceto del símbolo de la virgula, como elemento complementario a la imagen de México diseña.

## Imagen final de México Diseña



Propuesta número uno, a blanco y negro, utilizando las tipografías seleccionadas, junto con elemento decorativos.

Bocetos a blanco y negro, utilizando las tipografías seleccionadas, sin los elementos decorativos y con el uso de la composición visual de los elementos de la imagen





Boceto final de la imagen del proyecto de México diseña, utilizando los recursos visuales de composición de las palabras y tamaños.

## Color

El color es un recurso de diseño para darle a una imagen mayor impacto visual. Permite atraer la atención del público, y muestra con mayor claridad un mensaje; por ejemplo si se está triste se usa colores azules o grises, si se quiere decir que estamos enojados o tenemos ira, podemos utilizar rojos o negros, etc. El color es un recurso de gran utilidad para la imagen.

Para la imagen de *México diseña*, se pensó en los colores verde, rojo y azul; los dos primeros, por simbolizar los colores de nuestra bandera; el azul, por ser un color que contrasta y tiene armonía con los otros dos.

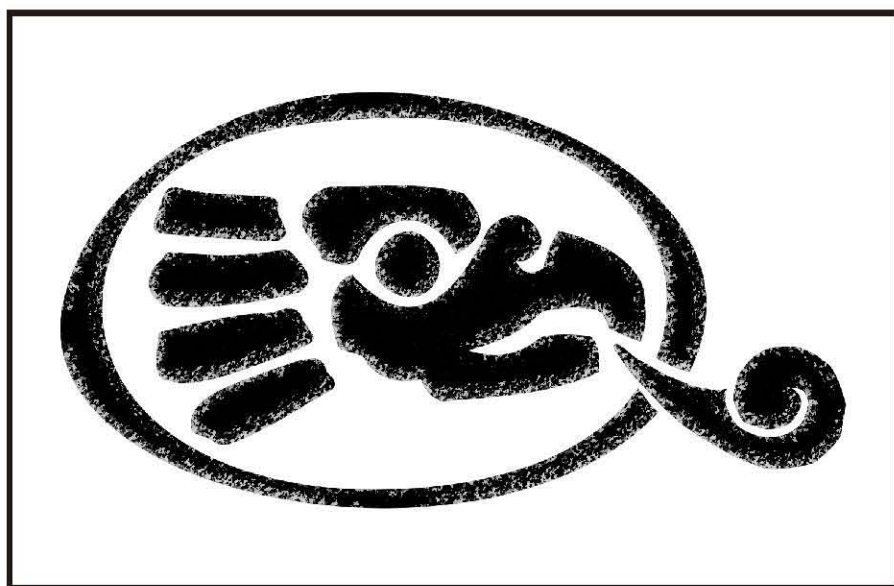
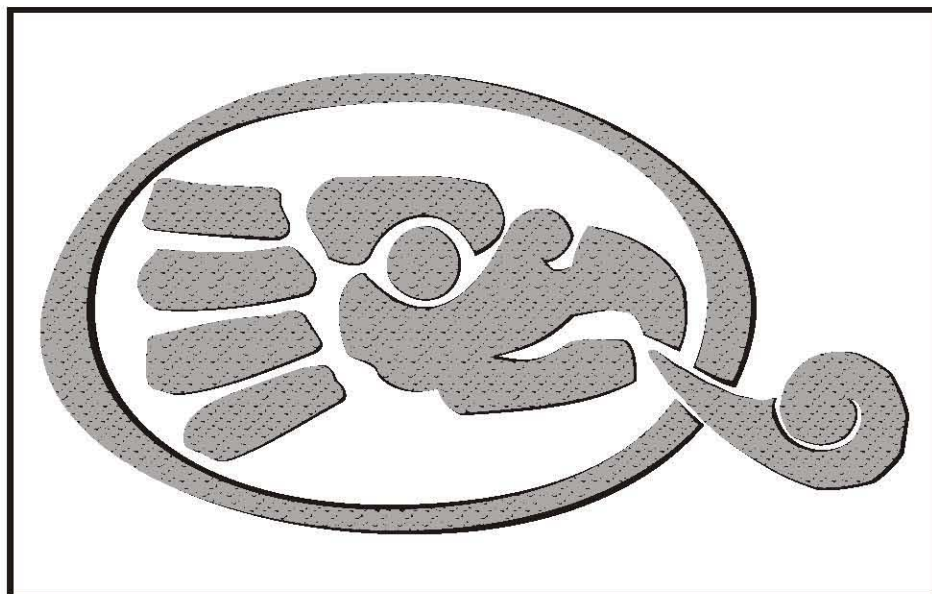


Imagen a color y variante de composición y tamaño en la palabra creativo.

## Textura

La textura es la sensación visual que tiene una superficie (se puede ver rugosa, con volumen, etc). Es un recurso de diseño que se utiliza para resaltar algunas palabras o imágenes que sean importantes, o que la imagen requiere para transmitir un mensaje.

La textura en la imagen se utiliza para resaltar el símbolo de cualquier otro elemento que se encuentre alrededor de él. De igual forma, este recurso servirá para darle variedad y dinamismo a la imagen en sus diferentes aplicaciones, y para romper con la monotonía de lo que siempre es una imagen estática, con formas que nunca cambian.



◀ ▶  
Bocetos de diferentes texturas que se pueden utilizar para la imagen y variantes de ella.

# CAPÍTULO 8

Página web

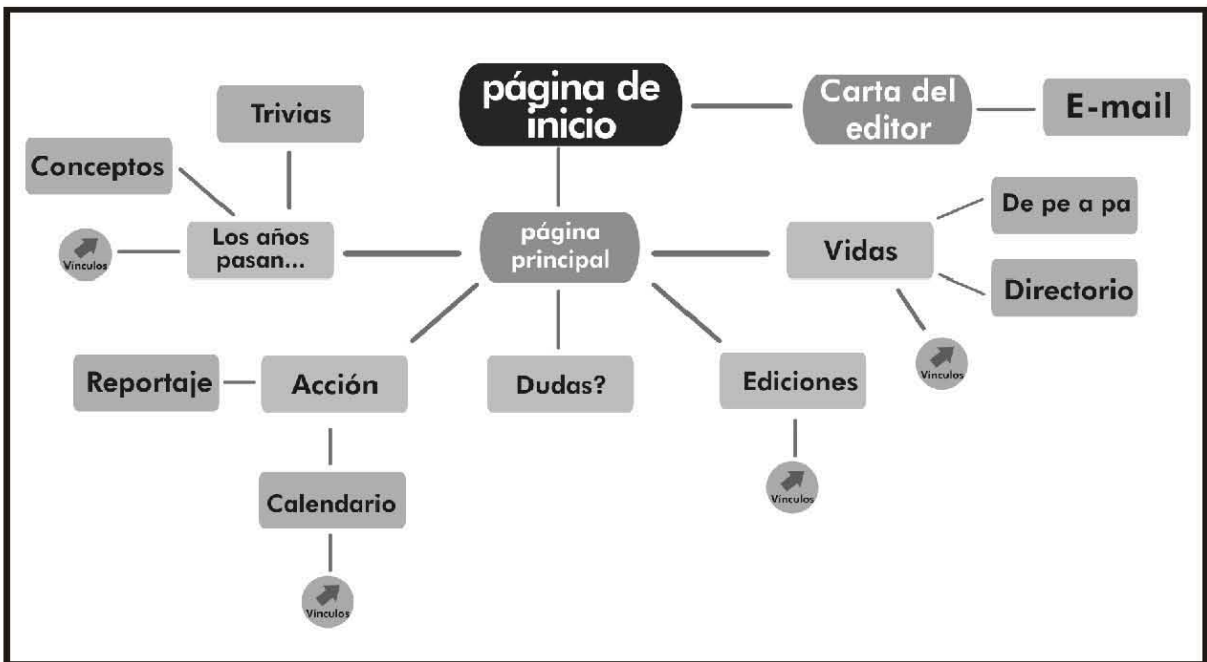




# Organigrama

De acuerdo con los resultados del sondeo que se realizó a los estudiantes y egresados de diseño gráfico de las universidades de Michoacán, se seleccionó los temas para dividir la página web en secciones, y colocar la información para que conozcan acerca del diseño gráfico mexicano.

Organigrama de las secciones y enlaces de la página web de México diseña.



## Secciones

### Carta del editor

La sección de Editor se dedicará a dar una información o mensaje dirigida al público; en ella se podrá hablar de diseño, de alguna noticia de algún diseñador o parte de la historia del diseño gráfico mexicano; de igual forma, podrá ser escrita por cualquier diseñador que sea parte del consejo de diseñadores, aportando información importante al público diseñador.

La primera edición será escrita por el director general, y de igual forma estará dirigida al público. Esta sección iniciará con el tema “Diseño gráfico y comunicación visual”, el cual servirá de introducción a la página web.





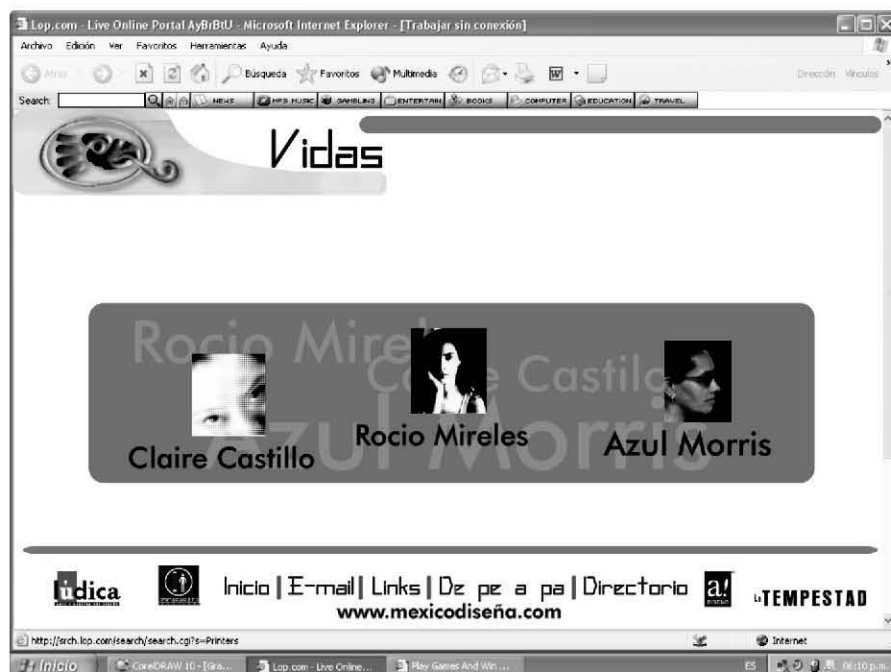
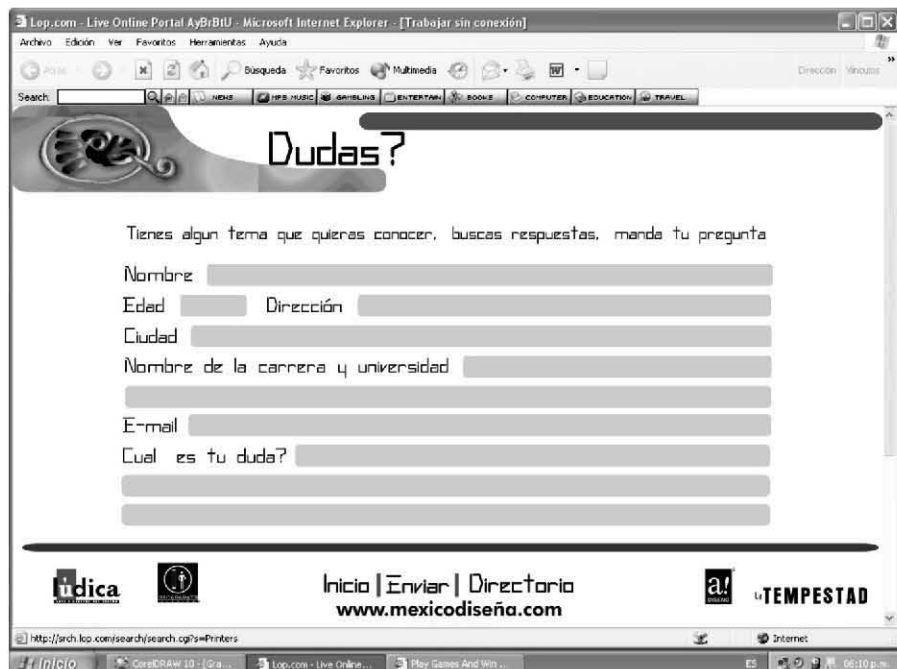
## ¿Dudas?

Se colocó la sección de E-mail para tener un enlace entre el público y los diseñadores. A ella podrán mandar alguna pregunta o duda que tengan.

También servirá para tener un registro de la cantidad de personas que ingresen a la página, quienes formarán parte de una comunidad de diseñadores estudiantes de *México diseña*, con el fin de poder

establecer una relación para compartir información importante a los diseñadores y los estudiantes, además de poder observar la participación de nuestros clientes y medir el alcance que tiene la página de *México diseña*.

Esta sección podrá ser encontrada en cualesquiera de las otras secciones de la página web.



## Vidas

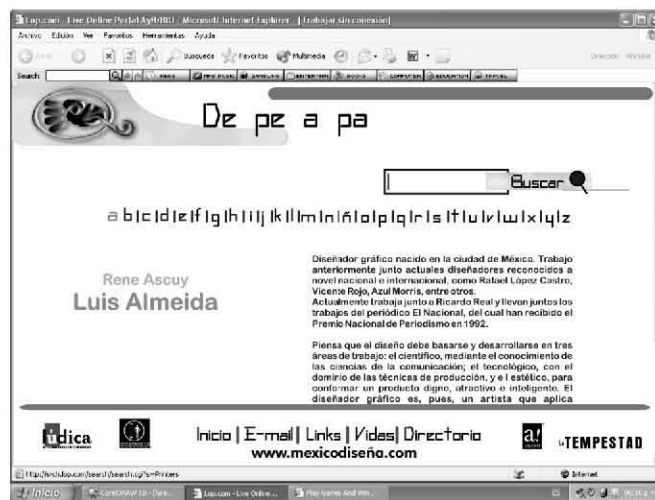
Vidas es la sección en la que se expondrán las biografías de algunos diseñadores y su trabajo; serán alrededor de seis diseñadores cada 3 meses.

Las biografías serán hechas por colaboradores de la página web mediante entrevistas, reportajes dados por revistas o reportajes hechos por otros diseñadores.

## De pe a pa

Esta sección estará enlazada directamente con la sección de Vidas; en ella se encontrará a todos los diseñadores que anteriormente hayan aparecido en dicha sección. De otros, que aún no hayan figurado, se tendrá alguna semblanza.

Esta sección tiene la intención de almacenar en un directorio a todos los diseñadores mexicanos. Estos estarán colocados de forma alfabética, para mayor facilidad de identificación.

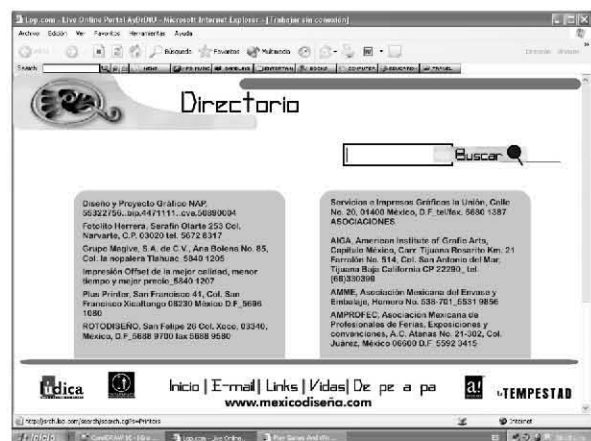


## Directorio

Es la sección amarilla virtual de la página web. En ella se encontrarán almacenados los despachos, imprentas, papelerías, entre otros más, que pueden servir tanto a los otros diseñadores, como a usuarios externos que ocupen de algún servicio de diseño.

En esta sección se pretende vender los espacios para quienes deseen ser incorporados; por tanto, cualquier despacho o negocio de cualquier parte de la república puede comprar un espacio.

Esta sección se publicará en buscadores de Internet, con el fin de que el público no diseñador que desee contratar diseño, pueda encontrar con facilidad este servicio.



## Los años pasan...

Ésta es otra de las secciones más importantes dentro de la página *México diseña*; en ella se hablará de la historia del diseño gráfico mexicano.

Esta sección servirá, además, para dar a conocer la historia del diseño gráfico en México, para medir el nivel de conocimiento que se pretende introducir en los estudiantes y egresados de diseño gráfico. Para lograr esto, a mitad de la temporada (3 meses), se quitará la información y en su lugar se realizará una trivía, cuyas respuestas el usuario tendrá que enviar.

Al final de la temporada se publicarán los resultados, y se pretende que la trivía mejor contestada tenga una recompensa, como por ejemplo el ingresar a algún evento de diseño, o un libro (premios que se tratará de conseguir por medio de los patrocinadores); esto, con el fin de motivar a los usuarios a participar en las trivias y, además, servirá para que se interesen en la información de la historia de diseño gráfico.

Esta misma mecánica podrá ser utilizada en ocasiones en la sección de Vidas.



## Conceptos

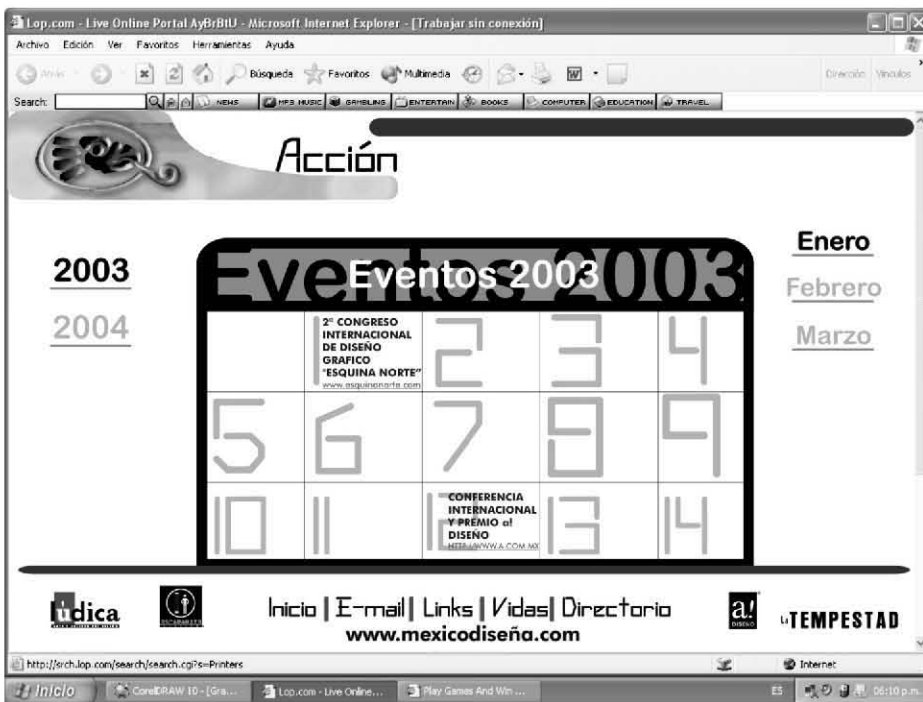
Conceptos, será la información de ciertos significados acerca del diseño gráfico, que puedan servir a mejorar el conocimiento de los estudiantes de la carrera, de una manera fácil y que los usuarios entiendan. Esta información será publicada en ocasiones en la sección de Los años pasan...

De igual forma, esta información servirá para realizar las trivias posteriores al tema, y con el fin de medir el nivel de conocimiento de los usuarios e interesarlos en los temas de diseño gráfico mexicano y en otros alrededor del diseño gráfico.

## Acción

En Acción se publicará los eventos, congresos, conferencias, etc., relacionados con el diseño gráfico mexicano, calendarizados para que el usuario se entere de ellos y pueda asistir, teniendo un enlace directo con la escuela o empresa que organiza tales actividades.

Al final de cada evento se realizará un reportaje acerca de lo sucedido, o respecto de algún conferencista. De igual forma, se publicará alguna entrevista u opinión acerca del evento, enterando a los usuarios acerca del mismo, con la finalidad de que conozcan y se animen a participar en los siguientes.

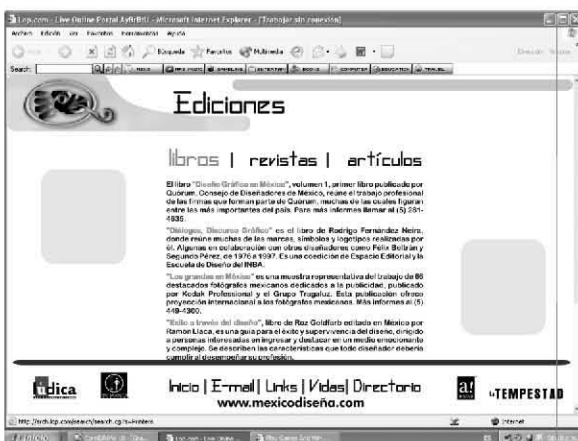


## Ediciones

En esta sección se hablará de los libros y revistas, tanto nacionales como internacionales, acerca del diseño gráfico.

Se dará información concreta acerca de la publicación, para que el usuario la conozca; además, se proporcionará el precio y el lugar en el cual se puede conseguir.

Para las revistas, se dará información de cómo suscribirse y habrá enlaces directos con su página web, para que el usuario conozca la revista y su información.



# Organización y Consejo Editorial

## ¿Quién es el dueño de la página?

Siendo la diseñadora de la idea del proyecto, seré la dueña intelectual de dicha página y cubriré el 5% de los gastos económicos, además me encargaré de contactar a los diseñadores que participarán dentro del Consejo, así como a los patrocinadores. El resto del dinero se obtendrá por medio de los patrocinadores.

## ¿Quién va a ser parte del Consejo?

Estará conformado por diseñadores, que tengan experiencia dentro del campo, y cuyos nombres representen un respaldo al proyecto.

Estos diseñadores serán seleccionados por mí, bajo asesoría y consejo de mis maestros de diseño, por ser las personas que mejor experiencia y conocimiento tienen acerca del tema, de igual forma se pretende investigar con otras escuelas y otros profesionistas. Este Consejo tiene el fin de otorgar una información más completa acerca de la historia del diseño gráfico mexicano; así mismo, permitir un mejor desarrollo de la página y un dar un apoyo respetable al proyecto.

Se piensa que el consejo permanezca de tres a cinco años, ya que es un tiempo importante que permiten ayudar el desarrollo de la página, además que cada día aparecen otros diseñadores cuyo trabajo ya se reconoce y permite que el proyecto se llene de información nueva y trabajos nuevos o, en su caso, tener a algunos de sus miembros por un lapso indeterminado, que presten de alguna manera, una mejor ayuda a la página web.

## ¿Quién es el director general del consejo?

De entre los diseñadores que se escogerá, el Consejo elegirá al Director General, así como los demás puestos de los miembros.

## ¿Qué puestos son necesarios?

Director general  
Secretario  
Administrador  
Fotógrafo  
Encargado de relaciones públicas  
Consejo de diseñadores para los temas  
Publicista o mercadólogo  
Entre otros

Estos puestos son necesarios e importantes para el tema de la organización administrativa de la página web, la cual más adelante se explica.

## ¿Quién selecciona a los diseñadores que aparecerán dentro de la página en la sección Vidas?

El consejo se encargará de elegir a los diseñadores que aparecerán dentro de la página por cuenta de ellos y/o por petición por parte del diseñador que esté interesado en que sus trabajos aparezcan en la página.

El Consejo calificará si los trabajos presentan calidad o no, y decidirá si aparecen o no dentro de la página web.

## ¿Cómo son seleccionados?

Los diseñadores deberán cubrir ciertos parámetros o requisitos que el Consejo establezca para que su trabajo, se considere para que aparezca dentro de la página.

## ¿Qué parámetros se requieren?

Los parámetros serán delimitados y establecidos por el Consejo, principalmente. Algunos parámetros ya considerados por su importancia son:

- 1- Haber cursado y terminado la Licenciatura de Diseñador Gráfico o equivalentes a ella, como por ejemplo Diseño y comunicación visual.
- 2- Tener una experiencia laboral de 3 años o más.
- 3- Tener una carpeta de trabajo (currículum).

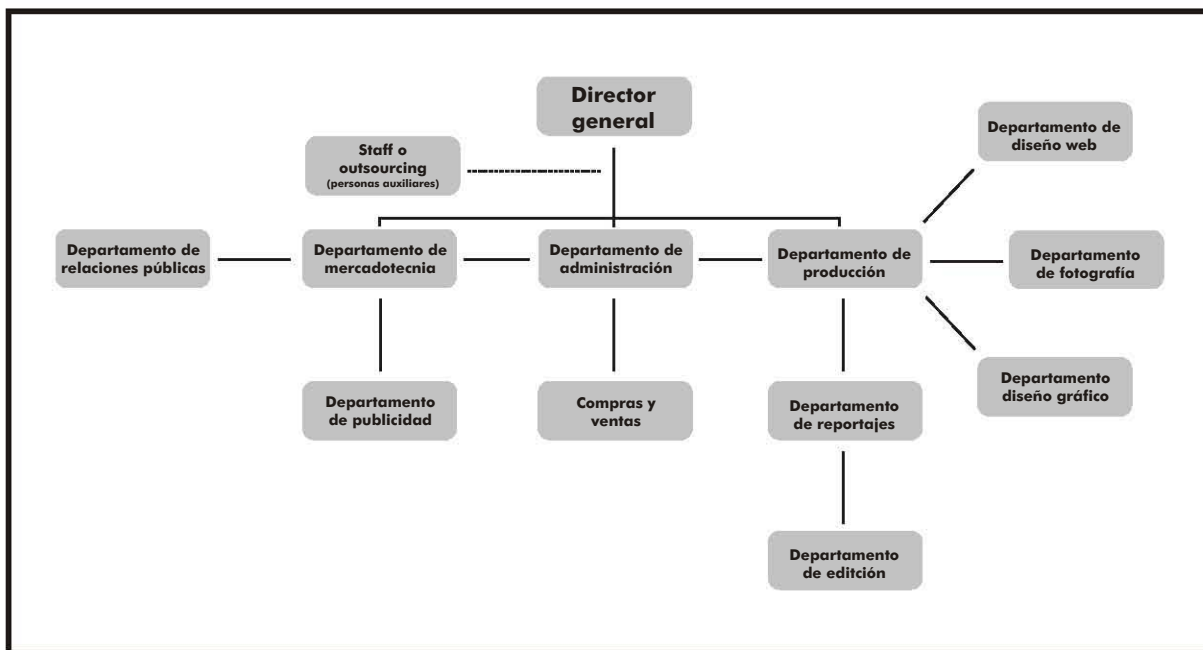
\*Todos estos parámetros están realizados para el funcionamiento correcto del proyecto, las cuales se podrán modificar, como vayan cambiando las necesidades y los problemas del usuario. Esto con la finalidad de ofrecer un mejor proyecto.

# Organización administrativa

**México diseña** se organiza como una pequeña empresa para mejor administración de la página y sus resultados. En el organigrama se nota la forma y dirección en la cual fluirá la comunicación que habrá entre los departamentos. Los jefes de los principales departamentos informarán al director general y entre ellos mismos de todas las actividades importantes dentro de la empresa.

Cada departamento fue escogido por la importancia que representa dentro de una empresa. No fueron escogidos al azar, sino de acuerdo con las tareas específicas que se desarrollan en el interior de la empresa.

Organización administrativa de México diseña



## Director general

El director general es el encargado del proyecto. El tendrá comunicación con los jefes de los tres departamentos principales y con los *outsourcing*. Estará supervisando el trabajo de cada departamento, teniendo a su cargo a un secretario que le ayude en su trabajo.

principalmente, a través de los patrocinadores o en base a cuotas, como venta de espacios publicitarios dentro de la página web, del directorio virtual o inscripción de usuarios a la página).

## Departamento de Mercadotecnia

El departamento de mercadotecnia, se encargará de ofrecer y otorgar espacios publicitarios a clientes; estará al cargo del departamento de relaciones públicas y publicidad.

## Outsourcing

Los *outsourcing* son personas que se contactadas sólo cuando su trabajo es requerido. No siempre están en la empresa, pero se ocupa de ellas eventualmente.

El departamento de relaciones públicas, se encargará de relacionarse con los patrocinadores y contactar a los *outsourcing*, así mismo como de las encuestas o estadísticas que se requieran para el mejoramiento del proyecto.

En este departamento se encuentra el consejo de diseñadores, solo serán llamados cuando su trabajo se requiera, ya que por sus múltiples actividades no se pueden considerar de planta, a este grupo de personas se le otorgará una recompensa monetaria, por su trabajo (dinero que se pretende obtener,

El departamento de publicidad, se encargará de realizar la estrategia de medios, así como el espacio de publicidad a clientes, entre otras cosas, su trabajo será entregado al departamento de producción y de ahí al departamento de diseño gráfico.



## Departamento de producción

El departamento de producción se encargará de realizar todo el trabajo necesario para la página web y para los medios publicitarios. Este departamento tendrá a su cargo otros cuatro, en el cual se conseguirá la información, la fotografía y el diseño para el proyecto. También dará solución a los trabajos que se requieran para la empresa.

Para este departamento será necesario que esté al cargo un diseñador gráfico, ya que por su experiencia en la materia es de gran utilidad.

## Departamento de administración

Este departamento se encargará principalmente a un administrador o contador que lleve las salidas y entradas de la empresa para un mejor control, tanto financiero como de organización.

# CAPÍTULO 9

Campaña de promoción



# Campaña de promoción

Para la promoción del proyecto es necesaria una campaña de promoción; ya que ésta se encarga de promocionar y publicitar un producto, una empresa o un servicio, utilizando recursos de fotografía, color y creatividad en el mensaje, de manera que éste impacte y llame la atención del público al cual se dirige.

Esta campaña de promoción, es con la finalidad de dar a promover la página web de *México diseña* al usuario, que es el estudiante y egresado de diseño gráfico.

Para esto es necesario, conocer los medios impresos y audiovisuales y, de esta forma, elegir los medios que mejor se acoplen y sirvan para la campaña, ya que no todos los medios pueden servir para el propósito necesario.

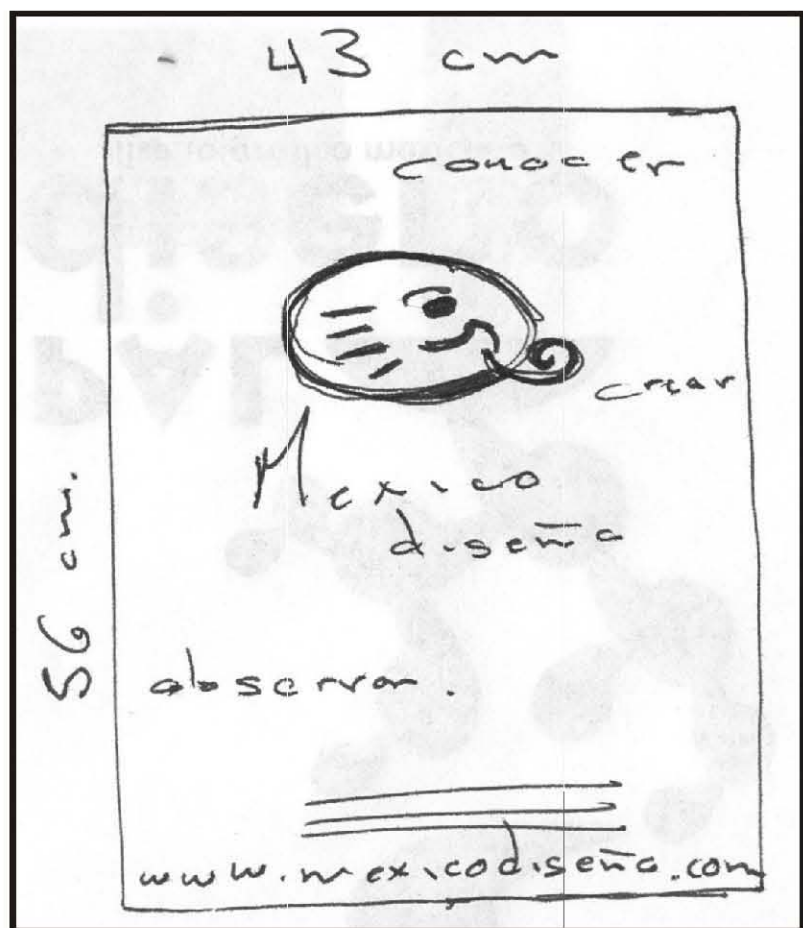
Al elegir los medios, es necesario contar con un calendario de salida de cada medio; esto es para que no se empalmen entre sí, ya que todo medio requiere de gastos, y el propósito es que realmente los vean y llamen la atención.

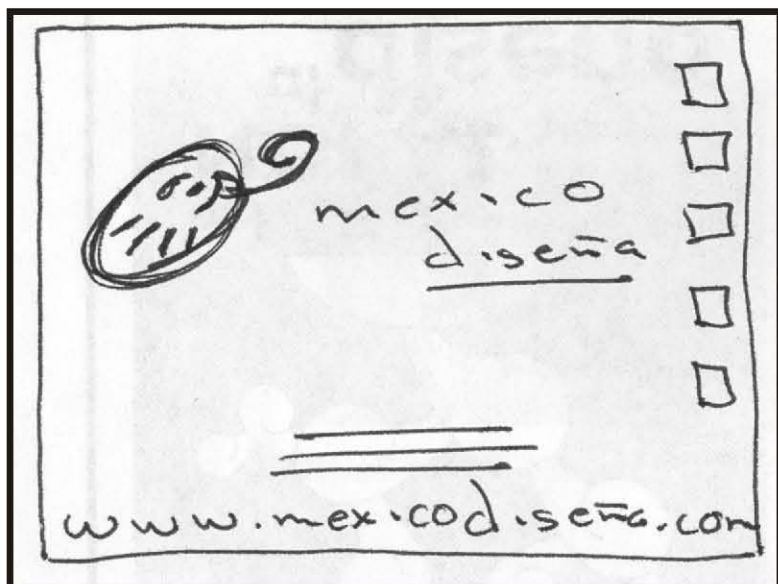
## Bocetos de carteles

Para la imagen que integrará de manera completa toda la campaña de promoción, se realizó los bocetos del cartel, buscando que tuvieran la imagen principal de *México diseña*, descripción general de la página, patrocinadores y un eslogan principal.

De los carteles se parte a los demás medios de comunicación, buscando su integración general.

Primeros bocetos de carteles, tomando en cuenta medida y composición.

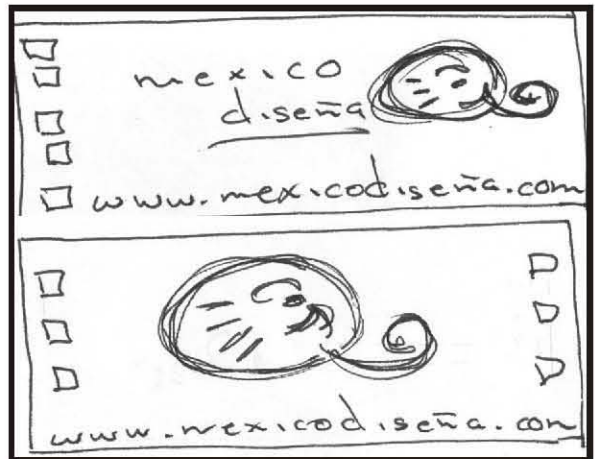
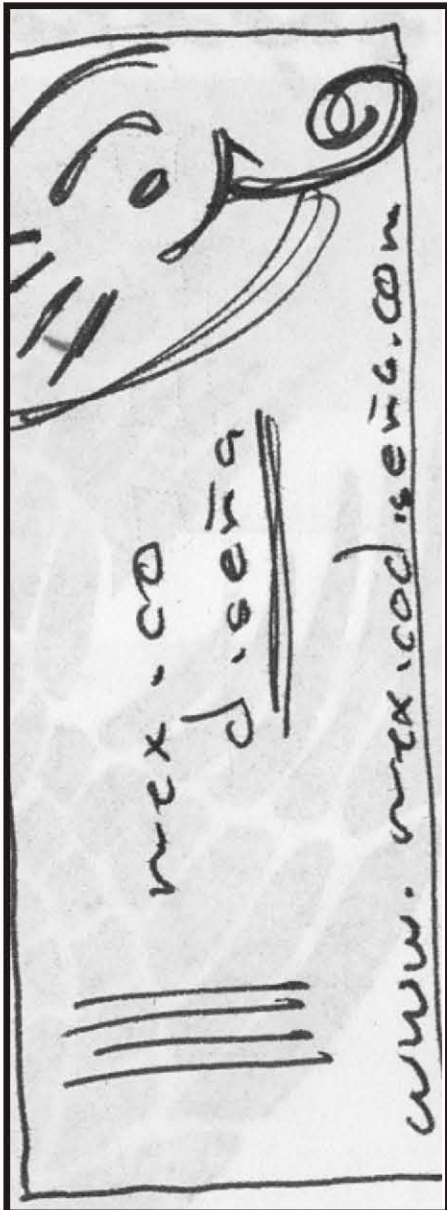




◀ ▲  
Bocetos de los carteles para México diseña, tomando en cuenta la composición.

▼  
Boceto de uno de los carteles, manejando una composición rectangular

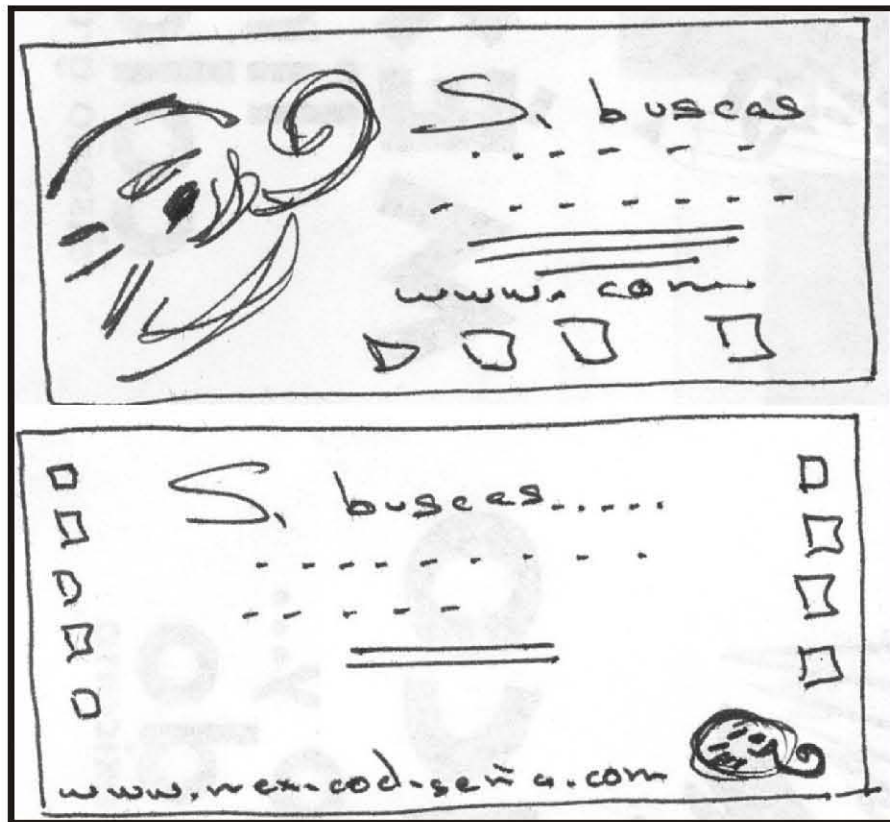




Bocetos de los carteles para la campaña de México diseña.

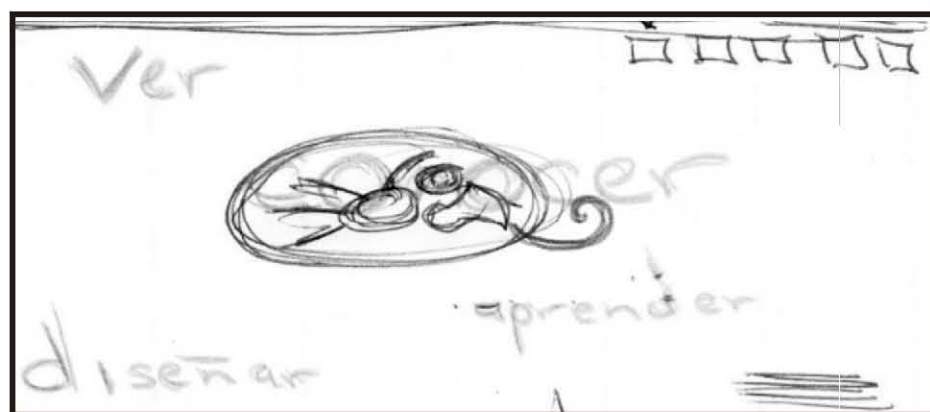
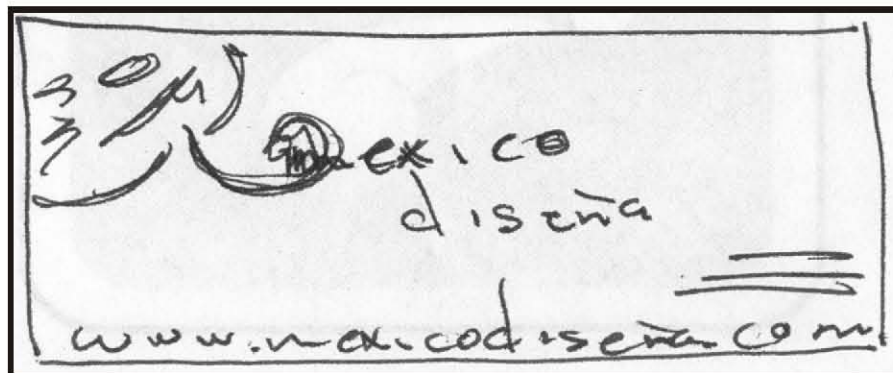


Boceto de uno de los carteles para la campaña de México diseña.



Bocetos finales de los carteles para la campaña de promoción de México diseña, manejando una composición rectangular.

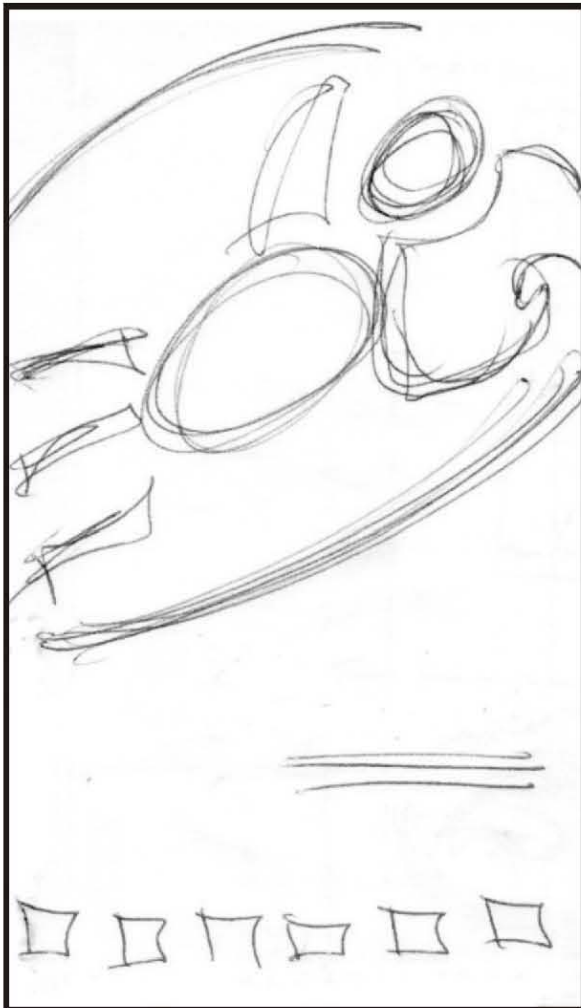
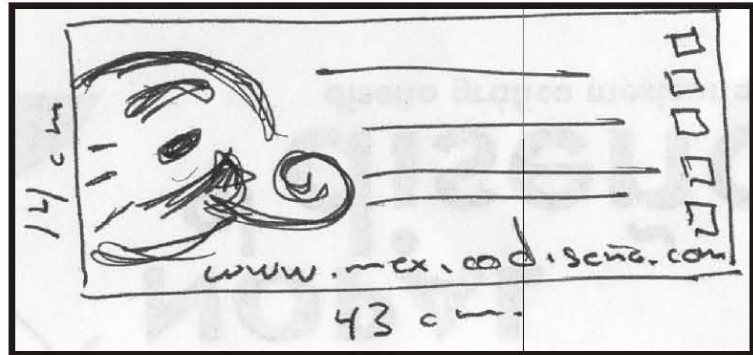
Bocetos finales de los carteles para la campaña de promoción de México diseña, manejando una composición rectangular.



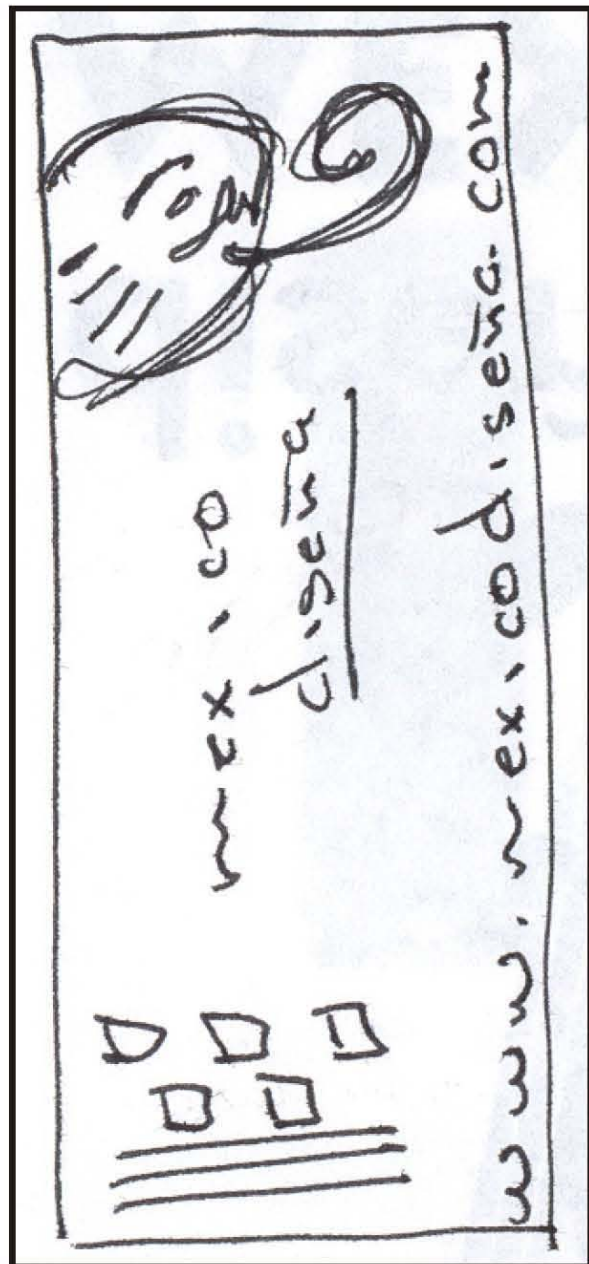




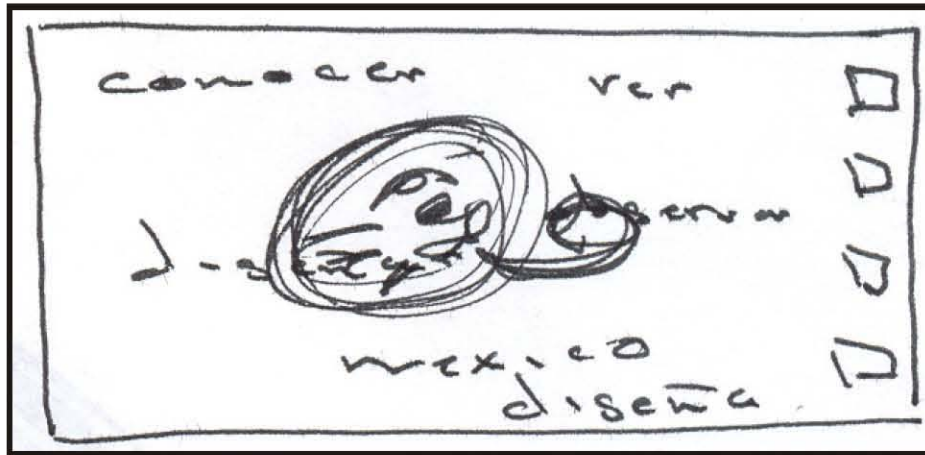
Boceto final de uno de los carteles para la campaña de promoción de México diseña.



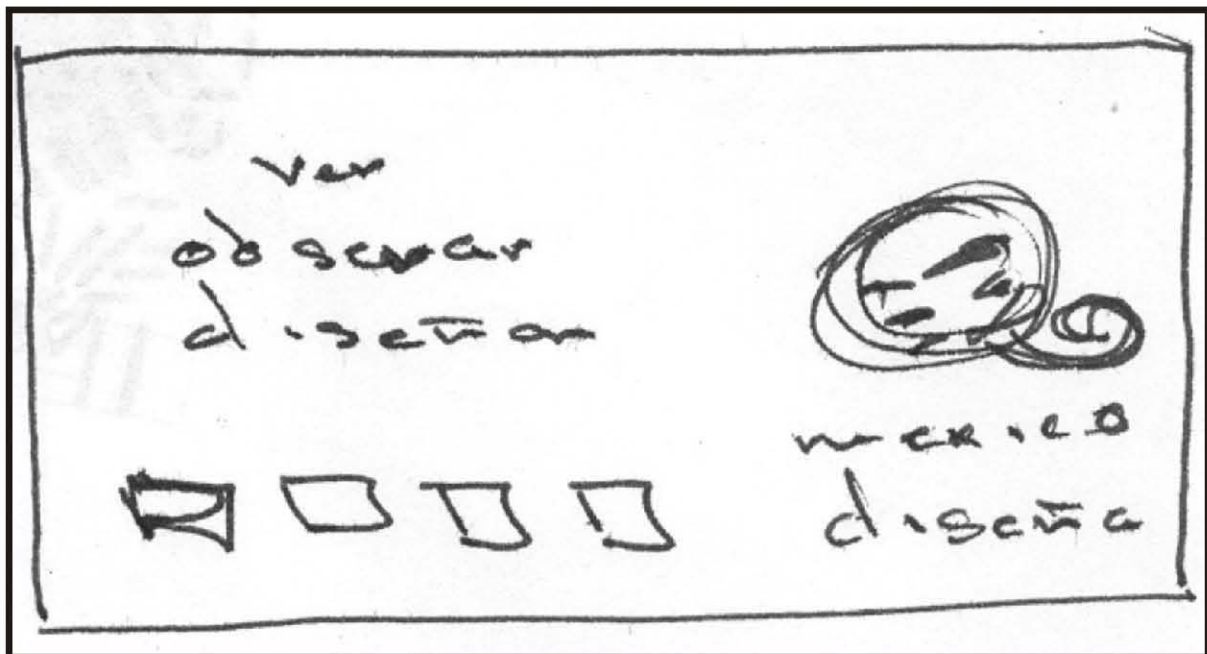
Bocetos finales de los carteles para la campaña de promoción de México diseña. La medida que se pensó fue de 14 x 42 cm.







Bocetos para los carteles de la campaña de promoción México diseña.



## Medios publicitarios y estrategia de medios

Los medios publicitarios escogidos fueron seleccionados por el alcance que tienen en la población, por el impacto que tienen visualmente y por la facilidad de producción que tienen.

Los medios publicitarios, en su mayoría, fueron impresos, a excepción del *banner* en Internet.

Los medios seleccionados tienen el propósito de dar a conocer e interesar al público a entrar a la página,

por tanto son medios publicitarios de introducción. Al finalizar la primera etapa de la estrategia de medios, se realizará un análisis del funcionamiento y el alcance que tuvo cada uno de los medios y, para la siguiente etapa, se verá si se siguen utilizando o hay que cambiar.

De cada medio fue pensado el costo, el impacto visual y el público al cual se está dirigiendo.

## Cartel

El cartel es un medio impreso. Su función es llamar la atención del usuario a una larga distancia.

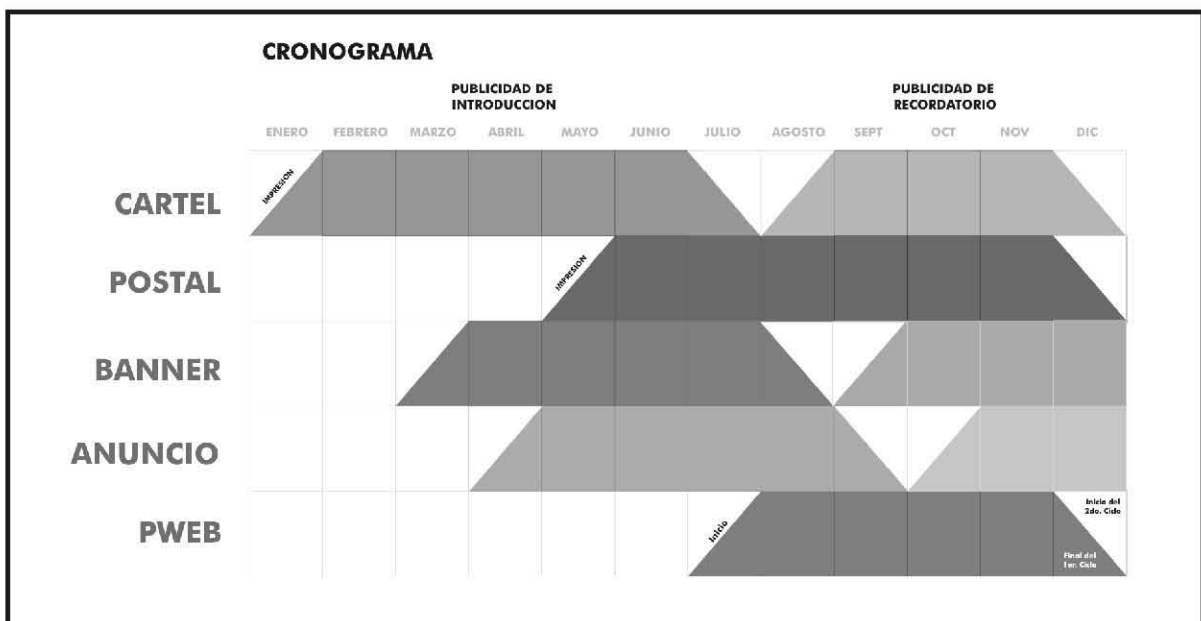
El cartel se compone de imagen y texto. El cartel denuncia una situación, informa de un servicio o evento e invita al público a participar en algo.

Para la campaña se escogió el cartel por estas características, además de ser de producción grande y barata (de acuerdo con el papel y color).

## La imagen del cartel

En el cartel se colocará la imagen de *México diseña*, la dirección web, la explicación de la página web y una imagen.

Para la estrategia de medios se diseñó varios carteles; algunos otros traen un eslogan, que da fuerza y llama la atención del usuario.





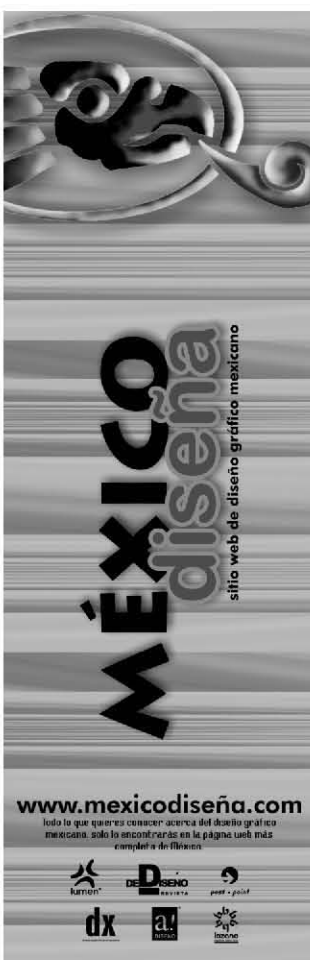
Carteles uno y dos de la campaña de promoción de *México diseña*. Estos carteles llevan color, para llamar la atención del usuario.



Cartel tres, con el slogan de la campaña de promoción del proyecto *México diseña*.



Carteles cuatro y cinco, con la imagen rebasada, y a blanco y negro.



Los carteles seis y siete, fueron diseñados en vertical para ocupar espacios con esta forma.

## Estrategia del cartel

Se planeó que el cartel sea el primer medio que salga, debido a la cobertura que tiene; de igual forma se diseñó la cantidad y lugares en los que serán colocados.

## Objetivo

El cartel fue diseñado para introducir e interesar al público diseñador acerca de la página web de *México diseña*.

## Estrategia

Se colocarán los carteles en las universidades y eventos relacionados con el diseño gráfico; como por ejemplo conferencias, congresos, encuentros de diseño, etc., Estos carteles se distribuirán primeramente en las escuelas del estado de Michoacán. También se tiene pensado en ciber cafés y cafés donde los jóvenes se reúnan, aunque el mayor público diseñador no se alcance en estos lugares, pero son lugares importantes, por aglomeraciones de jóvenes. El departamento de mercadotecnia será el encargado de distribuir y colocar los carteles, para verificar y afirmar la colocación de los carteles.

### Instituciones a colocar los carteles

#### Universidades de Michoacán

- Universidad Don Vasco
- Universidad La Salle
- Universidad Latina de América
- Universidad Vasco de Quiroga
- UNIVA Zamora
- Ciudad Universitaria

\* se colocarán en primer lugar en el estado de Michoacán, por su fácil alcance y poco a poco a otros estados

## Serie

Dentro del calendario se maneja en la primera etapa de introducción seis meses; por tanto, se pretende imprimir tres carteles diferentes y cada uno será con duración de dos meses; para la siguiente etapa, de recordación, se pretenden otros tres carteles diferentes.

De esta forma habrá una variedad de imagen en la campaña publicitaria.

## Cantidad y material

Cada cartel se tendrá una producción de 250 por cartel diferente, al año será una producción total de 1500 carteles.

Los carteles tendrán una medida de 14 x 42 cm. (equivalente a hoja doble carta partida a la mitad en vertical), esta medida fue escogida tomando los espacios en paredes y columnas, y serán impresos en papel couche brillante de 135 grs., ya que éste permite una buena impresión.

## Presupuesto

El presupuesto fue tomado de las dos principales imprentas de la ciudad de Uruapan, se tomó el presupuesto a selección de color (cmyk) y a dos tintas. Estos precios no incluyen IVA.

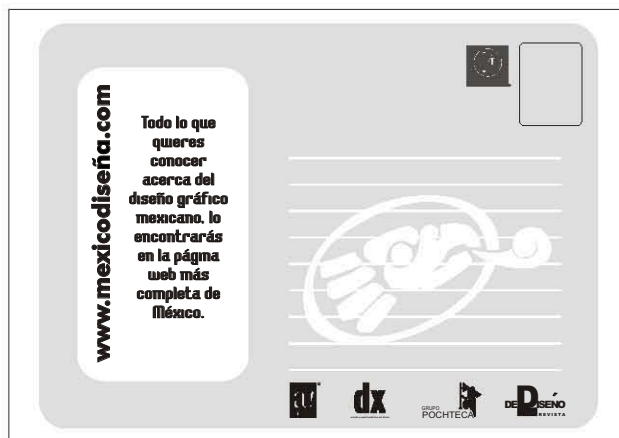
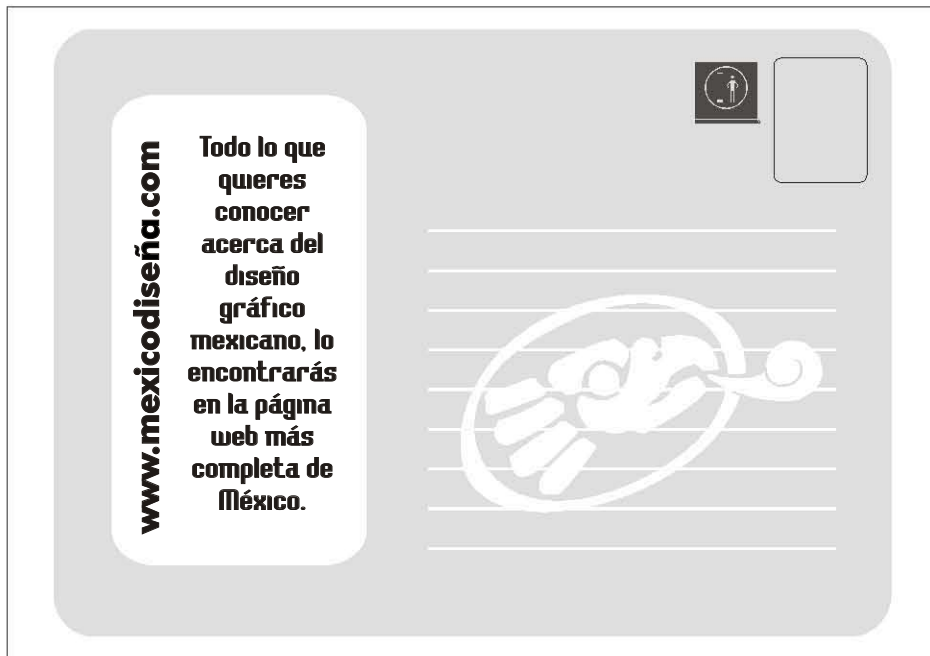
A selección de color (cmyk)			
López Impresores		Litho Quality	
500 /	\$1,712	300 /	\$1,366.43
1000 /	\$2,011	500 /	\$1,475.37
A dos tintas			
500 /	\$882	300 /	\$756.43
1000 /	\$1,073	500 /	\$865.38

## Postales

La postal es un medio impreso. Es de dimensión pequeña, impresa por ambos lados. La función principal de una postal es dar a conocer un producto o servicio, y se entrega de una persona a otra. Existen postales de promoción de un lugar y comerciales (de servicio o producto).

Algunas de sus características son la lectura a corta distancia, de pequeñas dimensiones, impresa por ambos lados (una tinta al reverso y selección al derecho), y algunas de ellas se venden (como por ejemplo cuando promociona una ciudad) y otras se regalan (la mayoría son de productos y servicios).

Otra de las características importantes de la postal, es que tiene la finalidad de ser regalada de una persona a otra; por tanto, debe tener datos importantes como



Reversos de postales, con información de lo que es la página web, utilizando espacio para patrocinadores al reverso y otros no.



Ejemplos del frente de postales, mostrando sólo la imagen y dirección y otro con el eslogan.





la dirección de la imprenta, lo que es el producto y dónde se vende, espacio para que las personas escriban en ella y un espacio destinado a la estampilla postal.

## La imagen de la postal

La postal se escogió por ser un medio que llama la atención del público, porque es fácil de llevar y ofrece el tiempo necesario para que el lector se entere mejor del producto o servicio.

La postal del proyecto *México diseña*, tendrá la imagen principal de la página web, y al reverso tendrá la función o el servicio que ofrece. En ocasiones llamará la atención del público con alguna pequeña información del interior de la página.

En este medio, como en los otros, se pensó en un espacio para los patrocinadores.



◀ ▶  
Frentes de algunas postales, promocionando la imagen de la página web, hechas a todo color.

▶  
Ejemplo de uno de los reversos de la postales, en ella se da una pequeña información de lo que puede encontrar dentro de la página web, con la finalidad de interesar al público a entrar a la página.







▲  
Ejemplo del frente de postales,  
mostrando sólo la imagen y  
dirección.



▶▶  
Ejemplos del frente de postales,  
mostrando sólo la imagen y  
dirección y otro con letras.



Ejemplos de postales utilizando la imagen con la dirección electrónica y otra con el eslogan.



Ejemplos de postales utilizando la imagen y la dirección electrónica.

## Estrategia de la postal

El segundo medio publicitario impreso dentro de la estrategia de la campaña, es la postal, debido a la cantidad y producción de ella, se requiere de mayor tiempo.

## Objetivo

El objetivo principal de la postal es mostrar parte de la información del interior de la página web de México *diseña* y llamar la atención con poca información acerca del contenido del proyecto.

## Estrategia

La estrategia publicitaria de la postal es de ofrecerlas dentro de las escuelas que tengan diseño gráfico o equivalentes a ella, como comunicación visual; colocarlas en los puntos de postales como las Escaparate, Post Point, entre otras, en centros comerciales, en eventos relacionados con el diseño gráfico, como conferencias, congresos, etc., y colocarlas dentro de las revistas de diseño gráfico.

## Serie

Para la producción de la postal se tiene pensada una serie de tres postales diferentes con una duración de dos meses; éstas, para la etapa de introducción. Al final de esta etapa se calcula la producción de 12 postales diferentes.

## Cantidad y material

Cada postal tendrá una producción de 500 ejemplares, siendo un total de 6000 en la primera etapa.

La postal tiene un tamaño de 10 x 15 cm.; el tipo de papel que se eligió es el couche de 200 grs. (kromacote) para darle el grosor y la resistencia necesarios. Será impresa por ambos lados, el anverso a selección de color (cmyk) y el reverso a una sola tinta.

## Presupuesto

El presupuesto fue tomado de las dos principales imprentas de la ciudad de Uruapan; esta hecho para la impresión por ambos lados. Los precios no incluyen IVA.

López Impresores	Litho Quality
1,000 / \$1,915	500 / \$2,343
1,500 / \$2,275	1,000 / \$2,562.89
2,000 / \$2,644	2,000 / \$3000.35

## Banner

El *banner* en Internet es un anuncio publicitario de servicio o producto, este maneja recursos de animación y sonido para llamar la atención del usuario o *cibernauta*.

Siendo la Internet un medio de comunicación relativamente nuevo, la estandarización de sus productos publicitarios también lo es. Sin embargo, los denominados banners, cuentan ya con un tamaño y una posición determinados: un espacio rectangular de posición fija o animada que aparece en la parte superior de la página. Otra característica importante de los banners es que están disponibles con la función de anuncios especiales (*expandibles*, *scratch off*, *scrolling down* y *scrolling text*).

Son muchos los beneficios que se pueden recibir al anunciarse en un banner. Unos están directamente relacionados con el impacto publicitario, mientras que otros se relacionan con la estrategia de comunicación. Los primeros se refieren a los banners como un medio eficaz para dar a conocer o consolidar marcas ya que además de que se pueden realizar múltiples ejecuciones creativas, éstas se pueden medir de manera inmediata y, en el caso de ser necesario, cambiar las ejecuciones o hasta la estrategia creativa. Otros se relacionan con la estrategia que se busca, es decir, se tiene un excelente control del alcance y la frecuencia, así como del grupo objetivo al que se desea impactar, evitando así una merma en el esfuerzo publicitario.

El banner es una forma de publicidad que sigue constituyendo la puerta a sitios relacionados o de destino en Internet. Insertado en zonas muy visitadas, con un importante nivel de tránsito, ofrece el espacio más destacado y una llamada inmediata a la acción que está disponible dentro de la página descargada. Una exposición masiva y un excelente seguimiento, además del éxito demostrado de las campañas de banners garantizan que esta forma de publicidad siga siendo uno de los medios que más éxito tienen para captar clientes, funcionan como un spot de radio, en el cual puede salir a determinadas horas y en diferentes cantidades.

Para la estrategia de publicidad se pensó en el banner, ya que el proyecto es una página web y puede capturar la atención de un usuario durante navega por internet y permite abarcar a una mayor cantidad de público.

El banner se diseñó con movimiento y sonido y tiene información clave, ya que la cantidad de páginas que se use tiene un costo extra.

Cada pantalla debe tener un tamaño de 460 x 60 pixeles, para poder estar en Internet.



Pantalla 1



Pantalla 2



Pantalla 3

### Estrategia del banner

El tercer medio publicitario dentro de la estrategia publicitaria, este medio es auditivo (sonido) y visual. Es importante por el alcance que tiene dentro de Internet, ya que resulta ser más visto y el público al que me dirijo puede llegar a verlo.

Este banner se renovará cada periodo de la estrategia, primero de introducción y después de recordación para los usuarios de la página web *México diseña*.

### Objetivo

El banner tiene como objetivo publicitar la página web *México diseña* mientras los usuarios navegan en internet.

## Estrategia

El banner tiene como estrategia, capturar la atención de los navegantes, haciendo uso de espacios en los portales o zonas más visitadas; como por ejemplo Yahoo, Hotmail, Terra, entre otros.

También aparecerá como portal mientras los navegantes se encuentran en las demás secciones de la página.

## Serie

Durante la primera etapa de introducción se producirá un banner con una duración de dos meses, siendo un total de dos banner durante la primera parte.

Los banners durarán al aire segundos.

## Cantidad y material

Cada banner tiene una dimensión de 468 x 60 pixeles; esta medida es estándar en los espacios ofrecidos en Internet.

## Presupuesto

El presupuesto fue tomado de los principales portales o zonas de internet, que ofrecen espacios publicitarios.

Tabla de presupuestos del banner dentro de Internet, sacados de las zonas o portales que ofrecen un espacio publicitario.



## Anuncios

Los anuncios en revistas o periódicos, son publicaciones que se colocan en los medios con características específicas, son dirigidas al público deseado.

Algunas de sus características es que se encuentra dentro de un encuadernado (aunque pueden variar en dimensiones de una revista a otra, o de un periódico a otro), el anuncio se lee a una distancia considerable de lectura, puede llegar a tener bastante o poca información, según se requiera, y el lector conoce mejor el producto o servicio.

De esta forma los anuncios de introducción de la página web *México diseña*, serán colocados en revistas nacionales y locales (si las hay) de diseño gráfico, ya que su público principal es el estudiante o egresado de la carrera de diseño.

La imagen que se utiliza en los anuncios de revista, salen de la imagen principal del proyecto; de los carteles, de esta forma tienen mayor sincronización en sus imágenes y mensajes que se transmiten.



Diseño del anuncio de México diseña para una revista.

### Adwords (google)

Aparecerán dentro de la página de google y en los demás sitios relacionados con la empresa. Cada banner tendrá un costo de 5 euros (o equivalente a la moneda)

### Web scout Promotion services

Aparecerán dentro de la página y en los demás sitios relacionados con la empresa. Cada banner tendrá un costo de \$280 dolares por mes

### MSN

Aparecerá dentro de la página asociada que tiene el sitio, por ejemplo Hotmail. El costo del banner variará de acuerdo con el sitio seleccionado entre los \$25 y \$6 dólares





Diversos anuncios de promoción para revistas de diseño gráfico.



Anuncio de revistas en composición horizontal.





▲ ▲  
Anuncios de revistas en de diferente diseño y composición en horizontal.



## Estrategia de anuncios

El último medio impreso es el anuncio, el cual será colocado en las revistas de México.

## Objetivo

Los anuncios tienen como objetivo, dar al público lector información necesaria y con detalle de lo que es la página de *México diseña* y los temas que se encontrarán en ella.

## Estrategia

Se debe colocar los anuncios en revista de diseño gráfico principalmente, ya que captura al público que se necesita y en revistas alternas, como *Quo*, *Conozca Más*, *Complot*, *La Mosca*, entre otras; éstas, por tener un gran número de lectores, principalmente jóvenes, y por la distribución tan amplia en la nación.

## Serie

Se diseñará un anuncio por cada temporada de las revistas, por ejemplo si son mensuales, bimestrales o semanales.

## Cantidad y material

Estarán impresos a color y a una tinta de acuerdo con la revista en la cual se anuncie, la cantidad de producción (tiraje) será determinado por la revista que se contrate.

## Presupuesto

Los costos son variables y se determinan de acuerdo a las revistas que se contratan.

Los presupuestos mostrados son de algunos de las revistas de contenido de diseño o de información alterna, que se propusieron para anunciar la página web de *México diseña*.

<p><b>Complot</b> Revista de arte, moda y diseño</p> <p>Anuncio en la revista a selección de color o una sola tinta, de circulación nacional, con un tiraje de 90,000 revistas.</p> <p>Tamaño ½ carta: \$25,000 mensual</p>
---

Presupuesto 1

▲  
Presupuesto de una de las revistas con información de diseño gráfico.



**Quo**  
Revista de moda y tecnología

Anuncio en la revista a selección de color o una sola tinta, de circulación nacional, con un tiraje de 95,000 revistas.

Tamaño ½ carta: \$45,000 por mes

Presupuesto 2

**La Tempestad**  
Revista de arte, letras, diseño y arquitectura

Anuncio en la revista a una sola tinta, de circulación nacional, con un tiraje de 95,000 revistas.

Tamaño ½ carta: \$20,000 mensual

Presupuesto 3

actualidad, y que por tanto que la gente usa más, además de que captura el sentido auditivo y visual del usuario, haciendolo más llamativo.

Por sus características, la página web permite que la información se transmita de manera eficaz y rápida entre los usuarios, y manejando la publicidad correspondiente, llega a tener el éxito necesario.



Página de inicio de México diseña.



Logotipos de algunas de las revistas en las cuales se anunciaría la imagen de México diseña.

### Estrategia de la página

La página web es el proyecto principal de México diseña, en el se transmite la información que se desea dar a conocer.

### Objetivo

Dar a conocer la historia y desarrollo de los temas del diseño gráfico mexicano a estudiantes y egresados de la carrera.

### Estrategia

La estrategia es ofrecer al usuario o público al cual se dirige la página, la información completa acerca del diseño gráfico mexicano.

### Serie

La información de la página tendrá una duración de tres meses, permitiendo que el usuario tenga tiempo suficiente para conocerla y dando a la vez dinamismo a la página.

## Página web

La Internet es un medio de información visual auditiva, que permite la emisión y recepción de información de forma fácil y rápida. En Internet existen páginas o portales que brindan información local, nacional o mundial, así como acceso a toda clase de temas.

Es considerado el medio que revolucionó la información, y es la tecnología más importante de la

## Presupuesto

El costo de la página y el hospedaje en Internet están sacados de dos de las agencias proveedoras de la ciudad de Uruapan.

Ulternet
Dominio x un año: \$295 anuales (.com.mx , .edu.mx) \$1050 (cuota por mantenimiento) Hospedaje: \$525 anuales Otros: 32 megas de espacio 1 Gb de transferencia (estadísticas del sitio) 64 cuentas de correo 2 buzones de correo (adicional 80 + iva)

Presupuesto 1

Interlinea
Dominio x dos años: \$800 + iva (.com) \$1150 + iva (.com.mx) Hospedaje: \$805 neto anual \$130 + iva mensual por hospedaje Otros: 30 megas de espacio 2 buzones de correo (adicional 80 + iva)

Presupuesto 2

## Presupuesto mensual

- Impresión de 300 carteles en selección de color \$1,366.43
- Impresión de 300 carteles a dos tintas \$756.43
- Impresión de 1500 postales a color y una tinta al reverso \$2,275
- Banner en internet expuesta en MSN de tres pantallas \$250 (25 dólares)
- Dominio de la página web con .com.mx \$1150 x 2 años (pago en una sola exhibición)
- Hospedaje de la página web \$130
- Anuncio en revistas de diseño o de mayor venta, variará de acuerdo con la revista en la cual se anuncia, pero se tiene un aproximado de \$40,000 para un máximo de 2 revistas (anuncio en 1/2 página, en selección a color)
- Honorarios al consejo aproximado de \$2500 (son los outsourcers, los cuales recibirán una cuota cada vez que se ocupe de sus servicios)
- Gastos alternos inesperados \$3000 (gastos inesperados y que sean importantes de cubrir)
- Honorarios al equipo de trabajo de \$10,000 (un pago aproximado de \$1,000 a cada uno)

**Total \$61,427.86**

- Honorarios del jefe del proyecto del 10% del gasto total mensual (pago de \$6,142)

**Total \$67,569.7**

\*Estos costos no incluyen iva

\*Los costos presentados son al mes, el dinero recaudado que no se llegue a utilizar, se pasan y se suman para el siguiente mes

\*Precios tomados en el año 2003 (mayo-noviembre), por tanto, pueden aumentar.

Tabla gráfica del presupuesto mensual para el sustento de la página web México diseña.

## Patrocinadores

Para cubrir los gastos económicos de los medios publicitarios, el hospedaje de la página, honorarios para el consejo de diseño, y así como a empleados y gastos posteriores, se tiene considerado conseguir el patrocinio por parte de empresas tanto locales como nacionales; por ejemplo Papelería Lumen; empresas que por su relación estrecha al diseño gráfico y por su nombre que estos representan, son propuestos para el financiamiento del proyecto.

También se tiene pensado en empresas que no tengan relación con el diseño, pero que por el interés publicitario son ideales para conseguirlo como patrocinadores; como por ejemplo empresas refresqueras, empresas locales, estaciones de radio y televisión, entre otros.

La forma que se propone para el patrocinio es que los patrocinadores cubran el 95% de los gastos por mes, al inicio del proyecto, otorgándoles a cambio el espacio publicitario dentro de los medios publicitarios y la página web, considerados como los patrocinadores oficiales.

Estos patrocinadores sugeridos están sujetos a aprobación, tanto por parte de la dirección general del proyecto, como por parte de los propios patrocinadores.

El 5% del dinero restante será cubierto por el director general.

Posteriormente se establecerá una suscripción a la página, en la cual se pedirá una cuota al cliente, cuota de la cual se cubrirán gastos posteriores. Estas suscripciones tendrán una recompensa para los clientes, otorgándoles información gratuita, participación en las trivias y posibilidades de obtener un premio o reconocimiento por su participación.



Marcas posibles para patrocinadores de México diseña, entre marca de postales como papelerías



### Mécanica de gastos a cubrir

- Director General  
Cubrirá el 5%, siendo un pago de \$3,378.40
- Patrocinadores  
Mínimo de 15 patrocinadores cubriendo un 6% cada uno, sería un pago de \$57,771.9
- Patrocinadores en especie  
Empresas o proveedores que patrocinen con el papel de las impresiones (el total de papel será equivalente a la cantidad de impresiones de carteles y postales)
- Venta de espacios publicitarios  
Se cobrará un mínimo de \$1,500 (equivalente a un 2% del gasto mensual) a las empresas que deseen comprar un espacio dentro de la página web de *México diseña* o en los medios impresos de promoción.

\*La mecánica de pagos se evaluará cada 3 meses para observar el desempeño, para mejoras de éste.

\*Se podrá agregar, modificar o quitar formas de pago conforme se requiera después de la evaluación.

Tabla gráfica de la mecánica para cubrir los gastos mensuales de la página web *México diseña*.

# CONCLUSIONES

La historia del diseño gráfico mexicano ha creado a lo largo de más de 30 años, un camino que muy pocos conocemos. Esta carrera ha aportado grandes trabajos a nivel cultural, política y comercial, llenos de color, figura e imagen, que hacen hoy por hoy un México mejor y diferente.

De igual forma el diseño gráfico mexicano ha creado grandes profesionistas como Miguel Prieto, Vicente Rojo, Rafael López castro, Luis Almeida, Azul Morris, entre otros más que, con sus esfuerzos y conocimientos, han servido de ejemplo a los futuros diseñadores gráficos del país.

El esfuerzo que se ha puesto en esta tesis, ha permitido encontrar todos esos puntos de unión en la historia, para entender el diseño gráfico mexicano y permitir ver lo que la evolución del tiempo ha hecho de él hasta ahora.

Durante la realización de esta tesis, he aprendido (más de lo esperado) a conocer mejor la historia de diseño, el trabajo de esta carrera y adquirir más herramientas, tanto teóricas como prácticas, para hacer, mejorar y comparar mejor el diseño gráfico, esperando como resultado que estos mismos conocimientos sean también adquiridos por otros compañeros.



# BIBLIOGRAFÍA

## México Diseña

- Almeida  
Luis Almeida y Trama Visual  
Primera edición 2000
- Bases del diseño gráfico  
Alan Swann  
G. Gili 1995
- Como diseñar retículas  
Alan Swann  
G. Gili 1993
- Comunicación gráfica  
Turnbull Arthur  
Editorial trillas, 1999
- Diseño mexicano industrial y gráfico 2  
Codigram; Colegio de diseñadores gráficos e industriales de México  
1994
- Diseño y comunicación visual  
Bruno Munari  
G. Gili 1980
- Diseñadores Gráficos mexicanos  
Xavier Bermúdez  
Editorial Trama Visual, primera edición 2000
- Encarta 2001
- Génesis e historia del diseño gráfico e industrial en México  
Alejandro Lazo Morgain, 1989
- Historia del diseño gráfico  
Philipp Meggs  
Editorial Trillas, 1998
- Introducción al diseño gráfico  
Peter Bridgewater  
Editorial Trillas, 1992
- Miguel Prieto; diseño gráfico  
Trama Visual y Ediciones Era  
Primera edición 2000
- Publicidad  
O'Guinn, Allen, Semenik  
Editorial Thomson, 1999
- Publicidad: diseño gráfico publicitario  
Rockport Publishers  
G. Gili 1995
- Revista De Diseño, números 34, 35 y 36  
Año 2000



- Revista Dx, estudio y experimentación del diseño  
Número 15 y 17, Diseño Asociado  
Noviembre-diciembre 2001
- RLC, diseñado gráfico  
Trama Visual  
Primera edición 1993
- Tesis; Campaña promocional para los Talleres Culturales del instituto  
Colimense de Cultura  
Álvarez Miranda, Erica  
1996, Uruapan, Mich.
- Tesis; Diseño editorial del libro "Tonalá, tradiciones que perduran"  
Futierrez Fragoso, Lourdes Anette  
1999, Uruapan, Mich.
- Tesis; Diseño editorial del libro "Los barrios de Uruapan"  
Martínez Rivera, Norma Leticia  
1995, Uruapan, Mich.
- Tesis; Diseño de la revista de la facultad de agrobiología  
Rodríguez Angel, Karla Berenic  
2001, Uruapan, Mich.
- Tesis; Imagen promocional para la Universidad Don Vasco  
Mejía Barrientos, Mayela Rocio  
2001, Uruapan, Mich.
- Tesis; Revista de espectáculos y entretenimiento para Uruapan  
Padilla Valdez, Karina  
2001, Uruapan, Mich.
- Vicente Rojo  
Biblioteca de diseño Quórum, primera edición  
Noviembre 2000
- Vicente Rojo; diseño gráfico  
Trama Visual y Ediciones Era  
Segunda edición 1996
- [www.bienalcartel.org.mx](http://www.bienalcartel.org.mx)
- [www.codigram.com.mx](http://www.codigram.com.mx)
- [www.colegionacional.org.mx](http://www.colegionacional.org.mx)
- [www.conaculta.org.mx](http://www.conaculta.org.mx)
- [www.fundacion.telmex.net](http://www.fundacion.telmex.net)
- [www.gandhi.com.mx](http://www.gandhi.com.mx)
- [www.inba.org.mx](http://www.inba.org.mx)



- [www.itesu.edu.mx](http://www.itesu.edu.mx)
- [www.lhrlibros.com](http://www.lhrlibros.com)
- [www.quorum.org.mx](http://www.quorum.org.mx)
- [www.tramavisual.com](http://www.tramavisual.com)
- [www.unam.edu.mx](http://www.unam.edu.mx)

# GLOSARIO

## México Diseña

- **Agencia**  
Empresa dedicada a gestionar asuntos o prestar determinados asuntos
- **Aglomeración**  
Acumular, gentío
- **Alfabeto**  
Conjunto de signos con los que se puede transmitir una comunicación. Abecedario.
- **Analfabeta**  
Que no sabe leer. Ignorante o desconocedor de saberes elementales.
- **Análisis**  
Distinción y separación de las partes de un todo hasta llegar a conocer los principios o los elementos de éste.
- **Animación**  
Viveza en las acciones, palabras o movimientos. Técnica de dar impresión de movimiento a los dibujos en el cine.
- **Anuncio**  
Dar a conocer mediante los periódicos, carteles, impresos, etc., la existencia de artículos comerciales o industriales, servicios, etc., que se ofrecen al público.
- **Autónoma**  
Persona que trabaja por su cuenta.
- **Archivo visual**  
Conjunto de documentos fotográficos de un determinado tema.
- **Armonía**  
Conveniente proporción y concordancia de unas cosas con otras.
- **Artículo**  
Escrito de cierta extensión e importancia, inserto en un periódico u otras publicaciones análogas.
- **Asociación**  
Conjuntos de asociados en busca de un mismo fin.
- **Audiovisual**  
Proyección de imágenes combinadas con sonido, que se utiliza generalmente con fines didácticos.
- **Azar**  
Casualidad, caso fortuito.
- **Bajo relieve**  
Grabar o esculpir debajo de la superficie.
- **Banner**  
Anuncio en Internet, con determinados segundos para vender un producto o servicio.
- **Bibliografía**  
Historia o descripción de libros y manuscritos, con datos acerca de sus ediciones, fechas de impresión, etc.
- **Bilingüe**  
Que habla dos lenguas. Escrito en dos idiomas.
- **Biografía**  
Historia de la vida de una persona.
- **Bitono**  
Utilización de dos colores.
- **Boceto**  
Borrón colorido que, como ensayo, se hace antes de pintar o dibujar algo.
- **Briefing**  
Documento utilizado especialmente en diseño gráfico, con el objetivo de describir un proyecto y el público al que se dirige.
- **Calidad**  
Conjunto de cualidades que constituyen la manera de verse de una cosa.
- **Campaña**  
Periodo en que una persona ejerce u cargo de profesión o se dedica a ocupaciones determinadas.
- **Canal**  
Unidad que se encarga del intercambio de información.
- **Cánones**  
Conjunto de reglas o normas establecidas por la costumbres como propias de cualquier actividad.
- **Caricatura**  
Figura ridícula en que se deforman las facciones y el aspecto de una persona. Cortometraje de dibujos animados.
- **Cartel**  
Papel, impreso o manuscrito, que se fija en un paraje público para hacer saber una cosa, a

veces hecho sólo con fines decorativos o para mostrar algo.

- **Cerámica**

Arte de fabricar vasijas u otros objetos de barro, loza y porcelana de todas clases y calidades.

- **Chat**

Intercambio de información entre dos personas o más dentro de Internet.

- **Ciber café**

Espacio comercial que ofrece el servicio del uso de la Internet, así como de otros productos, como refrescos, cafés, etc.

- **Cibernauta**

Persona que utiliza habitualmente la Internet.

- **Cmyk**

Término que se utiliza dentro de imprentas para designar la utilización de colores. Cian, magenta, amarillo y negro.

- **Collage**

Técnica plástica que consiste en la utilización de elementos diversos, como papel, tela, chapa, etc., cortados, rasgados o rotos, estructurados libremente y pegados sobre un soporte, con libre elección de formas, colores y calidades.

- **Colofón**

Anotación al final de los libros, para indicar el nombre del impresor y el lugar y la fecha de impresión, o alguna otra circunstancia.

- **Color**

Calidad de los fenómenos visuales que depende de la impresión distinta que producen en el ojo las luces de distinta longitud de ondas. Sustancias colorantes que se usan para pintar.

- **Columna**

Parte en que se divide de arriba abajo una plana de una composición tipográfica por medio de un espacio en blanco o de una línea.

- **Comunicación**

Intercambio de información entre dos personas.

- **Comunicología**

Conjunto de conocimientos, técnicas, etc., que tratan del conocimiento e información entre personas o grupos humanos.

- **Comunidad**

Reunión de personas que viven juntas y bajo ciertas reglas.

- **Concepto**

Idea que concibe el entendimiento. Pensamiento expresado con palabras o imágenes.

- **Condensada**

Reducir la extensión sin quitar nada de lo esencial.

- **Conexión**

Mancomunidad de ideas o de intereses.

- **Conferencia**

Reunión de dos o más personas. Disertación en público sobre una cuestión científica, literaria, doctrinal, etc.

- **Congreso**

Junta de varias personas para deliberar sobre algún asunto.

- **Consejo**

Parecer o dictamen que se da o toma para hacer o no hacer una cosa. Reunión de personas oficialmente encargadas de aconsejar.

- **Contraportada**

Página que se pone frente a la portada con el nombre de la serie a que pertenece el libro y otros detalles sobre éste.

- **Contraste**

Diferencia de intensidades de iluminación en la gama de blancos y negros o en la de colores de una imagen.

- **Convocatoria**

Anuncio o escrito con que se convoca. Citar, llamar para que concurran a un lugar o acto determinado.

- **Constante**

Persistente, durable. Valor que se mantiene invariable.

- **Couché**

Tipo de papel que se encuentra en las papelerías, caracterizado por su suavidad y se presenta en color blanco.

- **Creatividad**

Aptitud para crear o inventar.

- **Decorativo**  
Relativo a la decoración. Que no interesa la calidad sino sólo por la presencia.
- **Departamentos**  
Unidad de docencia, de investigación y economía, formada por una o varias áreas de conocimiento de materias afines.
- **Despacho**  
Aposento destinado a despachar los negocios o para el estudio.
- **Dibujo**  
Arte y acción de dibujar. Representar en una superficie una figura por medio del lápiz, pluma, etc.
- **Diferir**  
Aplazar, atrasar. Retardar o suspender la ejecución.
- **Difusión**  
Esparcir ampliamente. Divulgar, propagar.
- **Discos compactos**  
Tipo de tecnología de disco óptico que combina el sonido, el vídeo y el texto.
- **Diseño**  
Trabajo de proyección de objetos de uso cotidiano, teniendo básicamente en cuenta los materiales empleados y su función.
- **E-mail**  
Correspondencia que se envía vía electrónica.
- **Embalaje**  
Cubierta con que se resguardan los objetos que han de transportarse.
- **Emisión**  
Información que transmite una persona, emisor a otra, receptor.
- **Empastado**  
Encuadernar en pasta los libros.
- **Encuadernado**  
Juntar y coser varios pliegos y ponerles cubierta.
- **Encuesta**  
Conjunto de preguntas recogidas en un cuestionario para conocer la opinión del público sobre un asunto determinado.
- **Enfoque**  
Descubrir y componer los puntos esenciales de un problema, para tratarlo acertadamente.
- **Ensayo**  
Género literario, en prosa, de carácter didáctico, que trata con brevedad de temas filosóficos, artísticos, históricos, etc.
- **Entrevista**  
Encuentro para determinar si el aspirante a un puesto de trabajo, se adapta a las necesidades de la empresa que pretende contratarlo.
- **Envase**  
Recipiente en que se conservan y transportan ciertos géneros.
- **Equilibrio**  
Contrapeso, armonía entre cosas diversas.
- **Escenografía**  
Conjunto de decorados que se montan en el escenario para ser utilizados en una representación teatral.
- **Escultura**  
Arte de moldear, tallar o esculpir.
- **Eslogan**  
Frase publicitaria, lo más breve y expresiva que se posible.
- **Estética**  
Disciplina filosófica que estudia las condiciones de lo bello en el arte y en la naturaleza.
- **Estilo**  
Uso, costumbre, moda. Carácter propio de las obras de un artista.
- **Estrategia**  
Traza para dirigir un asunto.
- **Ética**  
Disciplina filosófica que tiene por objeto los juicios de valor cuando se aplican a la distinción entre el bien y el mal.
- **Exilio**  
Destierro.
- **Exposición**  
Manifestación pública. Petición hecha por escrito. Exponer.

- **Extender**  
Hacer que una cosa aumente su superficie sin perder sus cualidades.
- **Figura**  
Forma exterior de un cuerpo.
- **Folleto**  
Obra impresa, no periódica y de corta extensión.
- **Forma**  
Apariencia externa de una cosa, en contraposición a la materia de que esta compuesta.
- **Formato**  
Forma o disposición en que se presentan los datos.
- **Galería**  
Colección de obras artísticas.
- **Grabado**  
Labrar con el cincel sobre una plancha de metal o de madera.
- **Gremio**  
Conjunto de personas que tienen alguna circunstancia común.
- **Icono**  
Signo en que hay una relación de semejanza con lo representando.
- **Iconografía**  
Tratado descriptivo o colección de imágenes o retratos.
- **Idea**  
Noción elemental de una cosa.
- **Ilegible**  
Que no puede o no debe leerse.
- **Ilustración**  
Estampado, grabado o dibujo que adorna un libro.
- **Imagen**  
Palabra o expresión que se emplea para sugerir algo con lo que tiene cierta analogía o relación.
- **Impactar**  
Impresionar, desconcertar a causa de un acontecimiento o noticia.
- **Informática**  
Conjunto de conocimientos científicos y técnicos que se ocupan del tratamiento de la información por medio de ordenadores electrónicos.
- **Interlinea**  
Espacio entre dos líneas.
- **Internet**  
Interconexión de redes informáticas que permite a las computadoras conectadas, comunicarse directamente.
- **Legibilidad**  
Que se puede leer.
- **Links**  
Término en inglés para designar la liga o enlace que hay entre dos páginas web de temas relacionados entre sí.
- **Linóleo**  
Técnica de grabado a base de huecorrelieve.
- **Litografía**  
Arte de reproducir dibujos, escritos, etc., grabándolos sobre piedra preparada al efecto.
- **Logística**  
Método y medio de organización.
- **Logotipo**  
Dibujo o símbolo gráfico adoptado por una empresa, entidad o institución para usar en sus productos, publicaciones, cartas, etc., como distintivo o etiqueta característica.
- **Manuscritos**  
Papel o libro escrito a mano.
- **Marca**  
Señal hecha en una persona, cosa o animal, para distinguirla de otra, o denotar calidad o pertenencia.
- **Mercadotecnia**  
Conjunto de técnicas comerciales para hacer más rentable un producto.
- **Merma**  
Porción que se consume naturalmente o se sustrae de una cosa.
- **Monotonía**  
Falta de variedad.

- **Muralismo**  
Arte y técnica de las pinturas murales.
- **Offset**  
Sistema de impresión que consiste en un rodillo de caucho que toma la tinta del molde para transportarla al papel.
- **Óleo**  
Pintura con colores disueltos en aceite secante.
- **Organigrama**  
Esquema gráfico, cuadro sinóptico, de la organización de la empresa, organización, etc.
- **Outsourcing**  
Personas ajenas a una empresa, de las cuales se requiere de ciertos servicios, en ciertos momentos.
- **Página web**  
Documentos compuestos por texto, elementos multimedia (gráficos, sonido, vídeo digital...) y vínculos (punteros con la dirección de otras páginas Web, empleados para establecer una conexión automática).
- **Parámetros**  
Línea constante o invariable.
- **Patines**  
Rasgos de ciertas letras de molde que las hacen distintas de otras.
- **Patrocinar**  
Sufragar una empresa, con fines publicitarios, los gastos de un programa de radio o televisión.
- **Perenne**  
Incesante, perpetuo, que tiene intermisión. Vivaz.
- **Pictográfico**  
Escritura ideográfica que consiste en dibujar toscamente los objetos que han de explicarse con palabras.
- **Pixel**  
Elemento de imagen más pequeño de una imagen digital.
- **Plastificar**  
Recubrir, con una lámina de material plástico, papeles, documentos, telas, gráficos, etc.
- **Postal**  
Tarjeta postal.
- **Producto**  
Caudal que se obtiene de una cosa que se vende.
- **Promoción**  
Actividad que tiene como fin el dar a conocer o hacer sentir la necesidad de un producto.
- **Publicidad**  
Conjunto de medios empleados para divulgar o extender la noticias de las cosas o de los hechos.
- **Reportaje**  
Reporte, información o conjunto de noticias, más o menos glosadas, que se publica en los periódicos, en el cine o en la televisión.
- **Retícula**  
Redecilla o red para acomodar elementos dentro de ella.
- **Satinado**  
Dar al papel tersura y lustre por medio de de la impresión.
- **Scratch off**  
Término utilizado en internet, para designar un efecto del banner, apareciendo y desapareciendo las pantallas.
- **Scrolling down**  
Término utilizado en internet, para designar un efecto del banner, pasando las pantallas de arriba abajo.
- **Scrolling text**  
Término utilizado en internet, para designar un efecto del banner, pasando las letras o información de arriba abajo, aparecer y desaparecer.
- **Semblanza**  
Bosquejo biográfico.
- **Señalización**  
Colocar señales para regular la circulación.
- **Signo**  
Elemento representante de algo, con independencia de su relación con lo representado.

- **Símbolo**  
Representación simbólica de una realidad inaccesible al intelecto.
- **Simetría**  
Proporción adecuada de las partes de un todo.
- **Sincronización**  
Operación que se realiza antes de conectar un alternador a la red para asegurar una correcta puesta en fase.
- **Síntesis**  
Composición de un todo para la reunión de sus partes.
- **Sondeo**  
Método estadístico de encuesta.
- **Spot**  
Espacio publicitario televisivo.
- **Staff**  
Grupo de personas encargada de la organización de un evento.
- **Storyboard**  
Guión dibujado, parecido a un comic, utilizado habitualmente en televisión y cine.
- **Suplemento**  
Complemento a lo que falta añadir.
- **Tecnología**  
Conjunto de los conocimientos propios de una técnica.
- **Textura**  
Manera como están dispuestas las partículas de un cuerpo o sustancia.
- **Tipografía**  
Sistema de impresión con formas que contienen los tipos y grabados en relieve.
- **Tiraje**  
Número de ejemplares que consta una edición.
- **Tipos**  
Letra o carácter de imprenta.
- **Titular**  
Título que en un periódico o revista encabeza una información, compuesto en tipos de mayor tamaño.
- **Título**  
Designación distintiva de una obra escrita o impresa.
- **Tricomía**  
Uso de tres colores.
- **Vanguardia**  
Conjunto de ideas que se adelanta a su tiempo.
- **Virgola**  
Símbolo de comunicación hablada.
- **Virtual**  
Que tiene existencia aparente o no real.
- **Volante**  
Hoja de papel en que se manda un aviso, orden, etc.
- **Www**  
World Wide Web (también conocida como Web) es una colección de ficheros, denominados lugares de Web o páginas de Web, que incluyen información en forma de textos, gráficos, sonidos y vídeos, además de vínculos con otros ficheros.
- **Xilografía**  
Arte de grabar en madera. Impresión tipográfica hecha con planchas de madera grabadas.