

Universidad de San Carlos de Guatemala
Facultad de Arquitectura
Programa de Diseño Gráfico



Diseño de un Folleto y Diapositivas como
Material Didáctico para la enseñanza del tema:

La Aplicación
del Color en el
Diseño Gráfico

Proyecto de Graduación Presentado por:
Silvia Elizabeth Palma González

Previo a optar el Título de Técnico en Diseño Gráfico

Guatemala, abril de 2002.

PL
02
1 (1081)



La Aplicación
del **Color** en el
Diseño Gráfico



La Aplicación
del **Color** en el
Diseño Gráfico



La Aplicación
del **Color** en el
Diseño Gráfico



La Aplicación
del **Color** en el
Diseño Gráfico

Honorable Junta Directiva de la Facultad de Arquitectura

DECANO:	ARQ. RODOLFO PORTILLO ARRIOLA
SECRETARIO:	ARQ. JULIO ROBERTO ZUCHINI
VOCAL I:	ARQ. EDGAR LOPEZ PAZOS
VOCAL II:	ARQ. JORGE GONZALEZ
VOCAL III:	ARQ. HERMES MARROQUIN
VOCAL IV:	DAMASO ROSALES
VOCAL V:	NERY BARAHONA

Tribunal Examinador

D.G. ERICK GALINDO ALVAREZ
D.G. JOSE FRANCISCO CHANG MENESES
LIC. OTTO RENE VALLE BONILLA

Asesores

D.G. EMPERATRIZ PEREZ
ARQ. SALVADOR GALVEZ

Associação
Cultural
Municipal



DEDICATORIA



TRABAJO QUE DEDICO

▲ **DIOS:** Por ser mi mayor ejemplo de dedicación, amor, paciencia, obediencia y humildad; por ayudarme a alcanzar una meta más en mi vida.

▲ **MI PADRE:** Por los recuerdos compartidos y el amor que me brindo en los años mientras estubo aquí.

▲ **MI MADRE:** Por darme la vida, su apoyo, enseñanzas y ser un ejemplo de superación, valor y fuerza en mi vida. Te quiero mami.

▲ **MI ESPOSO:** Por ser el varón que Dios me tenía reservado el cual guardó, lleno de sabiduría y amor, para compartir mi vida; quien ha llenado mi vida de nuevas experiencias. Te amo cada día más, gracias por nuestros hijos.

▲ **MI HIJA:** Por ser mi mayor razón de vida y superación; gracias Dios por mi hija llenala de ti.

▲ **MI HIJO:** Que esta por nacer; te espero con todo mi amor y le pido a Dios me permita quiarte.

▲ **MIS HERMANOS:** Oscar, (Gracias por las veces que me esperastes hasta tarde , tú me ayudastes mucho) Hilda María, Evelyn, Gamaliel, Manuel. Gracias por compartir este éxito conmigo, los quiero.

▲ **MIS CUÑADOS:** Ale, Jorge, Harry y Yuri, gracias por permitirme compartir este éxito con ustedes.

▲ **MIS TIOS:** Sergio, Esperanza, Gustavo, Ronny, Anjelica y Marqoth; gracias por sus consejos y sonrisas cuando sentía desmallar.

▲ **MIS SOBRINOS:** Leslie y Oscar; los quiero.

▲ **MI PRIMA:** Yoli, gracias por cuidar a la personita que más amo, te quiero.

▲ **MI SUEGRA:** Por haberle dado la vida y formado al ser que amo, para que fuera el padre y esposo que es; que Dios la llene de bendiciones por ese regalo.

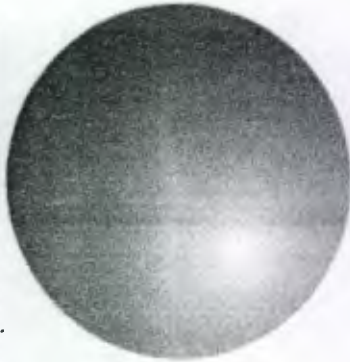
▲ **MIS AMIGOS (AS):** Isabel y Mélida, (gracias por toda su ayuda y paciencia, en el momento preciso); Luis Fernando, Roxana, María Teresa, que Dios les bendiga, gracias.

▲ **MIS PADRINOS:** ARQ. Julio Roberto Zuchini, Arq. Luis Fernando Salazar, Arq. Julio Roberto Tortóla y Dr. Erny Leal Guerra. Gracias por todo su apoyo, llamadas de atención y aliento; para ver este sueño hecho realidad, que Dios les llene de bendiciones y sabiduría, nunca los olvidare.

▲ **MIS ASESORES:** D.G. Emperatriz Pérez y Arq. Salvador Gálvez; gracias por su tiempo, enseñanzas y paciencia.

▲ **AL PERSONAL DE CIDAR:** Por su amistad y cariño.

INDICE



INDICE

Introducción	2
--------------------	---

CAPITULO 1

1. Planteamiento del Problema	4
1.1 Justificación del Problema	5
1.2 Objetivos	6
1.3 Descripción del Método	7

CAPITULO 2

2 Marco Teórico Conceptual	9
2.1 Conceptos Relacionados con el Tema	9
2.1.2 Términos Relacionados con las Piezas de Diseño	24
2.2 Marco Contextual	27
2.2.1 Introducción	27
2.2.2 Contexto	27
2.2.3 Antecedentes	27
2.2.4 USAC	27
2.2.5 Facultad de Arquitectura	30
2.2.6 Programa de Diseño Gráfico	31
2.2.7 Crematología	32

2.2.8 Población estudiantil	33
-----------------------------------	----

CAPITULO 3

3. Propuesta Gráfica Justificada	36
3.1 Justificación	36
3.2 Prebocetos del Titular	36
3.3 Justificación del Folleto	37
3.3.1 Tipografía	37
3.3.2 Formato	37
3.3.3 Diagramación	38
3.3.4 Espaciamiento sencillo	38
3.3.5 Color	38
3.3.6 Temas	38
3.4 Prebocetos para la Portada del Folleto	38
3.4.1 Bocetos para la Portada del Folleto	40
3.5 Prebocetos de Páginas interiores	41
3.5.1 Bocetos para la Portada del Folleto	42
4 Justificación de las Diapositivas	42
Folleto	43
Diapositivas	39

CAPITULO 4

4.	Diseño de la Prueba	72
4.1	Grupo Objetivo	72
4.2	Muestra	72
4.3	Análisis e Interpretación de Resultados	72
4.4	Resultados de las Piezas	87
4.5	Resultados de Comprensión del Tema	87

Conclusiones y Recomendaciones	88
Bibliografía	91
Bibliografía de Fotografías	92
Glosario	94
Anexo	96

Aplicación
del Color en el
Diseño Gráfico



ALTERNATIVAS
DE MEDICINA
NATURAL



INTRODUCCION



INTRODUCCION

En el Curso de Cromatología, del Programa de Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala, se ve la necesidad de proponer y diseñar un material didáctico como refuerzo visual, que sea útil, legible y de fácil comprensión para una mejor explicación del tema "La Aplicación del Color en el Diseño Gráfico", ya que es un tema de suma importancia para el diseñador gráfico, fundamental al momento de reproducir sus ideas.

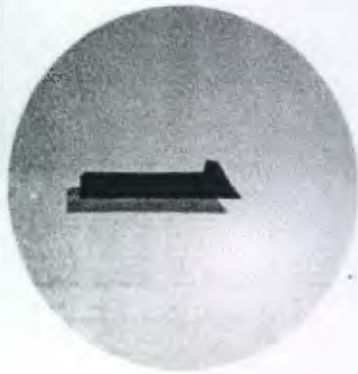
La falta de material didáctico en el nivel superior dificulta la exposición y aprendizaje de temas teóricos. Teniendo en cuenta estas necesidades, se optó por la realización de un folleto y un juego de diapositivas para exposición magistral por parte del docente; para su realización nos basamos en un Proceso Metodológico de Cuatro Etapas.

Finalmente, esperamos que el presente documento contribuya a mejorar la calidad del proceso enseñanza-aprendizaje para docentes y estudiantes.



La Aplicación del Color en el Diseño Gráfico

CAPITULO



Capítulo
1

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA



(S1)

Eficacia de las piezas de diseño utilizadas como material didáctico para la enseñanza de la aplicación del color a estudiantes de cromatología, del 2do. semestre del programa de Diseño Gráfico de la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala, durante el período del 1 de agosto al 31 de noviembre.



(S1.1)

La Aplicación del Color en el Diseño Gráfico

1.1 JUSTIFICACION DEL PROBLEMA

Las piezas del Diseño Gráfico (fotografías y slides a color), fueron tomadas del Diseño Gráfico que se usa en nuestro medio, el fin de este estudio es demostrar el uso de cada color aprovechando su significado, simbolismo, asociación de ideas para un diseño funcional o que transmita el mensaje que el diseñador quiere.

* No se creó un diseño específico para cada color, pues no es el fin del estudio*.

Dentro del Diseño Gráfico existen múltiples formas y técnicas para expresar ideas encaminadas hacia un fin específico. Un recurso que todo diseñador gráfico emplea para alcanzar sus metas es la aplicación del color, ya que el mismo tiene gran importancia en nuestras vidas, porque además de ser un factor psicológico extraordinario, está asociado con los fundamentos de la belleza, unidad, armonía, proporción, equilibrio, etc. Posee elementos de variedad ajustados a todos los esenciales básicos de la estética, produce sensaciones de estímulo o descanso, alegría o tristeza, calor o frío y tiene valor simbólico que es de cualidad subjetiva e inconciente y objetiva o conciente.

Los libros existentes sobre color son editados en el extranjero, traducciones se han realizado con vocabulario dentro del contexto español, por ejemplo: (coche - automóvil, marrón - café, etc). Para el contexto guatemalteco se hace necesario crear un material propio para la el Programa de Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala.



Tanto para el estudiante de Diseño Gráfico, como para el diseñador gráfico, la aplicación del color se vuelve un reto que debe enfrentar para poder desarrollarse en este campo; y es de hacer notar que en gran parte, la experiencia que se adquiere con el tiempo y la práctica, hace que pueda alcanzar las metas que se trace.



La Aplicación del Color en el Diseño Gráfico

Por lo anterior, se decidió realizar el presente trabajo con la finalidad de mejorar el proceso de enseñanza-aprendizaje en lo que a la aplicación del color en el diseño gráfico guatemalteco se refiere, y que el estudiante tome conciencia de la importancia del uso del color para el desarrollo de su vida profesional.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 GENERAL

Proporcionar al estudiante del curso de cromatología del 2do. Semestre de la Carrera de Diseño Gráfico el material didáctico y textual de apoyo, necesario para el aprendizaje, de la aplicación del color en el diseño gráfico.

1.2.2 ESPECIFICOS

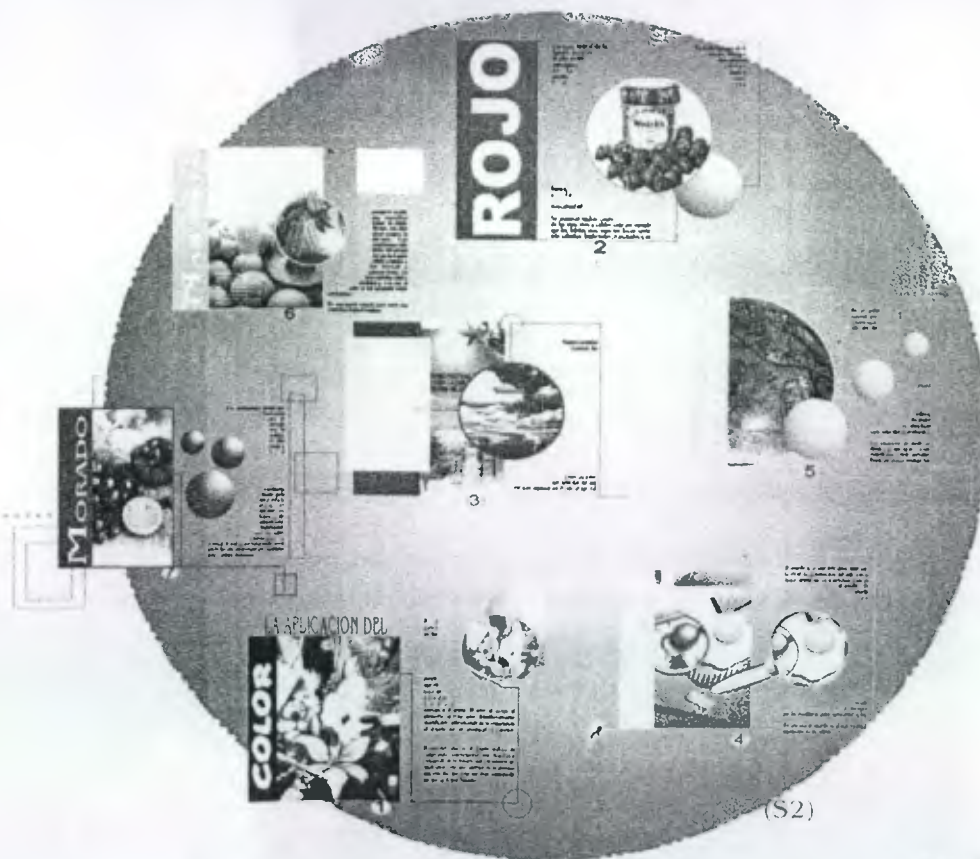
QUE EL ESTUDIANTE:

1.2.2.1 Comprenda los principios básicos del color.

1.2.2.2 Observe la aplicación del color en el diseño gráfico.

1.2.2.3 Mida la eficacia de las piezas de diseño para el cumplimiento de los objetivos del curso.

1.2.2.4 Utilice adecuadamente las diferentes aplicaciones del color al Diseño Gráfico.



1.3. DESCRIPCION **DEL** **METODO**

La metodología que se usó en esta investigación es el denominado Proceso de Cuatro Etapas:

ETAPA RACIONAL: en esta primera etapa se recopila toda la información sobre los conceptos del tema estudiado, así como sobre el contexto en donde se realiza el estudio.

ETAPA CREATIVA: en esta segunda etapa se interpreta la información obtenida y se proponen las soluciones preliminares al problema.

ETAPA CONSTRUCTIVA: en esta tercera etapa se selecciona y expone la solución más acertada.

ETAPA EVALUATIVA: esta es la cuarta y última etapa, en donde se presenta el logro de los objetivos planteados por medio del grupo objetivo y se indica el grado de efectividad del material didáctico. (6).



6. Folleto fotocopiado sobre el proceso de las cuatro etapas. Metodología Proyectual. 1996.



CAPITULO



Marco Teórico
Conceptual y
Contextual

2. MARCO TEORICO

CONCEPTUAL

A continuación se presenta una serie de conceptos importantes utilizados en Diseño Gráfico, los cuales son básicos para el estudio de la Cromatología o Teoría del Color. Además se presenta el contenido teórico de este trabajo, que tiene como fin dar al futuro diseñador los principios fundamentales acerca del color.

2.1 CONCEPTOS RELACIONADOS CON EL TEMA

SATURACIÓN: Es el factor que determina la pureza de un color, o sea la mayor o menor proximidad al cromaplano y que vulgarmente se determina por los términos de puro, intenso, mediano, pálido, etc. (7).

CLASIFICACIÓN DE LOS COLORES: Se clasifican en cromáticos: amarillo, naranja, rojo, azul, etc., o en acromáticos: blanco, negro y gris.

El cambio de un color de un producto reduce inmediatamente su familiaridad como marca, perdiéndose gran parte de la confianza que inspira.

7. PETER J. HAYTEN. El color en publicidad y artes gráficas.

FISIOLOGÍA Y PSICOLOGÍA DEL COLOR:

Se ha demostrado que nuestro cuerpo físico percibe cualquier impulso o energía cromática y reacciona en consecuencia: estimulante, enervante, depresiva o sedante.

LUZ: Es una forma de energía radiante que se desarrolla en ondas, cuya velocidad depende de la densidad del medio que atraviesa.



RADIACIONES VISIBLES: Pueden ser resumidas en tres grupos principales, cuyas variaciones del color tendrán una importancia menor; los tres grupos o regiones principales son: el rojo, el verde, el azul ciánico o azul violeta, separados éstos por unas franjas estrechas de amarillo y azul verde que están situadas, respectivamente, entre rojo y verde y entre este color y el ciánico.



CROMOTERAPIA: Es una nueva rama de la patología por lo que son estudiados los efectos de la luz y el color en diversas enfermedades, tanto en su nacimiento y evolución como en su curación. La ciencia ha demostrado que el color afecta nuestra vida, pudiendo causar alegría, tristeza, calma, etc.

LA NATURALEZA DEL

COLOR: El color es luz, puesto que sin ésta no puede tener existencia aquel. La luz es una forma de energía radiante que se desarrolla en ondas cuya velocidad depende de la densidad del medio que atraviesan.

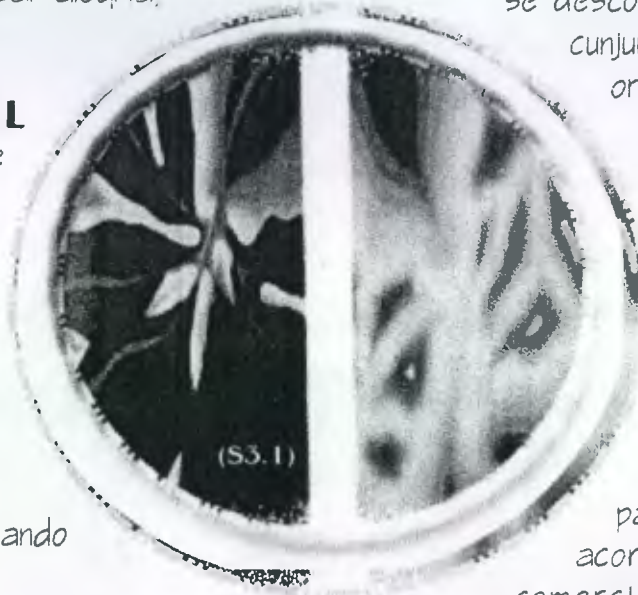
DISEÑO: Trazo, dibujo, delineación de un objeto, edificio, etc.

EL CROMA O TINTA: Es cuando se agrega otro color.

CIRCULO CROMATICO: Este es el ordenamiento de los colores primarios, secundarios y terciarios alrededor de una circunferencia por 12, 24 o más colores.

LA INTENSIDAD: Es dependiente del grado de luminosidad o relación del color con la escala de valores.

COLOR: El color es la cualidad que tienen los cuerpos al reflejar un rayo de luz, cada rayo de luz que nos llega del sol en forma de luz blanca se descompone en una serie de colores y que en su conjunto forman el espectro visible, el cual es la ordenación sistemática de las radiaciones energéticas visibles de acuerdo con su longitud de onda. (7).



El dominio sobre el lenguaje del color le permite al diseñador hacer de la selección para un diseño determinado una opción razonada y consciente en vez de una decisión arbitraria. Dotado de esta clase de conocimiento, el diseñador está bien calificado para justificar las selecciones de colores y para aconsejar al cliente en este aspecto de la comercialización de su producto o servicio

El uso del color en el diseño gráfico no comprende simplemente una inspirada concepción de la imagen, que ciertamente es importante, sino que también es un proceso muy práctico, que exige una firme comprensión de que es lo que funciona. Se necesita tener en cuenta puntos como la legibilidad de ciertos colores cuando se usan para tipografía o si el color

7. PETER J. HAYTEN. El color en publicidad y artes gráficas.

que quiere puede conseguirse con sistema de impresión del que se dispone y dentro de su presupuesto.

Diseñar con el color debe ser enfocado con el mismo cuidado del detalle que aplicarán a otros aspectos del diseño. Al juntar diferentes colores puede conseguir para su trabajo un número casi infinito de efectos o sensaciones y escoger colores que sean armoniosos, discordantes, dominantes o recesivos es la base para muchos de estos efectos.

COLORES ARMONIOSOS: Al igual que las cuerdas musicales, los colores armoniosos son aquellos que están lo suficientemente cerca en el círculo cromático para ser agradables, pero no tan cercanos que aparezcan como una zona desigual de mismo color.

COLORES DISCORDANTES: Hay dos clases que pueden ser útiles para el diseñador gráfico. La primera es la estridente o sicodélica. Dos tonos de puntos opuestos del círculo de colores se colocan cerca de forma que parezca que centella, esto se hace a menudo con el cian y el bermellón, y puede resultar bastante impresionante. La segunda clase de discordancia

es el desajuste: dos colores casi iguales pero que no llegan a coincidir, normalmente tiene un efecto bastante perturbador.

COLOR DOMINANTE: Los colores que se ven muy destacados en una obra, ya sea en virtud de su intensidad o del tamaño de su área se llaman colores dominantes y determinan el estilo de trabajo. Los colores fuertes, tales como los primarios aditivos (rojo, verde y azul) son apropiados para una obra potente.

COLORES RECESIVOS: La mayoría de los colores agrisados o recesivos. Los azules en particular son los más recesivos de los colores y pueden hacer que la mirada ahonde en el diseño, especialmente cuando ocupan superficies de borde difuso o atmosféricos.



EL ROJO : Es un captador natural de la atención, las emociones como la pasión, la fuerza, y la masculinidad. Los rojos vivos y fuertes pueden simbolizar sangre, ira, fuego y sexo. Por regla general se acepta que el rojo tiene un poder psicológico sobre nosotros, pues nos atrae de manera asombrosa.

El rojo también significa peligro y se usa en forma de tipografía gruesa, clara y símbolos en todo tipo de avisos, haciéndolos inmediatamente reconocibles y dándoles el sentido de urgencia e importancia.

Los rojos vivos junto con colores claros y vivos, son adecuados para la moda, especialmente para el mercado juvenil e infantil.
(5)

El rojo puede tener una poderosa influencia sobre un elemento de diseño. Los rojos vivos deben usarse con cuidado porque se convertirán casi con certeza en los colores dominantes. Son excelentes para captar la atención del público. Los rojos atraen a todas las edades y sexos, tienen fuerza emocional. Los rojos con tendencia al naranja tienen más impacto visual, los rojos con tendencia al morado llaman menos la atención.



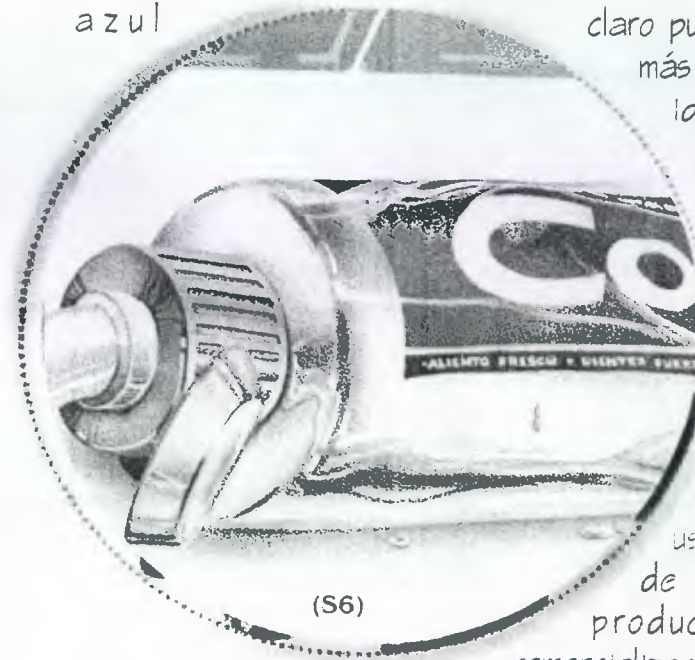
5. DALE, RUSSELL. El libro del Rojo. G.G. Barcelona, España, 1990.

EL AZUL: Sugiere serenidad y pureza, las connotaciones más naturales del azul vivo claro empiezan con el cielo, el mar y el agua. A partir de ahí manan ideas de frescura limpieza frialdad y pureza, haciendo que el azul sea un color natural para usar en productos de limpieza o productos que tienen una imagen limpia. Las bebidas que los fabricantes quieren promocionar como refrescantes, especialmente el agua mineral, son candidatos obvios para un tratamiento en azul. El azul es considerado comunmente un color frío, aunque tal como sucede con todos los demás colores, su calidez o frialdad (en este caso un azul con tendencia al verde es más cálido, que un azul con tendencia al azul morado), se usa, o en otras palabras como se relacionan con los otros colores que aparecen junto a él.

De todos los colores, el azul es el que funciona mejor cuando se usan juntos pigmentos y tonos del mismo color. El azul es un símbolo del cielo, mar y agua fresca y pura, y como tal se usa a menudo en folletos de vacaciones o en cualquier cosa en que se desee resaltar connotaciones de vida sana.

II. ALAN SWAN. El color en el diseño gráfico.

El azul conserva su carácter de azul y sus connotaciones en toda la gama de tonos y azules azules.



El azul claro puede ser suave o frío. Se vuelve más misterioso al oscurecerse y evoca ideas de oscuridad y nocturnidad para volverse más cálido cuando se le añade rojo.

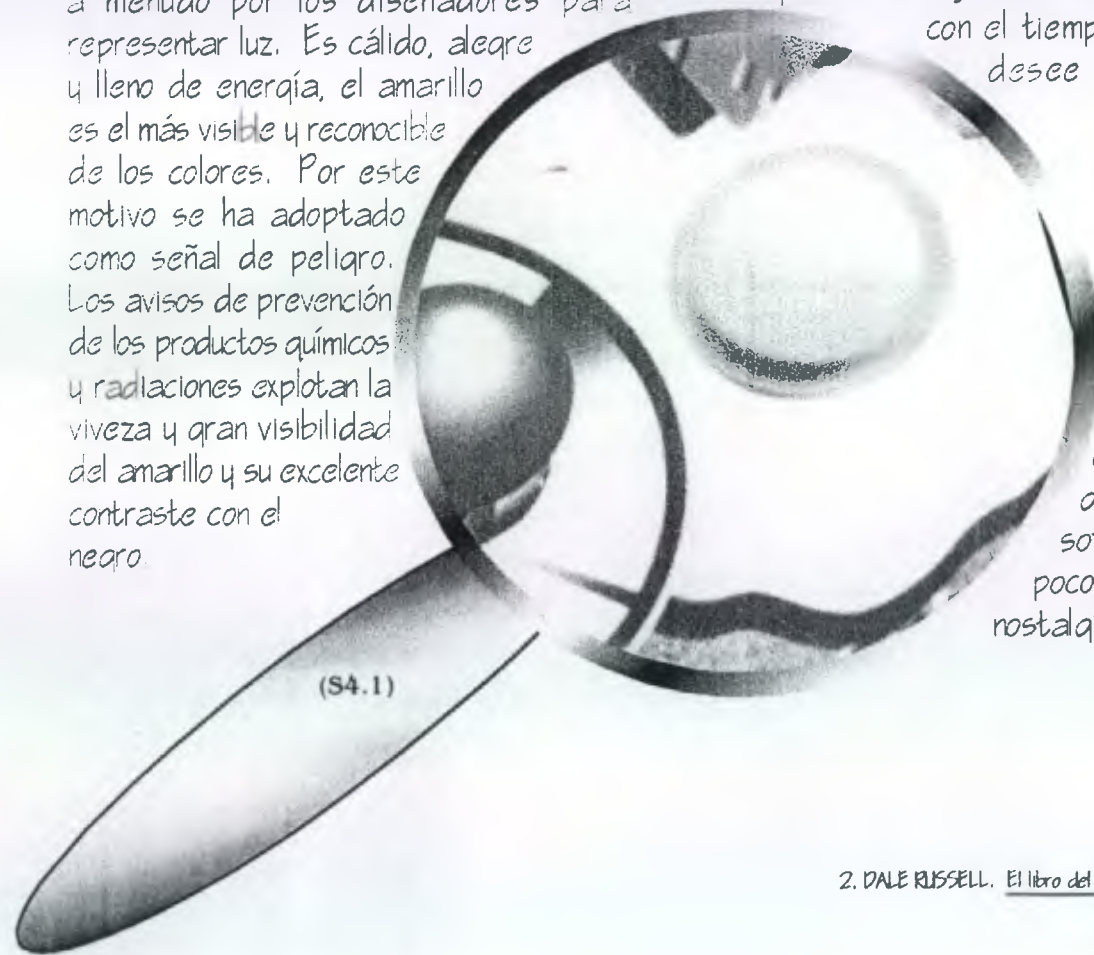
En la mayoría de los países los azules oscuros y reales pueden usarse sin temor para proyectar masculinidad y productos para hombre. Los azules pálidos y los pigmentos de azul se usan ampliamente para dar un aire de seguridad y confianza en los productos, por ejemplo: en la comercialización de productos como la ropa de

bebé y sus accesorios. Los azules vivos usados junto con los amarillos tienen un aspecto deportivo.



La Aplicación del Color en el Diseño Gráfico

EL AMARILLO: Es el color más claro de todos, atrae la atención y es amable al compararlo con los otros colores primarios y con la escala de tonos de gris, es el color más claro, tiene casi la mitad de la luminosidad, y este factor domina sus características y uso en el diseño. Es usado a menudo por los diseñadores para representar luz. Es cálido, alegre y lleno de energía, el amarillo es el más visible y reconocible de los colores. Por este motivo se ha adoptado como señal de peligro. Los avisos de prevención de los productos químicos y radiaciones explotan la viveza y gran visibilidad del amarillo y su excelente contraste con el negro.



Pueden representarse la frescura, el amarillo limón que contiene algo de azul, tiene una frescura más aguda e intensa que el amarillo puro pero hay que tener en cuenta que sólo hay unos pocos matices de amarillo limón, ya que enseguida pasa a verde al añadir una mínima cantidad de azul. Se le asocia con la estación de la primavera (esto es especialmente en el caso del amarillo verdoso pálido). El amarillo huevo (amarillo con un poco de rojo) es un color cálido pero también en este caso, al añadir rojo al amarillo, enseguida pasa a naranja. Las fotografías, el papel y las telas blancas todas amarillean con el tiempo siendo esto algo que el diseñador gráfico quizás desee imitar con un uso cuidadoso del amarillo. (2).

Raramente el amarillo será el color de un diseño, pero es excelente para acentuar y destacar un área del mismo. Una forma simple de explotar esto podría ser el uso del amarillo para una viñeta con un mensaje especial.

Las cualidades de captación de atención del amarillo vivo es útil en trabajos de mercado de gran consumo, pero también pueden parecer muy sofisticados. Los amarillos apagados, que contienen un poco de negro, parecen antiguos y evocan un sentido de nostalgia.

(S5.1)

2. DALE RUSSELL. El libro del Amarillo, G.G. Barcelona, España 1.990.

La Aplicación del Color en el Diseño Gráfico

EL VERDE: Es el color natural por excelencia. más que los otros colores, los verdes se clasifican como naturales o artificiales. Un verde artificial, uno por ejemplo que contenga mucho azul, es muy característico. La amplia gama de verdes naturales tienen connotaciones de paz y tranquilidad. El verde es también el color adoptado universalmente por los ecologistas.

El complemento del verde es el rojo y ello puede usarse de forma muy efectiva con colores cálidos y vivos. En la mayoría de los países europeos y norteamericanos, los verdes oscuros junto con tonos oscuros del rojo pueden parecer festivos y navideños.

Los pigmentos de verdes se dividen en dos tipos: verdes amarillentos y verdes azulados. Los pigmentos verdes amarillentos son muy claros y hay muy poco contraste dentro de la gama de cada uno de los dos colores.

Los pigmentos verdes azulados ofrecen una gama con mayores contrastes y por lo tanto son mas versátiles.

Los verdes pueden ser buenos colores de fondo para tipografía en negativo (con tal que en lo bastante fuertes o vivos).

Los verdes claros y medios son los colores de la frescura y a menudo, son una opción clara para productos que hacen de la frescura un argumento de venta, tanto si son realmente frescos, como la fruta y las hortalizas, como si se les han añadido sabores para que tengan gusto a fresco, como la mayoría de los productos con gusto a menta.

II. ALAN SWAN. El color en el diseño gráfico.





Fuente de la eterna

juventud

Doctores e investigadores coinciden en que ciertos nutrientes no sólo disminuyen las líneas de expresión, sino que ayudan a la formación de otras nuevas. El uso de estos elementos puede hacerlos parecer espectacular a pesar de los años.

(18)

EL NARANJA: El naranja es un color muy específico porque es cálido, vibrante, vivo y claro. Las connotaciones más obvias del naranja vivo son los lugares cálidos y exóticos, y la fresca y sabrosa fruta. La fruta simboliza salud y vitalidad, a su vez, el color se ha apropiado estas asociaciones.

Es una opción natural para crear una atmósfera tropical o exótica. Su complementario es el azul. Atraen particularmente a los jóvenes y pueden dar al diseño un aspecto de producto de gran consumo. El naranja atrae la mirada hacia el diseño.

En áreas demasiado grandes fatiga su contemplación pero es un buen color para los toques.

Un diseño que contenga el color naranja de distinguirá con toda seguridad, lo cual puede explotarse por su viveza y tendencia a saltar al primer plano o simplemente por su capacidad de evocar el sol y la imagen del verano.

Los naranjas vivos se pueden usar ampliamente en el mercado juvenil, pero como color secundario también puede emplearse con un buen efecto en cualquier gama de productos o servicios que requieran un enfoque animado y no estén condicionados por la tradición, para la mayoría de los productos de alimentación el naranja debe aplicarse sólo con mucho cuidado, ya que su uso puede dar a entender que el propio producto contiene naranja.

EL MORADO: Las asociaciones obvias que hacemos con el morado son la realeza, el alto rango y la excelencia. Usado junto con el oro y la plata, el morado es lujoso y de aspecto caro. También puede ser un color romántico y femenino, lo cual es particularmente cierto con los lilas más claros usados con sensibilidad junto a colores armoniosos.

Los morados funcionan bien con colores armoniosos que, como el morado, contengan rojo o azul. El complementario del morado es el amarillo, por lo que claramente estos dos colores juntos hacen afirmaciones rotundas. Si sólo se pretende hacerse notar, estas combinaciones seguro que funcionan.

Históricamente, el morado no se ha usado con frecuencia para la tipografía, pero los morados oscuros pueden usarse para la mayoría de los rotulados y el blanco en negativos sobre morado es claramente legible. Los morados oscuros tienen la posibilidad de dar tonos más oscuros que el rojo o el azul.

En el mercado se explota la sensibilidad de este color en áreas de productos como la cosmética o los perfumes. Se pueden crear envases de alta calidad a base de tonos profundos de morado, funcionando bien las láminas metálicas como elemento de contraste para realzar la riqueza natural de este color. Los morados más claros, que sugieren espiritualidad, son apropiados para diseños de segmentos de mercado modernos y sofisticados, donde las respuestas emocionales son importantes.

La potencia del morado le permite al diseñador usar el más leve toque de este color sin sacrificar sus cualidades inherentes. Es un color que atrae especialmente a gente joven y sofisticada que responde a su dramatismo selecto.





EL CAFÉ: Se le asocia principalmente con cosas tales como: madera, tierra, otoño y campo. Un diseñador le puede crear un aire natural a su trabajo de forma muy directa simplemente usando los colores de materiales naturales, como: madera, trigo, cerámica o ladrillo. Los cafés y entes oscuros pueden dar al diseño un tono rústico tranquilizador.

Los cafés contrastantes usados juntos pueden paarecer sofisticados y pueden sugerir la riqueza del otoño.

El café también es el color de la buena salud, a tanto si el café de la corteza del pan como el moreno de los cuerpos bronceados. También puede usarse para crear diseños de productos de calidad. Los papeles con toques de café hacen buenos fondos para imprimir diseños de calidad sobre ellos.

Ofrece posibilidades para crear nostalgia o imágenes históricas y como color de la tierra, está naturalmente asociado con la vida sana, los productos naturales, la salud y las actividades al aire libre.

El café tiene connotaciones intelectuales, que sugieren librerías de estanterías de roble, o las finas cualidades de los instrumentos musicales de madera, pero este color también puede usarse para dar una sensación de actividades al aire libre. Se puede evocar imágenes de los deportes tradicionales, como tiro, caza y pesca, mediante cafés suaves, mientras que el color bronce sugiere las vacaciones.

BLANCO, NEGRO Y GRIS: El negro (misterio), el negro puro es más oscuro que cualquier otro color, mientras que el blanco es más claro que cualquier otro. La escala tonal de negros y grises proporciona una gran gama de contrastes, constituyendo una excelente combinación para los directos y la impresión en general: el blanco y el negro son los colores tradicionales que acepta la imprenta y se usan para la mayoría de los trabajos a un color. Proporcionan una excepcional legibilidad debido a su elevado contraste, la mayoría de las autoridades en la materia están de acuerdo en que el amarillo y el negro es la combinación más legible, pero estos dos colores son bastante molestos de mirar durante cierto tiempo. Hablando en puridad, el negro no es un color en absoluto, no tiene tono ni intensidad; sólo se le puede medir en términos de luminosidad, una gama de pigmentos de negro sería una escala de grises, quizás a causa de esto o porque estamos tan acostumbrados al material impreso en blanco y negro normalmente no involucra al diseñador con los gustos y aversiones de sus clientes o clientas, problemas que pueden surgir si se escoge cualquier otro color.

Si bien es cierto que el negro puro no tiene tono ni intensidad, muchos negros contienen otros colores que cambian su efecto y características. Desde luego, la forma en que se añaden estos colores depende enteramente del proceso de impresión a utilizar. Compara dos trabajos impresos, puestos uno junto al otro, uno de ellos puede parecer cálido mientras que el otro es frío y vigoroso, al añadir azul al negro lo hace frío en tanto que el rojo le da calidez, al añadir otro color al negro, le puede dar también una profundidad que el negro solo no tiene. Los blancos también pueden variar mucho aunque vale la pena que en la mayoría de los casos el blanco básico para el diseño es el color del papel en el que se imprime el diseño. Sin embargo, al igual que con el negro, se pueden añadir toques de otros colores, azul, rojo o amarillo, para crear colores que probablemente clasificaríamos como blancos más bien que como pasteles pálidos, un blanco azulado parecerá más blanco que un blanco que contenga rojo o amarillo.

LOS GRISES: pueden sugerir una amplia gama de ideas. Los grises no tienen porque ser simples pigmentos del negro, los grises cálidos se pueden producir con un contenido de rojo y los grises fríos con azul, los grises más lujosos contienen dos o tres colores en vez de solo negro, en la cuatricromía, los más lujosos de todos son los producidos con los cuatro colores, de forma parecida todo directo en blanco y negro producido por este proceso de impresión será más rico y denso y contendrá más profundidad si se imprime a todo color en vez del blanco y negro convencional.

Los grises también se usan para aislar un color, al más ligero toque de color se le puede hacer que parezca llamativo cuando se coloca en un mar de grises, para causar un efecto sutil, escoge un color y un gris de la misma luminosidad (midiendo el color con la escala de grises). A pesar del hecho que los dos tengan la misma luminosidad el color seguirá llamando la atención por su tono e intensidad, el negro rotundo le da al diseño un perfil duro, pero si producimos el mismo diseño en un pigmento de gris lo suavizaremos; si el pigmento

es lo bastante claro, el diseño empezará a aparecer etéreo y fantasmal, a diferencia del pigmento de otros colores, el gris no añade ningún tono ni carácter adicional al diseño. Este efecto fantasmaórico puede explotarse en una imagen de fondo a la que hay que sobreponer otros elementos gráficos.

Muchas publicaciones, como los periódicos o revistas a un solo color, se han desmenuado durante años impresas en blanco y negro, para estos y mucho otros trabajos de diseño gráfico, el diseñador tiene que aprender a trabajar dentro de las limitaciones del blanco y negro, haciendo de la necesidad virtud, y crear un diseño innovador e imaginativo. El negro se asocia con la serenidad, la tristeza y el misterio, grandes áreas de negro darán al diseño sofisticación y estilo. Corresponde más al estilo distinguido que al mercado de masas, y en los últimos años el negro mate ha llegado a estar asociado con la alta calidad. El negro es también excelente para comunicar una sensación de inteligencia y seriedad, para el diseño de embases y promociones hay que tener en cuenta el lugar en que se va a exhibir el diseño, el negro toma su mayor

tener en cuenta el lugar en que se va a exhibir el diseño, el negro toma su mayor intensidad con luz brillante. El contraste más sutil que se puede hacer con el negro debe ser aplicarlo sobre una superficie también negra.

El gris es un conjunto conservador, un color de buen gusto, puede ser frío,

BLANCO: se le asocia con la limpieza, la pureza y la inocencia, desde luego es un excelente color de fondo, el simple blanco puede resultar llamativo.

11. ALAN SWAN. El color en el diseño gráfico.





LOS COLORES VIVOS: Los colores vivos sugieren animación, felicidad, dinamismo y espontaneidad. Son los colores de los juguetes infantiles y por ello aportan la idea de diversión, un entorno en colores vivos eleva el tono muscular e induce respuestas instintivas e impulsivas; los colores vivos tienden a captar la atención; los colores primarios son colores vivos, aunque no todos los vivos son primarios.



Los colores vivos son individualmente más potentes cuando están rodeados por colores oscuros, como el negro o el gris puede añadir vitalidad a un diseño usando un poco de color vivo para hacer resaltar algún elemento del diseño de un fondo de imágenes en blanco y negro o en colores pastel. Pero si ponen colores vivos juntos creará imágenes llamativas; los colores vivos complementarios, rojo y verde, naranja y azul, morado y amarillo, reaccionan con tanta fuerza entre sí que a veces casi parece que los colores parpadean.

Los colores vivos atraen a un público muy amplio; pero los niños y los jóvenes, en especial, son los que encontrarán atractivos los diseños que usen colores vivos; son los más obvios para los productos de gran consumo.



LOS COLORES PASTEL: Delicadeza, pureza y romanticismo, hay colores que contienen una gran proporción de blanco. Son de hecho pigmentos, pero contienen un porcentaje de blanco más elevado que los colores que convencionalmente son considerados como pigmentos. Tradicionalmente se consideran femeninos pero pueden atraer a ambos sexos. El conjunto de los pasteles se llaman a veces colores caramelo: sugieren dulzura, una connotación obvia para que la explote el diseñador, pero hay que tener cuidado con que los colores no acaben pareciendo azucarados. Pueden dar al diseño una apariencia inocente, sin sofisticación. Cuanto más pálidos se hacen los colores de la paleta de pasteles, más suaves y delicados pueden ser. Son románticos, gentiles y sugieren seguridad y confianza. Algunos tonos pastel como el azul pálido mantienen las connotaciones del color saturado, pero otros como el lila, toman un papel completamente nuevo. Los pasteles tienden a ensanchar el área y atraen la atención del público al ser tan claros.

Hay que escoger con cuidado los colores para contrastar con los pasteles. El blanco ayuda a reforzar su imagen pura pero puede quedar demasiado cercano en tono a los pasteles pálidos y la imagen o la tipografía pueden quedar perdidas. Obviamente, los colores pastel funcionan muy bien con tipografía e imágenes en blanco y negro.

Hay algunos candidatos obvios para el tratamiento en color pastel: productos, promociones y diseños que necesiten poner de relieve sus características de delicadeza, gentileza, pureza y romanticismo: cosméticos, perfumes, artículos fríos, suaves, etéreos, etc.

II. ALAN SWAN. El color en el diseño gráfico

LOS COLORES APAGADOS:

Una buena opción para un aire de época, los colores apagados son colores que contienen una cierta proporción de gris o negro. Son mortecinos y de carácter algo diferente y en cierta manera opuesto a los colores vivos. La mayoría de los colores pueden ser apagados, e incluso colores como el rosa se tinte con gris para tener una apariencia amortiguada. La paleta apagada atrae a las generaciones maduras y se asocia con la alta calidad y la sofisticación. Se asocia con la masculinidad y dan un aire sólido y robusto al diseño. Estos colores funcionan muy bien con dorados y plateados y junto a estos o sin ellos pueden dar un aspecto caro a nuestro diseño.

Los colores apagados son por definición tonos, ya que contienen alguna cantidad de negro. Se pueden sacar pigmentos de colores apagados y estos pigmentos retendrán algo de la naturaleza debilitada de los colores

apagados. Una restricción excesiva del colorido puede dar una sensación depresiva, aunque existen varias formas de evitarlo y crear un diseño con carácter y vida usando colores apagados. Los colores apagados son ideales para fondos y para poner en negativo o aislar imágenes más vivas.



Si su uso, tanto en las ilustraciones como en fondos le prestará al producto o elemento de diseño un carácter inteligente y sofisticado. Esta paleta es por lo tanto muy adecuada para los productos y servicios que desean subrayar cualidades tales como una reputación asentada de antiguo (o la impresión de tenerla), seriedad, respetabilidad o tradición; a la mayoría de los clientes que quieren convencer al mercado de que su producto ha resistido la prueba del tiempo les gustará la paleta de los colores apagados.

También se pueden hacer que los colores apagados parezcan más vivos usando colores con muy poca o ninguna intensidad como el negro y el gris; los dorados, plateados y metálicos dan un excelente contraste con los colores apagados; un metálico medianamente discreto puede dar un contraste más sutil.



Los colores apagados atraen a las clientelas sofisticadas y de alta moda y en general, al sector de más edad de la población.

Si su uso, tanto en las ilustraciones como en fondos le prestará al producto o elemento de diseño un carácter inteligente y sofisticado. Esta paleta es por lo tanto muy adecuada para los productos y servicios que desean subrayar cualidades tales como una reputación asentada de antiguo (o la impresión de tenerla), seriedad, respetabilidad o tradición; a la mayoría de los clientes que quieren convencer al mercado de que su producto ha resistido la prueba del tiempo les gustará la paleta de los colores apagados.

2.1.2 TERMINOS RELACIONADOS CON LAS PIEZAS DE DISEÑO

BCU; BIG CLOSE-UP O GRAN CLOSE-UP: Enfoque o encuadre cercano de un detalle. (8).

CU³; CLOSE-UP: enfoque de la cámara hasta el area del busto.

DIAPPOSITIVA: Imagen fotográfica positiva, puesta en un soporte transparente para su proyección. los objetivos de este tipo de recurso son: despertar y atraer la atención, deben contribuir a la retención de la imagen visual y de la formación.

RITMO ALFA: Movimiento oscilatorio, producido en las neuronas cerebrales cuando se realiza un proceso mental.

J; LONG SHOT: plano general, plano largo, plano de conjunto, con relación al cuerpo humano, la figura entera.

M.L.S; MEDIUM LONG SHOT: plano en relación a la figura humana hasta las rodillas.

M.S; MEDIUM SHOT: plano medio, medio conjunto o figura hasta la cintura.

PROYECTOR DE DIAPPOSITIVAS: Es un aparato eléctrico que proyecta imágenes fijas a color (positivo). Al reflejar la luz del proyector en las imágenes de las diapositivas, éstas se reflejan en la pared, en una pantalla, una manta o un elemento que se desee utilizar para proyectarlas. De preferencia se debe utilizar en un lugar oscuro para una mayor definición de las imágenes.

MATERIAL DIDACTICO: Implementos que facilitan la enseñanza, es el material que se utiliza en una exposición magistral para reforzar, con imágenes, temas teóricos a tratar, entre los más comunes se encuentran: los folletos, manuales, diapositivas, sonogramas y videos.

MANUAL: Libro en que se recoge y resume lo fundamental de una asignatura o ciencia.

FOLLETO: Etimológicamente, proviene del italiano Foglietto, hojita y éste, a su vez, del latín Folium, hoja. Es una obra impresa, no periódica, que no consta de tantas hojas para formar un libro. Se entiende por folleto, todo impreso que sin ser periódico, reúna en un solo volumen entre 5 y 48 páginas, excluidas las cubiertas. (12).

7. NORVIS, GAUDENCIO. Didáctica y estructura de los medios audiovisuales.
6. ALAN SWAN. Como diseñar retículas.

DISEÑO DE FOLLETO: En este campo del diseño es esencial el formato de la retícula como base del proyecto. Antes, incluso, de que se empiecen a considerar los elementos en el espacio de diseño precisará definir una retícula y probablemente, ningún diseñador que trabaje en este campo omitirá jamás esta fase del proceso.

Enfrentando la necesidad de usar una retícula, se debe hacer especial hincapié en que la propia estructura de la retícula definirá muchas cosas sobre el estilo y la calidad de la futura imagen. Es muy importante meditar en profundidad acerca de la retícula antes de que se empiece el largo y costoso proceso de grafado. Se deberá emplear cierto tiempo en buscar diseños producidos para trabajos similares,



como guías para obtener las calidades deseadas, se deberá también tener en cuenta la longitud del texto que haya que incluir en el proyecto y definir las prioridades que va a concederse a la palabra escrita.

El uso del color como fondo suaviza el área de diseño, restando rigidez a la tipografía; si, además, hábilmente, se dejan espacios libres para ilustraciones sobre el fondo coloreado, puede acentuarse aún más el lenguaje visual, cierto tipo de información precisa presentarse de manera más formal, por ejemplo, un folleto de los informes de una empresa, en los cuales los factores más importantes, son las palabras, es esencial usar una tipografía clara y precisa. Aunque los folletos se basan en una retícula preestablecida, no es raro el uso de más de un formato de aquella en el mismo, ya que esto es un rasgo de diseño que explota para dar variedad visual a ciertas páginas de la mismas.

MUESTRA: Fracción representativa de un grupo de personas consultadas en una encuesta.

PIE DE FOTO: es el texto que describe una fotografía o ilustración. Generalmente se coloca debajo de estos. (8)

12. ALAN SWAN. Como diseñar retículas.
9. EVA PAZ. Fundamentos de tipología.

BOCETO: Ensayo o tanteo de una idea de diseño hecho sólo con los trazos y datos principales. De uso predominante en diseño industrial y diseño gráfico.

COLUMNA: Subespacio reservado para el texto dentro de la caja de texto o zona activa.

PRUEBA PILOTO: Evaluación que sirve de guía con el fin de mostrar la veracidad o falsedad de una cosa en estudios e investigaciones.



GRUPO OBJETIVO : Población a la cual va dirigido un mensaje.(1).
Estudiantes del 2do. Semestre de la Facultad de Arquitectura.

FORMATO: Tamaño y posición de una imagen o Impreso.

TIPOGRAFÍA: Estudia los tipos de letras que existen y sus características. Las letras pueden tener distintas variaciones por su:

Forma: curva, recta e inclinada.

Peso o grosor: delgada, regular y gruesa.
minúsculas o bajas.

Ancho: condensadas, regulares o extendidas.

Remate o serif: Rectiformes (formas rectas),
Curviformes (formas curvas) y
Mixtiformes (formas rectas y curvas combinadas). (9)

INVERTIDO: Imágenes claras sobre fondos oscuros. Poseen un gran alto contraste.

DIAGRAMACIÓN: Diseño formal del conjunto de una pieza gráfica que determina la distribución y composición de los elementos que la forman. (1)

TIPOS: Sentido genérico para referirse al conjunto de caracteres de las familias y sus variantes respectivas.

9. EVA PAZ. Fundamentos de tipología.
1. ALBERTO ALENZO. Curso de edición profesional.

2.2 MARCO CONTEXTUAL

2.2.1 INTRODUCCION:

En este capítulo se expone en forma breve la HISTORIA DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS, FACULTAD DE ARQUITECTURA, PROGRAMA DISEÑO GRAFICO, así como datos estadísticos de la población estudiantil y organización de la Universidad.

2.2.2 CONTEXTO

2.2.3 ANTECEDENTES

2.2.4 LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA, USAC: fue fundada según licencia contenida en la Real Cédula del Monarca Español Carlos II, de fecha 31 de enero de 1676. Las gestiones datan desde mediados del siglo XVI.

Transcurrieron 128 años para que fuera fundada la Universidad. El 31 de enero de 1676 se promulgó la Real Cédula de Fundación de la Universidad de San Carlos de Guatemala: en dicha oportunidad se establece la fundación de la Universidad en el Colegio de Santo Tomás de Aquino.

La legislación contempló desde sus fases iniciales, el valor de la discusión académica, el comentario de textos, los cursos monográficos y la lección magistral. La libertad de criterio está ordenada en sus primeros estatutos que existen y el conocimiento de doctrinas filosóficas. Las cátedras que se impartieron fueron siete en total, siendo ellas: Teología, escolástica, Teología moral, Cánones, Leyes, Medicina y 2 Lenguas. La apertura de laborares fue el día 7 de enero de 1681, los grados que otorgaba era de Bachiller, Licenciado, Maestro y Doctor.



Francisco de Sarassa y Arce, a quien se le deben las normas reguladoras de la Universidad de San Carlos, que fundamentaron por siglos el funcionamiento académico y el gobierno de la Universidad basados en similitud a las universidades de Salamanca y México.

El 18 de junio de 1687 el Papa Inocencio XII por medio de la Bula Exsuprema, le otorgó el Título de "Real y Pontificia Universidad de San Carlos de Guatemala". Durante la colonia, la Universidad negaba la admisión a sus aulas a negros, morenos y mulatos.

En las últimas décadas del siglo XVIII un movimiento de reforma en la Universidad, bajo la influencia del religioso Antonio de Liendo y Goicoechea, llevó a cabo un cambio radical de los estudios universitarios. Se instituyó la cátedra de Anatomía, se desarrollaron los estudios históricos, de derecho civil romano y de gentes, se realizaron por primera vez exámenes de geometría y se introdujo el método experimental en el estudio de las ciencias físicas.

A consecuencia de los terremotos de 1773, se hace necesaria la traslación de la capital del Reyno al Valle de la Ermita, siendo en 1777 el traslado oficial de la Universidad a dicho valle.

El 15 de septiembre de 1821, culmina un proceso histórico en el que la participación universitaria fue relevante. La Universidad llegó al final de la época colonial, como centro principal de estudios en el Reyno de Guatemala y como fuente de ideas y acciones republicanas.

La agitación política en los primeros años de la llamada época republicana inició en el estancamiento de la Universidad. En 1832 durante el gobierno liberal del Dr. Mariano Gálvez se cambia la Universidad y el Colegio de Abogados y se establece la Academia de Estudios, la cual es cerrada al ser derrocado Gálvez en 1838 y se reestablece la Universidad, la que vuelve con muchos de los sistemas y orientaciones de la época colonial.

En 1845 durante el gobierno de Rafael Carrera se autorizó la reorganización de la universidad, se dispuso que toda la instrucción pública quedaría a cargo de la Universidad.

El 22 de noviembre de 1855 se decreta que es necesario estabilizar las actividades de la Universidad, estableciendo los nuevos moldes coloniales que habrían de regir por cerca de 20 años las actividades de la Universidad, hasta que con el

triunfo de la Revolución liberal se le da forma moderna a esa casa de estudios superiores., ya que no satisfacía las exigencias de la vida moderna pues se mantenía desligada del desarrollo social.

Durante el gobierno liberal de Justo Rufino Barrios (1873-85) se transformó la Universidad, creando las escuelas facultativas y en 1875 se emite la ley Orgánica de Enseñanza Superior en la que se suprimía la Universidad y se creaban las escuelas facultativas, siendo ellas: Derecho y Notariado, Medicina y Farmacia, Ingeniería, Filosofía y Literatura, quedando a su cargo los grados de licenciado y doctor.

En el gobierno del General Lázaro Chacón (1926-1930) surge la inquietud por lograr la autonomía de la Universidad, la cual no se concretó. Durante (1931-1944), la dictadura ubiquista, toda la educación se militariza y es en 1943 cuando la "Asociación de Estudiantes Universitarios" como entidad federativa del estudiantado y logra realizar algunas actividades académicas y culturales que encubrían actos indirectos de crítica a la dictadura.

Los acontecimientos cívicos de 1944, culminaron con la renuncia del dictador Ubico a fines de junio de ese año, los estudiantes plantearon una serie de demandas a la dictadura como: el cambio total de autoridades universitarias, la reforma de las leyes que regían a la institución, la creación de escuelas técnicas para obreros, la fundación de la Facultad de Humanidades, Escuela Superior de Pedagogía, un Instituto de Ciencias Indigenistas y fundamentalmente la Autonomía Universitaria. Posterior a la renuncia de Ubico siguió el período de 198 días de sucesor Federico Ponce Valdes en la que se desarrolló, la actividad represiva contra el estudiantado, profesionales, obreros y otros sectores ciudadanos.

La Junta Revolucionaria establecida el 20 de octubre de 1944, manifiesta la emisión del Decreto No. 12 que entró en vigor el 10 de diciembre de 1944, por medio del cual se estableció la universidad con su nueva condición de entidad autónoma. Desde septiembre de 1945, la Universidad de San Carlos de Guatemala funciona como entidad autónoma con autoridades elegidas por un cuerpo electoral, conforme el precepto legal establecido en su Ley Orgánica, y se ha venido normando por los siguientes principios: Libertad de elección de autoridades universitarias y personal docente, asignación de fondos que se manejan por el Consejo Superior Universitario con entera autonomía, libertad administrativa y ejecutiva de acuerdo con las disposiciones del Consejo Superior Universitario, participación estudiantil en las elecciones de autoridades universitarias, participación de los catedráticos y no catedráticos en las elecciones de

autoridades y selección del personal docente por meritos de examen de oposición.

2.2.5 FACULTAD DE ARQUITECTURA:

Sus orígenes se remontan a principios de los años cincuenta, cuando un grupo de arquitectos graduados en el exterior, así como varios ingenieros civiles, iniciaron gestiones simultáneas ante la Facultad de Ingeniería y el Consejo Superior Universitario para crear la Facultad de Arquitectura logrando en principio el funcionamiento de un Departamento de Arquitectura en la Facultad de Ingeniería, cuyo primer ciclo de estudios se inició durante el segundo semestre de 1953.

Se continuaron las gestiones y en junio de 1958 en Acta No. 657 en el punto Décimo se emitió el Acuerdo de creación de la FACULTAD DE ARQUITECTURA. Su primer sede estuvo en una casa particular situada en la 6a. avenida entre 5a y 6a. calles zona I, posteriormente se trasladó al edificio que anteriormente ocupaba la Facultad de Ingeniería en la 8a. avenida y 11 calle esquina zona I, de donde se trasladó a la Ciudad Universitaria, zona 12 ocupando el 4to nivel del edificio de la Facultad de Ingeniería hasta que el año de 1971 pasó a ocupar el edificio que ocupa actualmente.

Desde sus inicios mantuvo un programa de estudios poco flexible, con asignaturas obligatorias y régimen semestral a partir de 1960 empezaron a surgir inquietudes por lograr un cambio en su programa impulsado por el sector docente y estudiantil, con el propósito de replantear el proceso educativo que hasta entonces no había sufrido modificación alguna, ya que por constituirse como una carrera nueva en Guatemala, el papel del arquitecto parecía no estar definido o comprendido, pues se asociaba con la concepción del arquitecto artista.

En 1977 una comisión Paritaria se encargó de evaluar críticamente el Plan de estudios vigente, a fin de adecuarlo a las realidades de su tiempo y la realidad del país, para lo que se celebró el "Congreso de Reestructuración de Arquitectura" (CRA) celebrado a partir de mayo de 1972, lo que condujo al Plan de Estudios 72, aprobado por el Consejo Superior Universitario entrando en vigor en 1973.

En 1975 el "Plan de Desarrollo Universitario" recomienda la creación de carreras técnicas cortas, como una posibilidad de ofrecer salidas laterales a estudiantes que por diversas razones no pueden terminar una carrera a nivel de licenciatura; en 1984 se retoma la idea de la creación de carreras intermedias.

En 1985 en función de lo establecido en el "Reglamento del Congreso de Evaluación de la Facultad

de Arquitectura, CONEVAL-84, los estudios realizados desde 1972 por diferentes comisiones y organismos en la Universidad de San Carlos de Guatemala y a instancia del coordinador Académico se nombran una Comisión para que realice un estudio a través del cual se asienten las bases necesarias para la creación y desarrollo de la carrera de Diseño Gráfico. Es así como los Honorables miembros del Consejo Superior Universitario aprueban la carrera de Técnico Universitario de Diseño Gráfico.

2.2.6 PROGRAMA DE DISEÑO GRÁFICO

En 1984 durante el II congreso de Evaluación de la Facultad de Arquitectura se retomó la idea de crear carreras técnicas cortas. Un año después, a finales de 1985, en función de lo establecido en el Reglamento del Congreso de Evaluaciones de la Facultad de Arquitectura "CONEVAL 84", los estudios realizados desde 1972 por diferentes comisiones y organismos en la Universidad de San Carlos de Guatemala y a instancia del Coordinador Académico, se nombró una comisión para realizar un estudio, a través del cual se establecieron las bases necesarias para la creación y desarrollo de la carrera de Diseño Gráfico.

La comisión nombrada realiza por medio de una recopilación y análisis de los planes vigentes en distintas universidades y centros de educación superior a nivel nacional e internacional, entrevistas a diseñadores gráficos que se desenvuelven en el país y el estudio de extensa bibliografía sobre la materia.

Se presentó finalmente una propuesta de creación del Programa Técnico Universitario en Diseño Gráfico, que se adecuaba a la realidad guatemalteca, la experiencia y conocimientos sobre el diseño gráfico, recopilados en la investigación. La propuesta fue aprobada en el mes de noviembre de 1986 por el Consejo Superior Universitario.

Durante ese mes la Junta Directiva de la Facultad nombró al primer coordinador del programa Arq. Byron Rabé, quien junto a un cuerpo docente calificado estableció las directrices y criterios que con base en los fines de la Universidad de San Carlos de Guatemala deberían regir la carrera.

El programa de Diseño Gráfico empezó a funcionar en 1987 creada para formar técnicos que estén en la capacidad de generar y transmitir imágenes e ideas que contribuyan a la superación de la cultura guatemalteca. El objetivo del Programa es dotar al estudiante de una sólida formación técnica con capacidad para dar respuestas de diseño gráfico y visual a las necesidades del orden de la comunicación de masas, propias de las características y condiciones del país.

Durante el período de 1987 a inicios de 1990 el programa se desarrolló adecuadamente aunque con

un notorio crecimiento poblacional que le hizo requerir de más recursos, fue necesario actualizar la Red Curricular, con el fin de adaptar los nuevos conocimientos respecto de las carreras para que el estudiante estuviera al tanto de las innovaciones tecnológicas en el campo de la profesión

En 1995 se actualizó y estructuró la Red Curricular con las siguientes correcciones. El Programa de Diseño Gráfico contaría con un nuevo pensum de treinta y nueve cursos, distribuidos en seis semestres académicos más una práctica supervisada de diseño, la cual debería completarse con un total de 280 horas como mínimo en un período no mayor de 14 semanas.

El pensum está estructurado con prerrequisitos al igual que en 1987. Está subdividido en dos áreas: Comunicación e Historia y Tecnología y diseño. El área de Comunicación e Historia tiene como objetivo proporcionar al estudiante los conocimientos teóricos y metodológicos para dar una eficaz solución al problema que se le plantee. El área de Tecnología y diseño le proporciona al estudiante las habilidades necesarias para expresar sus ideas e interpretar los conocimientos teóricos-prácticos y aplicarlos a problemas específicos de comunicación visual.

2.2.7 CROMATOLOGIA

La asignatura es impartida en el segundo semestre de la carrera de Diseño Gráfico, esta se encuentra en el área de Tecnología y Diseño.

Esta asignatura es muy importante para el estudiante de diseño gráfico, ya que el color es un elemento que no se puede aplicar al azar, se debe escoger con el mismo cuidado que las demás partes que conforman el diseño, y para eso se

deben estudiar las connotaciones del color, su efecto al estar junto a otros matices, y la forma en la que se puede emplear ritmos, armonías o contrastes. Por medio del estudio del color la asignatura de Cromatología le da al alumno la fundamentación teórica-práctica para crear diseños creativos funcionales.



(1.3)

2.2.8 POBLACION ESTUDIANTIL

Actualmente la Universidad de San Carlos de Guatemala cuenta con las Facultades de:

AREA CIENTIFICA Y ASISTENCIAL

CIENCIAS MEDICAS
CIENCIAS QUIMICAS Y FARMACIA
ODONTOLOGIA
MEDICINA, VETERINARIA Y ZOOTECNIA
CIENCIAS PSICOLOGICAS

AREA CIENTIFICA Y TECNOLOGICA

AGRONOMIA
ARQUITECTURA
INGENIERIA

AREA CIENTIFICA SOCIAL Y HUMANISTICA

CIENCIAS ECONOMICAS
CIENCIAS JURIDICAS Y SOCIALES
CIENCIA POLITICA
HUMANIDADES
CIENCIAS DE LA COMUNICACION
HISTORIA Y TRABAJO SOCIAL

La población total de la Universidad de San Carlos de Guatemala, comprendida entre los 17 a 60 años de edad en 1,999, consta de 83,268 estudiantes.

En la Facultad de Arquitectura en 1,999 se inscribieron 597 hombres y 426 mujeres, en reingreso 2,187 hombres y 1,137 mujeres. Total 4,747 estudiantes.

En el Programa de Diseño Gráfico 1,345 estudiantes (4).

4. De León Zapina, Silvia Angélica. Folleto Informativo de la Red Curricular del Programa de Diseño Gráfico, Págs. 18 y 19.

una Aplicación
del Sistema en el
Diseño Gráfico



CAPITULO



3. PROPUESTA GRAFICA JUSTIFICADA

3.1 JUSTIFICACION

Diseño Gráfico es un programa principalmente basado en la práctica, aunque también cuenta con bases teóricas que son el objeto del presente trabajo. Para un mejor aprendizaje es necesario conjuar la teoría con la práctica y para el estudiante de Cromatología se aplicó, el apoyo necesario con piezas de diseño utilizadas como materiales didácticos, para comprender el uso del color. Las piezas de diseño que se elaboraron como material didáctico para la enseñanza de la cromatología son: un folleto y un juego de diapositivas.

3.2 PREBOCETOS DEL TITULAR

Es en esta etapa donde se da inicio al bocetaje de las piezas de diseño.



Muy Simple y le falta alguna figura geométrica

3.2.1 BOCETOS DEL TITULAR

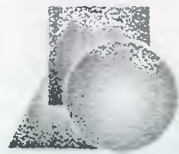
En esta etapa se empieza a utilizar combinaciones entre figuras geométricas y tipografía caligráfica y micelanea.



Les falta firmeza



La Aplicación del Color en el Diseño Gráfico



La Aplicación del Color en el Diseño Gráfico

Les falta firmeza



La Aplicación del Color en el Diseño Gráfico

Les falta movimiento
a la tipografía



La Aplicación del Color en el Diseño Gráfico

Este es el modelo que se
elijó para titular, posee
movimiento, firmeza,
legibilidad y una tipografía
moderna.

3.3 JUSTIFICACIÓN DEL FOLLETO

El tema y contenido del folleto: LA APLICACIÓN DEL COLOR EN EL DISEÑO GRÁFICO, surge de la necesidad de bibliografía adecuada a nuestro medio sobre el manejo de aplicación creativa del color en el diseño. Por lo anterior, se elaborará un folleto con un contenido que abarque los temas más importantes con respecto al uso del color. Además dicho folleto contiene esquemas y gráficas que resumen y ejemplifican en gran parte su contenido.

3.3.1 TIPOGRAFÍA

El tipo de letra elegida es Arial Black y Times New Roman, para brindarle mejor legibilidad, significado y fácil comprensión para el lector. Para los títulos se utilizará un tamaño de 43.39 puntos y textos de 12 puntos, altas y bajas justificadas.

3.3.2 FORMATO

El trabajo final consiste en:

Será impreso en formato horizontal en sistema

litoográfico, por la cantidad de ejemplares a reproducir.

Tamaño carta 8.5" por 11" pulgadas

Márgenes : superior 1" inferior 1", derecho 1" e izquierdo 1"

Dicho documento consta de 14 páginas a un color (blanco y negro), será impreso en papel bond 80 gramos.

Los titulares están ubicados en la parte izquierda del formato invertido, 43.39 puntos, ya que este tipo de letra Arial Black, visualmente produce buena armonía con el tipo de letra de los textos, porque son tipos modernos, los textos con Times New Roman a 12 puntos y se seleccionó este tipo de letra por el dinamismo y su fácil lectura.

3.3.3 DIAGRAMACIÓN

La combinación de dos retículas dentro del área del diseño es una forma eficaz de cambiar el énfasis de la información exhibida. En este diseño, la retícula de tres columnas lleva el grueso del tema tipográfico que se ha interrumpido sutilmente mediante pequeños dibujos, fotografías o gráficas, esta retícula es aconsejable cuando se cuenta con poco texto y es utilizada en el diseño de folletos.

3.3.4 ESPACIAMIENTO SENCILLO

Se usó espaciamiento sencillo debido a que se quiere guardar unidad en cada tema y también a los estándares establecidos en la creación de folletos.

3.3.5 COLOR

Tomando en cuenta los costos de reproducción el folleto será diseñado en blanco y negro, usando distintas tonalidades de gris.

3.3.6 TEMAS

Únicamente serán tocados en forma introductoria de manera que el lector se forme un espíritu de investigación.

3.3.7 PROCESOS DE REPRODUCCIÓN

Hay muchos métodos de impresión y debemos considerar cuál es el más adecuado para el trabajo de diseño que hemos completado:

FOTOCOPIAS: Es necesario obtener un buen original y sacartas en un buen lugar para que este tipo de materiales queden con la resolución esperada, se pueden sacar cuantos ejemplares se deseen.

LITOGRAFIA EN OFFSET: Es el proceso de impresión en litografía más barato y podemos reproducir de 1 a 5,000 ejemplares, utilizando claro un original de alta calidad a un color y no mayor de una medida de doble carta.

LITOGRAFIA CON MASTER DE POLYESTER: Es un proceso de impresión en litografía barato y podemos reproducir de 1 a 15,000 ejemplares, utilizando claro un original de alta calidad a un color y no mayor de una medida de doble carta. (Estos máster son quemados directamente desde la impresora laser, se pueden limpiar y utilizar varias veces, permiten una alta calidad de impresión y existen de un lado y de dos lados).

LITOGRAFIA CON NEGATIVOS Y PALACAS: Es un proceso de impresión en litografía caro, ya que los negativos se cobran por pulgada cuadrada y luego hay que quemar placas, para poder llevar al proceso de impresión, podemos reproducir cuantos ejemplares se deseen, ya que las placas se limpian y si son guardadas en un lugar adecuado son duraderas al igual que los negativos.

3.4 PREBOCETOS PARA LA PORTADA DEL FOLLETO



Desde el inicio se optó por el formato horizontal, utilizando una imagen que representará el tema.



En este preboceto se cambió de posición la imagen inicial y se agregaron imágenes dentro de círculos, pensando en la relación que hay con el Círculo Cromático.

3.4.1 BOCETOS PARA LA PORTADA DEL FOLLETO

Se optó por la misma imagen de fondo y el formato horizontal.



Se optó por colocar dos veces el logotipo, se utilizó la misma imagen pero en todo el fondo.



Se optó por colocar dos veces el logotipo, se utilizó la misma imagen y se agregaron imágenes para enfatizar el tema.

3.5 PREBOCETOS DE PAGINAS INTERIORES



Es el color natural por excelencia, más que los otros colores, los verdes se clasifican como naturales o artificiales.

Los pigmentos de verdes se dividen en dos tipos: orgánicos y sintéticos. Existen en algunos azules.



verde los
mismos



Los verdes claros y mates son los colores de la frescura, a menudo, son una opción para productos que hacen de la frescura un argumento de venta.

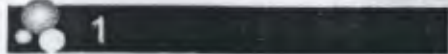
Los verdes claros y mates son los colores de la frescura, a menudo, son una opción para productos que hacen de la frescura un argumento de venta.



Es el color natural por excelencia, más que los otros colores, los verdes se clasifican como naturales o artificiales.

Los pigmentos de verdes se dividen en dos tipos: orgánicos y sintéticos. Existen en algunos azules.

Los verdes claros y mates son los colores de la frescura, a menudo, son una opción para productos que hacen de la frescura un argumento de venta.



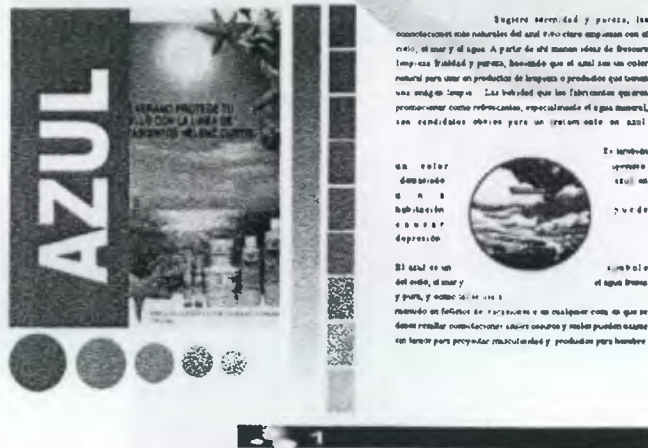
Este boceto se rechazó porque los círculos dentro del texto, separaban el mismo y daban sensación de desorden.

Se siguió con el diseño anterior quitándole los cuadros y círculos como márgenes, se cambió de posición los círculos que estaban dentro del texto y se colocaron en la parte superior, además se agregó un filtro en el fondo de la hoja.

3.5.1 BOCETOS DE PAGINAS INTERIORES



Hay saturación de elementos y el texto se pierde, por eso fue rechazado este boceto.



Se optó por el mismo diseño que el anterior, sólo que el texto no se invirtió y se colocó una paleta de degradé dentro de la página.

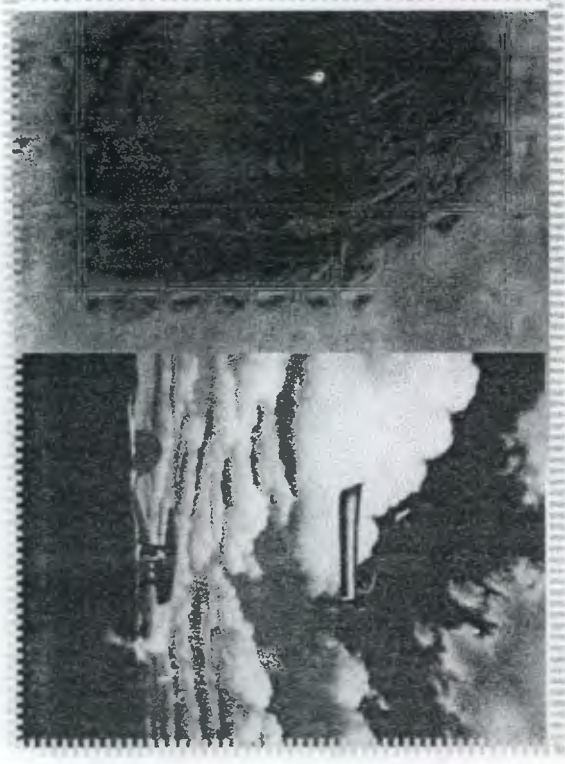
4. JUSTIFICACIÓN DE LAS DIAPOSITIVAS (SLIDES)

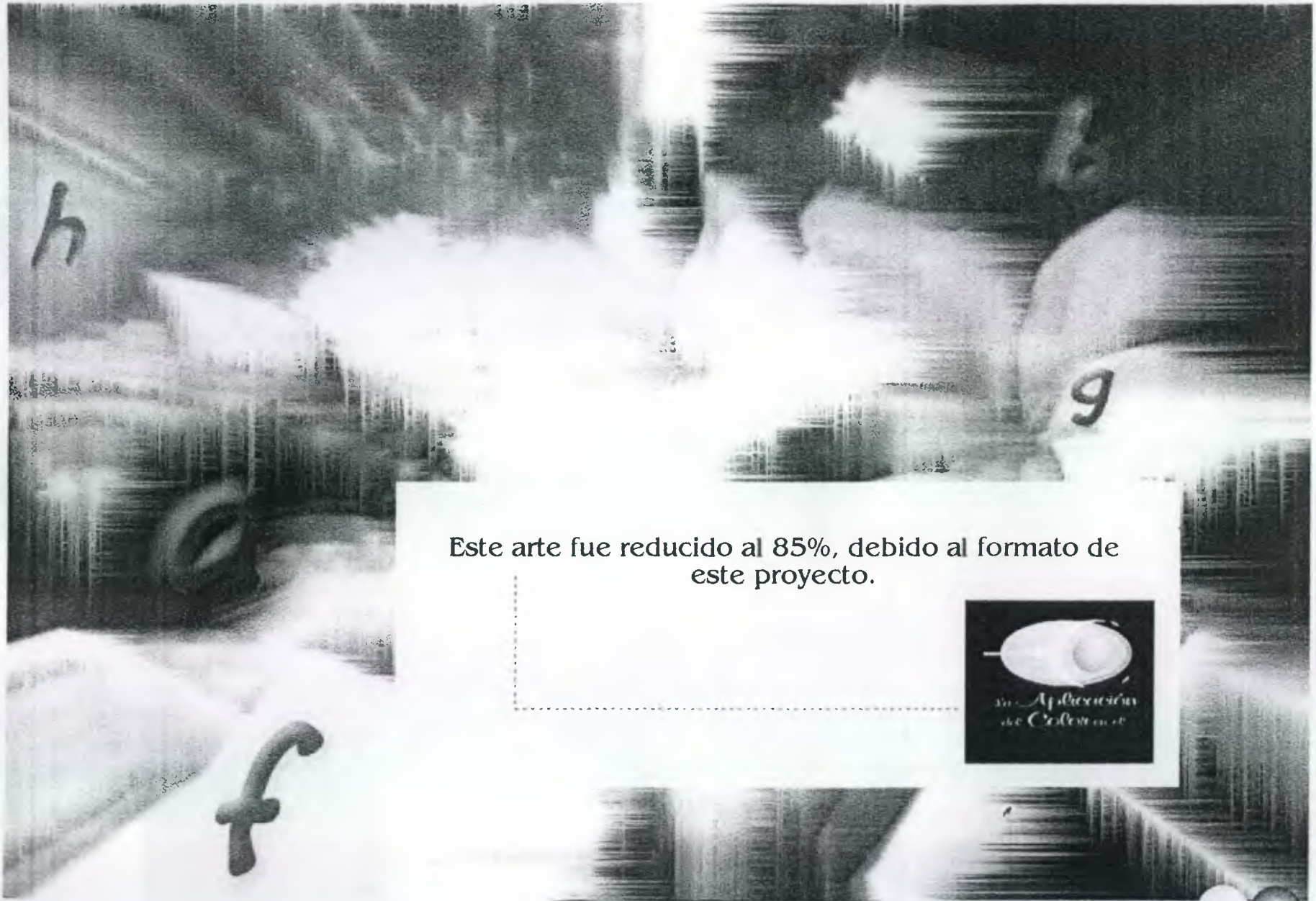
- Se tomará en cuenta la creación de una serie de 32 diapositivas (slides), esto servirá como complemento al docente para el mejor desarrollo y funcionamiento de su clase.
- Las diapositivas (slides), contendrán un orden correlativo para que el alumno comprenda de una manera más fácil el tema tratado.
- Las diapositivas (slides), incluirán colores atractivos, esto aumentará el grado de percepción en los alumnos.
- La creación de las diapositivas (slides), persigue un fin determinado, el cual es transformar lo teórico en material visual, agradable a los estudiantes.

su Apertura
del Color en el
Diseño Gráfico



FOLLETO





Este arte fue reducido al 85%, debido al formato de este proyecto.





La Aplicación
del Color en el
Diseño Gráfico



h

g



El color es luz puesto que sin ésta no puede tener existencia el mismo, el

color es quizás el elemento gráfico más inmediatamente identificable, diferenciando de la competencia el diseño de un producto o servicio.

El uso del color en el diseño gráfico no comprende simplemente una inspirada concepción de la imagen, que ciertamente es importante, sino que también es un proceso muy práctico, que exige una firme comprensión de que es lo que funciona.

El color en el diseño gráfico cambia dependiendo de las necesidades del cliente, del producto y del mensaje que se quiera transmitir, hacia el grupo objetivo.

(f1.1)



conectes



¡¡¡
mas
ñ

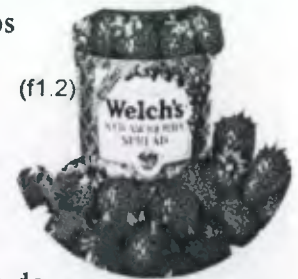
(f6.4)

ROJO

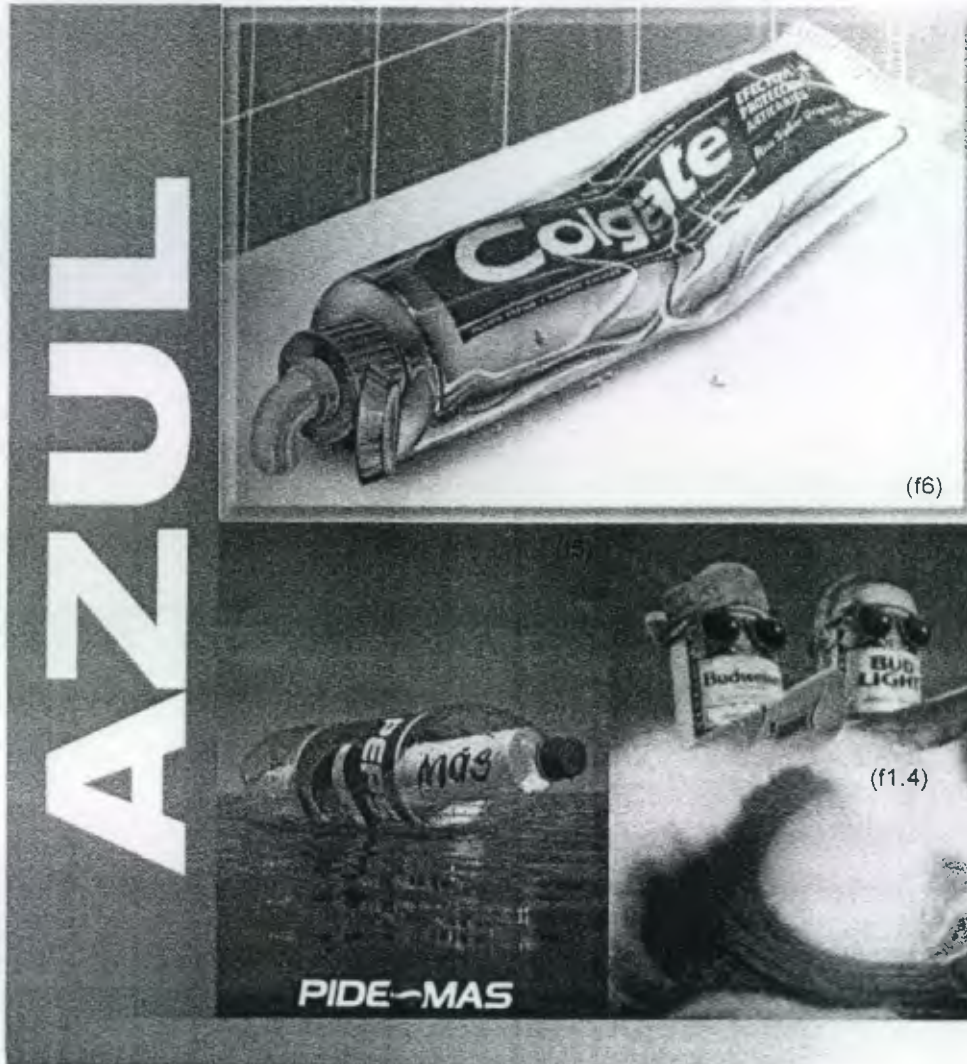
Captador natural de la atención, el rojo es el color de las emociones: la pasión, la fuerza, y la masculinidad.

Se aseguran muchas cosas de los rojos vivos y cálidos como por ejemplo que las habitaciones rojas nos hacen sentir más calientes, hambrientos, o excitados y en la oficina y el estudio se suponen que los rojos aumentan la motivación y hacen trabajar más deprisa. El rojo también significa peligro y se usa en forma de tipografía gruesa y clara y símbolos en todo tipo de avisos, haciéndolos inmediatamente reconocibles y dándoles el sentido de urgencia e importancia.

El rojo puede tener una poderosa influencia sobre un elemento de diseño. Los rojos vivos deben usarse con cuidado porque se convertirán casi con certeza en los colores dominantes. Son excelentes para captar la atención del público.



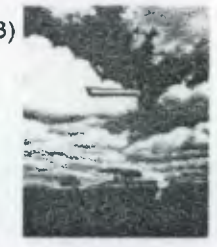
Los diseñadores de juguetes para niñas usan rojos fuertes que las atrae y desencadena su deseo de poseerlos.



(f6)

(f1.4)

(f1.3)



Sugiere serenidad y pureza, las connotaciones más naturales del azul vivo claro empiezan con el cielo, el mar y el agua. A partir de ahí manan ideas de frescura, limpieza, frialdad y pureza, haciendo que el azul sea un color natural para usar en productos de limpieza o productos que tienen una imagen limpia. Las bebidas que los fabricantes quieren promocionar como refrescantes, especialmente el agua mineral, son candidatos obvios para un tratamiento en azul.

Es también un color opresivo: demasiado azul en una habitación puede causar depresión.

El azul es un símbolo del cielo, el mar y el agua fresca y pura, y como tal se usa a menudo en folletos de vacaciones o en cualquier cosa en que se desee resaltar connotaciones azules oscuras y reales pueden usarse sin temor para proyectar masculinidad y productos para hombre.

(f1.5)



AMARILLO

(f3.2)

¡Viva la salud!

Aceite IDEAL 100% GIRASOL
le da recomendaciones
de una dieta saludable
para su familia

- ♥ Prefiera cortes de carnes sin grasa.
- ♥ Elimine la piel al pollo antes de cocinarlo.
- ♥ Cocine con aceite Ideal 100% Girasol, bajo en grasa saturada.
- ♥ Prefiera los quesos bajos en grasa.
- ♥ No consuma más de dos huevos por semana.
- ♥ Consuma todos los días frutas y vegetales.
- ♥ Evite el exceso de consumo de chocolates, dulces y postres.
- ♥ Tome 8 vasos de agua, o más, al día.
- ♥ Endulce sus bebidas con algún edulcorante.
- ♥ Evite el exceso de comidas muy condimentadas y prefiera aderezar sus comidas con cebolla, chile dulce, ajo, culantro y apio entre otros.
- ♥ Prefiera la leche descremada.
- ♥ Lea cuidadosamente las etiquetas de los alimentos.
- ♥ Realice actividades físicas por lo menos tres veces por semana (caminar, correr, nadar, aeróbico).
- ♥ Consulte con un nutricionista cualquier aspecto relacionado con su alimentación.

Recuerde: una buena salud = adecuada alimentación + actividad física.

(f1.6)

El amarillo es el color más claro, tiene casi la mitad de la luminosidad del azul, y este factor domina sus características y uso en el diseño. El amarillo es usado a menudo por los diseñadores para representar la luz.

De entrada el amarillo es el más visible y reconocible de los colores. Raramente el amarillo será el color de un diseño, pero es excelente para acentuar y destacar un área del mismo. Una forma simple de explotar esto podría ser el uso del amarillo para una viñeta con un mensaje especial de un paquete o publicación. Los amarillos vivos que no contienen nada de rojo ni azul ofrecen un color llamativo para diseños modernos. Puestos junto a azules parecen limpios y bastante asépticos y podrían ser una buena opción para productos médicos o de limpieza.

El amarillo tienen muchas connotaciones naturales (luz del sol, trigo, playas arenosas, etc.) y tonos cuidadosamente escogidos de amarillo (quizá los amarillos más oscuros como el arena o el ante, o más claros como el amarillo verdoso claro) pueden ayudar a un diseño de aspecto natural.



(F2.4)



(F2.5)

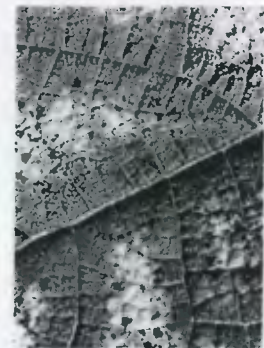
Es el color natural por excelencia. más que los otros colores, los verdes se clasifican como naturales o artificiales.



(F2.3)

Los pigmentos de verdes se dividen en dos tipos: verde amarillentos y verdes azulados. Poseen en alguna medida las mismas características que sus primarios dominantes, azul y amarillo. Los pigmentos verdes amarillentos son muy claros y hay muy poco contraste dentro de la gama de cada uno de los dos colores. Los pigmentos verdes azulados ofrecen una gama con mayores contrastes y por lo tanto son mas versátiles.

Los verdes claros y medios son los colores de la frescura y a menudo son una opción para productos que hacen de la frescura un argumento de venta, tanto si son realmente frescos, como la fruta y las hortalizas, como si se les han añadido sabores para que tengan gusto a fresco, como la mayoría de los productos con gusto a menta.

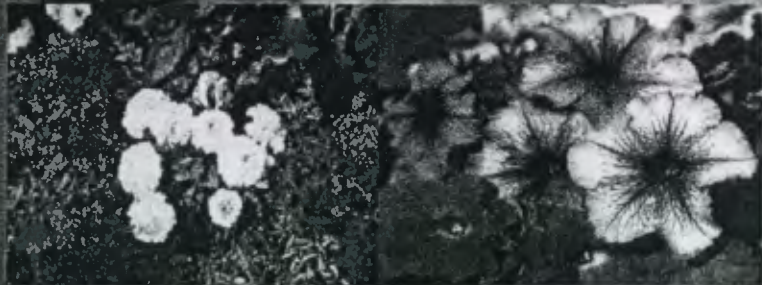


(F2.2)

MORADO

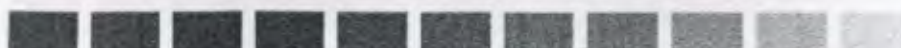


(f1.7)



(f2.6)

(f2.5)



Las asociaciones obvias que hacemos con el morado son la realeza, el alto rango y la excelencia. Usado junto con el oro y la plata, el morado es lujoso y de aspecto caro. También puede ser un color romántico y femenino, lo cual es particularmente cierto con los lilas más claros usados con sensibilidad junto a colores armoniosos.

Los morados funcionan bien con colores armoniosos que, como el morado, contengan rojo o azul. El complementario del morado es el amarillo, por lo que claramente estos dos colores juntos hacen afirmaciones rotundas. Si sólo se pretende hacerse notar, con combinaciones seguro que funciona.



Históricamente, el morado no se ha usado con frecuencia para la tipografía, pero los morados oscuros pueden usarse para la mayoría de los rotulados, y el blanco en negativos sobre morado es claramente legible. Los morados oscuros tienen la posibilidad de dar tonos más oscuros que el rojo o el azul.



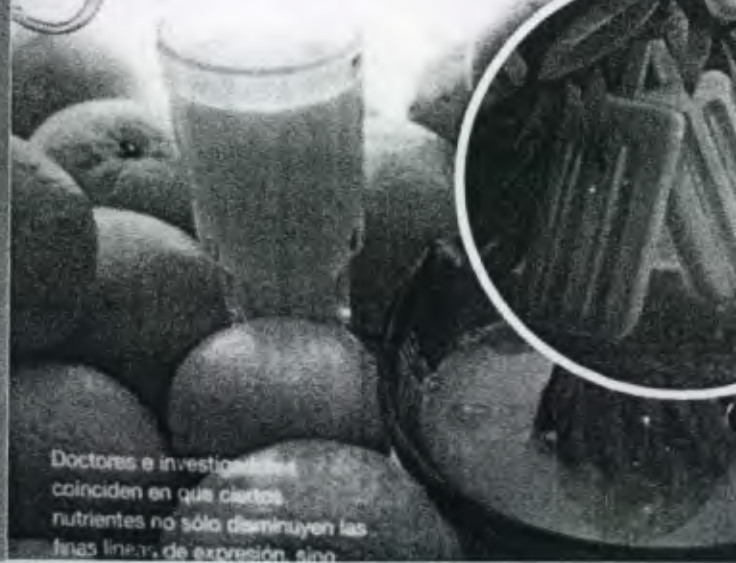
NARANJA

Vitaminas:

Fuente de la eterna

(F5)

juventud



El naranja es un color muy específico porque es cálido, vibrante, vivo, claro atrae siempre la mirada.



(F6)

Las connotaciones más obvias del naranja vivo son los lugares cálidos y exóticos, y las frescas y sabrosas frutas. La fruta simboliza salud y vitalidad y, a su vez, el color se ha apropiado estas asociaciones.

Es una opción natural para crear una atmósfera tropical o exótica.

Un diseño que contenga el color naranja de distinguirá con toda seguridad, lo cual puede explotarse por su viveza y tendencia a saltar al primer plano, o simplemente por su capacidad de evocar el sol y la imagen del verano.

Los naranjas vivos se pueden usar ampliamente en el mercado juvenil, pero como color secundario también puede emplearse con un buen efecto en cualquier gama de productos o servicios que requieran un enfoque animando y no estén condicionados por la tradición. En un color válido para un mercado moderno y sofisticado, ya que ofrece un buen contraste con tonos negro o colores apagados.

CAFE



El sabor de la tradición

Ven a Campero a disfrutar de la tradicional hospitalidad guatemalteca, de una atmósfera grata y del único y exquisito sabor Campero.

(f. 8)

El café ofrece una gama y opciones enormemente ricas, que incluyen los cafés cobrizos que contienen gran cantidad de rojo, los cafés verdosos aceitinados con mucho verde, los cafés tostados que se parecen a un negro cálido y una gran variedad de colores claros, como el café pálido, el beige y el ente. En general es un color cálido, tranquilizante y confortable, que sufre poco las oscilaciones de la moda.

Se le asocia principalmente con cosas tales como: madera, tierra, otoño y campo. Un diseñador le puede crear un aire natural a su trabajo de forma muy directa simplemente usando los colores de materiales naturales, como: madera, trigo, cerámica o ladrillo. Los cafés y entes oscuros pueden dar al diseño un tono rústico tranquilizador.

El café necesita ser usado en formas muy específicas en cualquier concepción de diseño. Ofrece posibilidades para crear nostalgia o imágenes históricas y como color de la tierra, está naturalmente asociado con la vida sana, los productos naturales, la salud y las actividades al aire libre.



(f. 8)

BLANCO, NEGRO Y GRIS

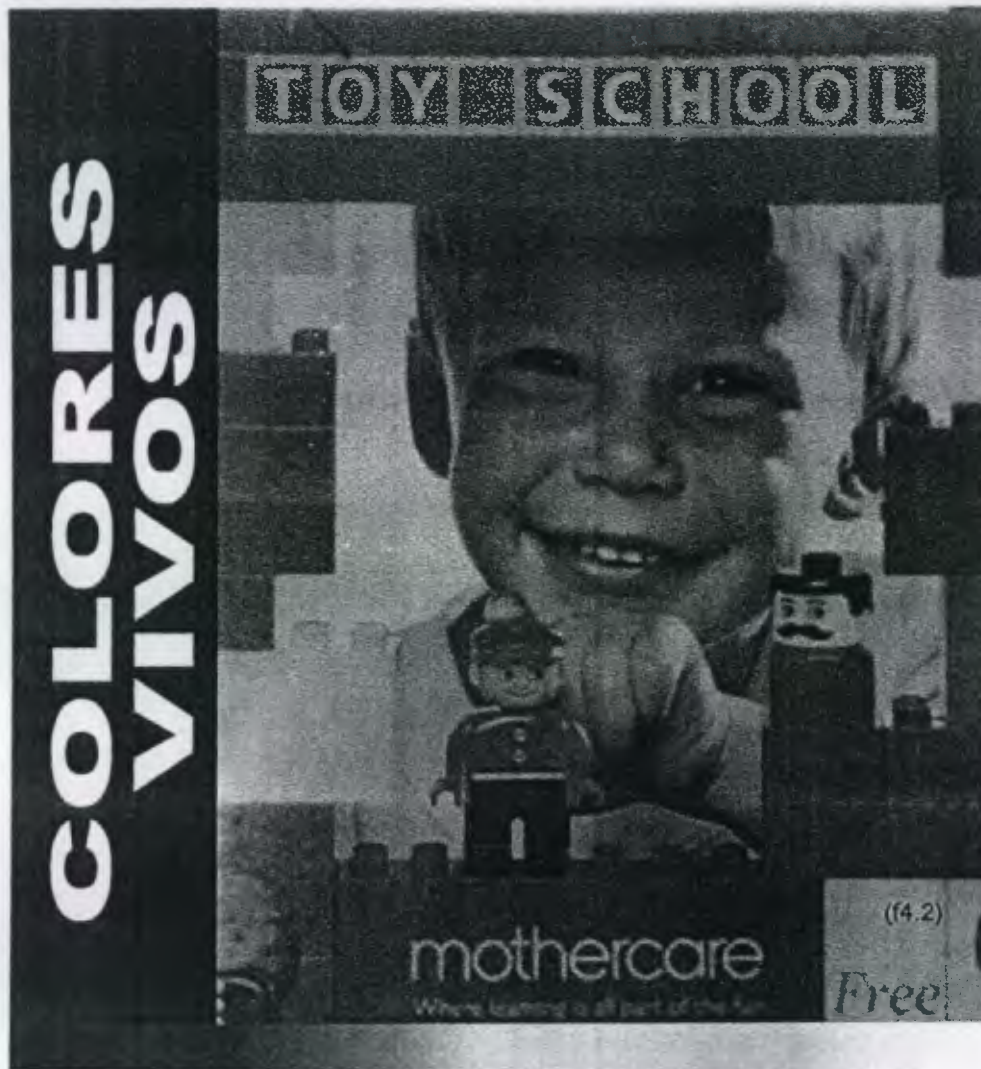


Sofisticación y seriedad, los diseñadores gráficos problemente hayan explotado el contraste entre blanco y negro mucho más que entre cualquier otro par de colores. El negro puro es más oscuro que cualquier otro color, mientras que el blanco es más claro que cualquier otro. La escala tonal de negros y grises proporciona una gran gama de contrastes, constituyendo una excelente combinación para los directos y la impresión en general, el blanco y el negro son los colores tradicionales que acepta la imprenta y se usan para la mayoría de los trabajos a un color.

Proporcionan una excepcional legibilidad a su elevado contraste, la mayoría de las autoridades en la materia están de acuerdo en que el amarillo y el negro es la combinación más legible, pero estos dos colores son bastante molestos de mirar durante cierto tiempo.

Hablando en puridad, el negro no es un color en absoluto, no tiene tono ni intensidad.

Fisicamente el negro y el blanco no son colores, pero los encontramos en papeles, crayones, tintas, marcadores, etc. (Como colores por eso los incluimos en este folleto haciendo esta aclaración).



(f8.1)

Los colores vivos sugieren animación, felicidad, dinamismo y espontaneidad. Son los colores de lo juguetes infantiles y por ello aportan la idea de diversión, un entorno en colores vivos eleva el tono muscular e induce respuestas instintivas e impulsivas; los plásticos han tenido tendencia a fabricarse en colores vivos y por esto una paleta viva parece moderna, de alta tecnología, lo opuesto a los colores naturales, los colores más vivos son los que reflejan más luz. La visibilidad depende de la intensidad; los colores son aquellos en los que la mirada se fija primero, por lo que los diseños en colores vivos tienden a captar la atención; los colores primarios son colores vivos, aunque no todos los vivos son primarios.



Los colores vivos atraen a un público muy amplio; pero los niños y los jóvenes, en especial, son los que, encontrarán atractivos los diseños que usen colores vivos y no es casualidad que a las cadenas de comidas rápidas, fabricantes de juguetes y golosinas de éxito hagan todos un buen uso de los colores vivos. Sin embargo, los colores vivos no están limitados en modo alguno al diseño para productos de gran consumo.



(f6.3)



(f4.2)

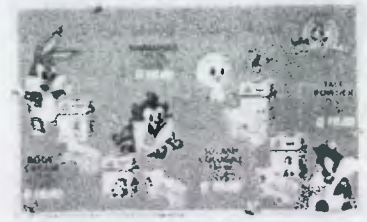
Delicadeza, pureza, y romanticismo, son colores que contienen una gran proporción de blanco.

Tradicionalmente se consideran femeninos pero pueden atraer a ambos sexos. El conjunto de los pasteles se llaman a veces colores caramelo: sugieren dulzura, una connotación obvia para que la explote el diseñador, pero hay que tener cuidado con que los colores no acaben pareciendo azucarados. Pueden dar al diseño una apariencia inocente, sin sofisticación. Cuanto más pálidos se hacen los colores de la paleta de pasteles, más suaves y delicados pueden ser. Son románticos, gentiles y sugieren seguridad y confianza.

Hay algunos candidatos obvios para el tratamiento en color pastel: productos, promociones y diseños que necesiten poner de relieve sus características de delicadeza, gentileza, pureza y romanticismo: cosméticos, perfumes, artículos de tocador y materiales publicitarios para estos productos.

Hay que escoger con cuidado los colores para contrastar con los pasteles.

Celébrales el día con amor



(f8.2)

COLORES APAGADOS



(f10)



Una buena opción para un aire de época, los colores apagados son colores que contienen una cierta proporción de gris o negro. Son mortecinos y de carácter algo diferente y en cierta manera opuesto a los colores vivos. La mayoría de los colores pueden ser apagados, e incluso colores como el rosa se tintan con gris para tener una apariencia amortiguada. La paleta apagada atrae a las generaciones maduras y se asocia con la alta calidad y sofisticación.

Los colores apagados atraen a las clientelas sofisticadas y de alta moda y, en general, al sector de más edad de la población. Su uso, tanto en las ilustraciones como en fondos le prestará al producto o elemento de diseño un carácter inteligente y sofisticado. Esta paleta es por lo tanto muy adecuada para los productos y servicios que desean subrayar cualidades tales como una reputación asentada de antiguo (o la impresión de tenerla), seriedad, respetabilidad o tradición; a la mayoría de los clientes que quieren convencer al mercado de que su producto ha resistido la prueba del tiempo les gustará la paleta de los colores apagados.



ABREVIATURAS DE CITAS BIBLIOGRAFICAS

Si aparece con un numeral como este, significa que hay más de una imagen extraída de la misma fuente.

(f1)

El nombre de la publicación de donde fue extraída cada imagen.

- (f1) AEROGRAFIA Versión Castellana de Eugeni Roselli Mirales
Págs. 34, 35, 55, 57, 61, G/G Editorial, S.A.
México 1995.
- (f2) IMAGENES DB-1 AGE 4
- (f3) Revista Perfil No. 12 Guatemala, septiembre 2000
Pág. 14.
- (f4) ALAN SWANN Diseño de Marketing G/G 1991 7 Edición
1994.
- (f5) Revista Amiga Guatemala, 4 de abril 2001 No. 275
Pág. 5.
- (f6) Elaboración Propia (Silvia Palma).
- (f7) CD MICROSOFT
- (f8) Revista Scentia año II septiembre 2001
Pág. 52.
- (f9) LYNN JOHN Como Preparar Diseños Para la Imprenta G/G
1989.
- (f10) Revista National Geographic, septiembre 2001
Pág. 41


La Aplicación
del Color en el
Diseño Gráfico

Silvia Elizabeth Palma Gonzáles
Investigación, Diseño y Diagramación

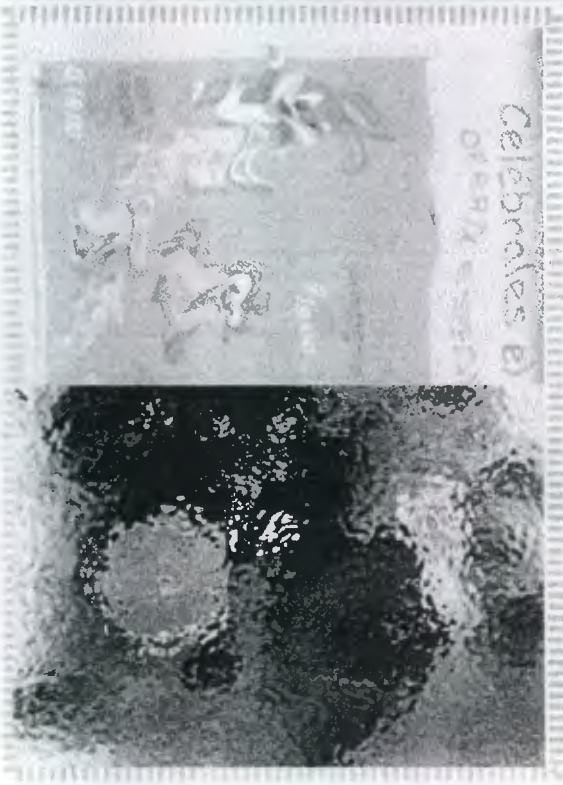
Universidad de San Carlos de Guatemala
Facultad de Arquitectura
Programa de Diseño Gráfico
Cromatología



Una Apertura
del Color en el
Diseño Grafico



DIPOSITIVAS



El color es quizás el elemento gráfico más inmediatamente identificable.

1



Captador natural de la atención, el rojo es el color de las emociones: pasión, fuerza y masculinidad. (Si vemos frutas como las fresas inmediatamente las relacionamos).

2



3



Sugiere calor, fuego, corazón, excitación, actividad, pasión, sangre, peligro y revolución

Sugiere serenidad y pureza

4



Las connotaciones más naturales del azul vivo claro empiezan con el cielo, el mar y el agua

5



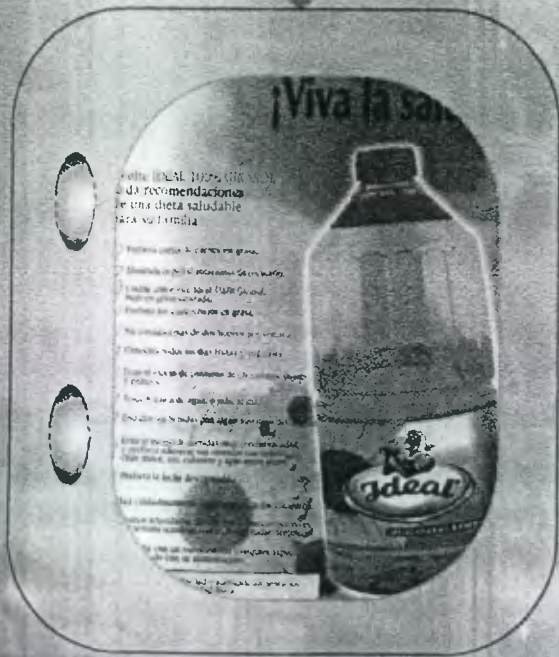
Es un color natural para usar en productos de limpieza

6



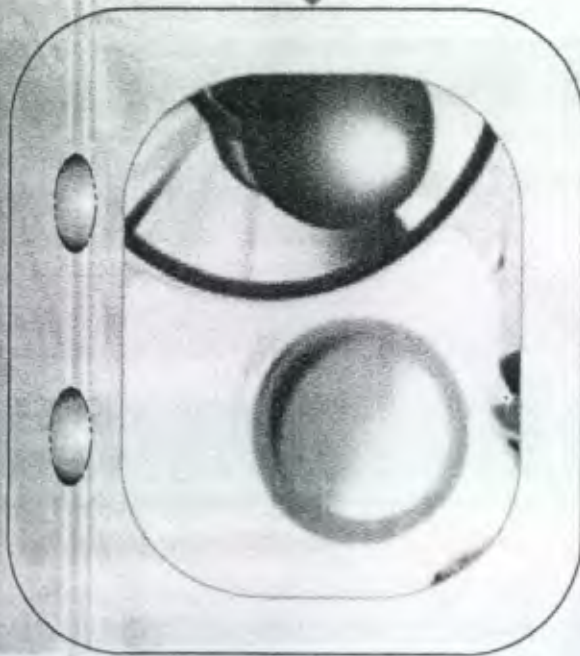
También es ira, cobardía, envidia e impulso irreflexible y se le asocia con productos médicos, limpieza y comestibles como el aceite.

7



El amarillo es el color más claro

8



Sugiere luz del sol, alegría, acción, oro, arrogancia, voluntad, poder, ciencia, espiritualidad, trigo y dinamismo, ofrece un color llamativo para diseños modernos

9



Es sinónimo de
vegetación, humedad,
calma, frescura, esperanza

10



Sugiere primavera,
amistad, realidad y
equilibrio

11



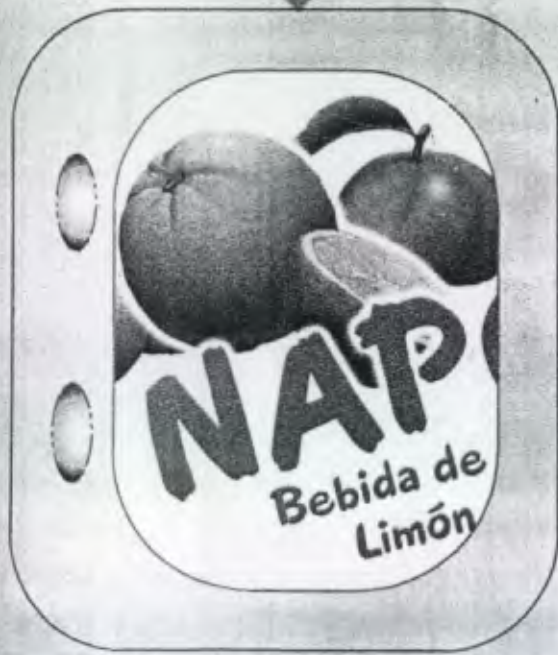
Limpio, frío y
refrescante

12



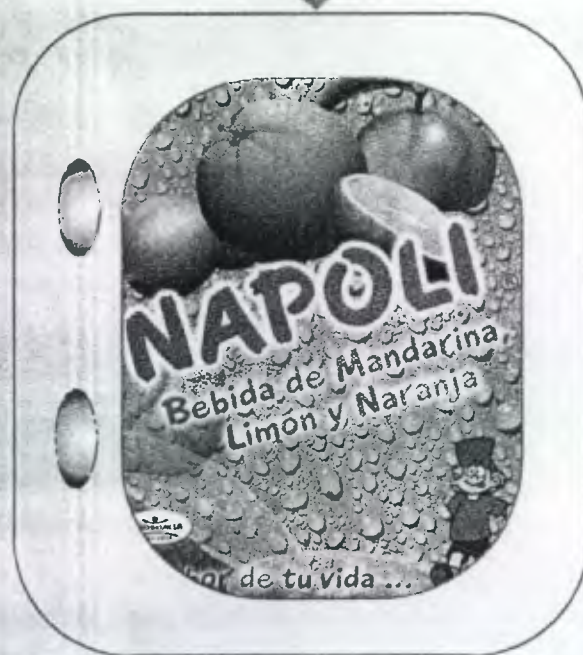
El naranja es un color
cálido, vibrante, vivo y
claro

13



Es una opción natural para
crear una atmósfera
tropical o exótica

14



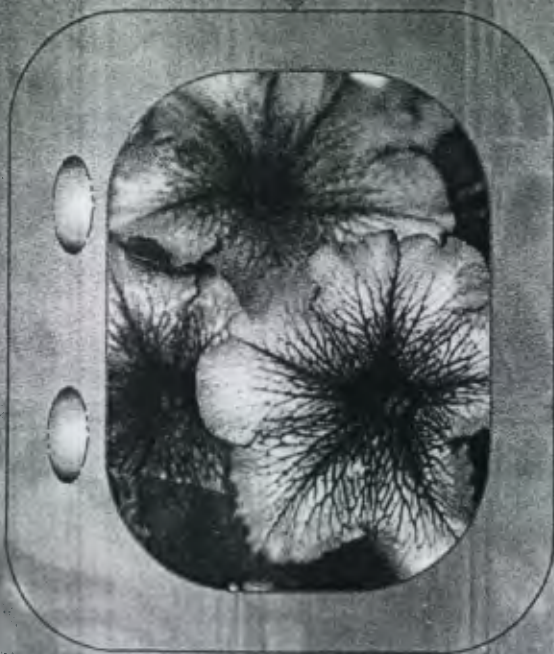
Es estímulo, acción y
entusiasmo,

15



Históricamente los morados no se han usado con frecuencia para la tipografía

16

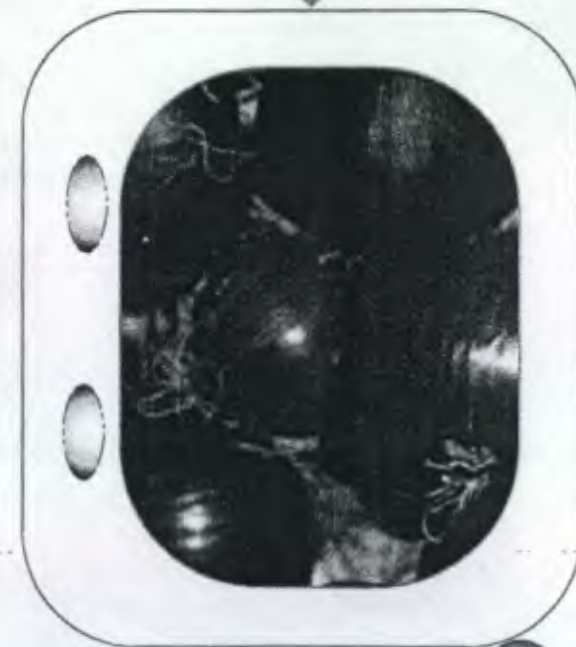


Las asociaciones obvias que hacemos con el morado son realeza, alto rango, excelencia, pompa, dignidad, suntuosidad y si hablamos de alguna fruta que nos sugiera este color pensamos inmediatamente en uvas.

17



18



Los morados oscuros como el de la remolachas tienen la posibilidad de dar tonos más oscuros que el rojo o el azul.

El café ofrece una gama y opciones enormemente ricas

19



Se le asocia principalmente con cosas tales como: madera, tierra, otoño y campo

20



En general es un color cálido, tranquilizante y confortable, que sufre poco las oscilaciones de la época

21



Proporciona una excepcional legibilidad debido a su elevado contraste

22



El negro puro es más oscuro que cualquier otro color, mientras que el blanco es más claro que cualquier otro color

23



Dan sensación de sofisticación y seriedad, los colores blanco y negro son los colores que acepta la imprenta

24



No es casualidad que los fabricantes de juguetes hagan uso de los colores vivos

25



Los colores vivos atraen a un público muy amplio, pero los niños y los jóvenes en especial

26



Los colores vivos sugieren animación, felicidad, dinamismo y espontaneidad

27



Cuanto más pálidos se hacen los colores de la paleta de pasteles, más suaves y delicados pueden ser

28



El conjunto de pasteles se llaman a veces colores caramelo

29



Los colores apagados son una buena opción para dar un aire de época

30



Los colores apagados
atraen a las clientelas
sofisticadas y de alta moda

31



32



4

CAPITULO

Comprobación de
la Eficacia de
las Piezas

4. DISEÑO DE LA PRUEBA

Después de que las piezas de diseño fueran aprobadas por los asesores, se procedió a elaborar la encuesta, con la cual se verificará la eficacia de las piezas de diseño.

4.1 GRUPO OBJETIVO

- * Estudiantes del Programa de Diseño Gráfico, de la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala.
- * Segundo semestre.
- * Asignados al Curso de Cromatología.
- * Hombres y mujeres.
- * Edad: 19 a 26 años.
- * Clase media.
- * La mayoría no han trabajado en Diseño Gráfico.

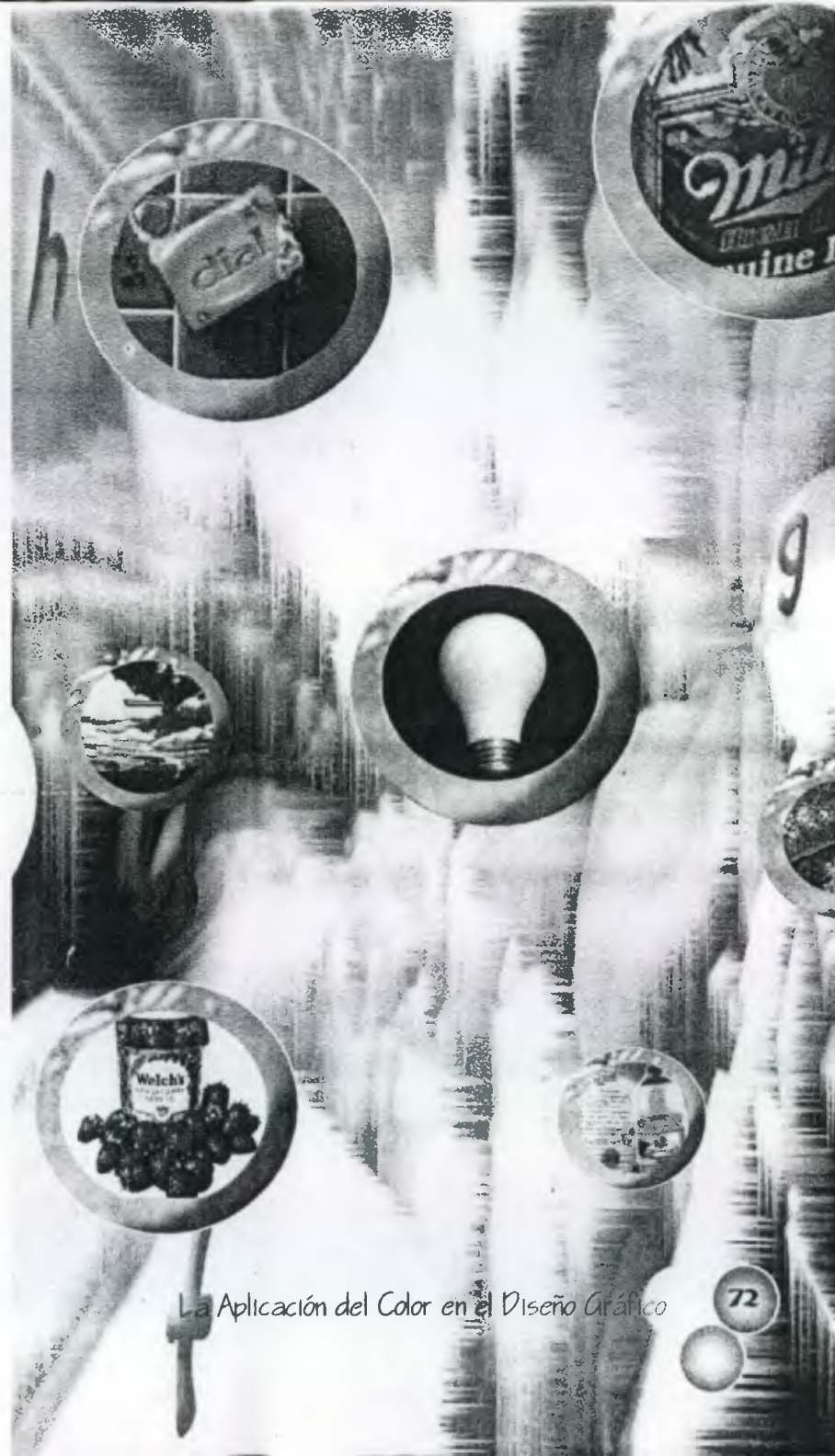
4.2 MUESTRA

* Se seleccionó a estudiantes a la sección "A", de los estudiantes del Curso de Cromatología, del segundo semestre, del Programa de Diseño Gráfico.

- * El total de la población fue de 30 estudiantes.

4.3 ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS

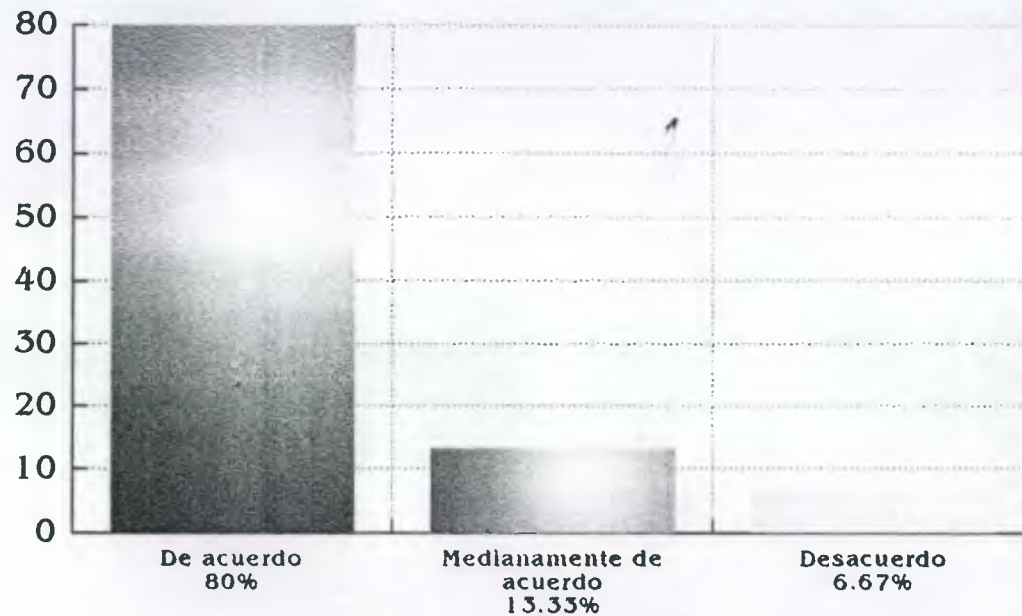
* La Tabulación de los datos obtenidos reveló los siguientes resultados:





1. Fueron claras las diapositivas

Gráfica No. 1

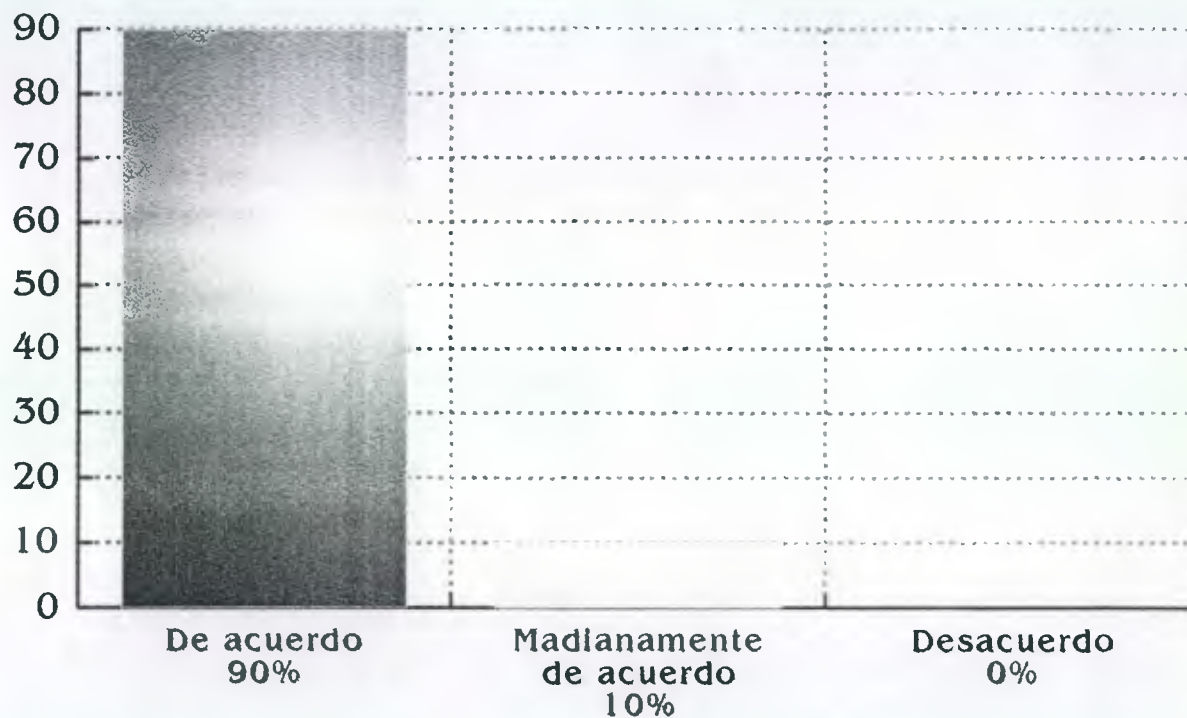


Según el resultado de la tabulación de la pregunta no. 1, el 80% estuvo de acuerdo, el 13.33% medianamente de acuerdo y el 6.67% en desacuerdo. Los resultados permiten afirmar que las diapositivas utilizadas son claras.



2. Considera atractivas las diapositivas

Gráfica No. 2

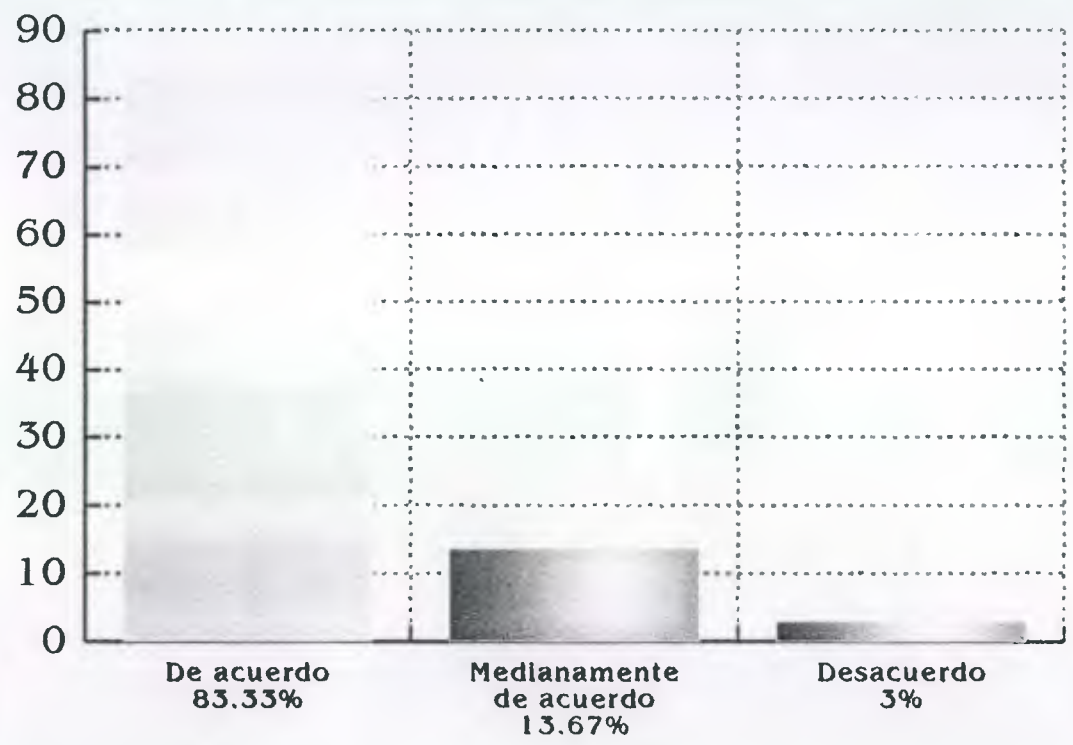


Según el resultado de la tabulación de la pregunta no. 2, el 90% estuvo de acuerdo, el 10.00% medianamente de acuerdo y el 0% en desacuerdo. Los resultados permiten afirmar que las diapositivas utilizadas son atractivas.



3. La utilización de diapositivas es un medio funcional de aprendizaje para el tema desarrollado

Gráfica No. 3



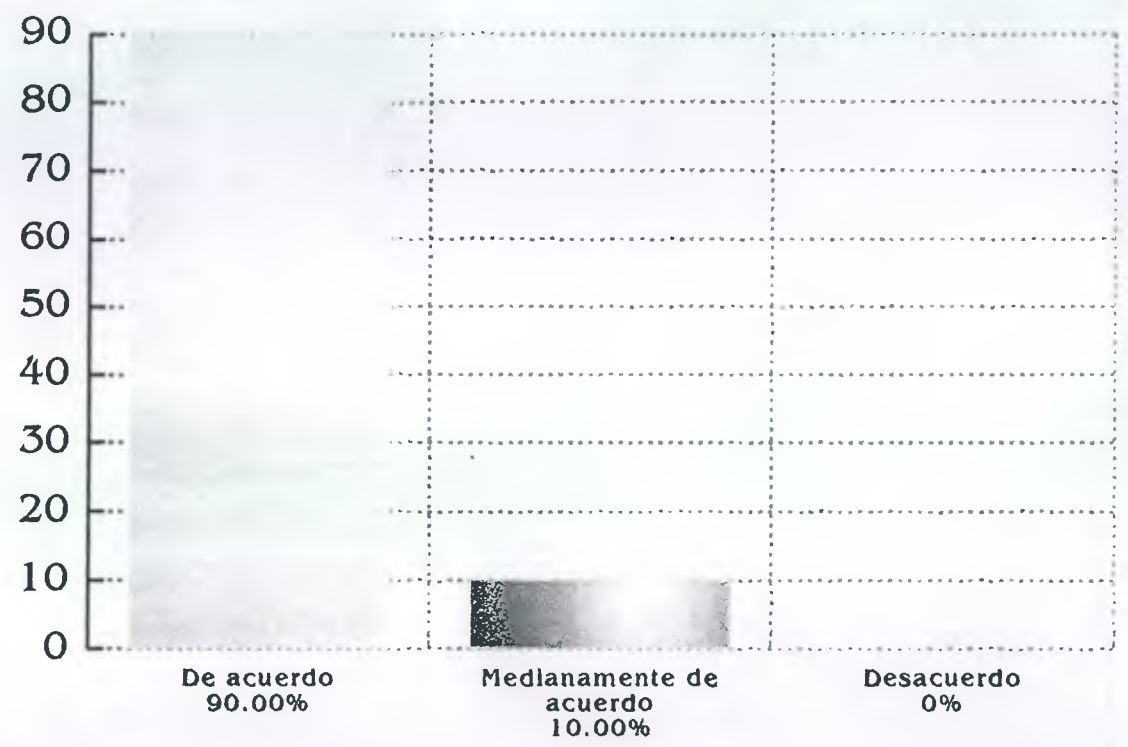
Según el resultado de la tabulación de la pregunta no. 3, el 83.33% estuvo de acuerdo, el 13.67% medianamente de acuerdo y el 3% en desacuerdo. Los resultados permiten afirmar que las diapositivas utilizadas son un medio funcional para el desarrollo del tema.





4. Es adecuado el formato utilizado en el folleto

Gráfica No. 4



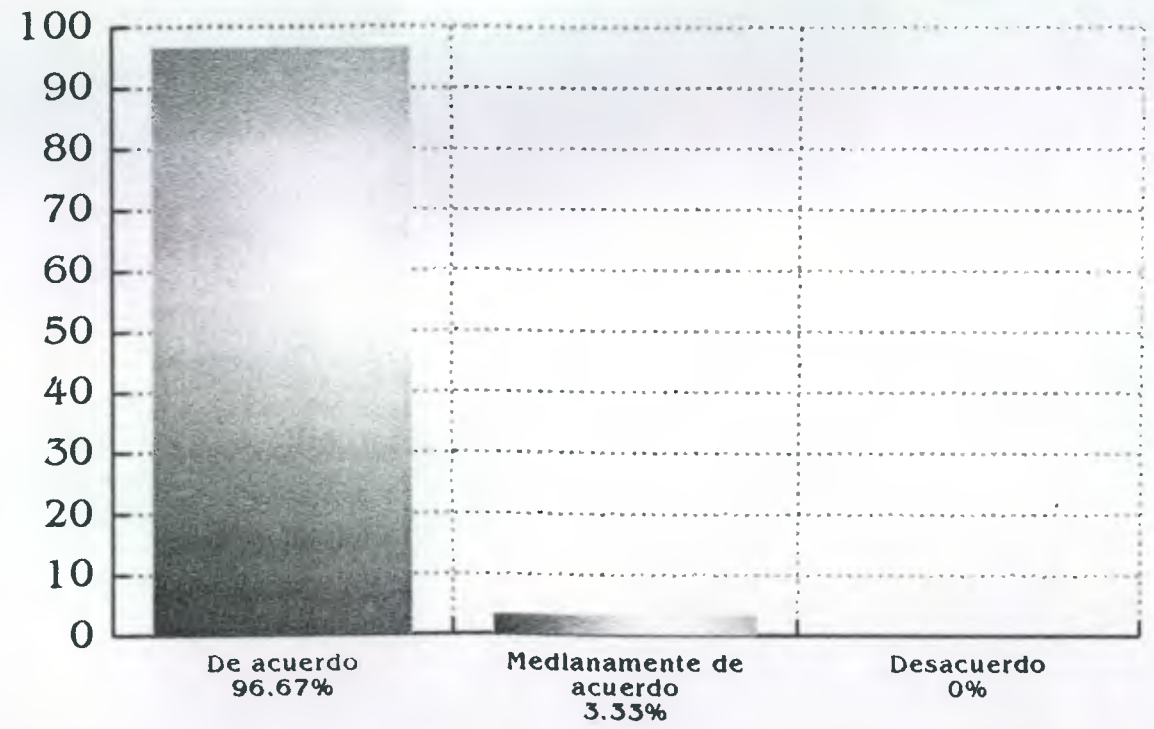
Según el resultado de la tabulación de la pregunta no. 4, el 90.00% estuvo de acuerdo, el 10.00% medianamente de acuerdo y el 0% en desacuerdo. Los resultados permiten afirmar que el formato utilizado en el folleto es adecuado.





5. Considera atrayente la portada del folleto

Gráfica No. 5

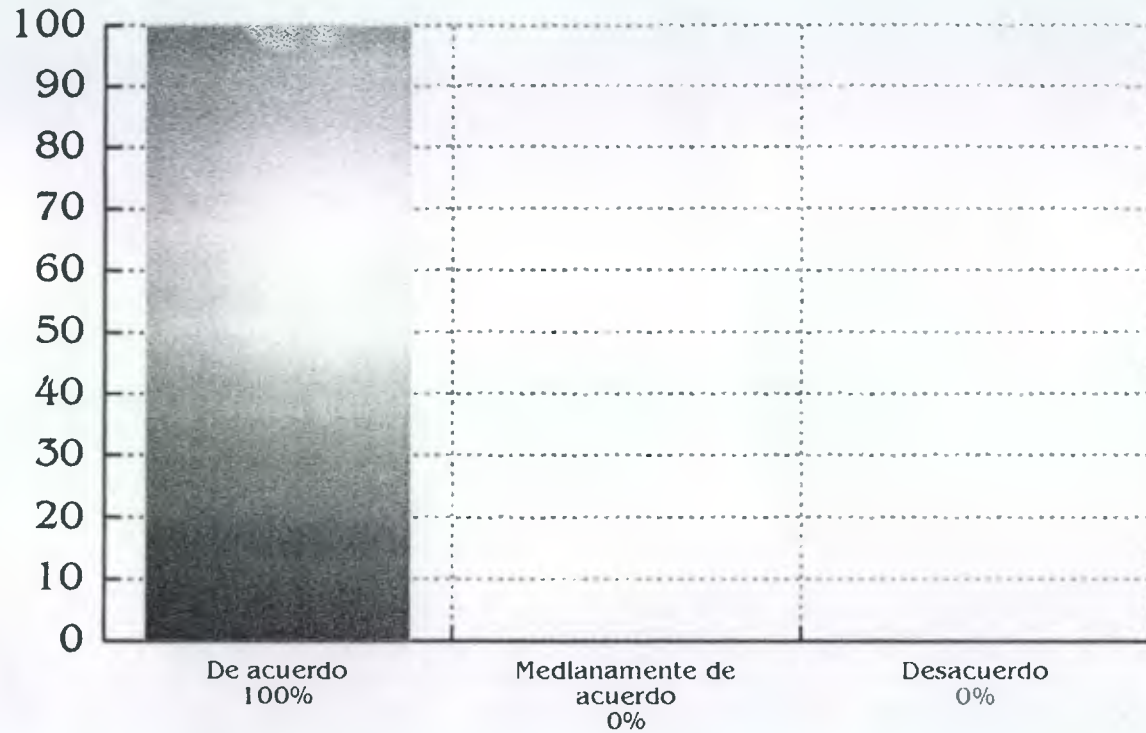


Según el resultado de la tabulación de la pregunta no. 5, el 96.67% estuvo de acuerdo, el 3.33% medianamente de acuerdo y el 0% en desacuerdo. Los resultados permiten afirmar que la portada del folleto es atrayente.



6. Las imágenes se identifican con el tema

Gráfica No. 6

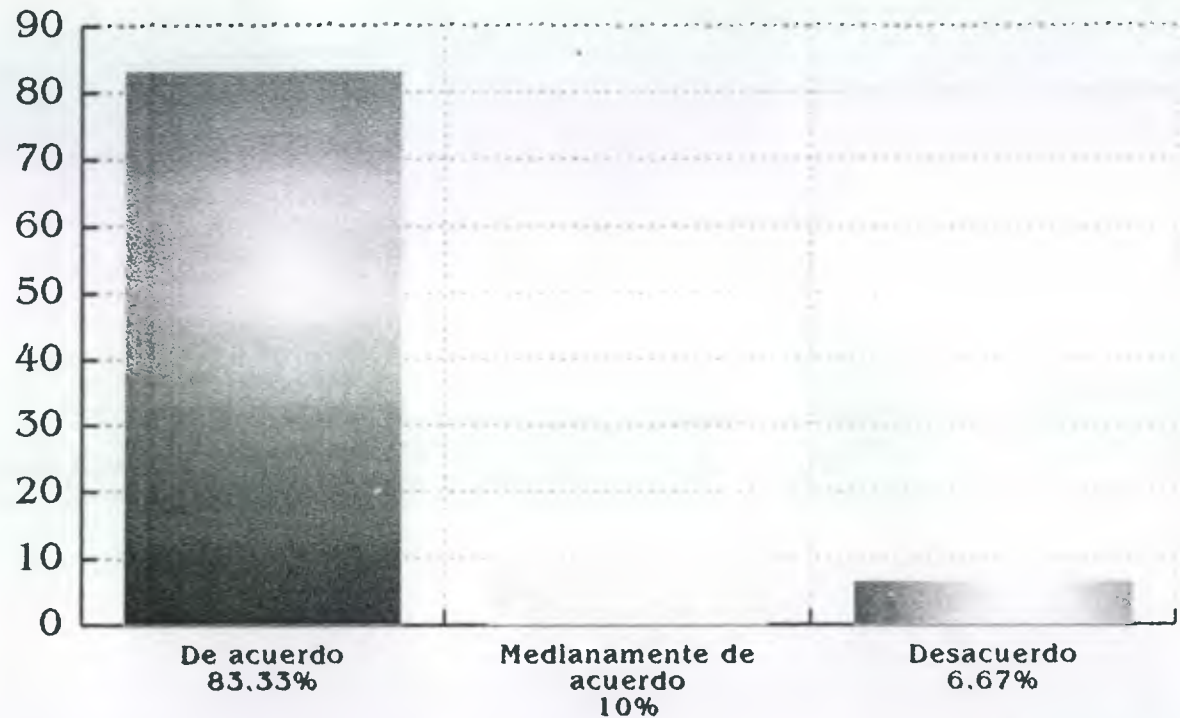


Según el resultado de la tabulación de la pregunta no. 6, el 100% estuvo de acuerdo, el 0% medianamente de acuerdo y el 0% en desacuerdo. Los resultados permiten afirmar que las imágenes se identifican con el tema.

7.

El tamaño y tipografía en el cuerpo del texto es legible

Gráfica No. 7

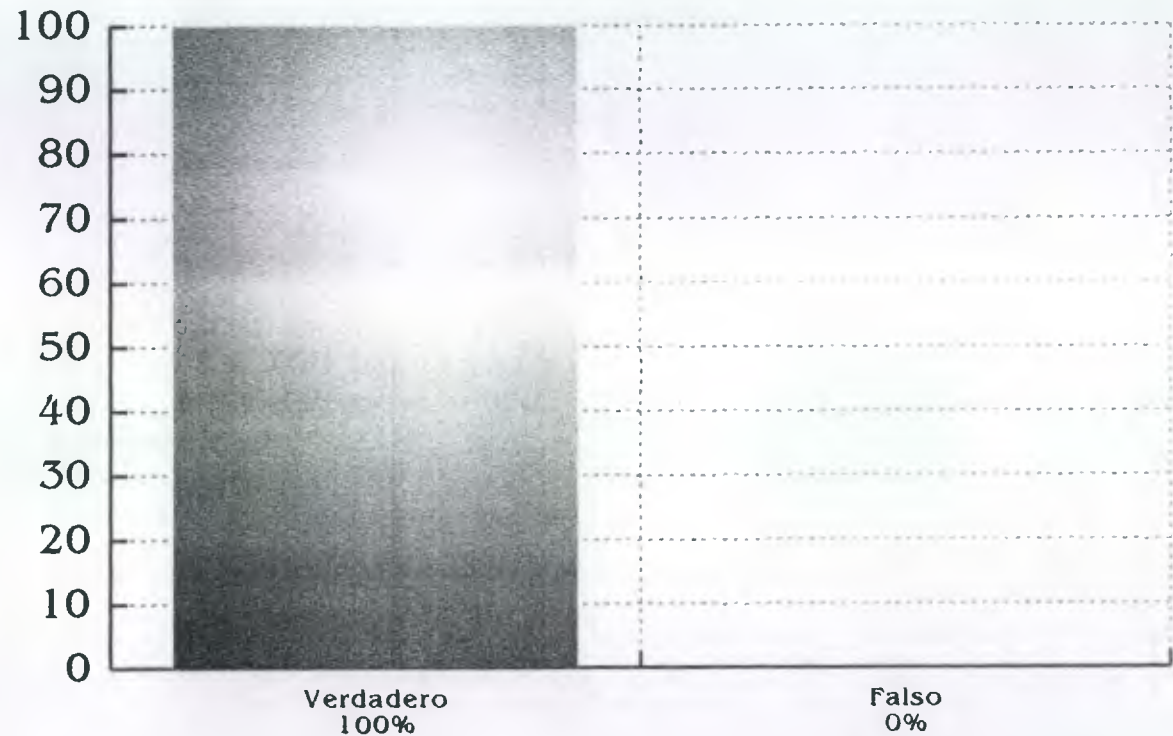


Según el resultado de la tabulación de la pregunta no. 7, el 83.33% estuvo de acuerdo, el 10% medianamente de acuerdo y el 6.67% en desacuerdo. Los resultados permiten afirmar que el tamaño y tipografía en el cuerpo del texto es legible.



8. El rojo se identifica con las emociones

Gráfica No. 8

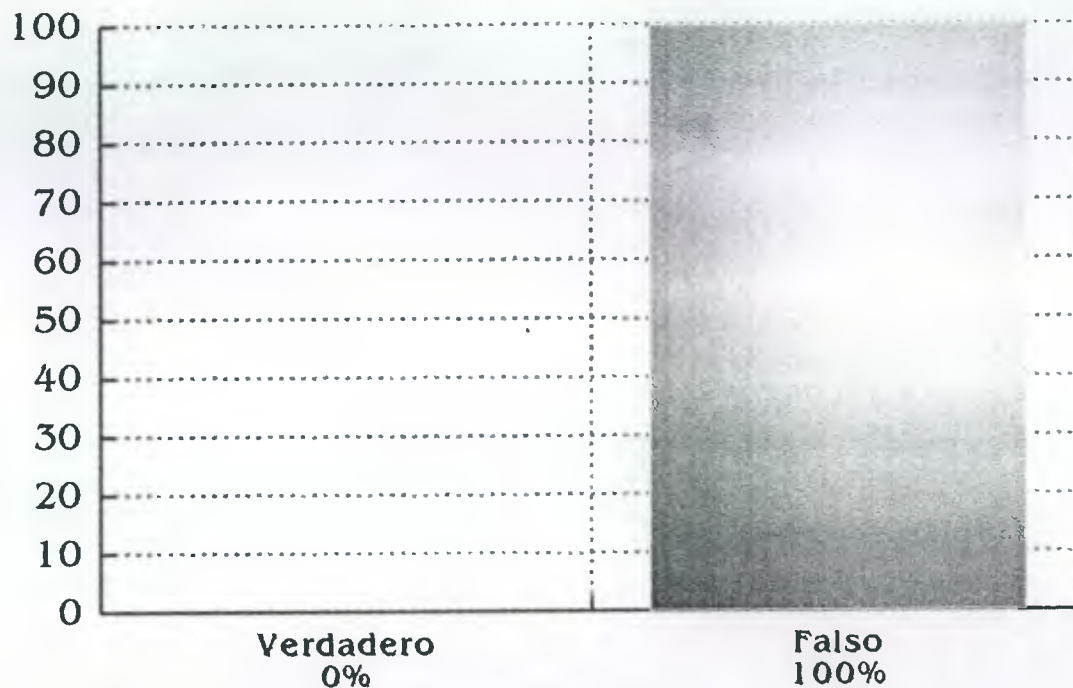


Según el resultado de la tabulación de la pregunta no. 8, el 100% verdadero y el 0% falso. Los resultados permiten afirmar que el color rojo se identifica con las emociones.



9. El café sugiere serenidad, pureza y es símbolo del cielo, mar y agua.

Gráfica No. 9

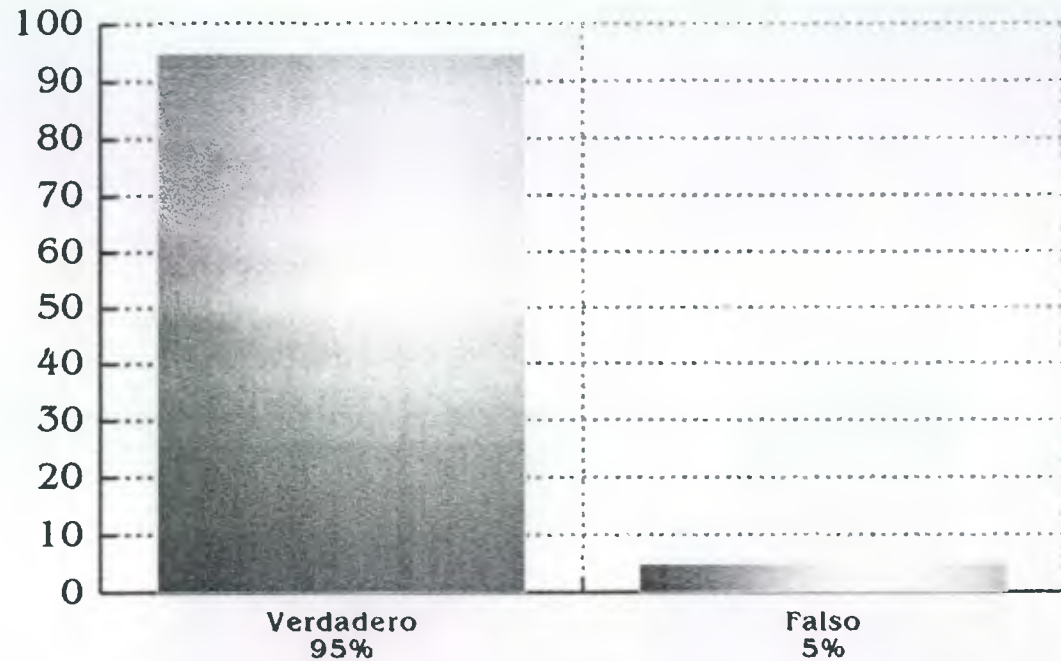


Según el resultado de la tabulación de la pregunta no. 9, el 0% verdadero y el 100% falso. Los resultados permiten negar que el color café sugiere serenidad, pureza y es un símbolo del cielo, mar y agua.

10

El amarillo tiene muchas connotaciones naturales, luz del sol, trigo, playas arenosas, etc

Gráfica No. 10

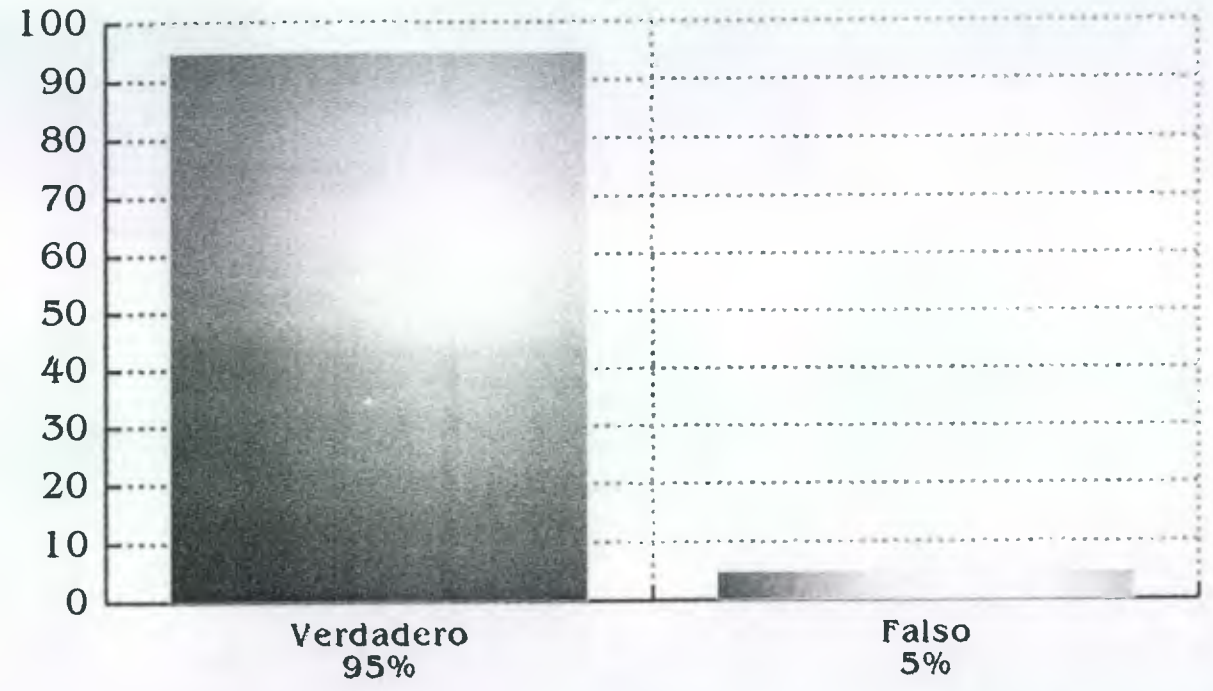


Según el resultado de la tabulación de la pregunta no.10, el 95% verdadero y el 5% falso. Los resultados permiten afirmar que el color amarillo tiene muchas connotaciones naturales, luz del sol, trigo, playas arenosas, etc.



El verde es el color adoptado por los ecologistas

Gráfica No. 11



Según el resultado de la tabulación de la pregunta no.11, el 95% verdadero y el 5% falso. Los resultados permiten afirmar que el color verde es el color adoptado por los ecologistas.

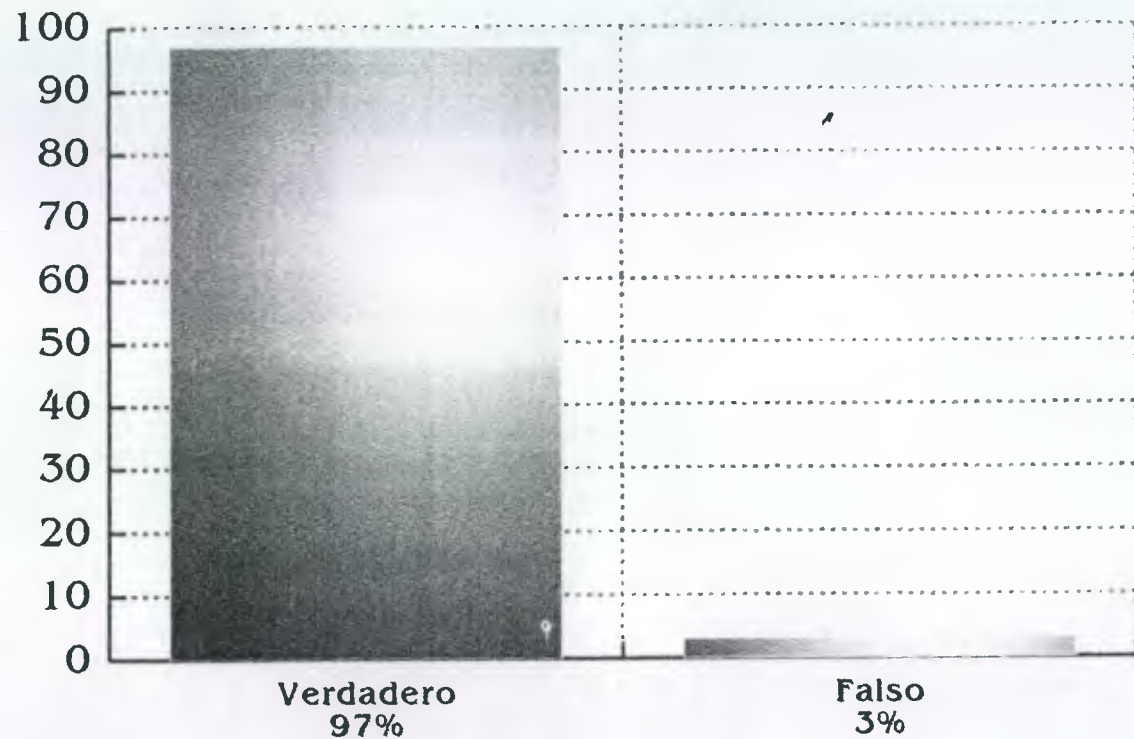




12

Los colores vivos se utilizan para productos de niños

Gráfica No. 12



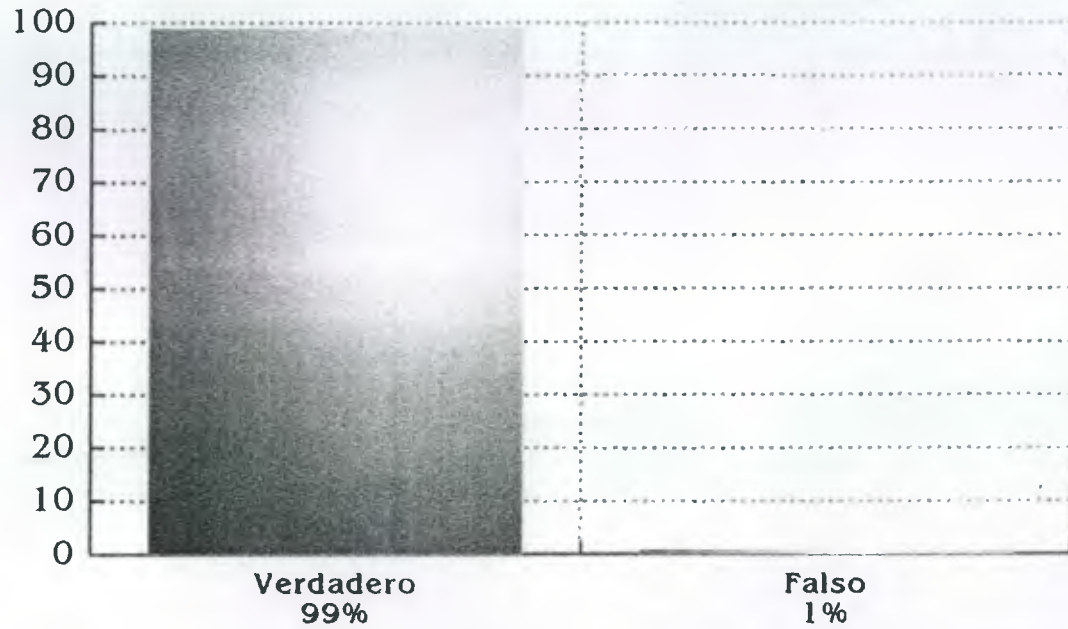
Según el resultado de la tabulación de la pregunta no.12, el 97% verdadero y el 3% falso. Los resultados permiten afirmar que los colores vivos se utilizan para productos de niños.



13

Los colores pastel sugieren delicadeza, pureza y romanticismo

Gráfica No. 13



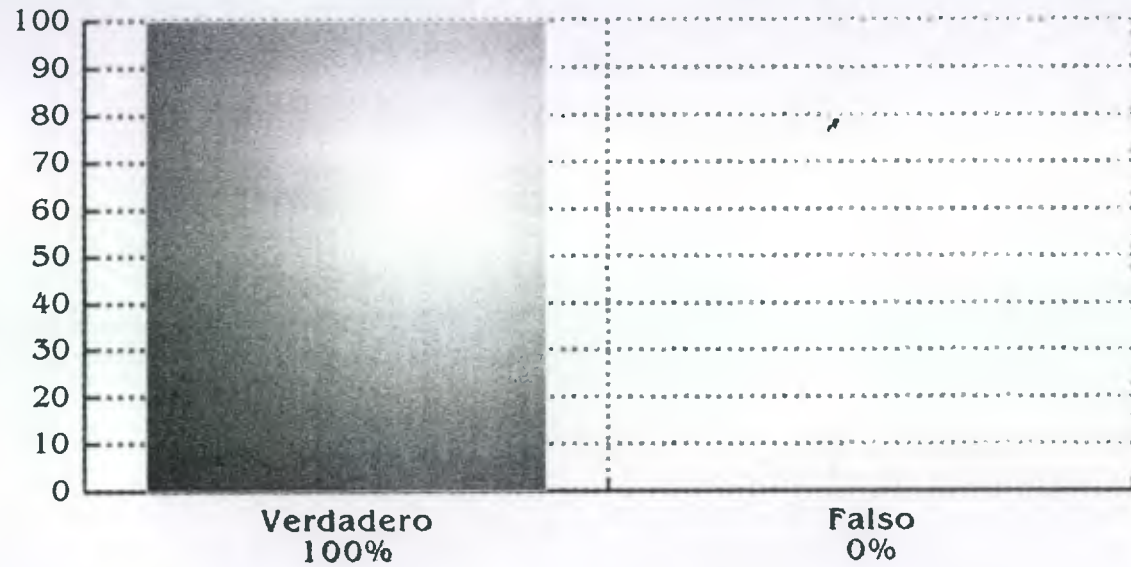
Según el resultado de la tabulación de la pregunta no.13, el 99% verdadero y el 1% falso. Los resultados permiten afirmar que los colores pastel sugieren delicadeza, pureza y romanticismo.



14.

Los colores apagados sugieren alto rango, atraen a personas maduras y contienen una cierta cantidad de negro o gris

Gráfica No. 14



Según el resultado de la tabulación de la pregunta no.14, el 100% verdadero y el 0% falso. Los resultados permiten afirmar que los colores apagados sugieren alto rango, atraen a personas maduras y contienen una cantidad de negro o gris.

4.4 RESULTADOS DE LAS PIEZAS

* Según el resultado de las encuestas, queda comprobado que el folleto y las diapositivas son eficaces.

4.5 RESULTADOS DE COMPRESION DEL TEMA

* Según el resultado de las encuestas sobre la comprensión del tema "La Aplicación del Color en el Diseño Gráfico", queda comprobado que los estudiantes comprendieron el tema y su importancia.





Elaboración
de Bebidas de
Frutas y Verduras



CONCLUSIONES



CONCLUSIONES

1. Con base en los resultados de las encuestas, se puede afirmar la eficacia de las piezas de diseño. Dichas piezas presentadas como solución a la falta de material didáctico, permitieron que el estudiante lograra un mejor aprendizaje y adquiriera nuevos conocimientos acerca del tema: "La Aplicación del Color en el Diseño Gráfico".
2. El proyecto nos permitió comprobar la funcionalidad de algunos elementos de diseño para garantizar la eficacia de los materiales educativos, en el caso de este proyecto pudimos comprobar la funcionalidad de los siguientes elementos: La diagramación de tres columnas, la cual es recomendable para desarrollar, en forma breve, la introducción a los temas. La combinación de blanco y negro, con lo cual sin perder la calidad gráfica se facilita la reproducción de los materiales impresos a un bajo costo. La tipografía Times New Roman de 12 puntos que resulto eficaz para facilitar la legibilidad de los textos. El formato horizontal, de acuerdo a los resultados de la encuesta de validación de las piezas, resultó más cómodo y funcional, en comparación con el formato vertical.
3. En la serie de diapositivas se comprobó la eficacia de una combinación entre número de diapositivas / tiempo de exposición / atención de los estudiantes. En este caso resultó efectivo utilizar una serie de 32 diapositivas para una exposición de aproximadamente 12 minutos, con lo cual el tema siempre fue atractivo para los estudiantes.

RECOMENDACIONES

1. Este tipo de material didáctico se puede reproducir a través de: Fotocopias, Litografía Offset, Litografía con Master de Polyester y Litografía con Placas y Negativos.
2. Debemos recordar que la reproducción de los materiales impresos podrá variar en sus costos de acuerdo al sistema de reproducción que se utilice. Por lo anterior conviene recomendar distintos tipos de sistema de reproducción que pueden ser utilizados. En primer lugar y con mayor calidad de impresión puede utilizarse la litografía con placas y negativos. En segundo lugar puede utilizarse la litografía con master de polyester. En tercer lugar fotocopias y en cuarto lugar litografía en offset fotocopias. Esta última opción ofrece la ventaja de un menor costo pero la calidad de impresión puede resultar muy deteriorada.
3. Se recomienda renovar el contenido y los elementos de diseño (tipología, color, imágenes y así otros) por lo menos cada doce meses, con la finalidad de mantener su atractivo y actualidad.
4. Es importante el uso adecuado de las piezas de diseño, para evitar que los originales se deterioren, por el mal manejo; el lugar donde se deben guardar las dispositivas es una área que no sea húmeda y dentro del cartapacio en el cual se entregaron, ya que van metidas dentro de unas fundas especiales que ayudaran a mantenerlas en buen estado, el folleto debe manipularse con las manos limpias y tener el cuidado de meterlas luego de usarlas en las fundas de plástico en el cual fueron entregadas.

BIBLIOGRAFÍA

1. Ajenjo, Alberto. Curso de Edición Profesional
1994 Ed. Española.
2. Dale, Russell. El Libro del Amarillo
1990 G.G. Barcelona España.
3. Dale, Russell. El Libro del Rojo
1990 G.G. Barcelona España.
4. De León, Silvia. Folleto Informativo de la Red Curricular del Programa de Diseño Gráfico.
5. 1992 Depto. de Registro y Estadística.
1993 Catálogo de Estudios USAC
Ed. Preparada por la Cooperativa de Ciencias Políticas de la USAC.
6. 1996 Folleto Fotocopiado sobre el Proceso de las Cuatro Etapas Metodología Proyección
7. Hayten, Peter J. El Color en la Publicidad y Artes Gráficas.
8. Norvis, Gaudencio Didáctica y Estructura de los Medios Audiovisuales.
1971 Buenos Aires Argentina, Ed. Kapeluz
9. Paz, Eva. Fundamentos de Tipología.
10. 1993 Propuesta de Creación de la Escuela de Diseño Gráfico USAC.
11. Swan, Alan. El Color en el Diseño Gráfico.
12. Swan, Alan. Como diseñar Retículas.
1983. Buenos Aires, Ed. Kapeluz.

ANALISIS
DE COLORES Y
DISEÑO GRAFICO



BIBLIOGRAFIA



DE FOTOGRAFIAS

BIBLIOGRAFÍA DE FOTOGRAFÍAS

(51) a la (51.10) Imágenes DB-1 AGE 4

(52) Recopilación de Fotos

(53) a la (53.2) Aprender Haciendo Teoría Práctica del Color.
José M. Parramón Ed. Parramón Ediciones S.A. Barcelona España
1998

(54) a la (54.4) Aereografía, versión castellana G/ G Editorial
Eugeni Roselli Mirales G Gill, S.A. de C.V. México.
1995

(55) a la (55.1) Revista Amiga Guatemala No 275
2001

(56) Fuente Propia
Silvia Palma
1998

(57) Revista Perfil No. 12 Guatemala
2000

(58) Diseño de Marketing G/ G 7 Edición
Alan Swann
1994

(59)
2001

Revista Scientia Año II

(510)
1998

Como Preparar Diseños para la
Imprenta G/ G.

(511)
2001

Revista National Geographic.

(512)

Archivos Curso Digitales II Facultad
de Arquitectura. Programa de
Diseño Gráfico.

Hypermedia
in the Web
Discos Graficos



GLOSARIO



- ACONTINUACION EL LECTOR ENCONTRARA UNA SERIE DE TERMINOS UTILIZADOS EN EL TRABAJO CON SU RESPECTIVO SIGNIFICADO.

COLOR: Impresión que hace la retina del ojo de la luz reflejada por los cuerpos.

VALOR: Grado de claridad o de oscuridad de un color.

TONO: Cualidad que permite distinguir los colores.

COMBINACION: Arreglo ordenado de varias cosas análogas.

PRUEBA PILOTO: Evaluación que sirve de guía con el fin de mostrar la veracidad o falsedad de una cosa en estudios e investigaciones.

GRUPO OBJETIVO: Conjunto de personas que tienen intereses o características en común.

INTENSIDAD: Nivel de pureza de un color, (sinónimo: saturación).

MUESTRA: Fracción representativa de un grupo de personas consultadas en una encuesta.

BOCETO: Ensayo o tanteo de una idea de diseño hecho sólo con los trazos y datos principales. De uso predominante en diseño industrial y diseño gráfico.

COLUMNA: Subespacio reservado para el texto dentro de la caja de texto o zona activa.

GRUPO OBJETIVO: Población a la cual va dirigido un mensaje.

FORMATO: Tamaño y posición de una imagen o impreso.

TIPOGRAFIA: Letra.

INVERTIDO: Imágenes claras sobre fondos oscuros. Poseen un alto contraste.

DIAGRAMACION: Diseño formal del conjunto de una pieza gráfica que determina la distribución y composición de los elementos que la forman.

TIPOS: Sentido genérico para referirse al conjunto de caracteres de las familias y sus variantes respectivas.

DIAPPOSITIVA: Imagen fotográfica positiva, puesta en un soporte transparente para su proyección.

ANEXO





Universidad de San Carlos de Guatemala
 Facultad de Arquitectura
 Programa de Diseño Gráfico



Carné: _____ Edad: _____ Sexo: M F

Objetivo: conocer el criterio del estudiante respecto al material didáctico.

I SERIE: Opiniones sobre las piezas de diseño.

INSTRUCCIONES: Después de observar detenidamente, marque con una X en la respuesta que mejor exprese su opinión sobre lo consultado.

1. Fueron claras las diapositivas utilizadas.

De acuerdo _____ Medianamente de acuerdo _____ Desacuerdo _____

2. Considera atractivas las diapositivas.

De acuerdo _____ Medianamente de acuerdo _____ Desacuerdo _____

3. La utilización de diapositivas es un medio funcional de aprendizaje para el tema desarrollado.

De acuerdo _____ Medianamente de acuerdo _____ Desacuerdo _____

4. Es adecuado el formato utilizado en el folleto.

De acuerdo _____ Medianamente de acuerdo _____ Desacuerdo _____

5. Considera atrayente la portada del folleto.

De acuerdo _____ Medianamente de acuerdo _____ Desacuerdo _____

6. Las imágenes se identifican con el tema.

De acuerdo _____ Medianamente de acuerdo _____ Desacuerdo _____

7. El tamaño y tipografía en el cuerpo del texto es legible.

De acuerdo _____ Medianamente de acuerdo _____ Desacuerdo _____



II SERIE: A continuación encontrará una serie de enunciados sobre el material expuesto.

INSTRUCCIONES: Después de observar detenidamente, marque con una X en la respuesta que mejor exprese su opinión sobre lo consultado.

1. El color rojo se identifica con las emociones,

Verdadero Falso

2. El café sugiere serenidad, pureza y es un símbolo del cielo, mar y agua.

Verdadero Falso

3. El amarillo tiene muchas connotaciones naturales, luz del sol, trigo, playas arenosas, etc.

Verdadero Falso

4. El verde es el color adoptado por los ecologistas.

Verdadero Falso

5. Los colores vivos se utilizan para productos de niños.

Verdadero Falso

6. Los colores pastel sugieren delicadeza, pureza y romanticismo.

Verdadero Falso

7. Los colores apagados sugieren alto rango, atraen a personas maduras y contienen una cierta cantidad de negro o gris.

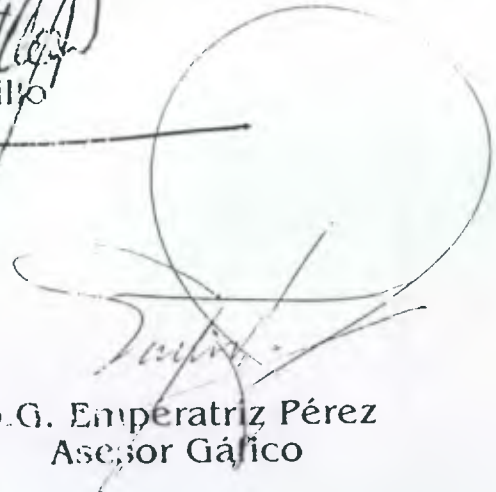
Verdadero Falso



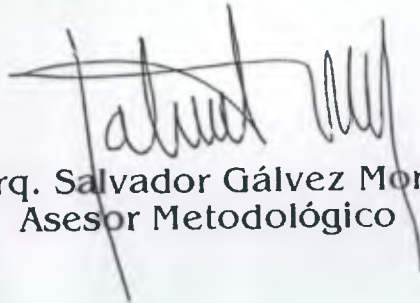
IMPRIMASE



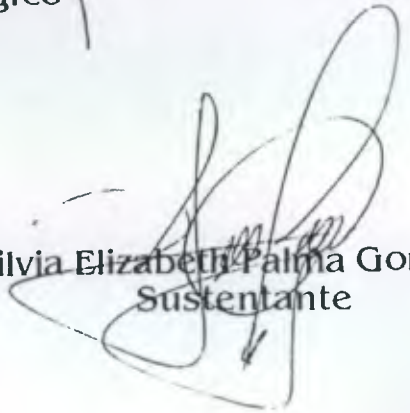
Arq. Rodolfo Portillo
Decano



D.G. Emperatriz Pérez
Asesor Gáfico



Arq. Salvador Gálvez Mora
Asesor Metodológico



Silvia Elizabeth Palma Gonzáles
Sustentante