

NÓMINA DE AUTORIDADES

- Decano: Arquitecto Carlos Enrique Valladares Cerezo
- Vocal I: Arquitecta Gloria Ruth Lara Cordón de Corea
- Vocal II: Arquitecto Edgar Armando López Pazos
- Vocal III: Arquitecto Marco Vinicio Barrios Contreras
- Vocal IV: Br. Jairon Daniel del Cid Rendón
- Vocal V: Br. Carlos Raúl Prado Vides
- Secretario: Arquitecto Alejandro Muñoz Calderón

TRIBUNAL EXAMINADOR

Arquitecto Carlos Enrique Valladares Cerezo
Arquitecto Alejandro Muñoz Calderón
Licenciado Luis Gustavo Jurado Duarte
Licenciado Fernando Fuentes Ríos
Licenciada Erika Grajeda Godínez



Escuela de
Diseño Gráfico
Arquitectura



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

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

DISEÑO DE PRESENTACIÓN INTERACTIVA PARA EL CURSO DE FILOSOFÍA DEL DISEÑO

Presentado por:

Anahí Dafne Ramírez Pérez

Número de carné 200816763

Para optar al título de Licenciada en

Diseño Gráfico Énfasis Informático Visual Especialidad Multimedia

Egresado de la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos.

Guatemala, febrero de 2013

“El diseño es el alma de todo lo que ha creado el hombre”

Steve Jobs



ÍNDICE

Nómina de autoridades	6
Dedicatoria	7
Presentación	8

CAPÍTULO 1

Introducción	10
Antecedentes	12
Problema	14
Justificación	15
Objetivos	17

CAPÍTULO 2

Perfil de la organización	18
Perfil del grupo objetivo	21

CAPÍTULO 3

Conceptos fundamentales	24
Concepto creativo	31

CAPÍTULO 4

Previsualización	34
Los esbozos	36
Los bocetos	39
Primer nivel de visualización	42
Segundo nivel de visualización	48
Tercer nivel de visualización	56

CAPÍTULO 5

Propuesta gráfica y justificación	62
Lineamientos para la puesta en práctica	74
Conclusiones	76
Lecciones aprendidas	78
Glosario	80
Referencias	84
Referencias electrónicas	86
Anexos	88

NÓMINA DE AUTORIDADES

- Decano: Arquitecto Carlos Enrique Valladares Cerezo
- Vocal I: Arquitecta Gloria Ruth Lara Cordón de Corea
- Vocal II: Arquitecto Edgar Armando López Pazos
- Vocal III: Arquitecto Marco Vinicio Barrios Contreras
- Vocal IV: Br. Jairon Daniel del Cid Rendón
- Vocal V: Br. Carlos Raúl Prado Vides
- Secretario: Arquitecto Alejandro Muñoz Calderón

ASESORES

Lic. Luis Gustavo Jurado Duarte
Lic. Fernando Fuentes Ríos
Licda. Erika Grajeda Godínez

TRIBUNAL EXAMINADOR

Lic. Luis Gustavo Jurado Duarte
Lic. Fernando Fuentes Ríos
Licda. Erika Grajeda Godínez

A Dios, mi fortaleza.

A Edu, mi cuarto asesor, mi novio y amigo,
mi consuelo en las noches de desvelo.

A mi Mamá, Papito, Anayansi, Anaelsee, Mamachita,
Chulita y demás familia, gracias por su calor familiar.

Amigos, gracias por su colaboración y alegría.

A mi hogar de estudio la Universidad de San Carlos de
Guatemala,

A la Escuela de Diseño Gráfico, mi guía al profesionalismo.

A mis asesores, catedráticos, licenciados y arquitectos,
gracias por su apoyo.



PRESENTACIÓN

El plantear históricamente la Filosofía del Diseño, es una tarea fundamental, pero versátil. Permite percibir con una mejor perspectiva el papel influyente que tiene el diseño en la economía, la política y la sociedad, a través de la conceptualización sistematizada de los contextos filosóficos de cada época.

La Filosofía del Diseño es una línea de conocimientos teórica y práctica, que fundamenta el ser filósofo y diseñador, impulsando al diseño en su posicionamiento como un arte innovador y respetado.

Las teorías filosóficas representan el valor teórico que todo diseñador aplica en sus creaciones. El diseñador debe ser distinguido no solo como un artista orientado a la publicidad o al entorno multimedia, sino como un generador de conocimientos, que se reconozca la trascendencia de sus valores sapienciales.

El proyecto “Diseño de Presentación Interactiva para el Curso Filosofía del Diseño”, busca que el diseñador no solo conozca cada filosofía y su forma de aplicación, sino que al mismo tiempo adquiriera interés hacia el tema por el enfoque renovado, todo con la idea primordial de que generen nuevos pensamientos filosóficos desde sus propios puntos de vista individuales.

El desarrollo de este producto de diseño llevó a realizar una investigación exhaustiva, búsqueda de reconocimiento de autores filosóficos en el diseño gráfico, determinar carteles relevantes de cada filosofía, y generar una línea de diseño que permitiera armonizar los temas de filosofía con las características del estudiante actual.

A continuación se presenta el informe que describe detalladamente este proyecto de diseño y todo lo involucrado en el desarrollo del producto final.

En el primer capítulo, se encuentra toda la fundamentación teórica del proyecto, la introducción y los antecedentes, la definición del problema y su justificación; además de incluir los objetivos planteados para la propuesta final.

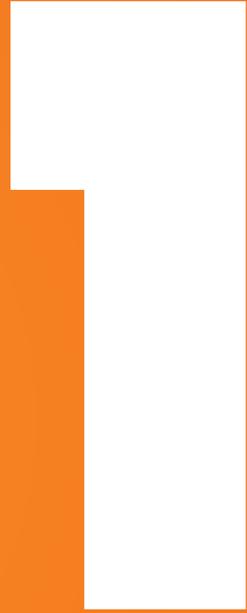
En el capítulo dos, se define el perfil organizacional para visualizar las principales necesidades de la organización; y el perfil del grupo objetivo, para guiar el diseño a través de los parámetros geográficos, demográficos, psicográficos y conductuales del grupo objetivo.

El capítulo tres consta del ensayo en el cual se definen los conceptos y origen del tema, además del concepto creativo que es parte de la teoría conceptual que fundamenta la pieza gráfica.

El cuarto capítulo marca el comienzo del proceso de diseño, donde se describe la labor realizada y sus muestras gráficas, además de los niveles de visualización que determinaron los últimos cambios hacia la propuesta final mediante la evaluación y sugerencias de colaboradores, expertos en el tema y grupo objetivo.

La conclusión del capítulo anterior define la propuesta gráfica final, que es el quinto capítulo, donde se presenta la propuesta con su fundamentación teórica.

Finalmente, se presenta los lineamientos para la puesta en práctica, que es la cotización del proyecto, además las conclusiones y otros requerimientos como lo son las lecciones aprendidas, anexos y glosario.



INTRODUCCIÓN

El proceso de conocimiento del ser humano se lleva a cabo a través de la recopilación de información y datos, realizando un estudio para la obtención de resultados y la toma de decisión posterior. En otras palabras, entre más se informe y comunique una persona, mayores son los conocimientos adquiridos.

Para la misma búsqueda de conocimiento, existe una ciencia llamada filosofía (del latín *philosophia*). Según la Real Academia Española, el término proviene del griego antiguo y es definido como amor a la sabiduría.

La filosofía crítica e intelectualmente demandante es una forma de ver la vida que rara vez se utiliza, o que se toma en cuenta para la resolución de un problema, sin saber que muchos grandes pensadores han realizado preguntas aplicables a las que el ser humano común idealiza, además de proyectar posibles soluciones de trascendencia para toda persona. Esto se refleja también en el área de Diseño Gráfico.

Siendo parte de la comunidad de Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala, he sido testigo de la carencia informática sobre la Filosofía del Diseño. Según mi parecer, es imprescindible por la trascendencia que esta puede generar en el diseño. La Filosofía del Diseño es una herramienta sapiencial que puede mejorar nuestra vida o cambiar nuestra forma de pensar. Pero dentro del pénsum 2004, esta asignatura no fue agregada y se ve la necesidad del conocimiento de este tema, de la adquisición de las facultades analíticas que da la filosofía a los futuros diseñadores

No cabe la menor duda de que es una necesidad. Lo pueden ver fácilmente los catedráticos y alumnos interesados en el tema. Por lo mismo, se implementó este curso en el pénsum 2011. Según la arquitecta Brenda Penados (2012), este nuevo pénsum busca con la teoría que el estudiante empiece a reconocer el diseño histórico y analítico a través de las asignaturas Análisis Histórico del Arte y del Diseño 1, 2 y 3, para que posteriormente, gracias a la asignatura Filosofía del Diseño, utilice la teoría dentro de la concepción de sus diseños.

Como parte de mi búsqueda del conocimiento para tener una fundamentación del diseño a través de la filosofía, propongo estudiar los temas que mejoren el desarrollo de proyecto de diseño. El estudiante y el profesional en diseño requieren aplicar filosofía del diseño analítico y experimentado, pero algunos de ellos no valoran la importancia de este tema. Para cambiar esta situación, es importante que se apliquen estos cursos, y que los impartan profesores especializados en el tema y en pedagogía. Además es conveniente que se utilice material audiovisual de reflexión, sobre la Filosofía del Diseño.



ANTECEDENTES

La Escuela de Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala (USAC), cumplió 25 años de fundada. Previa a esta escuela, ya existía la carrera de diseño en la Universidad Rafael Landívar (URL). Actualmente, el desafío entre universidades es formar profesionales que lleguen a competir en el mercado laboral y aumentar el renombre de la institución que representen.

En el pénsum de estudio de las universidades del ISTMO y la URL, se puede observar la similitud al aprobado en 2010 por la USAC. Hay algunas variantes, entre las que se destacan: el idioma técnico de inglés y filosofía del diseño. Para la enseñanza de idiomas, incluido el inglés, la USAC cuenta con la Escuela de Ciencias Ling isticas (CALUSAC). La asignatura Filosofía del Diseño es impartida en las otras universidades durante el tercer semestre, ISTMO, y el quinto semestre, URL. En el pénsum aprobado por la USAC en 2010 se imparte hasta el séptimo semestre. Es decir que, aún no se ha impartido dicha asignatura. Algunas asignaturas del pénsum 2004 (aún vigente), como Sociología y Psicología, manejan en sus programas algunas teorías filosóficas, según encuestas (2012), Fuente: Elaboración propia ([anexos no. 1](#)), realizadas a una población estudiantil de 63 alumnos de tercero y quinto semestres, el 50% de estudiantes no logró reconocer dicha parte de los programas. Fueron calificados por algunos estudiantes, como ineficientes en la profundización de estos temas.

Dentro del programa de la universidad del ISTMO, se pudo verificar que existe una bibliografía extensa, pero ningún libro mencionado es especializado en Filosofía del Diseño. Hay algunos de introducción a la filosofía, Mariano (1985) e Introducción al Pensamiento Filosófico, Bochenski (1986), que hablan de la historia de la filosofía y no de su aplicación al diseño. Profesores de la USAC reconocen que existe una mínima bibliografía. La biblioteca de la Facultad de Arquitectura cuenta con un solo libro: Arte o Diseño, Calvera (2004), que expone algunas reflexiones filosóficas pero constituye poca referencia al alcance del estudiante de la USAC. En los recursos web, lo que se logra encontrar son artículos de filosofía del diseño, en portales como FOROALFA, y otros artículos referentes a filosofía del arte. Según el criterio de algunos profesores, al estudiante no le gusta leer. Sea cierto o no, no es solo leer un material filosófico, sino comprenderlo, lo que hace tener un mayor nivel de complejidad.

La actual propuesta del programa para Filosofía del Diseño presentada por la arquitecta Penados (2012), demuestra que existe carencia de material sistematizado para la asignatura. Se est  en la constante búsqueda para concretizar el programa y tener una visión de cuál es el conocimiento que el estudiante necesita adquirir. Definitivamente, se requiere la creación de un material audiovisual introductorio, para facilitar la búsqueda autodidacta del estudiante y mejorar su retroalimentación.



PROBLEMA

Falta de información sistematizada de los fundamentos básicos enmarcados en la filosofía del diseño, necesidad para impartir la clase Filosofía del Diseño en el 2014 para los estudiantes de diseño gráfico del pénsum 2011.

1.3

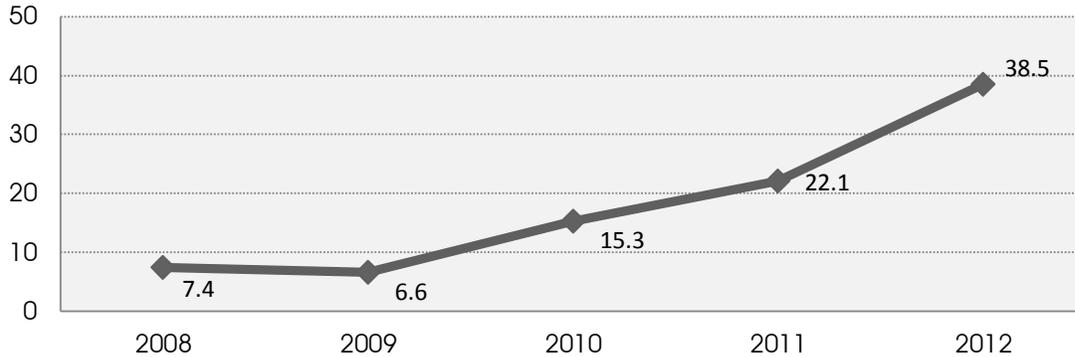


JUSTIFICACIÓN

MAGNITUD:

Actualmente, en la Escuela de Diseño Gráfico, el promedio de crecimiento poblacional es 15% anual, (el período 2007-2012) según se muestra en la [gráfica No. 1](#). Se tiene un promedio de 434 estudiantes del pénsum 2011, de la jornada matutina y vespertina, según el Departamento de Registro y Estadística de la USAC (2012).

Gráfica No. 1: Promedio de Crecimiento Anual de la Licenciatura de Diseño Gráfico, Universidad de San Carlos de Guatemala.



Fuente: Departamento de Registro y Estadística de la USAC (2012), elaboración propia.

TRASCENDENCIA:

Al reconocer la importancia y habituarse en el manejo de conocimientos filosóficos, el estudiante apoyará los fundamentos de la autocrítica, incrementará la visión de realidades alternas, dejando de lado el conformismo. Su formación profesional estará en función de la índole sapiencial, lo que motivará una tendencia hacia la adquisición de conocimientos, causará un "efecto viral", provocará el nacimiento de nuevos autores de Filosofía del Diseño y enriquecerá de pensamientos filosóficos aplicables al diseño a toda la comunidad de diseñadores de Guatemala. No es solo retener información, sino que el diseñador sea un generador de la misma, logrando así que trascienda profesionalmente a través del diseño histórico y guatemalteco.

VULNERABILIDAD:

La falta de concretización del programa de la asignatura, así como la caracterización del perfil del profesor necesario para impartirla son algunos factores vulnerables. Sin embargo, la tendencia a la apatía, por parte de los estudiantes, es lo que más se desea minimizar.

FACTIBILIDAD:

La asignatura está prevista para el 2014. Por lo mismo, se comprueba la funcionalidad de este proyecto de graduación. Está orientado a los intereses de la escuela de Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala, se plantea la facilidad de acceso del material para los profesores y estudiantes, a través de descarga en el campus virtual o distribución del CD interactivo que tienen un bajo costo. Para la animación, se utilizarán las redes sociales para su publicación y facilidad de descarga.

1.4



OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Diseñar material audiovisual para que el estudiante de Diseño Gráfico del pénsum 2011, reconozca la importancia de la filosofía del diseño previo a impartir la clase en el 2014.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Diseñar una presentación interactiva con animación, que permita difundir dichos pensamientos a los estudiantes de Diseño Gráfico en un período pertinente previo a los inicios de la asignatura.
2. Desarrollar una estrategia de comunicación visual a través del diseño de la pieza audiovisual que facilite la comprensión y genere interés sobre la Filosofía del Diseño a los estudiantes de Diseño Gráfico.



PERFIL ORGA- NIZACIONAL

Dentro de la Universidad de San Carlos de Guatemala, se encuentra la Facultad de Arquitectura, que en 1972 reconoció la necesidad de crear carreras tecnológicas acordes con los cambios contemporáneos en la sociedad y el ámbito laboral. Tres años más tarde, el Plan de Desarrollo Universitario se propuso la creación del Programa Técnico Universitario de Diseño Gráfico. Fue aprobado en 1986 por el Consejo Superior Universitario, según el arquitecto Salvador Gálvez (2011)

La reconstrucción de la Historia de la Escuela de Diseño Gráfico, es realizada por la investigación y la recopilación de la memoria de profesionales que apoyaron el diseño en su época. La Escuela de Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala, nació en 1987, pero su misma historia nos dice que hubo un antes y un después de esta fecha. Como bien lo dice la arquitecta Brenda Penados (2011) "...el solo realizar la propuesta es el inicio de algo más grande y que requiere más dedicación que la creación misma". El arquitecto Salvador Gálvez (2011) nos dice que "vio la carrera en su concepción y cuando nació, hoy en día está madurando con un futuro próspero".

La historia sigue en marcha. Esta recopilación de memorias es sólo para hacer recordar a los futuros profesionales el origen de los beneficios, y para que ellos complementen esta historia con el futuro del Diseño en la Universidad de San Carlos de Guatemala.

En la comisión de elaboración de la propuesta del Técnico en Diseño Gráfico, formaron parte los profesionales:

Arq. Eduardo Aguirre
Arq. Salvador Gálvez
Arq. Gladis Mendizábal
Arq. Roberto Leal
Arq. Zully Molina
Arq. Marcia de Rendón

En la comisión de elaboración de la Licenciatura en Diseño Gráfico formaron parte los profesionales:

Arq. Felipe Hidalgo
Arq. Byron Rabé
Arq. Elda Velázquez
Arq. Otto Valle
Arq. Julio Tórtola

En la comisión de elaboración de la Licenciatura en Diseño Gráfico fueron varios los profesionales que participaron en la creación, así como el claustro de profesores, la asociación y alumnos de Diseño Gráfico, al igual que la Maestría en Mercadeo y la comisión de elaboración del pénsum 2010 en Diseño Gráfico. Algunos profesionales que fueron encargados de dirigir al grupo:

Arq. Brenda Penados
Arq. Felipe Hidalgo
Lic. Andy Rodríguez, entre otros.

Entre ellos, también hubo varios pedagogos que fueron llamados de otras facultades para el apoyo del pénsum 2010, el cual, otras facultades, toman como ejemplo para la realización de carreras técnicas. Eso se observó el 14 de octubre del 2011, cuando se llevó a cabo una presentación de los cambios curriculares de Diseño Gráfico como apoyo a la Facultad de Ingeniería.



El siguiente perfil de la Escuela de Diseño Gráfico es recuperado en la página: <http://farusac.com/disgrafico.htm>

Objetivo: 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.

Misión: Formar Diseñadores Gráficos capaces de producir comunicación gráfica con impacto para los medios de comunicación, la publicidad y las empresas que demandarán sus servicios, a la vez, ser agentes de cambios comprometidos con la contribución de la solución de las necesidades de los sectores marginados, desarrollando campañas de interés social. Producir conocimiento para aportar a la solución de los problemas sociales y la comunicación social del país.

Visión: Ser en Guatemala una institución de educación superior cuya función es ser el ente rector en la formación profesional, así como de la producción y difusión del conocimiento en Diseño Gráfico. Todo ello para contribuir al desarrollo sostenible del país, preservando y protegiendo los recursos culturales y naturales.

Perfil del egresado:

- a. Desempeñarse como codificador dentro de un proceso de comunicación visual.
- b. Utilizar equipos, dispositivos, tecnologías y medios de información.
- c. Aplicar conocimientos de disciplinas sociales, humanísticas y conocimientos técnicos.
- d. Utilizar el lenguaje oral y escrito y su combinación con imágenes.
- e. Asesora y participa en todo el proceso de producción de originales.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ol style="list-style-type: none">a. Aplicación de un nuevo pénsum.b. Responsabilidad académica del proyecto de enseñanza.c. Excelente formación de recursos humanos a través de postgrados y becarios.d. Catedráticos con maestrías.e. Capacitaciones de catedráticos	<ol style="list-style-type: none">a. Déficit de equipamiento actualizado.b. Déficit de infraestructura para optimizar el impartir clases.c. Carencia de presupuesto suficiente para fortalecer el área investigativa.d. Falta de espacio para oficinas de coordinación.e. Insuficiencia de espacios para laboratorios.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ol style="list-style-type: none">a. Acreditaciónb. Contactos con empresas extranjeras.c. Becas y cursos para los profesores.d. El renombre que dan los estudiantes provenientes de la Universidad de San Carlos de Guatemala.e. Crecimiento de la población estudiantil.f. Formación de graduandos con calidad o perfil para insertarse en el medio.	<ol style="list-style-type: none">a. Competencia de universidades privadas.b. Falta de convocatoria de becas.c. Falta de continuidad en cursos para docentes.d. El índice de criminalidad y cierres de la universidad.

2.1

PERFIL GRUPO OBJETIVO

GEOGRÁFICOS:

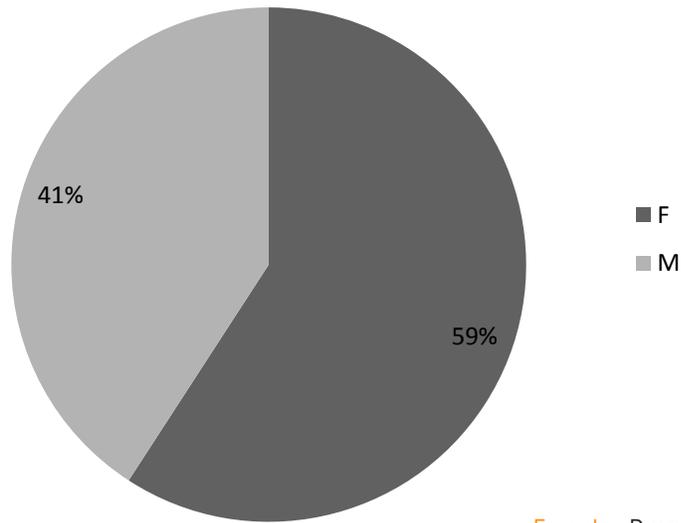
El grupo objetivo se encuentra situado en Guatemala, Ciudad de Guatemala, dentro de las instalaciones de la Ciudad Universitaria USAC, zona 12, específicamente en los edificios T1 y T2. La densidad de nuestro grupo objetivo es de 472 estudiantes del segundo al quinto semestre, con un crecimiento estudiantil del 15% anual, según Departamento de Registro y Estadística (2012) ver en [gráfica No. 1](#).

DEMOGRÁFICO:

Los datos son avalados por encuestas (2012), Fuente: Elaboración propia (anexos No. 2), realizadas a 117 estudiantes, con un margen de error del 88%. Según tales encuestas, el grupo objetivo se encuentra en el rango de edad de 18 a 22 años.

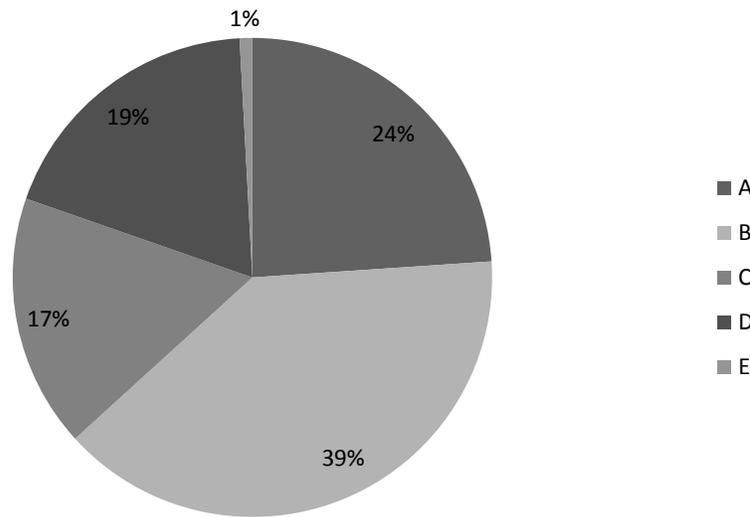
El tamaño de su familia es completo y su ciclo familiar se encuentra en prefamiliar. El porcentaje de género es 41% masculino y 59% femenino, ver [gráfica No. 2](#).

Gráfica No. 2: Porcentaje de género de los estudiantes de tercero y quinto semestre de diseño gráfico.



Fuente: Propia

Gráfica No. 3: Porcentaje de horas que el estudiante mantiene acceso a internet.



A	B	C	D	E
de 3 min a 2 h	de 2 a 5 h	de 6 a 8 h	Constantemente	Nulo

Fuente: Propia.

Todos los alumnos mantienen un acceso a internet constante. Ninguno dio a conocer que no tiene acceso a internet. Es más, manifestaron su facilidad al ingresar este medio. Solo un 1% y un 0.3% de las personas escribieron que no tienen contacto con este medio, sin informar cuál es la causa.

El nivel socioeconómico según el Informe Nacional de Desarrollo Humano, Guatemala (2005), es medio bajo (anexos No. 3). Se determina que el 64% de los estudiantes no laboran. El 21% de la población estudiantil sí trabaja y el 6% ejerce como *freelancer*. Su rango de ingresos es de 1,000 a 2,500 quetzales. Se encuentran en la Generación 0.

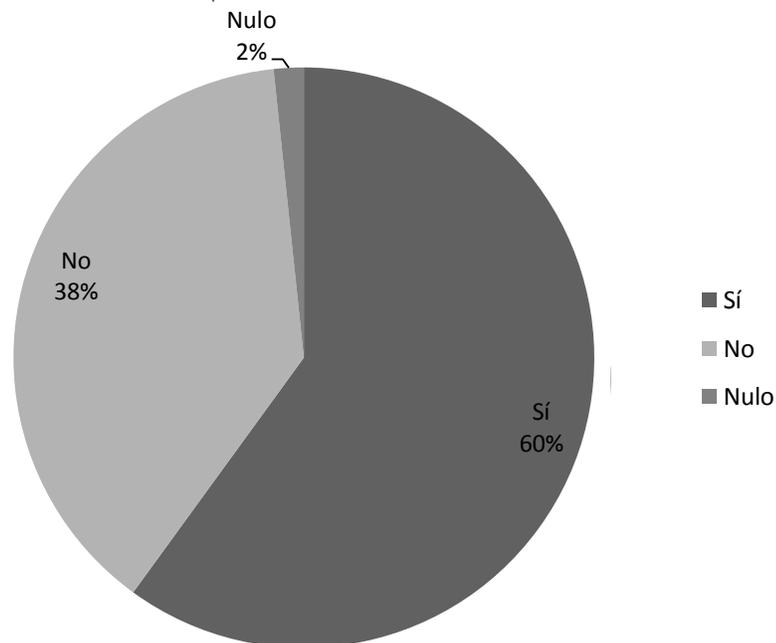
PSICOGRÁFICAS:

Son jóvenes estudiantes, posadolescencia. Se encuentran en su etapa de desafíos, decisiones, sobre todo tienen una gran afinidad con la tecnología, el 56% tiene celular con acceso a internet, de los cuales el 75% de estudiantes se conectan más de 2 horas diarias, ver en [gráfica No. 3](#). El 0.1% no cuenta con redes sociales, pero sí con acceso a *youtube*, 46% guiado por el género de comedia, (solo un 2% no ha visto videos en *youtube*). De sus medios impresos de fácil acceso es *Prensa Libre*. El 37% lee diarios, y el 3% refleja gusto a leer reflexiones o libros.

CONDUCTUALES:

El grupo objetivo son consumidores, buscan el beneficio personal y laboral. Su frecuencia de uso con productos similares es de usuarios ocasionales, el 60% de los estudiantes, ver en [gráfica No. 4](#). Demuestran que sí utilizan pensamientos filosóficos dentro de su vida cotidiana, sin embargo, no fortalecen estos pensamientos en su campo de estudio, como diseñadores, según la licenciada Erika Grajeda (2012) "el estudiante no reflexiona, necesita fortalecer su postura", lo que hace pensar que su actitud hacia el producto es de desigualdad, no conocen la incidencia del mismo como diseñadores gráficos.

Gráfica No. 4: ¿Utiliza pensamientos filosóficos en su vida cotidiana?



Fuente: Propia.



CONCEPTOS FUNDAMENTALES

Sería muy fácil transcribir los conceptos de pensadores, filósofos y especialistas en la rama del diseño, pero por las circunstancias en las cuales se plantea el problema, es pertinente que la información recopilada esté envuelta en reflexiones. No se busca formar una teoría del diseño, se busca despertar el interés y mostrar una visión distinta de la naturaleza humana, siempre enfocada al diseño gráfico.

La teoría básica de "Filosofía del Diseño" proviene de sus antecedentes, que deben ser reconocidos no como conceptos, sino como parte de la reflexión histórica pertinente a su fundamentación. La filosofía en el ámbito del diseño es poco reconocida, carece de una difusión importante y sobre todo de los enfoques contemporáneos de la filosofía posmoderna.

3.1 Prolegómenos de la Filosofía

El término "filosofía" es derivado del latín *Philosophia*, traducido como "amor a la sabiduría" según la Real Academia Española. Se sabe que la filosofía occidental nace en Grecia, y que sus tres más grandes exponentes son Sócrates, Platón y Aristóteles. Para definirla, Polo (2003) cita a Platón (s.f) que se refirió a ella como "...la ciencia de la razón de las cosas". Entendiendo que ciencia es "conocimiento", adquirido mediante la observación y el razonamiento.

Yo veo la filosofía como la razón de un todo, el principio de una causa, y el fin de la misma, contrastando muchas veces el aspecto moral de la búsqueda del bien sobre el mal. En mi opinión, la filosofía nace con las primeras reflexiones racionales de la historia del hombre, cuando determinó su conducta ante cada adversidad y reconoció su entorno. La filosofía es comprendida por su método, en el cual se asume una explicación puramente racional de la sustancia de cada objeto. Como ciencia del saber lleva un proceso, que requiere determinar primeras causas, razones y sus posibles consecuencias.

El filósofo del siglo XXI, Polo (2003) dice que el objetivo primordial de la filosofía es huir de la ignorancia, salir del asombro, que el hombre tenga el deseo del saber. Los primeros filósofos se autodenominaban *sophói*, que significa "sabio". Al pasar el tiempo, se presentaron a sí mismos como "amantes del saber" (*filosophói*). Polo (2003) dice "Un filósofo es un insatisfecho, una persona que no se conforma fácilmente". Menciona que el filósofo está en la primera fila y lo está con humildad, no como quien se pierde en la autocomplacencia, sino como quien rinde su inteligencia ante lo que le supera.

3.2 La filosofía Estética que da pertinencia al Diseño Gráfico

*"Vivir sin filosofar es, propiamente,
tener los ojos cerrados,
sin tratar de abrirlos jamás."
René Descartes*

Dentro de la presentación estética: del asombro a la producción (s.f) se hace mención a la admiración como generadora de la filosofía, por ser el inicio de todo asombro, sintetizándolo como apreciación a la belleza. También se hace mención a los términos belleza y estética, afirmando que los mismos comprenden un resplandor de la verdad y del bien; se encuentran en la esencia de las cosas y no como un revestimiento. La belleza es una condición indispensable en la humanización.

En gran parte de la experiencia humana, lo bello juega un papel ineludible en lo estético. La estética, del latín "*aísthesis*" Según la Real Academia Española, significa sensación o percepción, es una reflexión filosófica del arte, una filosofía que tiene como objeto de estudio la esencia y la percepción de la belleza.

La manifestación cultural de este tipo de pensamientos está orientada a la crítica de la percepción de cada persona. La filosofía clásica y moderna mejora la conceptualización de todo tipo de proyectos, incluido el contexto de la percepción estética y artística.

El diseño gráfico amerita ser guiado no solo por los términos de asombro, belleza, estética, etc., sino bajo una filosofía propia, definida bajo su contexto, conforme a las necesidades de tiempo, cultura, y tecnología.

3.3 Relato del diseño dentro del planteamiento filosófico

Diseño viene del verbo italiano *"disegno"*, que en latín es: marcar, designar, dibujar. Pero en italiano es considerado como un dibujo, no se comprende la riqueza del término. Vilchis (2006), establece que *"disegno"* comprende la elaboración del concepto a partir de elementos múltiples y la expresión formal de dicha idea... observación-idea-*disegno*...".

Durante mi carrera, he visto, escuchado y leído varios términos de diseño, algunas cosas comparto, con otras estoy en desacuerdo. Yo lo defino como un proceso intelectual que sintetiza una idea, para generar estrategias creativas. En el ámbito de comunicación, el diseño gráfico forma parte de la creación del discurso visual y de la proyección estética de un producto o servicio. Dentro del área tecnológica, el diseño de comporta como un requerimiento creativo para mejorar los enlaces comunicacionales a través de una interfaz visual.

Acerca de la filosofía del diseño, reconozco como la proyección intelectual que justifica toda obra, y genera conocimiento modificando la postura del diseñador. Sin embargo, conocer la historia del diseño desde el ámbito filosófico ayudará a conceptualizar los términos de manera clara y precisa.

Conran (2008) da una guía cronológica de la historia del diseño, a través de su ensayo podemos definir los siguientes movimientos filosóficos del diseño.

3.3.1 La filosofía industrial vrs. La radical romántica y el Marxismo.

"que no se producen cosas útiles, es una tortura por su carácter mecánico y alienante".
William Morris (s.f.)

La filosofía en la revolución industrial (alrededor de 1770), estaba guiada a la producción mecanizada en la industria capitalista. Según Martínez (s.f) Morris se enfrentaba a la sociedad con otra filosofía: la radical romántica y la marxista, la igualdad de condición como fundamento de la nueva sociedad, un ideal de la vida con algunos valores fundamentales perdidos en la industrialización: la unidad con la naturaleza. En contra de la problemática de la mecanización deshumanizadora producida por la industria.

Al igual que Morris, Ruskin (1819-1900) ensayista y reformador también se opuso a la filosofía industrial. La doctrina de este historiador británico fue la filosofía de la conservación de monumentos y su concepto armónico del mundo. Estos autores defendían el retorno a los valores preindustriales y promovían los productos artesanales del movimiento Art and Crafts, en español "arte y oficios".

En el artículo *"Art and Crafts"* (s.f), se hace una reflexión sobre su filosofía "organicista" enfocada en lo estético. Pretendiendo rescatar la importancia artesanal frente a la creciente mecanización y la producción en serie.

"Se haya oído o no, no debo dejar de exponer la verdad, esto no es, una vez más, una cuestión de conveniencia o sensación de si hemos de conservar los edificios del pasado o no. En cualquier caso, no tenemos derecho a tocarlos. No son nuestros. Pertenecen en parte a aquellos que los construyeron y en parte a todas las generaciones de la humanidad que nos seguirán." Ruskin (s.f.)

3.3.2 Filosofía Positivista en la Belle Époque

Actualmente existen pocos documentos respecto a la definición de esta época, los encontrados no tienen ninguna cita y difieren en la fechas. Sintetizando la información, se puede decir que la *Belle Époque* (Bella Época en francés) nace a finales del siglo XIX, después de la Guerra Franco Prusiana. Razón por la que este movimiento buscaba la serenidad, seguridad y sobre todo el optimismo.

Una síntesis de la Bella Época (s.f) establece que la misma fomentó nuevos valores sociales, su enorme fe en la ciencia y el progreso dio paso a la transformación económica y cultural. Ante tal optimismo, surgió el Positivismo, que afirma que lo único auténtico es el conocimiento científico, y que tal conocimiento solamente puede surgir de la afirmación de las teorías. Este pensamiento colaboró con tres corrientes pictóricas: el expresionismo y el fauvismo que desarrolló el modernismo bajo la filosofía positivista.

Dentro de esta época, se originó el movimiento *L'Art Nouveau*, cuya filosofía era "el arte en todo y el arte para todos", Nemi (s.f) lo describe como un estilo decorativo inspirado en la naturaleza y la mujer. Costas (2008) dice que la atención se centraba en el ejemplo de la Deutscher Werkbund, en Alemania, sus pensamientos se basaban en el racionalismo de la forma (Funcionalismo).

"La supremacía de la nada."
Kasimir Malévich

Dentro de la misma *Belle Époque* nació el movimiento "Suprematismo", cuya filosofía consistía en que el mundo de los objetos no es más que una apariencia. En el artículo "Suprematismo" (s.f) se estableció que este rechazaba el arte convencional, buscando la pura sensibilidad a través de la abstracción geométrica, el arte "no figurativo".

Paralelamente surgió el constructivismo, proclamando que la "realidad es una construcción por el que observa". Se diferencia del suprematismo por su carácter utilitario y al servicio de la revolución. Según la síntesis de la Bella Época (s.f) el constructivismo buscó la comunicación visual y artes aplicados a una sociedad comunista. Sus raíces se encuentran en los aportes de la psicología de la Gestalt, Piaget y Vygotsky.

A pesar de la importancia del constructivismo para la gráfica y el diseño, la inestabilidad producida tras el estallido de la Primera Guerra Mundial (1914-1918) supuso un cambio definitivo en los movimientos artísticos de la época.

3.3.3 Bauhaus y su filosofía

Después de la Primera Guerra Mundial, la humanidad requería una renovación, lo que permitió a la Bauhaus desarrollar la armonía a través de la unión del quebrantamiento espiritual y económico con la esperanza de construir algo nuevo.

En 1919, Walter Gropius fundó la escuela de arte y diseño Staatliches Bauhaus en Weimar, Alemania. Conran (2008) describe que la Bauhaus es considerada la escuela donde surgieron las ideas que replantearon el concepto del diseño en la vida moderna. El pensamiento de la Bauhaus, guiado por el constructivismo, suprematismo y el expresionismo, se orientaba a la crítica cultural y la utopía social, marcados por el deseo absoluto de convertir en positiva la catastrófica percepción de la época.

"La Bauhaus no proclamaba la divinización de la técnica, sino más bien su humanización" (s.f)

Herrera & López (2008) dicen que la Bauhaus exigía originalidad, una expresión simbólica, percepción universal y un concepto o pensamiento. Entre sus aportes artísticos, están las formas geométricas y patrones abstractos, que tienen en común con las corrientes del cubismo y De Stijl.

De Stijl "La expresión de arte puro y armónico" (s.f.)

De Stijl (en español El Estilo), nace tras la Revolución Rusa y con la ideología de rebelión moral contra la violencia. Mercado (2007) dice que fue un movimiento que no solo demostró ser el cambio hacia el arte moderno, sino que expresó el arte con la ideología de una belleza absoluta.

3.3.4 Crisis de movimientos filosóficos posguerra

La ascensión al poder de Hitler en 1933 supuso el cierre de la Bauhaus en el mismo año, causando el fin de todas las manifestaciones progresistas para los diseñadores alemanes. Algunos profesores emigraron a Estados Unidos, lo que influyó en las tendencias de este país y posteriormente de toda América. Se inició el movimiento Styling Moderno, bajo una filosofía de individualismo.

Conran (2008) relata que la Segunda Guerra Mundial supuso el final del crecimiento experimentado por las industrias del consumo en la década de 1930. Esto permitió una filosofía combinada entre Arts and Crafts con la del Movimiento Moderno.

Al terminar la guerra en 1945, los diseñadores se propusieron levantar la moral con la filosofía funcionalista, gracias a los desarrollos tecnológicos alrededor del mundo. Además, el rechazo de los valores tradicionales por parte de los jóvenes, dio a los diseñadores de todos los campos la oportunidad de probar nuevos conceptos, como el libertinaje y sentimiento de optimismo que se instalaron en las décadas posteriores.

3.4 Filosofía de los Movimientos Modernos y Posmodernidad

Según lo que se ha dicho anteriormente, la Bauhaus marcó la transición hacia los movimientos modernos, cuyo apogeo fue después de la Segunda Guerra Mundial, buscando nuevamente la filosofía funcionalista.

Seguido del movimiento moderno, surgió la noción del "antidiseño" como parte de la posmodernidad. Según Somerville (2012), la filosofía del antidiseño consiste en no tener normas ni estética, es crear según el estilo propio. Implicó experimentar teorías y fundamentos artísticos muy osados para el momento. Se apostaba por un "rediseño" y el "diseño banal".

Estos movimientos tienen sus puntos positivos y negativos: Entre lo positivo puedo reseñar que la cultura del diseñador fue creciendo gracias a la globalización y los éxodos desde Europa. Cada país empezó a generar sus propias tendencias conceptuales de diseño, apartándose de las influencias extranjeras, y permitiendo al mismo tiempo que se vieran nuevas formas y un pensamiento más liberal. Entre lo negativo, destacó la proliferación de lo antiestético y lo poco sustancial, ya que se comenzó a dejar de interpretar la belleza o de tomar en cuenta alguna teoría que permitiera realizar un diseño bello al mismo tiempo que original.

La infiltración del internet a la sociedad en 1992 y el iMac de Apple en 1998, permitieron mejorar la comunicación, pero al mismo tiempo, afectó la cultura del diseñador por sus diseños sin sustancia y la general noción equivocada de que el diseño lo hace la computadora y no el diseñador.

A pesar de todo, el diseño contemporáneo ha permitido la evolución, más allá de los aspectos negativos de la época actual, para algunos ha colaborado en la creatividad del diseñador ante la sofisticación del *software* y el inicio de los prototipos virtuales, que permitió la creación de la rama multimedia.

3.5 Cualidades del Diseño Multimedia

Según Adguer (s.f.), el diseño multimedia se encuentra entre las herramientas más efectivas de comunicación. La multimedia no solo permite creación de interfaces, sino la utilización informativa y promocional de los múltiples recursos informáticos.

El diseño multimedia se reconoce no solo como un lenguaje visual, sino como una estrategia de comunicación direccional, no es un proceso exclusivamente comunicativo, sino también estructural y fundamental. El diseñador web es el encargado de diseñar también la guía para los navegadores, algunos lo llaman "diseño de interfaces".

Las principales aplicaciones en multimedia son los DVD o CD interactivos, videos corporativos o promocionales, presentaciones ejecutivas o promocionales, *websites*, kioscos, mapas virtuales, publicidad *touch*, etc.

Entre los beneficios del diseño multimedia está obviamente su mejor rentabilidad con respecto a los medios de comunicación tradicionales, incluso pudiendo llegar a requerir una inversión nula, sin importar la durabilidad y su medio de distribución. Según García (2011), tiene mayor cobertura que cualquier otro medio de publicidad, y es virtualmente ilimitada. Facilitando además, la retroalimentación del productor con sus usuarios.

3.6 Alcance de la multimedia

Dentro de la licenciatura en diseño gráfico de la USAC, se puede ver que la necesidad del diseño multimedia es evidente, al ser un área de mucho alcance en la actualidad. Una presentación *power point* o una simple página, ya no generan demanda. La mayoría de empresarios dependen de una adecuada promoción web o de una llamativa página web para diferenciarse de la competencia.

Existe la animación por ordenador y la convencional. Perandrés (s.f), describe a la animación por ordenador como modeladora, que consiste en la producción de una secuencia de imágenes, partiendo de los distintos modelos y datos que están definidos. La gran diferencia entre una animación por ordenador y una convencional es que en la primera los datos son controlados y se tiene un modelo que mejora la calidad de movimientos.

La animación convencional consiste en técnicas como *stopmotion*, *claymotion*, etc., y por ordenador está la animación 3D, que se trabaja a través de 3 dimensiones y la 2D con 2 dimensiones. Las ventaja de la animación 2D es que no requiere de un procesador sofisticado, implicando una mínima inversión en contraste con las animaciones 3D. Los tipos de animación que más se aplican en la licenciatura de multimedia son: *Stopmotion*, roscopia, *claymotion*, *motion graphics*, animación 2D y animación 3D.

Todas las animaciones se trabajan en forma lineal, a través de una serie de imágenes intercaladas que generan el movimiento. Sin embargo el *motion graphics* "gráfico en movimiento" es de forma no lineal, utiliza diferentes tipos de gráficos o texto y permite entender un concepto de manera integral, siendo una comunicación visual más atractiva. Usualmente se utilizan los *motion graphics* para publicidad, videos corporativos o institucionales, posproducción audiovisual y presentaciones interactivas.

3.7 Reflexión Final

Actualmente la Filosofía del Diseño ha demostrado ser una forma de origen para cada fase del diseño gráfico. Es el principal origen de las tendencias artísticas en el tiempo, implementando la estética y su calidad. Ha colaborado con la cultura del diseñador gráfico logrando, así, ser un ente importante en la sociedad.

El diseño gráfico aplicable en multimedia ha mejorado la calidad pedagógica actual, a través de sus diferentes medios virtuales como son las animaciones y presentaciones interactivas. Despierta el interés del estudiante, mejorando todo tipo de enseñanza, ofreciendo dinamismo e identificación con el estudiantado. Por lo mismo, la aplicación de material audiovisual será de beneficio para iniciar e instruir al diseñador dentro de la teoría de filosofía del diseño.

3.1



CONCEPTO CREATIVO

El concepto es la abstracción que se conserva en la mente humana, que condensa y define toda la imaginación, experiencias, vivencias, ideas o discernimiento. Todo ese flujo de información ordenada por el intelecto hace que dicho concepto sea comprensible y tenga significado formal.

La abstracción (del latín *abstrahere*, "separar" según la Real Academia Española, vigésima segunda edición) es, en filosofía, una operación mental destinada a aislar conceptualmente una propiedad concreta de un objeto, y reflexionar mentalmente sobre esta, ignorando mentalmente las otras propiedades del objeto en cuestión.

Concepto creativo: Es una formulación construida para sintetizar todos aquellos elementos que permiten transmitir la diversidad de información y la profundidad de comunicación que el anunciante desea establecer con su mercado, según "Síntesis Teórica de la comunicación publicitaria" (s.f), recuperado de: <http://www.emagister.com/curso-sintesis-teorica-comunicacion-publicitaria/concepto-creativo>

A su vez, la validez de un concepto se juzga por ocho criterios, Según Christian Regouby, citado por "Síntesis Teórica de la comunicación publicitaria" (s.f)

1. Claridad: ¿Qué tan comprensible es?
2. Realismo: ¿Refleja o corresponde a una realidad?
3. Diferenciación: ¿Destaca respecto a otras formulaciones que tienen el mismo fin?
4. Memorización: ¿Se retiene en la mente por sí mismo?
5. Movilización: ¿Puede ser utilizado para llegar a distintas audiencias?
6. Aplicabilidad: ¿Se puede utilizar en varios espacios o medios de comunicación?
7. Vigencia: ¿En qué tiempo será obsoleto?
8. Agrupamiento: ¿Cuántos elementos puede agrupar sin perder el sentido de comunicación?

Algunas técnicas utilizadas en el proyecto son Brainstorming, relaciones forzadas, y mapas conceptuales. Se describen de la siguiente manera:

Brainstorming (lluvia de ideas): Es una herramienta para generar ideas, puede ser en grupo o individual, en un ambiente relajado. Cada participante aporta una lista de palabras al azar, sin discriminar. Después se seleccionan 2 o 3 palabras, se analizan, evalúan y organizan las mismas, para verificar la utilidad y relación con el tema.

Relaciones Forzadas o Analogías: Se hace una lluvia de ideas y se compara el problema con algo que no tenga nada en común con él. (Por ejemplo: El pantalón se puede suspender en el aire y el monitor se puede suspender en lugar de apagar).

Mapa Conceptual: Es una representación gráfica o un organigrama, en la cual se desglosa el problema en su mínima expresión.

Para este caso, se utilizó el mapa conceptual. A continuación se hace una síntesis de cómo se elaboró:

3.1.1 Paso Uno

Después de realizar los conceptos fundamentales, se inició una lluvia de ideas con todos los conceptos o palabras que tuvieran relación con el tema.

3.1.2 Paso Dos

Se diseñó el mapa conceptual, donde se determinó la jerarquía de las palabras que lo conforman según su importancia y relación con el tema de Filosofía de Diseño (imagen No. 1), dicha jerarquía es representada mediante una relación proporcional con base en tamaño de letra y color. Algunas palabras no necesariamente están directamente relacionadas con el tema principal.

El tema central se encuentra en blanco, con tamaño de 39 puntos; los subtemas están en blanco con opacidad, tamaño 22 puntos; los conceptos que guardan relación se encuentran de color negro en 18 puntos; los conceptos con menos relación en color negro con opacidad, tamaño 14; mientras que las palabras clave del tema se encuentran en otra tipografía, de color negro.



Imagen No. 1 : Mapa Conceptual

Fuente: Propia.

3.1.3 Paso Tres

Según nuestra jerarquía, se eligieron las palabras que tienen menos relación con el tema, para aplicar las relaciones forzadas y buscar una solución creativa.

Las palabras seleccionadas fueron: *esencia, fórmula y elementos.*

3.1.4 Paso Cuatro

Como paso final, se definió el concepto creativo, para que fuera una idea clara y se proyectara en el diseño.

Las palabras elegidas fueron fórmula sustancial, definidas como aquellos elementos que forman un compuesto, (número de átomos que componen una molécula). Son importantes porque aportan la información de componentes que hacen materiales, como H_2O .

Su relación con la Filosofía del Diseño, es que este tema es el elemento sustancial para el diseñador, y que es parte de sus componentes. Su fórmula para potenciar su actividad como diseñador.

**FÓRMULA SUSTANCIAL PARA
EL SER DISEÑADOR**
Fórmula sustancial

4



PRE
VISUALIZACIÓN

El objetivo general del proyecto es diseñar material audiovisual introductorio para Filosofía del Diseño. El objetivo específico selecciona las herramientas a utilizar, que son:

- a. Presentación interactiva
- b. Animación 2D

4.1.1 PRESENTACIÓN INTERACTIVA:

La presentación es una solución concebida a partir del diseño gráfico para suplir la carencia de información sistematizada. La presentación interactiva representa para el estudiante una guía cronológica de la Filosofía del Diseño, donde no solo encontrará información concisa, también obras de diseño que ilustran las tendencias de cada filosofía para análisis más profundos. A través de este proyecto el diseñador contará con una herramienta dinámica de información sistematizada, presentada por medio de un diseño funcional y vanguardista.

Su contenido será el siguiente:

1. Página Inicial: Se encontrarán los vínculos necesarios para acceder.
2. Línea Cronológica: Reseña de la historia de la filosofía.
3. Videos: Las animaciones por realizar.
4. Redes sociales: con el fin de que el estudiante pueda descargar las animaciones, se realizará un canal de *youtube*.

Cursos de acción:

1. Recopilación de información.
2. Diseño de imagen y diagramación de la presentación.
3. Realizarlo en *dreamweaver*.
4. Realizar la validación.
5. Y establecer los cambios por realizar.

4.1.2 ANIMACIÓN 2D

Para suplir la necesidad de diseñar material creativo suficiente, se prevé hacer uso de una animación para explicar el tema: "¿Cuáles son las Filosofías del Diseño Gráfico?".

Es necesario establecer el guion literario, por medio de lo descrito en los conceptos fundamentales y hacer referencias gráficas. Realizar el *storyboard* y hacer la animación en *after effects*.

Cualidades de la animación:

1. Duración: 45 segundos.
2. Tipografía: Sin serif, bold.
3. Colores secundarios: Colores saturados, que armonicen el diseño
4. Ilustraciones según las cualidades establecidas por el perfil del cliente.
5. Musicalización, debe ser de ambiente, acorde con el grupo objetivo.
6. Efectos de sonido, para las letras y animaciones internas.

Cursos de acción:

1. Realizar guion literario.
2. Realizar escaleta.
3. *Storyboard*
4. Diseño de ilustraciones por utilizar en la animación.
5. Realizar animación en *After Effects*.



LOS ESBOZOS

Al establecer el concepto creativo, se comenzaron a formular vagas ideas de cómo éste se lograría aplicar dentro de la imagen gráfica. El logotipo es la primera fase que constituye la línea gráfica, pretendiendo establecer, en síntesis, el concepto creativo a través del grafismo.

REFLEXIÓN PROPIA:

Entre los 10 esbozos realizados, **ver imagen No. 2**, se percibe la esencia del concepto creativo, sin embargo aún no existe el nivel de síntesis requerido y es necesario aplicar una línea gráfica más estética.

En esta fase se lograron establecer dos propuestas de color:

La primera propuesta, el color **naranja** que según la especialista Martínez en su artículo "El Color Naranja" (s.f.), no solo es un color adaptable al pensamiento creativo, también posee un nivel connotativo, que fomenta la libertad de expresión requerida para la filosofía del diseño. Espiritualmente es un color que, por experiencia, emana calidez, atrayendo al ojo humano a través de la estimulación positiva.

La segunda propuesta, el color **morado**, que al igual que el naranja es altamente vinculado con el ser creativo según Pilar Martínez (s.f), sin embargo, el morado tiene ciertas limitaciones por ser un color asociado con la religión en Guatemala, aunque dicha connotación depende del tono y su nivel de saturación. Al estudiar estas reflexiones, igualmente se trabajó con ellas para que fueran evaluadas por expertos.

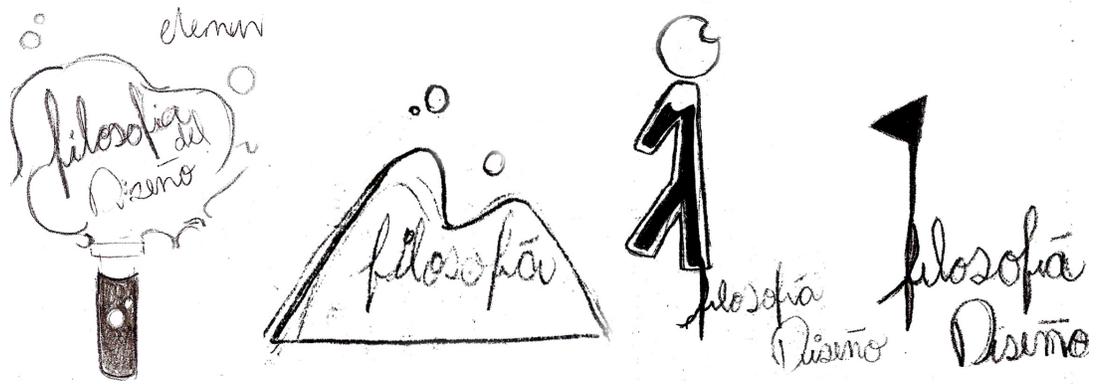


Imagen No. 2 : Los esbozos



Fuente: Propia

PRIMERA EVALUACIÓN:

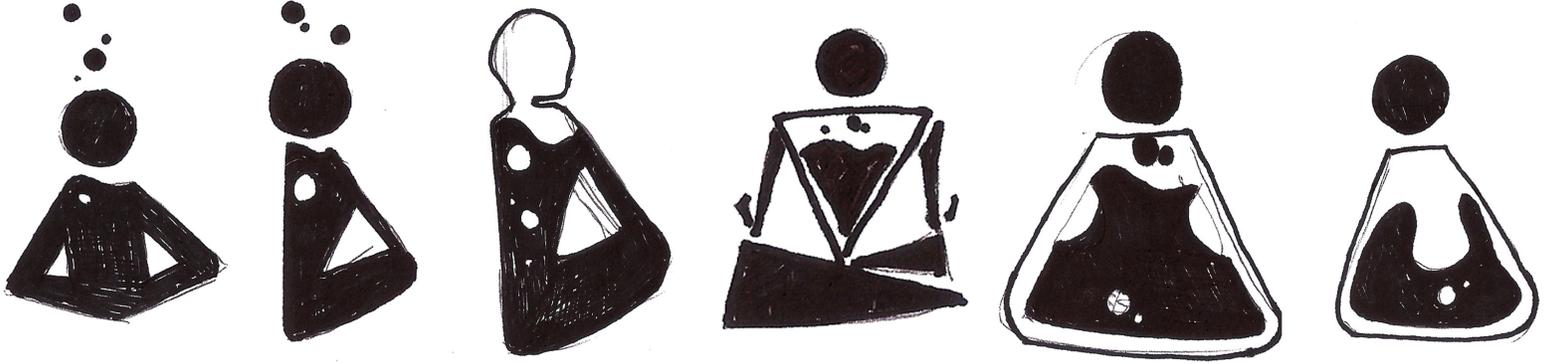
Los primeros esbozos se presentaron a la licenciada Erika Grajeda. Entre sus críticas y sugerencias, incluyó: cuidar la línea de diseño, elegir una tipografía que se integre con el logotipo y mejorar el nivel de síntesis gráfica.

4. 1. 1 SÍNTESIS DE LOS ESBOZOS

Se elaboraron propuestas con mayor nivel de abstracción para el logotipo, **ver imagen No. 3**, se trabaja una síntesis del concepto creativo más concisa, al mismo tiempo que reflejara el ser sustancial del diseñador.

REFLEXIÓN PROPIA:

Aplicando nuevamente los colores y grafismos previos, se realizaron 10 propuestas, de las cuales ninguna logró compaginar correctamente con la tipografía, pero ya existían los primeros indicios del nivel sintético requerido para el logotipo. Dentro de este nivel, se determinaron tres posibles propuestas, y se realizó un estudio tipográfico del libro "Indie Fonts" de Yves Peters, a partir del cual se eligió la tipografía Suomi Script de Tomi Haaparanta (2006) y Fligerish de Jakob Fischer (2005).



Fuente: Propia

SEGUNDA EVALUACIÓN

Este estudio se centró en la elección de una tipografía que cumpliera con los requerimientos que se analizaron como básicos para el concepto; que fuera vanguardista y caligráfica pero sin serif, para que fuera de fácil lectura. Justificando de esta manera el concepto creativo, que es "fórmula sustancial", cuya connotación gráfica "líquidos, fluidos", es aplicable a través de una tipografía de curvas (caligráfica).

Se presentaron las 10 propuestas de logotipo a 2 alumnos del décimo semestre de diseño gráfico. En ellas, se sugirieron un cambio en la saturación del color y la tipografía. Estos cambios por realizar ya estaban previstos, tomando en cuenta la reflexión propia.

4.2



LOS BOCETOS

En este apartado, se inició una visión del proyecto. Verificando los objetivos, se plasmaron las piezas por realizar con parámetros de aplicación y contenido, entre ellas estaría la realización de un *blog*, en el cual existirá una intercomunicación entre estudiantes y enseñantes.

REFLEXIÓN

Se seleccionaron tres propuestas, de las presentadas en la síntesis de los esbozos (*imagen No. 3*), con los cambios de las evaluaciones anteriores. A partir de ello, se realizaron dos interfaces de *blog*, aplicando el concepto creativo “fórmula sustancial” a través de simbología química, ver *imagen No. 4*.



Imagen No. 4: Los bocetos

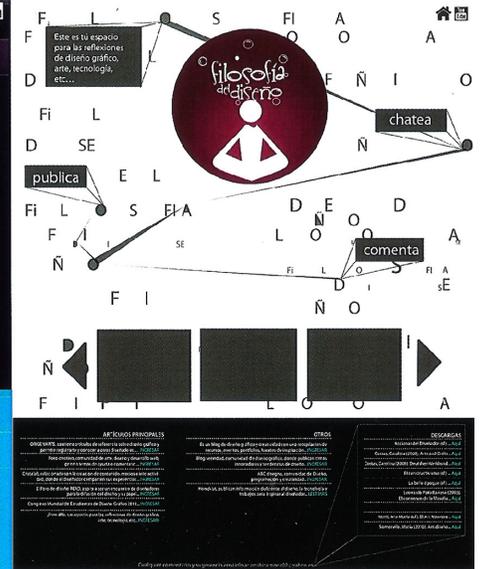
Propuesta de Blog No. 1



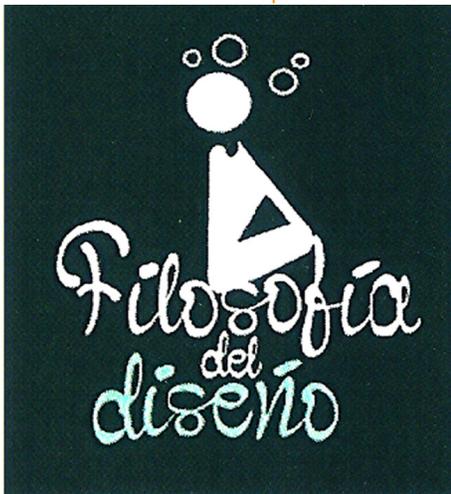
Propuesta de Blog No. 1.2



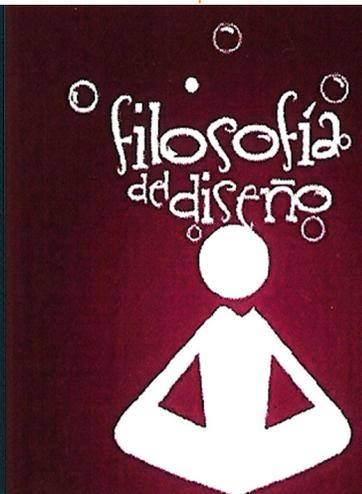
Propuesta de Blog No. 2



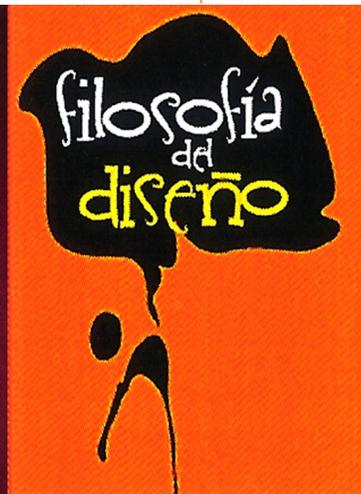
Propuesta No. 1



Propuesta No. 2



Propuesta No. 3



Fuente: Propia

En la primera propuesta de *blog* No. 1 y 1.2, se pueden observar las imágenes hexagonales con las que siempre se relaciona la química. Sus colores armonizan el logotipo a través de la utilización de una paleta más audaz, su fondo es azul oscuro complementado con celeste, y dentro de sus botones se ve la aplicación de varios colores con una saturación excesiva, una anomalía dentro del diseño que enfoca la percepción del usuario.

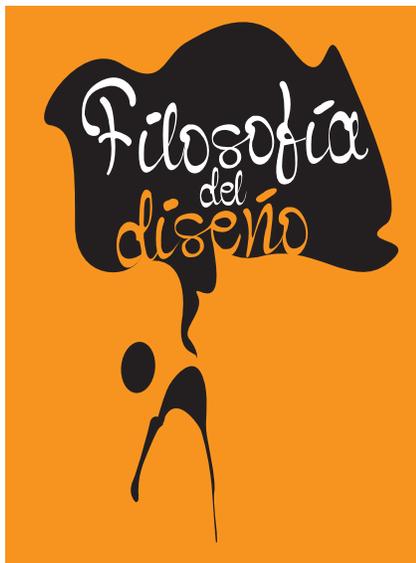
En la segunda propuesta de *blog* No. 2, al igual que la anterior, se trabaja el simbolismo químico. Se puede observar que dentro de la nomenclatura existen mensajes de la filosofía del diseño. La fórmula molecular dice "filosofía del diseño" y el número de coeficiente forma fechas importantes dentro de la historia del diseño. Es una interfaz vanguardista y simétrica, con colores neutros que armonizan el logotipo.

TERCERA EVALUACIÓN

Al observar las tres propuestas de logotipo, la licenciada Erika Grajeda mencionó que era necesaria una imagen más innovadora de la filosofía del diseño, utilizando una paleta de colores saturados, más perceptibles para el usuario. Sobre todo requería que la filosofía del diseño gráfico no fuera percibida como un estado de reflexión o un *statu quo* de placidez, se buscaba una imagen de inquietud, que fuera intrépida para los alumnos y se identificara con ellos. Por estas razones, se definió como mejor opción la tercera:

En la evaluación de las propuestas de *blog*, la Licenciada Erika Grajeda señaló la segunda propuesta de *blog* No. 1, como la más aplicable para el logotipo, y sugiriendo que se trabajara de una forma asimétrica, para que no existiera peso en el diseño, y fuera conformado por una retícula simple.

Imagen No. 5: Logotipo final



Fuente: Propia



PRIMER NIVEL DE VISUALIZACIÓN

El primer nivel de visualización se organizó dentro de la clase Proyecto de Graduación con dos alumnos del décimo semestre, a partir de la cual se tomaron en cuenta los “criterios para la autoevaluación de las propuestas gráficas” del licenciado Gustavo Jurado, que consistía en la siguiente matriz:

1. Vincula los bocetos con los objetivos planteados.
2. Vincula los bocetos con las características del público objetivo.
3. Vincula los bocetos con conceptos de diseño, fundamentales para la estética de un multimedia funcional.
4. Vincula los bocetos con el concepto creativo.
5. Vincula los bocetos a la previsualización realizada.
6. Vincula los bocetos con los niveles de interacción entre el usuario y el producto.
7. La secuencia de las ideas tiene lógica y puede ayudar a solucionar el problema planteado.
8. La propuesta armoniza de manera estética los elementos propios del diseño multimedia (texto, imagen, sonido, animaciones y efectos)
9. Calidad técnica del bocetaje.

Los criterios de autoevaluación permitieron observar las deficiencias de las piezas gráficas (imagen No. 6):

1. Falta de legibilidad en la tipografía.
2. Falta de aplicación de los botones a la línea gráfica, para una interfaz gráficamente armónica.
3. Falta de efectos de sonido.
4. El *storyboard* representa un alto grado de complejidad para su lectura y **falta la información técnica del mismo.**

Al consultarlo con otro experto en la rama de diseño, el licenciado Francisco Chan, observó varias deficiencias sobre la realización del *blog*, ya que difícilmente se lograría actualizar como era requerido dentro de la previsualización. Sugirió que lo consultara con otros expertos para determinar si era la mejor opción.

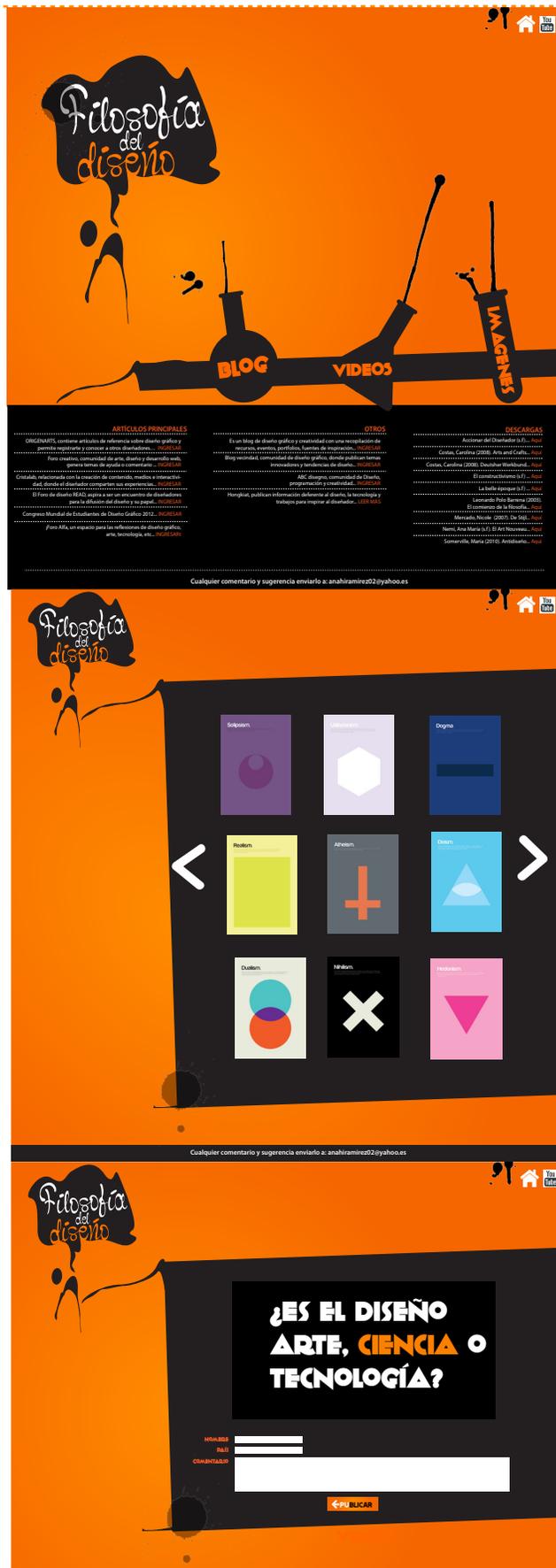
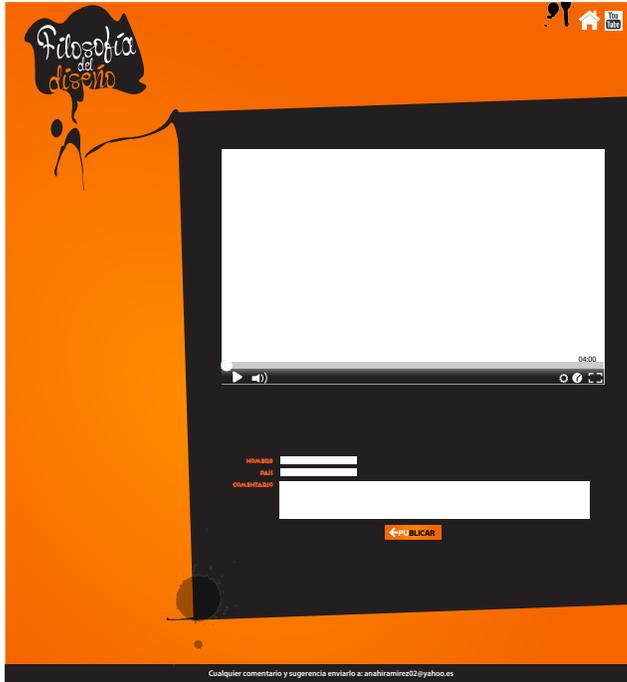


Imagen No. 6.1: Propuesta de *Blog*

Fuente: Propia

REFLEXIÓN DEL BLOG:

Se determinó que se requería un cambio en la pre-visualización, que el *blog* no iba a ser de utilidad si no se incluía en la planeación una actualización semanal, y que difícilmente el catedrático al impartir la clase dispusiera del tiempo necesario para actualizarlo. El nivel de complejidad que puede alcanzar el *blog* podría perjudicar al administrador del mismo, y por más que se realizara un manual de uso, requeriría un tiempo de capacitación no garantizado en la agenda del catedrático. Por estas razones, se prefirió hacer una presentación interactiva que fuera de fácil uso para el catedrático, que incluyera los requerimientos técnicos necesarios para utilizarse en cualquier ordenador.

Imagen No. 7: Primera Propuesta de *Storyboard*

Fuente: Propia

REFLEXIÓN DEL STORYBOARD

El *storyboard* necesita la definición del guion literario que es la creación y desarrollo de ideas, es la redacción de los sucesos y elementos técnicos por utilizar. El guion elaborado es el diálogo entre la audiencia y la animación, el cual se presenta a continuación:

- a. Filosofía, "Amor a la Sabiduría"
- b. ¿Y qué busca?
- a. Huir de la ignorancia, salir del asombro, el deseo del saber...
- a. La Filosofía del Diseño responde a nuestras necesidades creativas, para destacar entre los demás. ¡Encontrar nuestro sello de originalidad!
- b. Pero, ¿Qué filosofías del diseño existen?
- a. La funcionalista
- a. La utópica
- a. La racional y más..
- a. Pero sobre todo hay que encontrar la esencia...

Pero se vio la necesidad de realizar dos animaciones, por ser dos ideas diferentes y extenso el tiempo del video. La primera idea es informar a los estudiantes qué es filosofía al mismo tiempo que se les invita a encontrar su propia filosofía. La segunda idea del video es explicar cuáles son las filosofías del diseño.

PRIMERA ANIMACIÓN

La primera idea es informar a los estudiantes qué es filosofía del diseño, y al mismo tiempo, se les invita a encontrar su propia filosofía. El guion técnico es la tabla No. 1 y su *storyboard* es la Imagen. No. 8.

Tabla No. 1: Guion técnico de primera animación

Narración	Animación/ Movimiento de cámara	Audio	Tiempo de animación	Tiempo total
PRIMERA ANIMACIÓN				
Filosofía, "Amor a la Sabiduría"	Plano general, paneo horizontal	Efecto de sonido conforme a la animación de las letras	5 seg.	8 seg.
¿Y qué busca?	Plano en detalle		5 seg.	8 seg.
Huir de la ignorancia	Plano general, paneo vertical		5 seg.	8 seg.
Salir del asombro	Plano general, <i>zoom in</i>		5 seg.	8 seg.
El deseo del saber...	Plano general, paneo horizontal		5 seg.	8 seg.
La Filosofía del Diseño	Plano general, paneo vertical		5 seg.	8 seg.
Responde a nuestras necesidades creativas	Plano general, paneo Vertical		5 seg.	8 seg.
Para destacar entre los demás.	Plano en detalle, paneo horizontal		5 seg.	8 seg.
¡Encontrar nuestro sello de originalidad!	Plano general, <i>zoom out</i>		5 seg.	8 seg.

Fuente: Propia

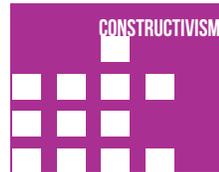
Imagen No. 8: Primera Animación



Fuente: Propia

SEGUNDA ANIMACIÓN

Para estructurar cada filosofía del diseño se estudiaron los afiches realizados por Genis Carrera (s.f), "Explaining philosophy through basic shapes". Sin embargo, estos no son aplicados a la Filosofía del Diseño, por lo mismo teniendo una forma definida de lo que se buscaba, y tomando en cuenta los conceptos fundamentales, se formularon las siguientes figuras para describir cada filosofía:



Ver Justificación página No. 72

La segunda animación explica cuáles son las filosofías del diseño. Su guion técnico es la tabla No. 2 y su *storyboard* es la imagen No. 9.

Tabla No. 2: Guion técnico de segunda animación

SEGUNDA ANIMACIÓN				
¿Cuáles son las Filosofías del diseño?	Plano general. Animación de letras de posición	Efecto de sonido conforme a la animación, de las letras	10 seg.	15 seg.
Marxista	Plano general, paneo horizontal Animación de letras de escala		3 seg.	5 seg.
Funcionalista	Plano general. <i>zoom out</i> Animación de letras de giro		3 seg.	5 seg.
Positivismo	Plano general, <i>zoom in</i> , animación de letras de escala		3 seg.	5 seg.
Constructivismo	Plano general, paneo horizontal Animación de letras de posición		3 seg.	5 seg.
Utopía	Plano general, <i>fade</i> . Animación de letras de opacidad		3 seg.	5 seg.
Logotipo	Plano general, el círculo de utopía se transforma en el logotipo		5 seg.	5 seg.

Imagen No. 9: Segunda Animación



Fuente: Propia



SEGUNDO NIVEL DE VISUALIZACIÓN

El segundo nivel de visualización comprende un *focus group* (mitin para evaluación y análisis del proyecto) y una encuesta a un grupo de expertos, conformado por los estudiantes de Proyecto de Graduación Multimedia, sección C. El primer *focus group* contó con 15 participantes, cuyas características demográficas son:

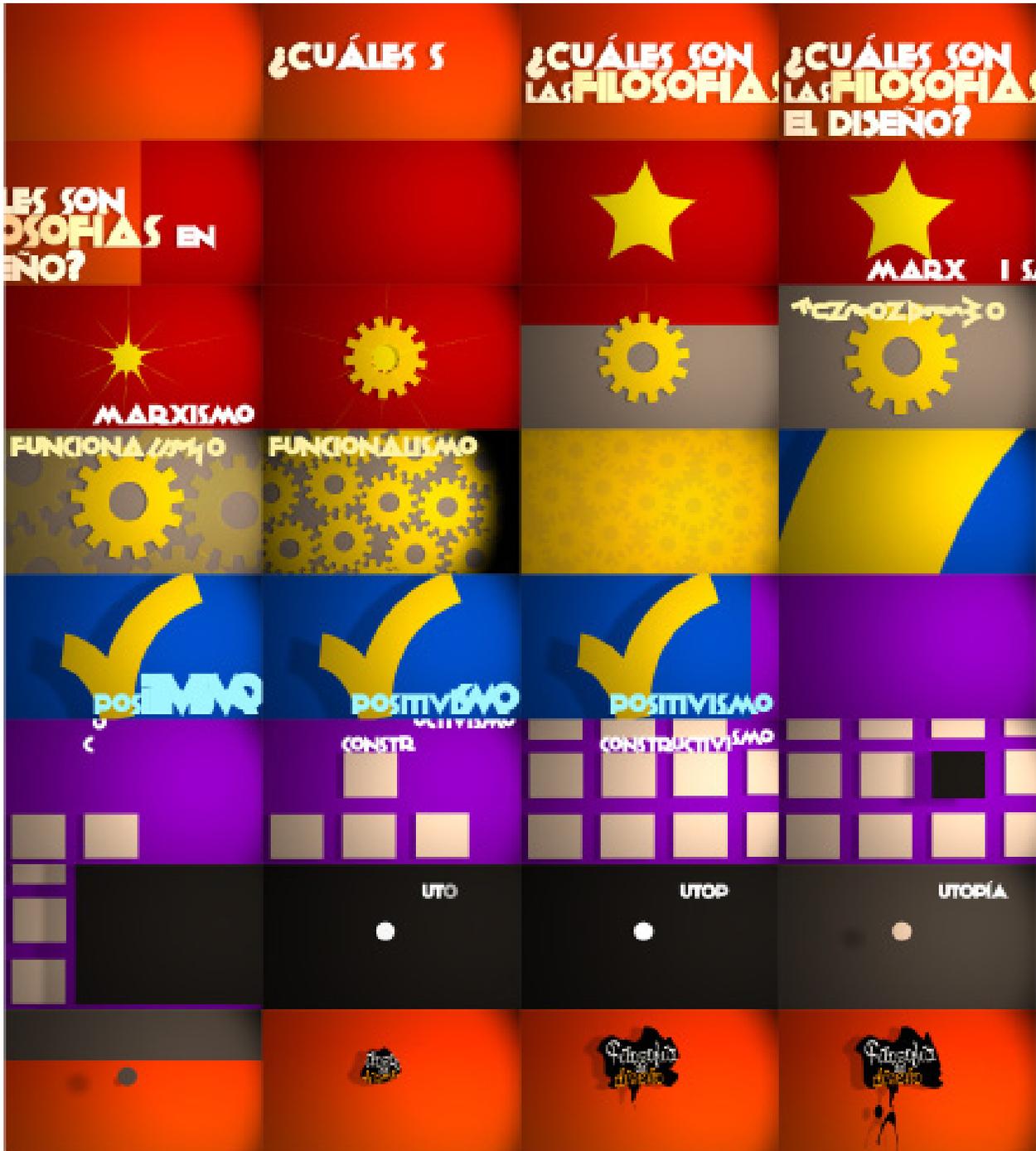
- a. Rango de edad de 23 a 31 años.
- b. El 73% es de género masculino y el 13% femenino. El 14% restante representó boletas nulas.
- c. El 80% está en décimo semestre, mientras que el 20% restante únicamente realiza proyecto de graduación.

En el segundo nivel de visualización se presentaron las dos propuestas de animación (ver imagen No. 10 y 11), definidas en el primer nivel de visualización, y la línea cronológica que se desarrolló como una galería de afiches e información, que representan y definen cada filosofía del diseño, imagen No. 12.

Imagen No. 10: Imágenes del video de la primera animación



Imagen No. 11: Imágenes del video de la segunda animación



Fuente: Propia



REVOLUCIÓN INDUSTRIAL
1770, filosofía
funcionalista.

Fuente: Propia

Es importante establecer que la validación no solo califica la propuesta de diseño, sino que proporciona datos de conocimiento e interés de los expertos sobre la filosofía del diseño. Las primeras dos preguntas califican estos parámetros y las siguientes la propuesta de diseño.

En las preguntas que califican la propuesta de diseño, se implantó el grado de complejidad mediante la selección múltiple; incluyendo las opciones "Excelente, Muy bueno, Bueno, Malo", con el objetivo de obtener como respuestas "Muy bueno o Bueno", ya que el diseñador no utiliza términos de "excelencia" para referirse a productos que no sean de elaboración propia. La verdadera fuente de validación es representada por las alternativas de opiniones de carácter fundamental para el diseño.

También se colocó la opción adicional "No me gusta", para identificar el negativismo de los expertos, opción que no será evaluada por su carencia de crítica constructiva.

Fotografía No. 1: Evidencia del *focus group*



Fuente: Propia

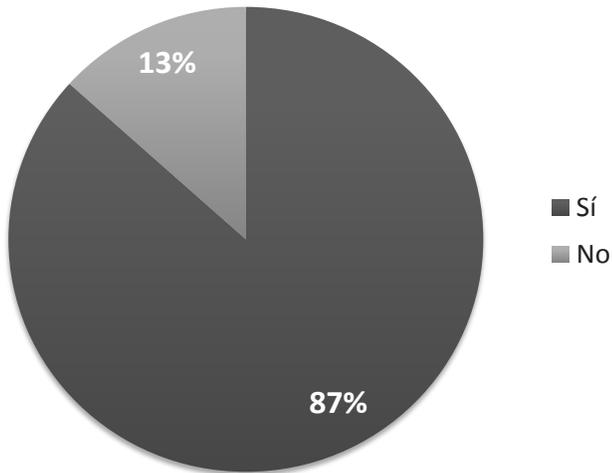
Fotografía No. 2: Evidencia del *focus group*



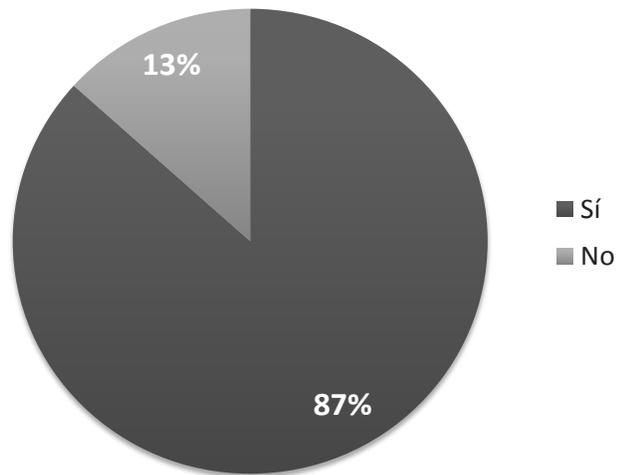
Fuente: Propia

ANÁLISIS DE RESULTADOS

1. ¿Reconoce la importancia de la filosofía del diseño?



2. ¿Considera atractivo realizar elementos visuales de filosofía del diseño?



OPINIONES SELECTAS

60%	Sí, pero no tengo conocimiento de la Filosofía del Diseño.
26 %	Sí, me interesa este tipo de conocimiento para fortalecer mi postura como diseñador.
7%	No veo la importancia de aprender filosofía del diseño gráfico.
7%	No me interesa aprender esos aspectos, me interesa aprender conocimientos innovadores.

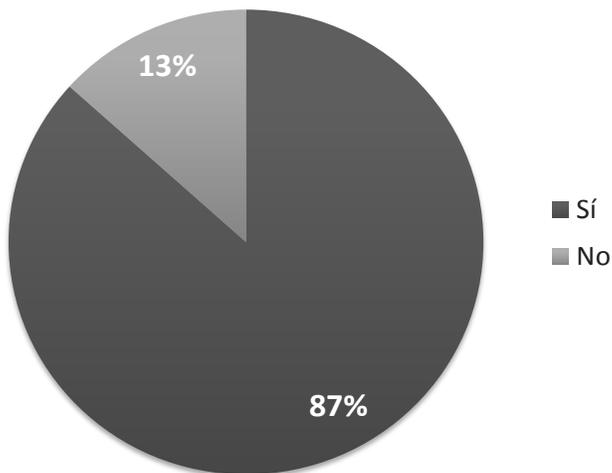
Las respuestas demuestran la importancia del proyecto y el interés del estudiante. El 87% de respuestas positivas representan un grupo amplio, que se lograría capacitar para fomentar el conocimiento del tema, ya que tiene la disposición de incrustar este conocimiento en su vida profesional.

OPINIONES SELECTAS

47%	Sí, ya que la filosofía es muy compleja y facilitaría su comprensión.
33%	Sí, para que el estudiante tenga una referencia didáctica.
7%	Sí, pero no lo considero la mejor opción.

Aquí se inicia con la calificación y aprobación del proyecto, demostrando la validez del mismo al observar el interés del 87%, y la importancia de un material didáctico que facilitaría la comprensión de los conocimientos filosóficos del diseño para el estudiante.

3. ¿Es comprensible el mensaje del proyecto?



COMENTARIOS

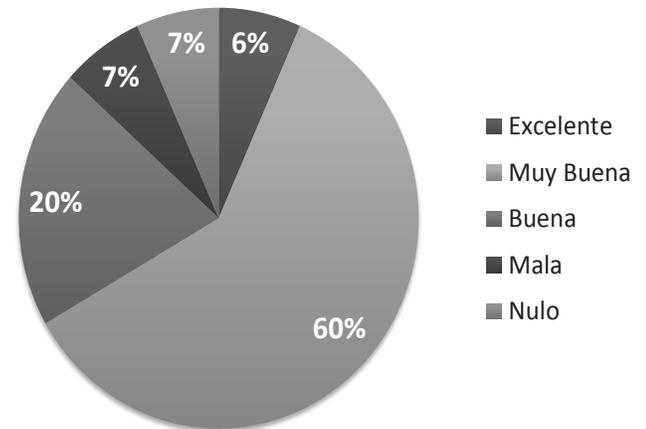
El color es muy fuerte y se percibe muy bien.

La tipografía es complicada.

Se podría trabajar mejor en las animaciones.

La pregunta valida el nivel de comunicación y *feedback* del proyecto, y la aplicación del concepto creativo, que sigue siendo aprobado por el 87% de los estudiantes. Algunas críticas incluyen mejorar la aplicación tipográfica y animación. A pesar de que no era la pregunta más acorde para identificar esos problemas, se pretende mejorar dichos aspectos.

4. ¿Cómo calificaría la armonía de colores?

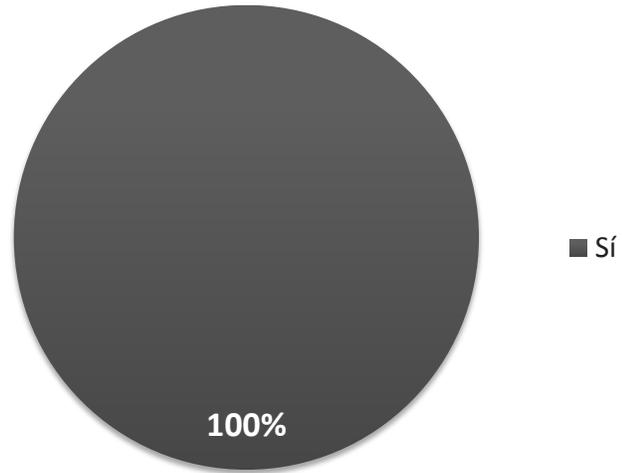


OPINIONES SELECTAS

20%	Me parece bien, pero considero que no son acordes al grupo objetivo.
60%	Algunos colores me gustan, pero en general falta verificar algunos colores que contrasten.
20%	Los considero muy saturados para utilizarlos en web.

Esta pregunta compleja permitió esclarecer ciertas deficiencias: 1. La selección de color puede no ser acorde al grupo objetivo, sin embargo esto se verá reflejado en el tercer nivel de visualización, 2. Corregir contraste de colores dentro de la presentación y animación, 3. Verificar la saturación para uso en web.

6. ¿Es acorde la duración del video?

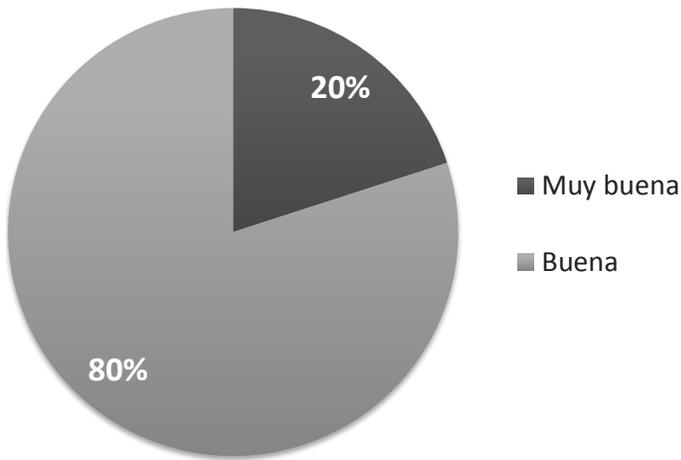


OPINIONES SELECTAS

67%	Pero hay que corregir algunos tiempos de duración para que se comprenda mejor.
33%	Me parece bien cada tiempo que se da a las imágenes.

El tiempo de duración de 45 segundos de la animación es apropiado para los expertos, pero se requiere la autoevaluación de los segundos por concepto de filosofía, ya que algunos no tienen el tiempo correcto y dificultan su comprensión.

5. ¿Cómo calificaría la tipografía?

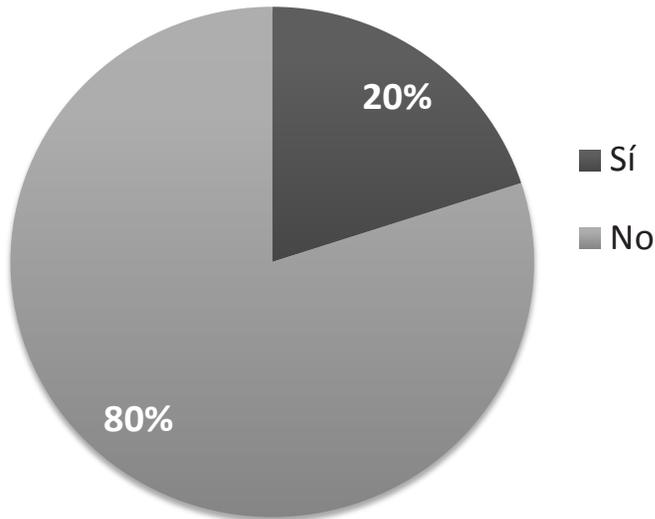


OPINIONES SELECTAS

67%	Me gustaría otra tipografía
17%	Recomiendo una Light.
7%	Me parece bien, pero no la considero apta para el tema.

Mediante la encuesta y el *focus group*, se demostró que la tipografía "KiloGram", aplicada dentro de la presentación y animación, no era apropiada para el tema por falta de legibilidad. Se requiere un cambio tipográfico de la misma.

7. ¿Considera que falta alguna pieza gráfica?

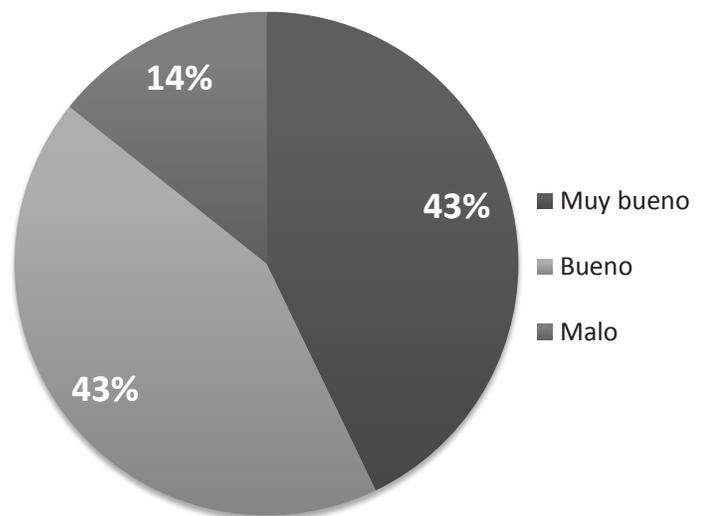


OPINIONES SELECTAS

Una pieza que explique un poco más cada concepto.

El 80% de encuestados aprobó la elección de las piezas en la previsualización. El comentario mencionado, se va a considerar como "falta de información dentro de la presentación", ya que se pretende mejorar la calidad sistemática informativa de la presentación, para que no exista la necesidad de otra pieza de diseño.

8. ¿En general cómo calificaría el proyecto?



REFLEXIÓN DE LA SEGUNDA VISUALIZACIÓN:

La conclusión lógica a partir de los porcentajes mayoritarios demuestra que el proyecto representa una necesidad inherente y una iniciativa funcional, a pesar de algunas deficiencias que serán mejoradas para el siguiente nivel de visualización.

Los cambios analizados como necesarios a partir de la información adquirida en el *focus group* y las encuestas son:

1. Corregir contraste de color dentro de la presentación, ya que algunos están saturados, al igual que la línea gráfica que le hace ver poco estético.
2. Cambiar la tipografía por una sin serif de fácil lectura visual.
3. Mejorar los tiempos para cada concepto dentro de la animación.

TERCER NIVEL DE VISUALIZACIÓN

El tercer nivel de visualización fue realizado con 31 estudiantes de cuarto semestre del pensum 2011, representes del grupo objetivo. Sus datos demográficos son:

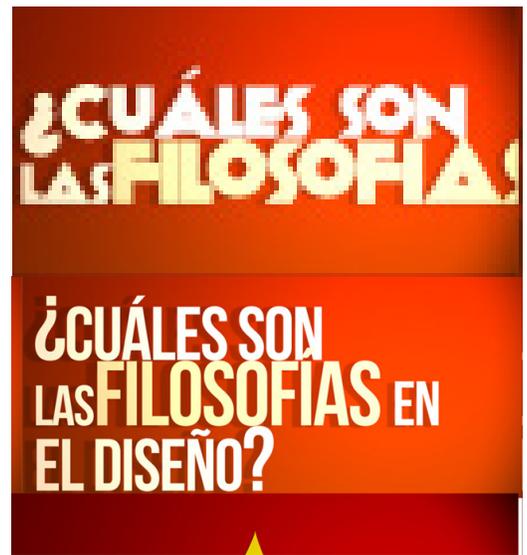
- a. Rango de edad de 19 a 24 años.
- b. El 47% es de género masculino y el 53%, femenino.

Imagen No. 13: Primer cambio sugerido, manejo de contraste de color.



Fuente: Propia

Imagen No. 14: Segundo cambio sugerido, cambio de tipografía



Fuente: Propia

Según la evaluación anterior, se realizaron los siguientes cambios:

1. Corregir contraste de color dentro de la presentación, ya que algunos están saturados. Al igual, la línea gráfica que le hace ver poco estético (Imagen No. 13).
2. Cambiar la tipografía por una sin serif de fácil lectura visual. (Imagen No. 14)
3. Mejorar los tiempos para cada concepto dentro de la animación. (Imagen No. 16).

Imagen No. 15: Propuesta del tercer nivel de visualización.



Fuente: Propia

Imagen No. 16: Propuesta del del tercer nivel de visualización.

Fotografía No. 3: Evidencia del Focus Group



Autor: Licda. Claudia Leal



Fuente: Propia

El tercer nivel de visualización consta de un *focus group* y una encuesta que, al igual que la anterior, tenía cierto nivel de complejidad para calificar al grupo objetivo como apto para la validación.

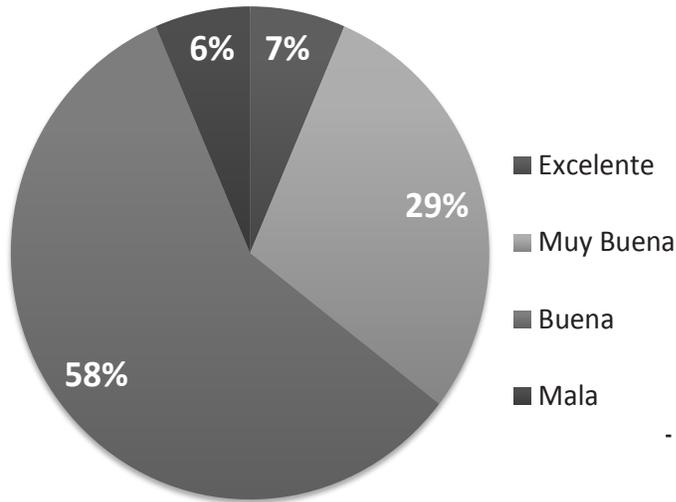
En esta oportunidad, también se apunta a obtener las respuestas "Muy buena y Buena" ya que no existen muchos parámetros de diferencia entre estas opciones. De igual forma tiene su apartado de selección de opiniones, que busca encontrar la razón de cada respuesta y calificarla como válida, para ser tomada en cuenta en la evaluación de cambios.

Fotografía No. 4: Evidencia del focus group



Fuente: Elaboración propia

1. ¿Cómo calificaría el logotipo?



COMENTARIOS

El texto interno no tiene retícula, parece que está más a la derecha y se sale.

No tiene relación con la clase.

Da otra perspectiva del tema aunque me llama la atención que "Diseño" no está completo, se juega con figura fondo.

Falta creatividad.

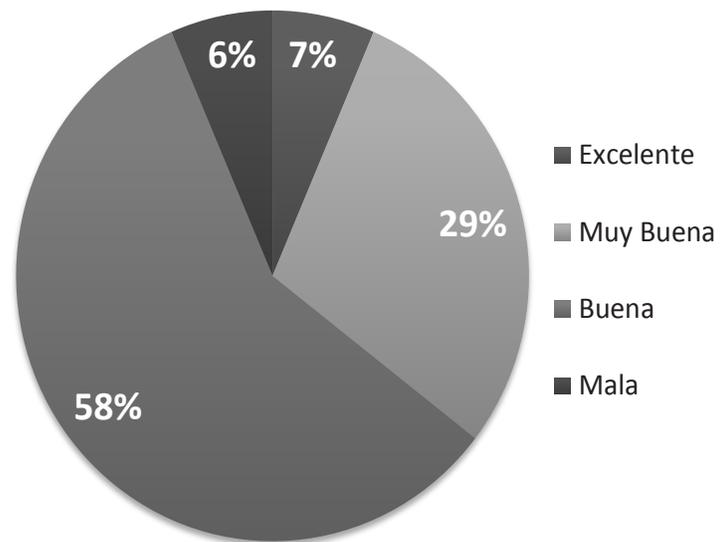
Algunas opiniones se obviaron debido a su falta de coherencia, como por ejemplo mencionar que el logotipo no tenía relación con la clase, cuando es bien sabido que aún no se ha impartido.

Las estadísticas demostraron que el 94% del grupo objetivo aprueba el logotipo al seleccionar entre "excelente" y "bueno". Sin embargo, existe una deficiencia de lectura visual, representada por un 27% que no logró comprender fácilmente el mensaje, pero aun así reconocieron que el logotipo es atractivo. Dentro del *focus group*, se planteó la solución de mejorar la tipografía. Sin embargo en la pregunta No. 4 de esta encuesta, se demuestra que no es necesario. Se prevé realizar mejoras de lectura sin realizar cambios tipográficos.

OPINIONES SELECTAS

23%	Me gusta la fluidez que se observa y su fácil lectura.
39%	Se logra ver el concepto del logotipo fácilmente.
27%	No logro comprender el mensaje.
11%	No me gusta, sin embargo me parece bien aplicado al tema.

2. ¿Cómo calificaría la accesibilidad y manejo del proyecto?



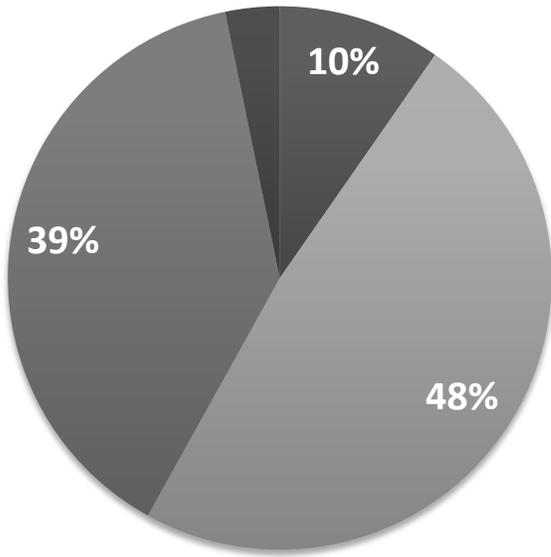
OPINIONES SELECTAS

61%	La animación de los iconos es atractiva.
39%	Los íconos son visibles, lo que permite un fácil acceso.

Reconociendo que es la mejor calificación obtenida por el grupo objetivo y donde se obtuvieron los mejores comentarios, se considera no realizar ningún cambio a partir de la misma.



3. ¿Cómo calificaría la armonía de colores?



- Excelente
- Muy Buena
- Buena
- Mala

OPINIONES SELECTAS

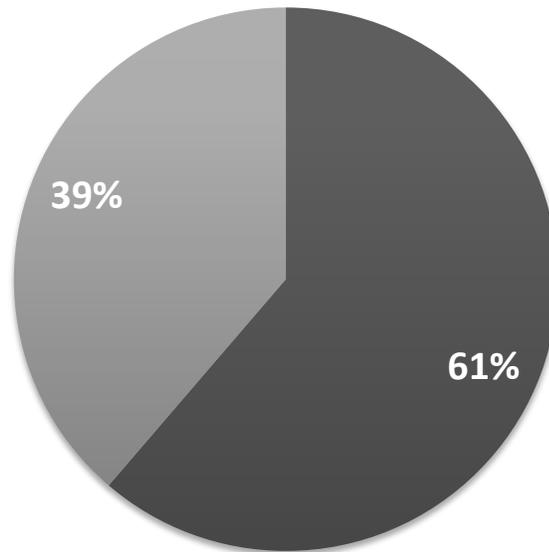
41%	Excelente, los colores tienen una gama agradable.
59%	Algunos colores me gustan, pero hay que verificar contraste.

COMENTARIO

El negro lo hace ver serio. Consideraría no colocar mucho negro.

Los porcentajes de validación de colores demuestran que se debe mejorar la aplicación de contraste de color y corregir el exceso de color negro.

5. ¿Considera que la información es excesiva?



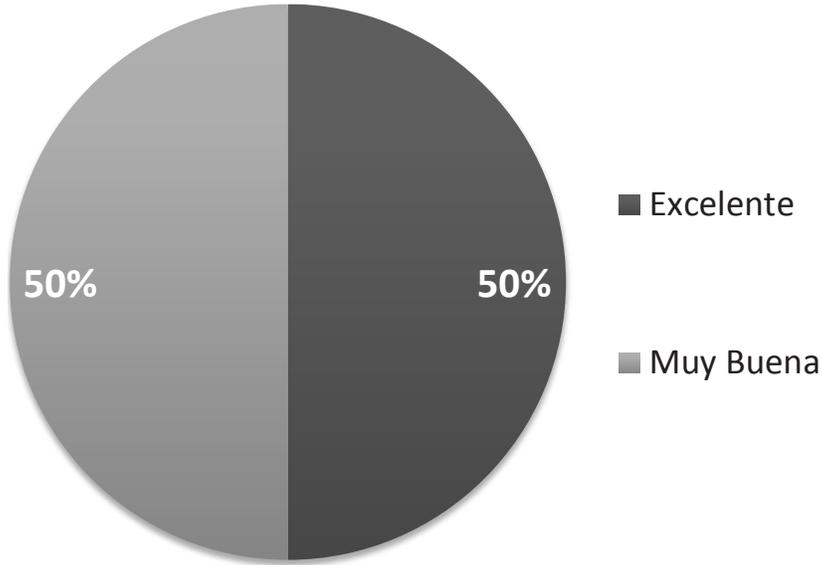
- Sí
- No

OPINIONES SELECTAS

23%	Sí, pero considerando el tema está bien.
39%	Sí, pero la presentación la hace atractiva y de fácil lectura.
35%	No, me parece que está bien distribuida.
3%	No, la considero poca comparada con el tema.

Dentro de la pregunta se calificaron varios parámetros: Si la cantidad de información hace poco atractiva la presentación, si se considera adecuada la información, y si les gustaría recibir aún más información al respecto. En los tres casos la evaluación demostró que el estudiante aprueba tanto la distribución de información como la diagramación de la misma, al comentar que es de fácil lectura a la vez que es atractiva.

6. Cómo calificaría la animación?



OPINIONES SELECTAS

29%	Me parece una animación bien ejecutada.
42%	Se comprende fácilmente el mensaje.
6%	No me agrada la paleta de colores.
16%	No me gusta la musicalización.
6%	Nulos.

Siendo una de las preguntas con mejores resultados, y a pesar que un 16% del grupo hubiera preferido otro tipo de musicalización, no se ve la necesidad de hacer un cambio musical por ser un grupo reducido. Además de que la heterogeneidad del grupo objetivo, en cuanto a gustos musicales se refiere, hace muy difícil validar nuevamente otro tipo de musicalización, teniendo esta aprobada por el 84% de los estudiantes.

REFLEXIÓN FINAL:

El grupo objetivo entregó varios aportes para mejorar el diseño, además de dar su aprobación en cuanto a tipografía, animación, color, presentación y facilidades de acceso.

Se debe mejorar la lectura visual del logotipo y contrastes de color dentro de la presentación.

5



**PROPUESTA
GRÁFICA Y
FUNDAMENTACIÓN**



RAZÓN DE SER DEL LOGOTIPO:

Simbólicamente, el logotipo representa la esencia del diseñador, consistiendo en una forma figurativa de una persona liberando su sustancia, cualidad que pretende fomentar la asignatura Filosofía del Diseño.

La filosofía es representada tanto por la tipografía, como por la naturaleza total del logotipo, que mediante la abstracción envía el mensaje: "El diseñador libera su ser sustancial, enriqueciendo su entorno y a sí mismo, a través de la filosofía en el diseño gráfico".

Entre sus características primordiales, el logotipo maneja una comunicación asequible e inteligible, gracias a la utilización de un alto nivel de abstracción que permite una fácil lectura visual y afinidad con el grupo objetivo.

En el marco estructural, está elaborado con altos contrastes, tanto figurativos como de color, su esencia también está confeccionada desde el trabajo de figura fondo utilizado en la tipografía. El diseño busca que la parte sustancial del diseñador surja de tal manera, que conciba el efecto de definir el diseño como parte del propio entorno del diseñador, a través de la utilización de la figura fondo.

COLOR: Se seleccionó el color naranja, buscando que transmitiera modernidad y que representara la tendencia fresca y contemporánea del logotipo. Para realizar un contraste efectivo, se analizó como mejor opción el negro. No solo por su nivel contrastante, sino por la conocida armonía atractiva entre ambos colores, que permite que el logotipo resalte por su tono y saturación.

PROPORCIÓN: 3:4, la proporción permite ver un rectángulo, con un giro de 180 grados. La sensación que permite esta proporción es de grandeza, fortaleza, y sobre todo de crecimiento, aplicando las leyes de Gestal.

TIPOGRAFÍA: La tipografía regular "Suomi", permite no solo una lectura visual atractiva, también es una representación gráfica que produce la idea de sustancia o líquido, que es parte del concepto creativo y de la idea central del logotipo.

CONTENIDO CONNOTATIVO: El ser diseñador como generador de filosofía, es parte de una teoría dinámica y alegórica en lugar de una teoría funcional y cuadrada. Se buscó un concepto difícil de encasillar dentro de una tendencia histórica específica.

POSICIÓN: Se maneja un ángulo de $\frac{3}{4}$, conocido como el punto foco de atracción. Se aplica en la parte sustancial de la tipografía, específicamente en la letra "f" de la palabra "filosofía", ya que esta entre todas las letras, tiene la mayor proporción.

PESO Y FLUIDEZ: A primera vista, se observa un desbalance por el peso del color de la sustancia; sin embargo, mediante la aplicación de la figura fondo, el espacio naranja permite la fluidez y atracción para el ojo humano. Su peso técnico se mantiene a través de sus trazos simples y reducidos, aumentando su rango de efectividad.

RECOMENDACIONES PARA USO:

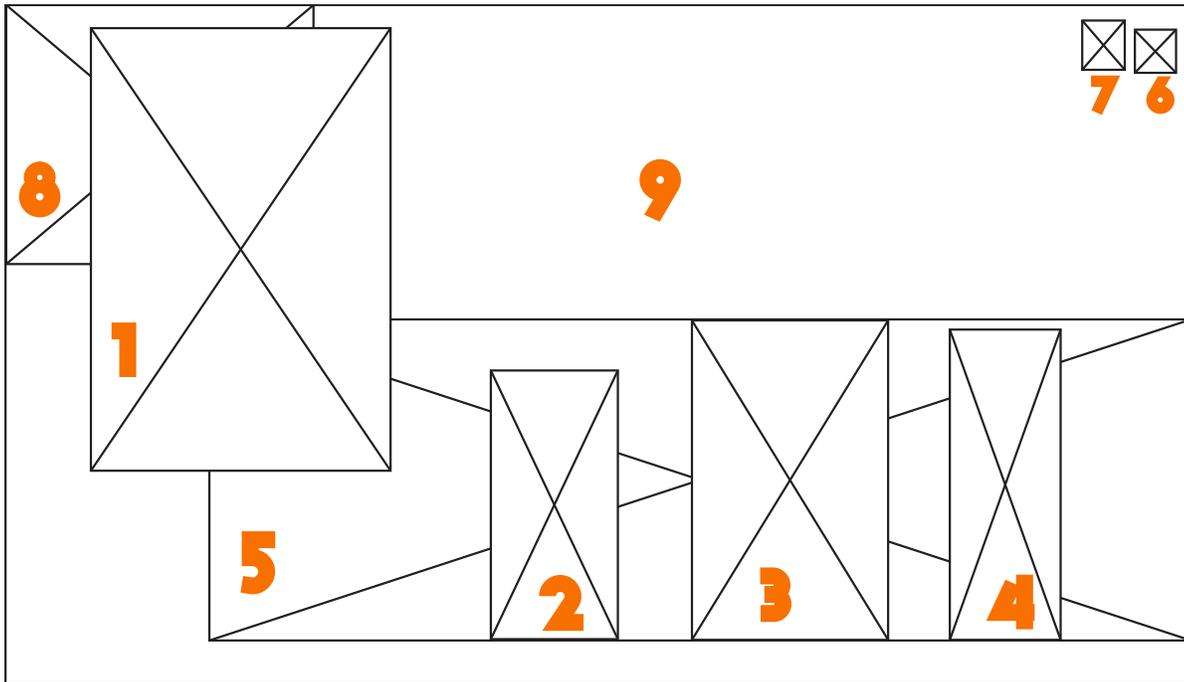
NIVEL DE REDUCCIÓN: El logotipo no debería de reducirse a menos de 3*4cm., para no perder la facilidad de lectura visual.



COLORES: Al momento en que el logotipo sea reproducido para otros medios, se recomienda mantener la armonía visual a través de los colores establecidos, y no utilizar otra paleta de colores que desfavorezcan al diseño o lo hagan poco estético.



PROPORCIÓN: Cuando el logotipo sea reducido o ampliado, mantener las proporciones 3:4.



DATOS TÉCNICOS DE LA PRESENTACIÓN:

Width (ancho): 1300

Height (largo): 732

Proporciones: 4:2

Color Degradé: de # ff8c00

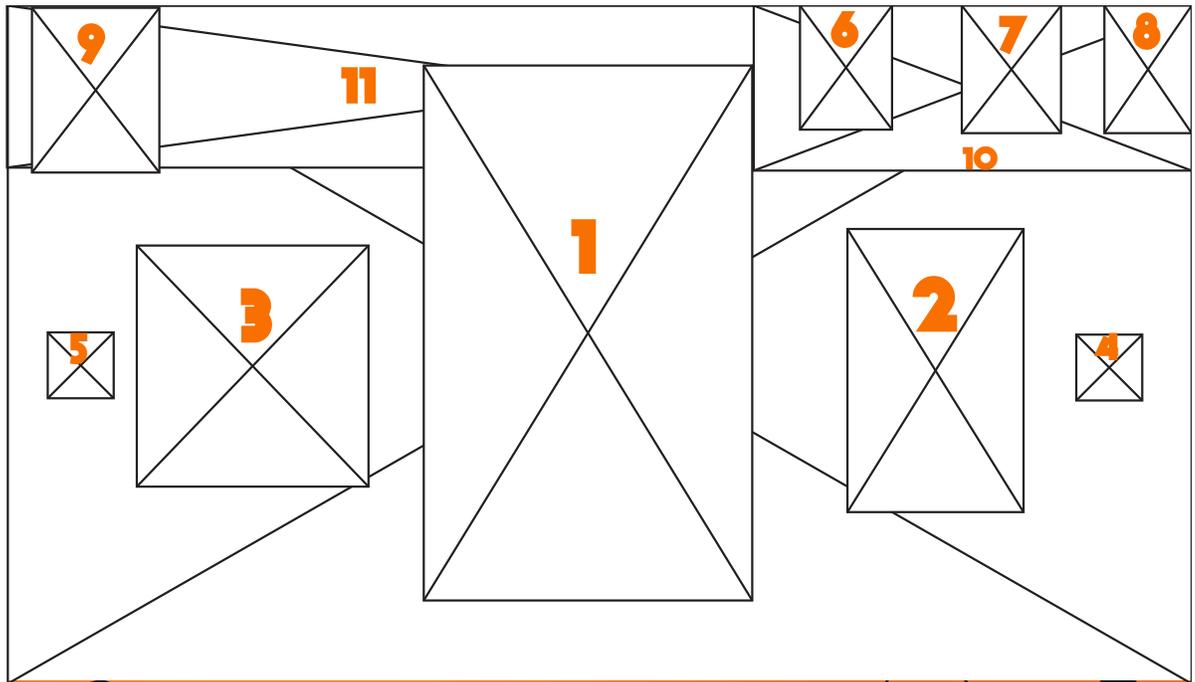
a # F56600

Color decoración: # 000000

Fond: Suomi Script de Tomi Haaparanta (2006) y BebasNeue

ESTRUCTURA DE HOME O MENÚ PRINCIPAL:

1. Logotipo.
2. Primer *link* "Imágenes"
3. Segundo *link* "Videos"
4. Tercer *link* "Cronología"
5. Barra secundaria
6. Cuarto *link* de *youtube*
7. Decoración de fondo
8. Decoración de fondo
9. Fondo



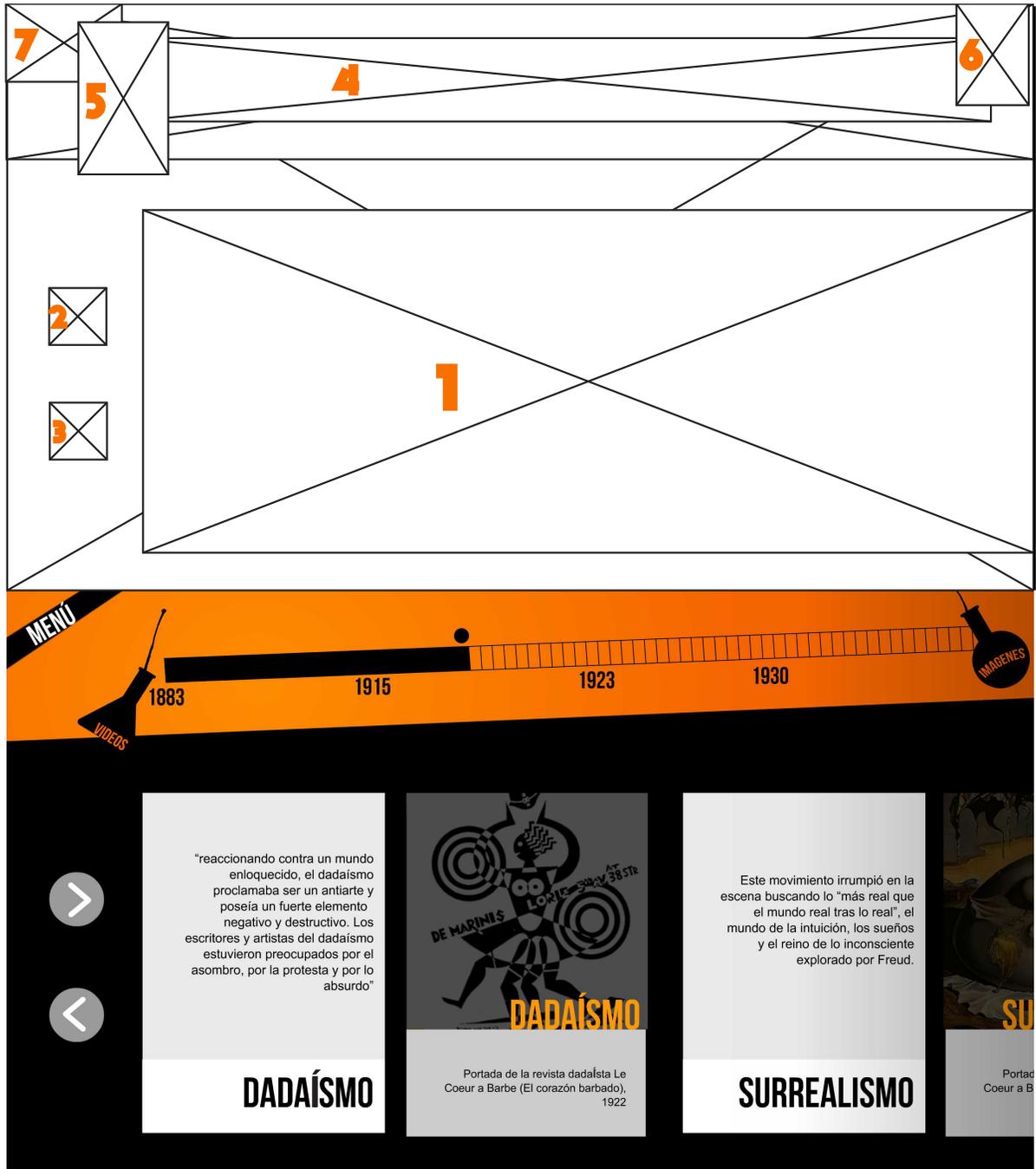
ESTRUCTURA DE IMÁGENES:

- | | |
|----------------------------------|------------------------------------|
| 1. Afiche principal | 7. Cuarto <i>link</i> "Cronología" |
| 2. Afiche secundario | 8. Quinto <i>link</i> "Menú" |
| 3. Afiche terciario | 9. Logotipo |
| 4. Primer <i>link</i> "Siguiete" | 10. Barra principal |
| 5. Segundo <i>link</i> "Previo" | 11. <i>Header</i> |
| 6. Tercer <i>link</i> "Videos" | 12. Fondo |



ESTRUCTURA DE VIDEO:

1. Portada de video
2. Primer *link* "Play"
3. Segundo *link* "Imágenes"
4. Tercer *link* "Cronología"
5. Cuarto *link* "Menú"
6. Logotipo
7. Barra principal
8. *Header*
9. Fondo



ESTRUCTURA DE CRONOLOGÍA:

1. Panel de afiches e información sistematizada
2. Primer *link* "Siguiente"
3. Segundo *link* "Previo"
4. Línea de tiempo
5. Tercer *link* "Videos"
6. Cuarto *link* "Imágenes"
7. Quinto *link* "Menú"
8. Fondo

RAZÓN DE SER DE LA PRESENTACIÓN INTERACTIVA

Durante el análisis para la realización de una propuesta que no solo tuviera un grado de efectividad, sino que implicara una fácil divulgación y accesibilidad para el estudiante, se determinó que una presentación interactiva entregaba las mayores ventajas: lograría estar entre los márgenes de divulgación y accesibilidad necesarias, implicaría un gasto mínimo para el estudiante, sin siquiera necesitar un sistema operativo específico (Ubuntu, Windows, Linux, Mac) y aunque requiere un *flash player*, la mayoría de exploradores estándar ya lo traen incluido por defecto.

Hoy en día las presentaciones interactivas forman parte de la pedagogía vanguardista, que busca que el estudiante tenga una mayor interacción con la información y que fortalezca su postura autodidacta.

VÍNCULOS: Los principales son: "Imágenes", "Videos" y "Cronología". Ayudan a la interactividad de la presentación, ya que no solo se encuentran dentro de la página principal, sino dentro de las demás plantillas en la barra de navegación.

Los vínculos de segundo orden son los de "*back*" y "*next*", que ayudan a la navegación dentro de la categoría de imagen y la cronología, permitiendo libertad de movimiento a lo largo de la línea de tiempo. En "Videos", podemos encontrar el botón de reproducción para iniciar la animación, y para que el estudiante tenga otro medio de visualización, tenemos el vínculo hacia *Youtube*.

Por último, está el vínculo "Home", que nos permite regresar a la página principal.

LÍNEA CRONOLÓGICA DE LA HISTORIA DEL DISEÑO DESDE EL PUNTO DE VISTA FILOSÓFICO:

Aquí se encuentra la razón de ser del proyecto, donde podemos encontrar información sistematizada sobre la filosofía del diseño a lo largo de la historia, incluyendo no solo información concisa, sino también ejemplos de obras y afiches de cada época, junto a la mención de cada autor y el tipo de pensamiento filosófico que representa.

GALERÍA DE IMÁGENES: Dentro de la cronología se incluyeron afiches de cada época, pero por tener un enfoque teórico, no incluyó muestras más amplias de cada afiche para un análisis gráfico más exhaustivo. Es por esa razón que se requirió un enlace adicional que permitiera ver cada cartel de forma detallada para su estudio.

RAZÓN DE SER DE LA ANIMACIÓN

CONTENIDO: El contenido seleccionado para la animación proviene de los conceptos fundamentales, a partir de los cuales se seleccionaron las filosofías de mayor influencia a lo largo de la historia, como lo fueron el marxismo, funcionalismo, constructivismo y la utopía.

COLORES: A través de los conceptos fundamentales y la selección de afiches se lograron determinar colores que representan cada filosofía, tanto por su significado como por la utilización del mismo dentro de su época correspondiente.

ANIMACIÓN: La animación está realizada para que el estudiante identifique cada filosofía a través de simbologías conceptuales animadas, para que tenga una idea clara de la reciprocidad entre la filosofía y el diseño gráfico, las teorías gráficas aplicadas para definirse a sí mismas.

INTRODUCCIÓN: "¿Cuáles son las filosofías del diseño gráfico?" Pretende invitar al estudiante no solo a reconocer las filosofías y ver la animación, también a persuadir al estudiante para interesarse e investigar sobre todas las filosofías, para así lograr establecer la que mejor aplica a sus individualidades.

CIERRE: La animación cierra con la utilización del logotipo, donde el mismo es visto como una sustancia que se origina de un punto. Se ve el punto como una sencillez y claridad, raíz donde posteriormente emana el ser filosófico.





RAZÓN DE SER DE LOS GRAFISMOS

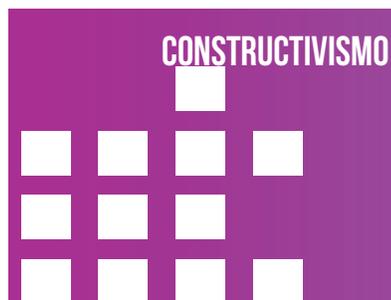
El Marxismo y los pensamientos que derivan del mismo han utilizado la simbología de la bandera roja desde la Revolución Francesa. Hoy en día es un símbolo que actúa como sinónimo de toda izquierda política; y la estrella de cinco puntas amarilla en un campo rojo representa revolución. Es por esta razón que se utilizaron estas simbologías preestablecidas.



El Funcionalismo busca que cada elemento cumpla con sus atribuciones más simples y prácticas. Es por esa razón que se utiliza el engranaje como simbología, ya que representa la máquina más básica por excelencia, y cuyo campo de aplicación es virtualmente infinito.



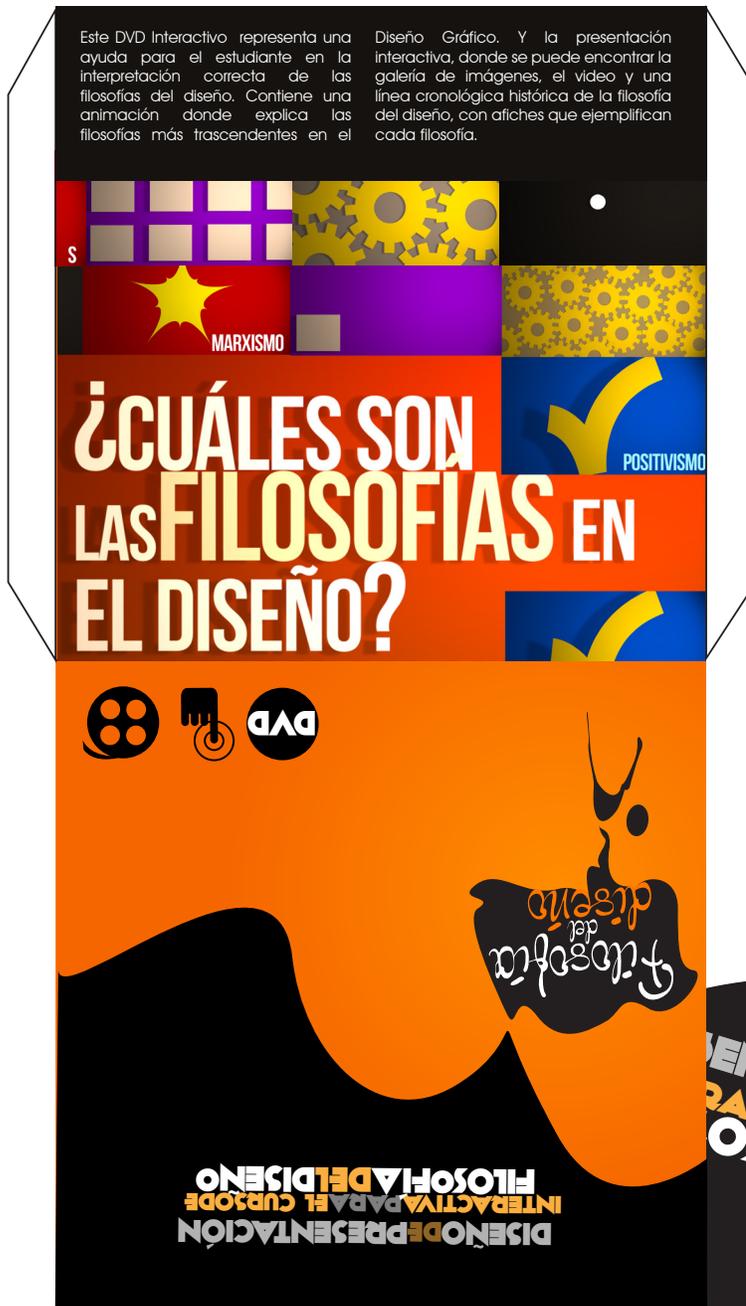
El Positivismo expresa un sentimiento de confianza y buenas energías, como el sentido por un estudiante al observar el símbolo de visto bueno en un examen aprobado. Por esta razón, se utilizó el visto como simbología.



El Constructivismo se concentró en las propiedades materiales de los elementos y en su presencia espacial, es por esta razón que se utilizó como simbología una estructura que se va formando de manera rígida, denotando profundidad.



La Utopía de la Filosofía Bauhaus y sus formas radicalmente simplificadas, es representada mediante una figura única de colores neutros, bajo la línea de pensamiento del ideal más puro.



Aplicando elementos de la presentación interactiva y animación, se elaboró el diseño de *packing* y carátula del DVD. En el *packing* se colocaron simbolismos del contenido, primero estableciendo que es un DVD, posterior a ello, signo de interactividad del usuario a través del clic y por último el símbolo que indica que hay una producción, en este caso refiriéndonos a la animación.

En la parte de atrás del *packing*, hay una referencia al contenido del DVD, su objetivo y función.

Está identificado a través de los logotipos de la Universidad de San Carlos de Guatemala, Facultad de Arquitectura y el logotipo para el curso Filosofía del Diseño, además del nombre de la autora.





LINEA MIENTOS

PARA LA PUESTA EN PRÁCTICA

5.1 COMPONENTES DE LA PROPUESTA GRÁFICA

Componentes de la propuesta gráfica:

Presentación interactiva y animación de 45 segundos.

Componentes de la propuesta en producción:

Packing para el DVD y diseño de cubierta de DVD.

5.2 COSTOS DEL PROYECTO

DISEÑO DE PIEZAS	DESCRIPCIÓN	PRECIO	DÓLAR
Investigación de campo	Se incluye la investigación para determinar el mejor método para abordar el proyecto y la teoría a utilizar dentro del mismo.	Q.3,000.00	\$381.00
Concepto creativo	Se genera un concepto creativo para su aplicación en este proyecto, conforme la investigación de campo realizada y el grupo objetivo.	Q.2,200.00	\$280.00
Logotipo	10 Esbozos 17 bocetos 3 Propuestas finales 3 Cambios del logotipo selecto Estudio de funcionalidad del logotipo Justificación del mismo	Q.3,600.00	\$457.00
Diseño y producción de presentación interactiva en <i>flash</i>	Presentación interactiva contenida en DVD Con <i>Home Page</i> y 3 páginas subyacentes. Edición en frames, <i>Flash CS5</i> . Textos e ilustraciones.	Q. 8,000.00	\$1,017.00
Animación de 45 segundos	Guion literario, <i>storyboard</i> , producción y Posproducción de animación 2D con musicalización.	Q.7,500.00	\$953.00
Portada de DVD	Diseño de portada para DVD, tamaño 12*12.	Q.700.00	\$89.00
Diseño de <i>Packing</i> para DVD	Diseño de <i>packing</i> , tamaño carta.		
	Precio total	Q.25,000.00	\$3,177.00
	Más margen de ganancia del 30%	Q.7,500.00	\$953.00
	IVA	Q.3,000.00	\$381.00
	SUBTOTAL	Q.35,500.00	\$4,511.00
PRODUCCIÓN DE PIEZAS	Tiraje de 500 unidades.		
PACKING	C/U tiene un costo de Q.8.00, impresión láser, en papel couché 120gm. (Incluye IVA).	Q.4,000.00	\$508.00
IMPRESIÓN DE PORTADA	C/U tiene un costo de Q15.00, Impresión incluyendo el DVD. (Incluye IVA)	Q. 7,500.00	\$953.00
	SUBTOTAL	Q.11,500.00	\$1,461.00
	TOTAL	Q.47,000.00	\$5,972.00

Tipo de cambio a dólar: 7.87369 de referencia vigente para el viernes 26 de octubre, 2012



CONCLUSIONES

Desde los inicios del proyecto, el título "Filosofía del Diseño" estaba ya en boca de toda la escuela de Diseño Gráfico. Los catedráticos quieren aplicar estos conceptos en las clases previas a la filosofía del diseño, mientras que los alumnos a quienes se aplicó la validación están atentos a la publicación del proyecto. Demostraron la concientización que se ha provocado entre catedráticos y alumnos.

Este proyecto es un aporte didáctico-creativo fundamental para el curso Filosofía del Diseño. Es un recurso enfocado específicamente a la materia, consolida las referencias didácticas para el catedrático y los temas por impartir para los discentes.

El logotipo y la línea gráfica de todo el proyecto, tuvieron su origen a partir del concepto creativo escogido: "Fórmula Sustancial", derivando en un alto nivel de abstracción por los grafismos básicos utilizados, pero con una teoría fundamentada y eficaz. Además de ello, se consiguió la facilidad de lectura, que permite al grupo objetivo observar e interpretar el concepto creativo sin desligarse del contenido de la Filosofía del Diseño.

Los colores y grafismo mantuvieron la armonía vanguardista de la línea gráfica, que impulsa la renovación del sentido contemporáneo de la Filosofía del Diseño, dejando de referenciar un estatus de placidez, para transformarse en una imagen intrépida. Factor que enriquece toda la propuesta, por tener una teoría sólida fundamentada, que se evidencia en el diseño por su calidad y nivel creativo.

Las piezas audiovisuales, la presentación interactiva y la animación, demuestran su eficiencia y eficacia entre el grupo objetivo. La presentación maneja altos niveles de efectividad, gracias a su facilidad de uso y la comodidad ofrecida en el manejo de botones y vínculos, reconociendo los signos utilizados como básicos y explícitos.

Dentro de toda la presentación, la parte interactiva es la línea cronológica, su viabilidad se destaca en el movimiento de las piezas y la facilidad de manejo mediante los botones. Dentro de esta línea cronológica se encuentran descritas las diferentes filosofías del diseño, presentadas sistemáticamente como un contenido de fácil lectura para el estudiante, gracias al contraste y armonía del texto con el fondo y los afiches. Los afiches son las imágenes y ejemplificaciones de cada filosofía, lo que provoca que el estudiante reconozca las filosofías no solo como contenido teórico, sino como una fuente de análisis práctico, interpretando las aplicaciones a lo largo del tiempo.

A estas piezas, se sumó la animación que explica a través de grafismos justificados (ver página 72), las filosofías más trascendentales en el Diseño Gráfico. El estudiante reconoce estas filosofías y su concepto a través de efectos y animaciones bien fundamentadas que facilitan su comprensión.

El producto final de este proyecto representa una ayuda necesaria para el estudiante en la interpretación correcta de las filosofías del diseño. Gracias al estudio de campo, el logotipo, la línea gráfica, etc., el estudiante reconoce estos conceptos, mediante la utilización de la presentación interactiva creativa, la línea cronológica histórica de la Filosofía del Diseño y la animación, ya que se demostró que captan el interés y la buena disposición del estudiante hacia estos conocimientos fundamentales.



LECCIONES APRENDIDAS

PRIMERA, ESTE ES MI PROYECTO Y NO ES PEDIDO DE UNA INSTITUCIÓN... A pesar que muchas veces me arrepentí de haber elegido un proyecto de graduación diferente al EPS, sentí que el proyecto de graduación debe ser guiado por un tema que al estudiante le guste, que sienta atracción con él, ya que para que realmente valga la pena el proyecto, debe haber un enlace emocional con él y no solo ser un proyecto que estipule una institución.

SEGUNDA, NO SÉ COMO HACER UNA PRESENTACIÓN HTML5... Hay que reconocer qué podemos hacer y qué no podemos hacer. Dentro de la previsualización no se debe colocar un producto de diseño si no se tiene conocimiento de cómo elaborarlo.

TERCERA, PARECE QUE NO HAY LIBROS EN LA BIBLIOTECA Y EN INTERNET TODA LA INFORMACIÓN NO TIENE FUNDAMENTACIÓN... Siempre consideramos que no hay libros, que no existe información aunque muchas veces no sea cierto. Hay que abrir la mente y nunca dejar de buscar, consultar a catedráticos, licenciados, expertos en el tema, y si se encuentra demasiada información se debe priorizar, para luego sintetizar.

CUARTA, ME CONTACTÉ CON DISEÑADORES DEL EXTRANJERO Y ME AYUDARON... Buscar información en el extranjero es una tarea que da frutos. Tuve la oportunidad de comunicarme con personas del extranjero, que no solo me ayudaron con mi proyecto sino que colaboraron con libros muy especializados. A veces, la ayuda internacional es muy valiosa, pero nosotros no la buscamos debidamente.

QUINTA, NO SELECCIONÉ COMO SE DEBE EL GRUPO DE VALIDACIÓN... Muchas veces nos encontramos con personas negativas y destructivas, por lo mismo es más importante realizar una selección objetiva de expertos y grupo objetivo, antes de la encuesta y el análisis.

SEXTO, "EL EPS ME ESTÁ MATANDO"... Palabras de todo diseñador al "iniciar" el EPS, lo primero, es tratar de no perder el tiempo quejándose, luego, cumplir el cronograma, organizar el tiempo y si se hace de la manera adecuada, incluso va a sobrar tiempo para la recreación.

SÉPTIMO, CASI TERMINO Y NO SÉ QUÉ PONER EN MIS CONCLUSIONES, es normal que las conclusiones se dejen de último y no se hagan con el entusiasmo deseado. Una buena idea para abrir la mente es la consulta con compañeros y amigos. Hay que recordar que es una de las partes más importantes de todo proyecto.



GLOSARIO

ART AND CRAFTS (1880)

El movimiento Artes y Oficios floreció en Inglaterra durante las últimas décadas del siglo XIX, como reacción contra la confusión social, moral y artística provocada por la Revolución Industrial.

William Morris (1834- 1896) y John Ruskin (1819-1900) demandaron la valoración a la naturaleza y la expresión individual tanto por el diseñador como el trabajador. Según Meggs (2000), era volver a los principios intelectuales de todas las formas de trabajo creativo, enraizar la espontaneidad y en las leyes internas de la percepción.

El objetivo del gremio del siglo era "rendir homenaje a todas las ramas del arte... elevar las artes del diseño a su lugar correspondiente...".

Morris buscaba refugio en la artesanía del pasado, al mismo tiempo que plantaría actitudes para el futuro, unificando no las artes si no el arte a la industria.

El principal medio de expresión en este movimiento era la tipografía, la cual decía que el deber tipográfico era "comunicar a la imaginación sin pérdida de pensamiento".

ART NOUVEAU

Dentro de la Bella Época, se originó el movimiento *Art Nouveau*, cuya filosofía era "el arte en todo y el arte para todos", Nemi (s.f) lo describe como un estilo decorativo inspirado en la naturaleza y la mujer.

BAUHAUS

Según Meggs (2000) la Bauhaus de Walter Gropius fueron los visionarios de aquella época, inspirados por el expresionismo. Su deseo utópico de crear una nueva sociedad espiritual, los hizo buscar unidad de artistas para construir un futuro. Su anhelo a la belleza espiritual más allá de la utilidad y necesidad.

"La construcción completa es el objetivo final de todas las artes visuales. Pero la eficiencia en su oficio es esencial para cada artista. Allí yace la fuente principal de la imaginación creativa". Dentro de este período Ludwig Mies (1886.1969), había afirmado acerca del diseño "menos es más", convirtiéndose en doctrina del diseño del siglo XX.

CARTELES A LA GUERRA

Durante la guerra, los gobiernos recurrieron al cartel como medio significativo de propaganda y persuasión visual. Era necesario reclutar gente para el ejército y levantar la moral pública para conservar el apoyo popular a la guerra.

CUBISMO

Introduce un concepto de diseño independiente de la naturaleza, comienza una nueva tradición artística y una forma de ver desafiante al arte pictórico.

CONSTRUCTIVISMO

Paralelamente al suprematismo surgió el Constructivismo, proclamando que la "realidad es una construcción por el que observa".

Según la síntesis de la Bella Época (s.f) el Constructivismo buscó la comunicación visual y artes aplicados a una sociedad comunista. Sus raíces se encuentran en los aportes de la psicología de la Gestalt, Piaget y Vygotsky.

DADAÍSMO

Reaccionando contra un mundo enloquecido, el dadaísmo proclamaba ser un antiarte y poseía un fuerte elementos negativos y destructivos. Los escritores y artistas del dadaísmo estuvieron preocupados por el asombro, por la protesta y por lo absurdo.

DE STIJL

"De Stijl" Buscó leyes universales de equilibrio y armonía para el arte, según un prototipo para un nuevo orden social.

DESPUÉS DE LA GUERRA

Posterior a ello, existió la reindustrialización en la cual, se buscaba cubrir necesidades. Sin embargo se promovió uno de los ideales de la Bauhaus: "La unión del arte con la vida", donde el diseñador tenía plena libertad para expresar sus convicciones artísticas.

DEUTSCHER WERKBUND (Asociación Alemana de Artesanos)

Costas (2008) dice que la atención se centraba en el ejemplo de la Deutscher Werkbund, en Alemania, sus pensamientos se basaban en el racionalismo de la forma (Funcionalismo).

Según Meggs (2000), la Werkbund defendía al diseño como un camino para dar significado a todo lo mecanizado. Con un entusiasmo visionario, estos diseñadores desarrollaron la Gesamtkultur, una nueva cultura que existe en un medio ambiente totalmente reformado por el hombre. El diseño se consideraba como el motor que podía impulsar a la sociedad hacia la Gesamtkultur.

DISEÑO POSMODERNIDAD

A medida que el activismo social de la década de 1960 dio paso a la involucración personal, los diseñadores posmodernistas dejan de suplir la necesidad de comunicación racional, siendo diseños subjetivos e inclusive excéntricos.

En esta época, se acuñaron las palabras como el manierismo, el cual rompió con la belleza armónica y natural, describe una libertad de vocabulario clásico de la forma, elevado después al supermanierismo, que implicaba el menosprecio.

DISEÑO INTERNACIONAL

En esta época, se definió el diseño como una actividad socialmente útil e importante y rechazaron la expresión personal y las soluciones excéntricas. En su lugar, adoptaron un enfoque más universal y científico para la resolución de los problemas de diseño.

El diseñador no era un artista era un conducto objetivo para la difusión de información importante entre los componentes de la sociedad. El ideal era alcanzar la claridad y el orden.

En esta época George Lori, director creativo impuso la filosofía de Bernabach, que integra completamente los conceptos visuales verbales vitales para la comunicación exitosa del mensaje. Los elementos visuales y verbales de la comunicación moderna son tan indivisibles como la letra y la música.

EL MOVIMIENTO MODERNO EN AMÉRICA

Cuando se inició la tendencia de Modernismo Europeo en América, fue un rechazo por parte de los diseñadores. Según Meggs (2000) cita que lo llamaban "un manejo demente del tipo por una banda de locos anarquistas de tipo extranjero", sin embargo reconocieron la vitalidad y funcionalidad de las nuevas ideas.

ÉPOCA MODERNA

Según Meggs (2000), su estilo fue más alegórico e ilustrativo de pintura simbólica. Una diferencia muy importante es el amor de los diseñadores secesionistas por los letreros limpios y legibles de tipo sans-serif. El austriaco Adolf Loos, condenó el secesionismo al demandar una simplicidad funcional que destierra cualquier forma de "decoración útil".

ÉPOCA INDUSTRIAL (1870)

La época industrial fue un proceso radical de cambio social y económico. El sentido del dominio de la gente sobre la naturaleza, los hizo buscar la satisfacción de necesidades, el sistema de fabricación fracturó las comunicaciones gráficas dividiéndolas en componentes de diseño y producción separados. La naturaleza de la comunicación gráfica cambió profundamente.

Según Meggs (2000), este periodo caótico fue testigo de un desfile vertiginoso de nuevas tecnologías, formas imaginativas y nuevas funciones para el diseño, además, se negó el reconocimiento al nuevo papel social y económico de la comunicación.

EXPRESIONISMO

Era una tendencia a representar no una realidad objetivo, sino emociones subjetivas y respuestas personales a temas y eventos.

FUTURISMO

Movimiento revolucionario en todas las artes para probar sus ideas y formas contra las nuevas realidades de la sociedad científica e industrial. "... intentamos celebrar el amor al peligro, el hábito a la energía y la intrepidez. Valor, audacia y rebelión..." (s.f.)

LOS AÑOS DE LA GUERRA

Los sentimientos apasionados por Hitler, Pearl Harbor y la guerra, parecían extraer poderosos mensajes de los diseñadores gráficos. Fue un impacto dramático, algunos a favor de la guerra y otros pretendían elevar la moral.

Algunos mantenían su rebeldía y mostraban la injusticia política y económica durante la era de la Depresión. Existían manifestaciones del constructivismo, pero estaba orientado a la resolución de los problemas de comunicación y al optimismo de construir un nuevo orden social.

PRIMERA GUERRA MUNDIAL

Según Meggs (2000), la matanza durante la Primera Guerra Mundial, sacudió las tradiciones e instituciones de la civilización occidental hasta sus cimientos. En medio de estas turbulencias, no es sorprendente que el arte visual y el diseño experimentaran una serie de revoluciones creativas.

Las ideas elementales acerca del color y la forma, la protesta social y la expresión de las teorías freudianas y los estados emocionales profundamente personales se apoderaron de muchos artistas.

Algunos movimientos de esta época fueron el Cubismo, el futurismo, el dadaísmo, el surrealismo, *de Stijl*, el suprematismo, el constructivismo y el expresionismo que influyeron directamente en el lenguaje gráfico de las formas y la comunicación visual de este siglo.

SURREALISMO

Este movimiento irrumpió en la escena buscando lo "más real que el mundo real tras lo real", el mundo de la intuición, los sueños y el reino de lo inconsciente explorado por Freud.

SUPREMATISMO

Su fundador fue Kasimir Malevich (1878-1935) rechazó la función utilitaria como la representación pictórica, buscó la suprema "expresión de los sentidos, sin buscar valores prácticos".

UKIYO-E

Ukiyo-e, "imagen del mundo flotante", corriente japonesa que buscó cerrar las puertas para que otras culturas no influenciaran en su filosofía y diseño.

VOCES INDEPENDIENTES DE LOS PAÍSES BAJOS

A pesar de que existen movimientos filosóficos en el diseño de gran auge, también existen movimientos independientes. Algunos trabajaron una síntesis de influencias contradictorias: la vitalidad juguetona del movimiento dadaísta, funcionalismo y calidad de De Stijl, pero otros las consideraban dogmáticas y restrictivas.

Finalmente se combinaron las influencias de la Bauhaus, el modernismo pictórico y del constructivismo para obtener un resultado modernista que contrastara con la ilustración tradicional que dominaba parte de la gráfica masiva de la época.



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

LIBROS

1. Conran, Terence (2008). *Los diseñadores hablan sobre el diseño*. (1ra. ed.) Historia del Diseño por décadas (pp. 10-22) Londres: Editorial NATURART
2. Herrera, Carolina & López Parejo, Alverto (2008). *Introducción al diseño* (1ra. Ed). España: Editorial Vértice.
3. Müller-Brockmann, Josef (2001). *Historia de la Comunicación Visual* (2da. Ed). México: G. Gill, SA de SV.
4. Meggs, Philip (2000) *Historia del Diseño Gráfico* (3ra. Ed.) México: McGRAW-HILL.
5. Diccionario de la Lengua Española, Real Academia Española. Vigésima segunda Edición (2010).
6. Vilchis, Luz del Carmen (2006). *Relaciones Dialógicas en el Diseño Gráfico*; (1ra. ed.). Diseño Gráfico: Texto y Discurso. (pp.216-217). México: ENAP

HOJAS SUELTAS

7. *Cuadros de inscripción de estudiantes de la USAC 2007, 2008, 2009, 2010, 2011, y el actual* (2012). Registro y Estadística. [cuadros excel] Lic. Aldo Santa Cruz Vela. USAC: Autor.
8. *Encuestas a estudiantes y catedráticos* (2012). [Hoja Suelta] Fuente: Propia.
9. Universidad del ISTMO (2012). *Programa de Filosofía del Diseño*. [Folleto]. UNIS: Autor.
10. Universidad del ISTMO (s.f.). *Pénsum de Estudios Diseño Gráfico*. [Folleto]. UNIS: Autor.
11. Universidad Rafael Landívar (s.f.). *Licenciatura de Diseño Gráfico Pénsum 08001*. [Folleto]. URL: Autor.
12. Universidad de San Carlos de Guatemala (2010). *Licenciatura de Diseño Gráfico Pénsum*. [Hoja Suelta]USAC: Autor.

DOCUMENTOS VIRTUALES

13. *Estética: del asombro a la producción* (2012). Medio: presentación *power point*.
14. Informe Nacional de Desarrollo Humano, Guatemala (2005). *Estratificación Socioeconómica y desigualdades en la Guatemala diversa*. [PDF] PDH: Autor.



REFERENCIAS ELECTRÓNICAS

1. *Accionar del Diseñador* (s.f). Recuperado de:
<http://www.slideshare.net/pmuract/propositos-fin-y-campos-de-accin-del-diseo> [Consultado: 24/08/2012]
2. *Análisis de Estilos Gráficos Visuales* (s.f). Recuperado de: <http://www.slideshare.net/virginiacaccuri/anlisis-de-estilos-grficos-visuales-en-publicidad> [Consultado: 24/08/2012]
3. *Brainstorming (lluvia de ideas)* (s.f). Recuperable de:
<http://www.gestiopolis.com/canales/emprendedora/articulos/46/brainstorming.htm> [Consultado: 30/08/2012]
4. Costas, Carolina (2008). *Arts and Crafts*. Recuperado de: <http://historialdedisenio.wordpress.com/2008/06/11/arts-and-/#comment-1143> [Consultado: 24/08/2012]
5. Costas, Carolina (2008). *Deutscher Werkbund*. Recuperado de: <http://historialdedisenio.wordpress.com/2008/05/20/deutscher-werkbund/> [Consultado: 24/08/2012]

6. *El constructivismo* (s.f) Recuperado de:
<http://www.todacultura.com/movimientosartisticos/constructivismo.htm>
[Consultado: 23/08/2012]
7. García, Garza (2011) *Qué es diseño multimedia*. Recuperado de: <http://www.slideshare.net/adguer/que-es-diseo-multimedia>. Nuevo León: México [Consultado: 24/08/2012]
8. *La belle époque* (s.f) Recuperado de:
<http://es.scribd.com/doc/76541255/La-Belle-Epoque> [Consultado: 24/08/2012]
9. Leonardo Polo Barrena (2003). *El comienzo de la filosofía*; Recuperado de: <http://es.scribd.com/doc/82109131/1/Capitulo-1-EL-COMIENZO-DE-LA-FILOSOFIA> [Consultado: 23/08/2012]
10. Martínez, Pilar (s.f). *El Color Naranja*. Recuperado en: <http://www.enbuenasmanos.com/articulos/muestra.asp?art=754> [Consultado: 07/11/2012]
11. *Mapa conceptual* (s.f.). Recuperable de:
<http://www.claseshistoria.com/general/confeccionmapaconceptual.htm>
[Consultado: 30/08/2012]
12. Mercado, Nicole (2007). *De Stijl*. [PDF] Recuperado de:
<http://blog.fidmdigitalarts.com/wp-content/uploads/2011/02/de-stijl.pdf>
[Consultado: 24/08/2012]
13. Nemi, Ana María (s.f). *El Art Nouveau*. Recuperado de: <http://www.cayomecenias.com/mecenas2460.htm> [Consultado: 24/08/2012]
14. Perandrés, Domingo Martín (s.f). *Animación*. [PDF] . Recuperado de:
<http://lsi.ugr.es/~fjmelero/ig/animacion.pdf> [Consultado: 29/08/2012]
15. *Perfil de la escuela de diseño gráfico*(s.f); Recuperado de: <http://farusac.com/disgrafico.htm> [Consultado: 25/05/2012]
16. *Síntesis Teórica de la comunicación publicitaria* (s.f). Recuperado de: <http://www.emagister.com/curso-sintesis-teorica-comunicacion-publicitaria/concepto-creativo> [Consultado: 24/08/2012]
17. Somerville, María (2010). *Antidiseño*. Recuperado de: <http://verdemartinez.wordpress.com/2009/04/06/el-antdiseno-como-diseno/>
[Consultado: 24/08/2012]
18. *Suprematismo* (s.f). Recuperado de:
http://www.slideshare.net/david_260986/suprematismo-8454011
[Consultado: 24/08/2012]



ANEXOS

ANEXOS 1: Encuestas 2012. Antecedentes del tema

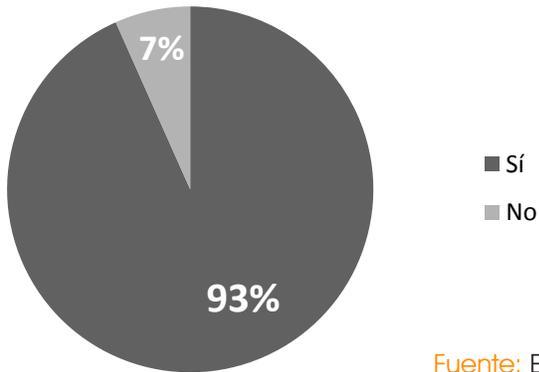
	Escuela de Diseño Gráfico Arquitectura	
Edad: _____		Semestre: _____
1. ¿Se considera una persona autocrítica con conocimiento fundamentado?		
Sí		No
2. ¿Conoce las alegorías de Platón, y su utilización en el área educativa?		
Sí		No
3. ¿Durante alguna asignatura, en la universidad, se citó pensamientos filosóficos?		
Sí		No
4. ¿Utiliza pensamientos filosóficos en su vida cotidiana?		
Sí		No
5. ¿Se siente responsable del crecimiento interpersonal propio y de quienes le rodean?		
Sí		No

	Escuela de Diseño Gráfico Arquitectura	
Asignaturas que imparte: _____		
6. ¿Valora las reflexiones de conocimientos filosóficos en el área de diseño gráfico?		
Sí		No
7. Los conocimientos filosóficos ¿son de trascendencia para el estudiante?		
Sí		No



Pregunta 1

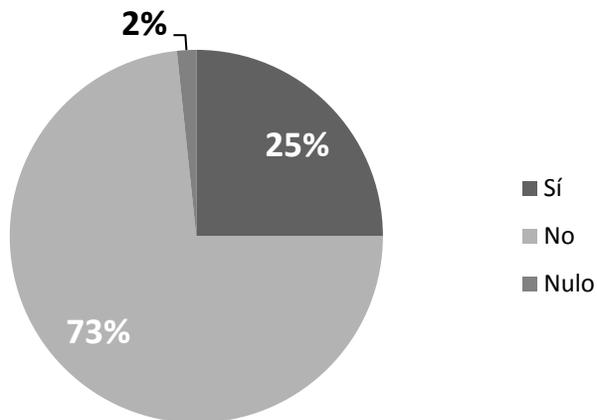
¿Se considera una persona autocrítica con conocimiento fundamentado?



Fuente: Elaboración propia

Pregunta 2

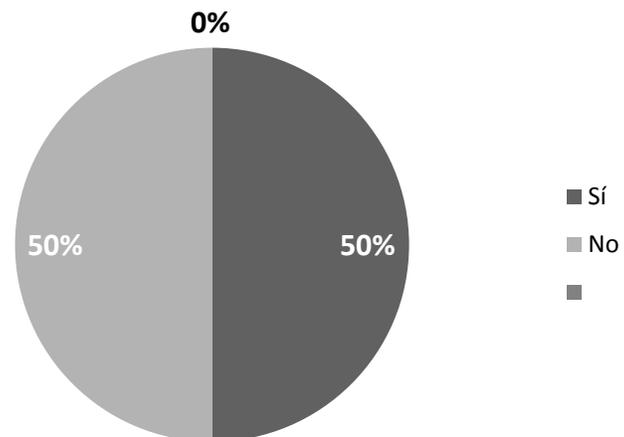
¿Conoce las alegorías de Platón, y su utilización en el área educativa?



Fuente: Elaboración propia

Pregunta 3

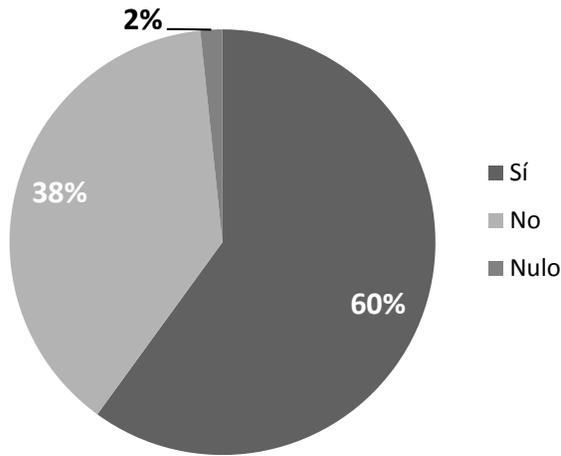
¿Durante alguna asignatura, en la universidad, se citó pensamientos filosóficos?



Fuente: Elaboración propia

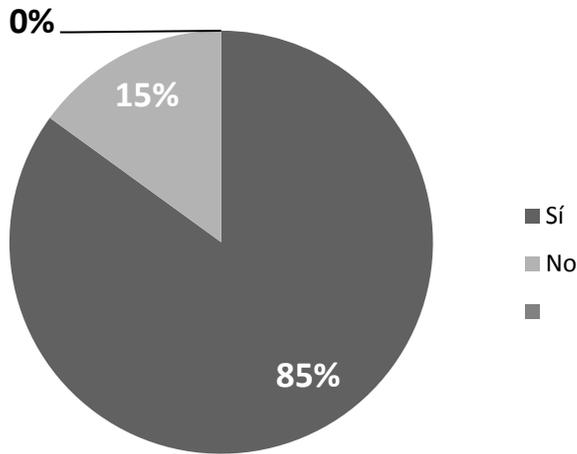
Pregunta 4

¿Utiliza pensamientos filosóficos en su vida cotidiana?



Pregunta 5

¿Se siente responsable del crecimiento interpersonal propio y de quienes le rodean?

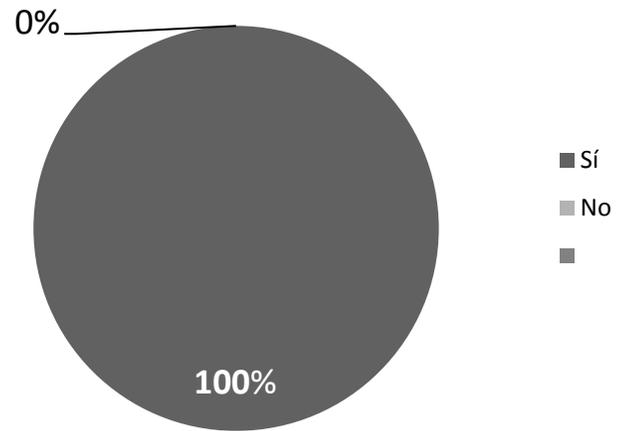


Fuente: Elaboración propia

ENCUESTAS A CATEDRÁTICOS

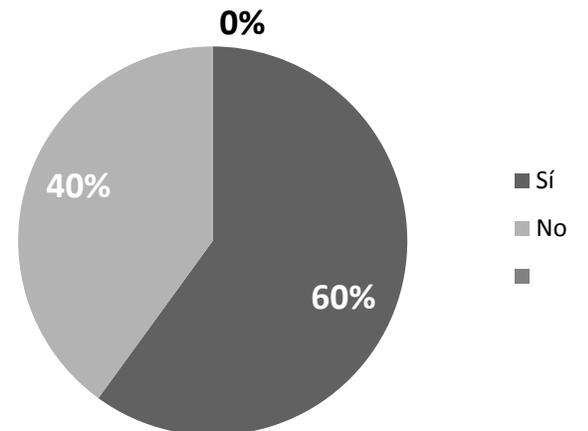
Pregunta 1

¿Valora las reflexiones de conocimientos filosóficos en el área de diseño gráfico?



Pregunta 2

Los conocimientos filosóficos ¿son de trascendencia para el estudiante?



Fuente: Elaboración propia

ANEXOS 2: Encuestas 2012. Caracterización del Grupo Objetivo



**Escuela de
Diseño Gráfico
Arquitectura**



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

Edad: _____ Semestre: _____
 Femenino o Masculino Trabaja: SI NO FREELANCER
 Salario o Mensualidad: 1000 a 2,500 2,500 a 3,500 3,600 en Adelante.

1. ¿Tiene celular con acceso a internet?
 Sí No

2. ¿Cuántas horas se conecta a internet?
 30min. a 2hr. 2hr. a 5hr. 6hr. a 8hr. Siempre

3. ¿Cuáles cuentas de redes sociales maneja?
 Facebook Twitter YouTube Otro: _____

4. ¿Cuáles géneros de videos en *youtube* son sus favoritos?:
 Cómico Suspense Informativo Romántico

5. ¿Cuáles medios impresos son de su agrado?
 Prensa libre Nuestro diario Revista D Vía Libre Revista Amiga Mundo Motor
 Otro: _____

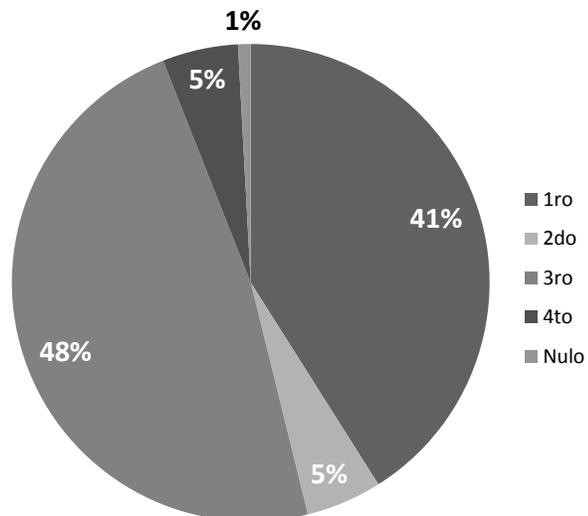
6. ¿Con qué frecuencia lee material impreso?
 Diario Semanal Mensual

7. ¿Qué canales mira con más frecuencia?
 Mtv ESPN Warner E! Gourmet
 AXN Cinecanal H&H NatGeo Otro: _____

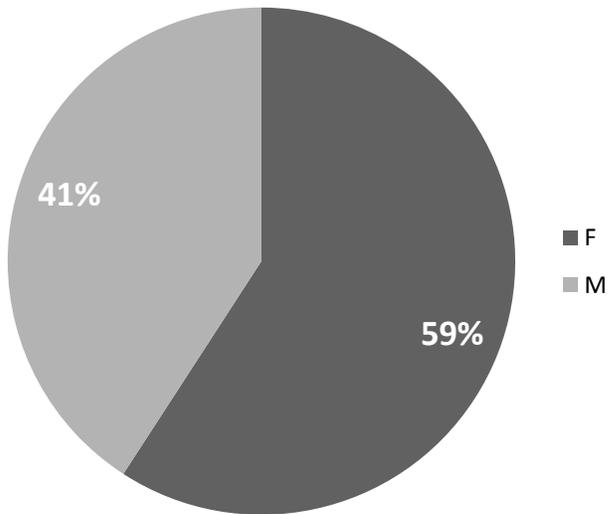
Fuente: Elaboración propia.

A continuación se presenta los resultados de las encuestas realizadas a los alumnos de la Escuela de Diseño Gráfico, el tamaño de la muestra es de 117, lo cual, nos permite decir que tiene un margen de error del 88%.

El rango de edad de nuestro grupo objetivo está de los 18 años a los 22.



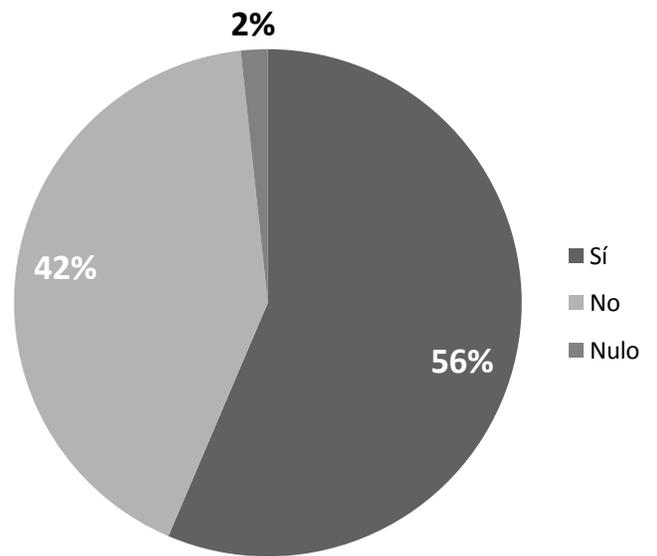
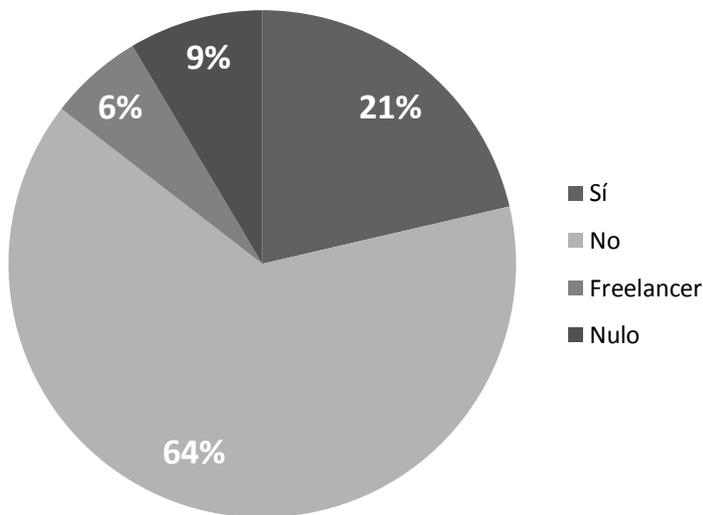
Porcentaje de género de alumnos:



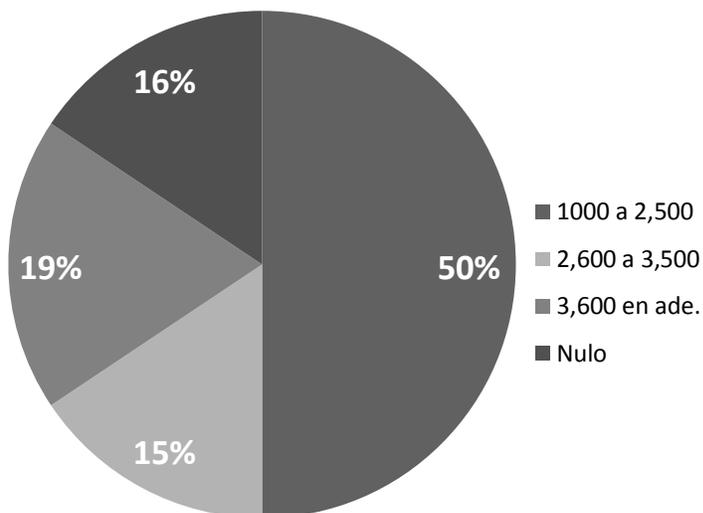
INICIO DE ANÁLISIS DE ENCUESTAS

Pregunta 1
¿Tiene celular con acceso a internet?

Porcentajes de alumnos que trabajan:

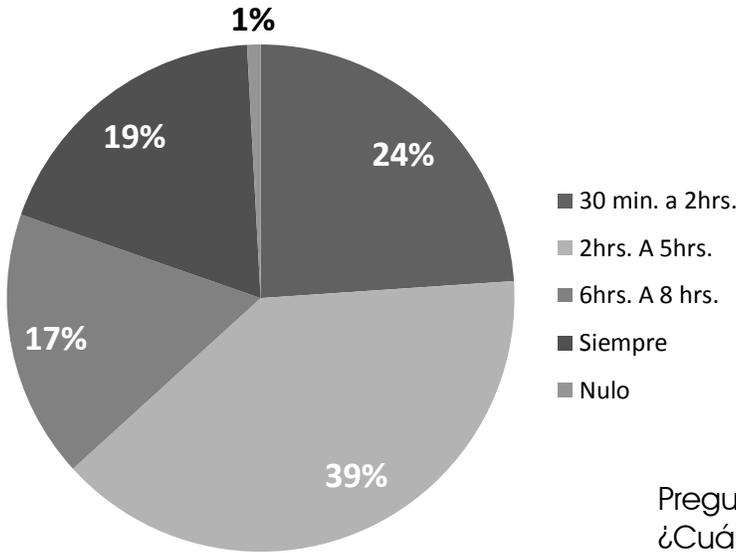


Rango de Salario INICIO DE ENCUESTAS



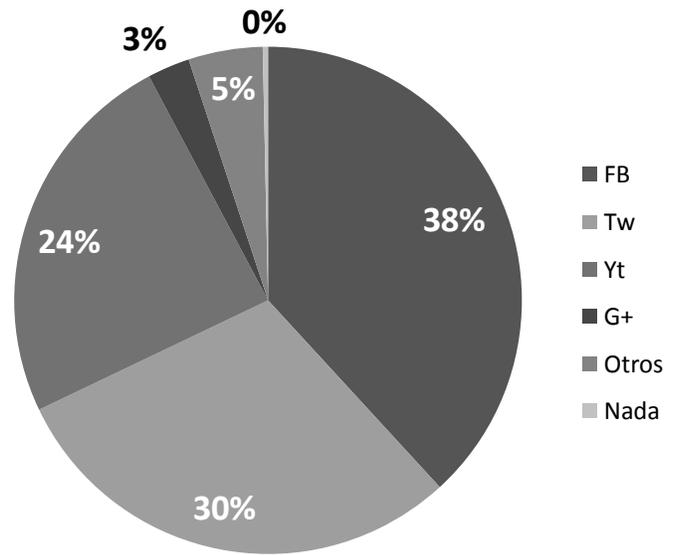
Pregunta 2

¿Cuántas horas se conecta a internet?



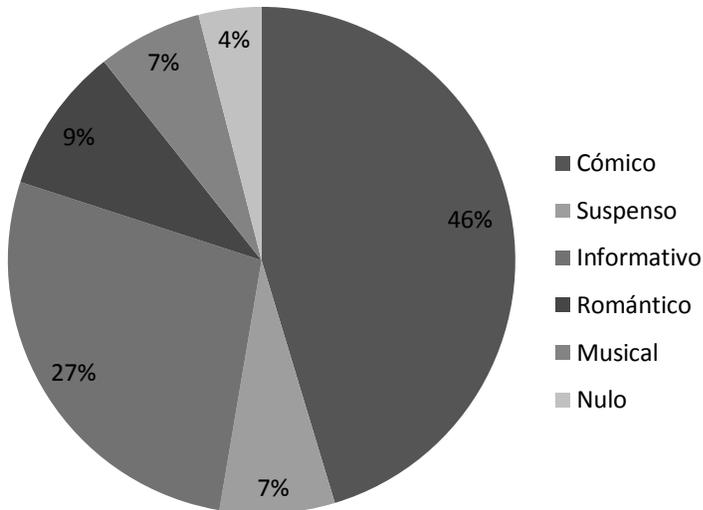
Pregunta 3

¿Cuáles cuentas de redes sociales maneja?

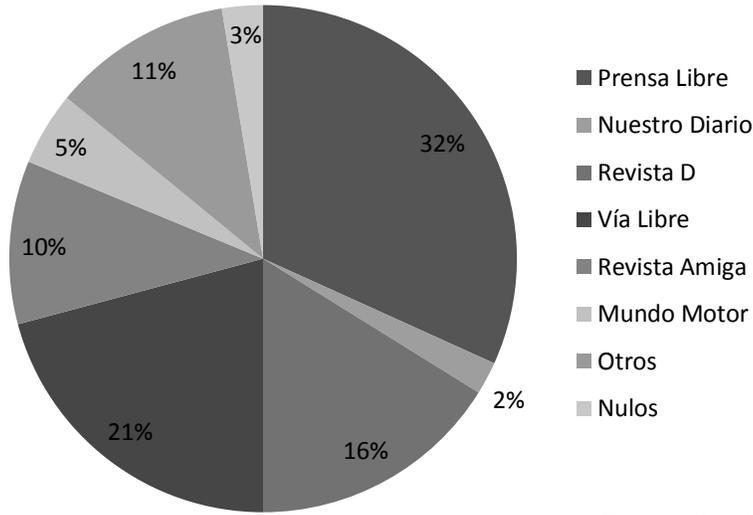


Pregunta 4

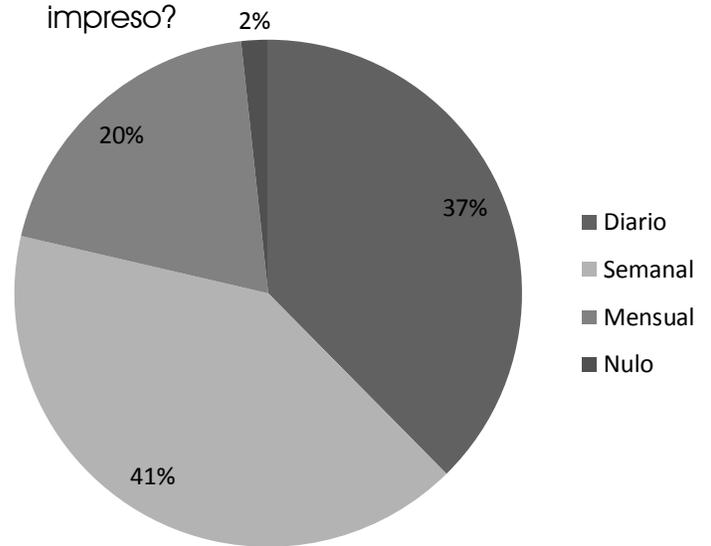
¿Cuáles géneros de videos en YouTube son sus favoritos?:



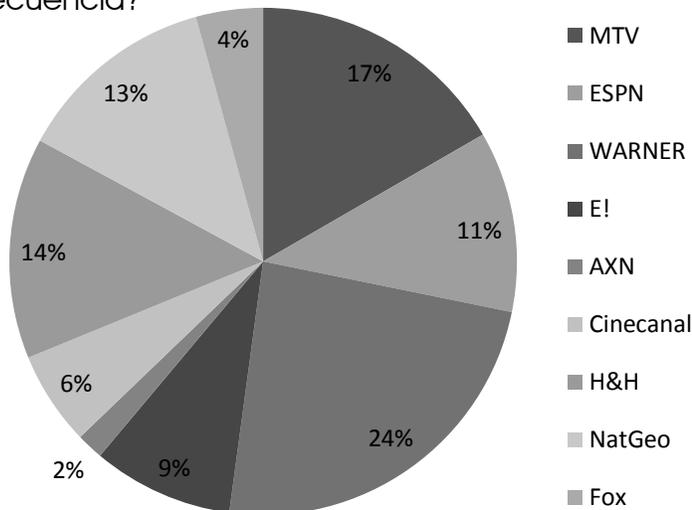
Pregunta 5
Medios impresos del agrado del estudiante.



Pregunta 6
¿Con qué frecuencia lee material impreso?



Pregunta 7
¿Qué canales mira con mayor frecuencia?



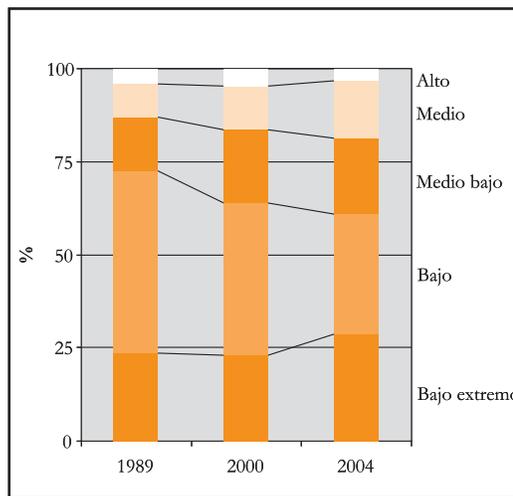
ANEXOS 3: Nivel socioeconómico según el Informe Nacional de Desarrollo Humano, Guatemala (2005).

Cuadro No. 5.1.
Estratificación socioeconómica en Guatemala

Estrato	Población (miles)			Porcentajes		
	1989	2000	2004	1989	2000	2004
Alto	368.0	529.1	380.5	4.3	4.7	3.2
Medio	749.7	1,332.3	1,847.1	8.7	11.7	15.5
Medio bajo	1,252.8	2,220.0	2,421.6	14.5	19.6	20.4
Bajo	4,219.9	4,636.2	3,819.3	48.9	40.9	32.1
Bajo extremo	2,032.5	2,624.8	3,419.7	23.6	23.1	28.8
TOTAL	8,623.0	11,342.5	11,888.3	100.0	100.0	100.0

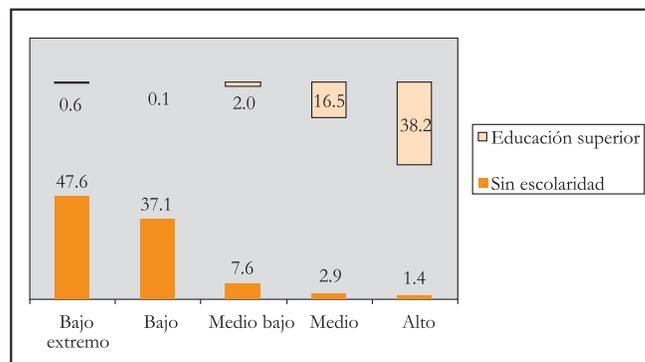
Fuente: Elaboración con datos de ENS 1989, ENCOVI 2000 y ENEI 2004.

Gráfica No. 5.1.
Evolución de la estratificación socioeconómica en los últimos 15 años



Fuente: Elaboración con base en datos de ENS 89, ENCOVI 2000 y ENEI 2004.

Gráfica No. 5.2.
Proporción de la población con educación superior y sin escolaridad según estrato socioeconómico 2004



Fuente: Elaboración con datos de ENEI 2004.
Nota: Población de 25 a 40 años.

ANEXOS 4: *Formulario de encuestas para primer nivel de visualización.*



Edad: _____ Género Femenino
 Masculino

Semestre
 Décimo
 Ya cerré, solo estoy realizando proyecto de graduación.

1. ¿Reconoce la importancia de la filosofía del diseño?

Sí, selecciona una que más se asemeje a tu opinión.
o Sí, pero no tengo conocimiento de la filosofía del Diseño.
o Sí, pero no me gusta leer nada al respecto.
o Sí, sin embargo nunca pienso en ella cuando diseño.
o Sí, y tengo mi propia filosofía.
o Sí, me interesa este tipo de conocimiento, para fortalecer mi postura como diseñador.
o Sí, pero no sé si existe diferencia entre filosofía y filosofía del diseño.

OTRA: _____

No, selecciona una que más se asemeje a tu opinión.
o Lo considero innecesario para el diseño.
o No veo la importancia de aprender filosofía del diseño gráfico.
o No, no me gusta leer nada al respecto.
o No me interesa aprender esos aspectos, me interesa aprender los conocimientos innovadores.

OTRA: _____

2. ¿Considera atractivo realizar elementos visuales de filosofía del diseño?

Sí, selecciona una que más se asemeje a tu opinión.
o Sí, ya que la filosofía es muy compleja y facilitaría su comprensión.
o Sí, para que el estudiante tenga una referencia didáctica.
o Sí, pero no lo considero la mejor opción.

OTRA: _____

No, selecciona una que más se asemeje a tu opinión.
o No, por qué que la teoría es excesiva.
o Insisto, no veo la importancia de aprender filosofía para el diseño gráfico.
o No estoy segura/a depende del diseño que se realice.

OTRA: _____

3. ¿Es comprensible el mensaje del proyecto?

Sí
Pero: _____

No

4. ¿Cómo calificaría la armonía de colores?

Excelente Muy buena
 Buena Muy mala



Selecciona una que más se asemeje a tu opinión:
o Excelente, los colores son llamativos y acordes con el grupo objetivo.
o Me parece bien, pero considero que no son acordes al grupo objetivo.
o Los considero muy saturado para utilizarlo en web.
o Algunos colores me gustan, pero en general falta verificar algunos colores que contrastaste.
o No reconozco este tema para calificar los colores.
o No me gustan, sin embargo si van con el grupo objetivo.
o No me gustan.

5. ¿Cómo calificaría la tipografía?

Excelente Muy buena
 Buena Mala
 Muy mala

Selecciona una que más se asemeje a tu opinión:
o Excelente, es legible y está dirigida al grupo objetivo.
o Me parece bien, pero no la considero apta para el tema.
o Me parece bien, pero los colores no permite que resalte.
o Me gustaría ver con otra tipografía.
o No me gusta.
o Recomiendo la siguiente tipografía: _____
o Recomiendo una light.
o Recomiendo una cursiva.
o Recomiendo una con serif.
OTRA RECOMENDACIÓN: _____

6. ¿Es acorde la duración del video?

Sí
Selecciona una que más se asemeje a tu opinión:
o Pero hay que corregir algunos tiempos de duración para que se comprenda mejor.
o Me parece bien cada tiempo que se le da a las imágenes.

No
¿Cuál considera que debería de ser el tiempo de duración?: _____

7. ¿Considera que falta alguna pieza gráfica?

Sí
¿Cuál?: _____

No

8. ¿En general cómo calificaría el proyecto?

Excelente Muy buena
 Buena Mala

Muy mala
OBSERVACIONES GENERALES DEL PROYECTO: _____



Edad: ____
 Género: Femenino
 Masculino

Semestre: _____

1. ¿Cómo calificaría el logotipo?

Excelente Muy bueno Buena Malo

Selecciona una que más se asemeje a tú opinión:

- Me gusta la fluidez que se observa y su fácil lectura.
- Se logra ver el concepto del logotipo fácilmente.
- No logro comprender el mensaje.
- No me gusta, sin embargo me parece bien aplicado al tema.

OTRA: _____

2. ¿Como calificaría la accesibilidad y manejo del proyecto?

Excelente Muy buen Buena Malo

Selecciona una que más se asemeje a tú opinión:

- Los iconos son visibles, lo que permite un fácil acceso.
- La animación de los iconos es atractiva.
- No, intuyo cuales son los botones de la presentación.
- Me parece bien, pero no hay contraste de color.

OTRA: _____

4. ¿Cómo calificaría la armonía de colores?

Excelente Muy bueno Buena Malo

Selecciona una que más se asemeje a tú opinión:

- Excelente, los colores son tienen una gama de agradable.
- Me parece bien, pero considero que se debe mejorar.
- Algunos colores me gustan, pero falta verificar contrastaste.

OTRA: _____

5. ¿Cómo calificaría la tipografía?

Excelente Muy bueno Buena Malo

Selecciona una que más se asemeje a tú opinión:

- Excelente, es legible.
- Me parece bien, pero no la considero apta para el tema.
- Me parece bien, pero los colores no permite que resalte.
- Prefiero otro tipo de letra como: _____

OTRA: _____

7. ¿Considera que la información es excesiva?

Sí, selecciona una que más se asemeje a tú opinión.

- Sí, pero considerando el tema está bien.
- Sí, pero la presentación no está cargada.
- Sí, pero la presentación la hace atractiva y de fácil lectura.

OTRA: _____

No, selecciona una que más se asemeje a tu opinión.

- No, me parece bien esta bien distribuida.
- No, la considero poca comparada con el tema.

OTRA: _____

8. ¿Cómo calificaría la animación?

Excelente Muy bueno Buena Malo

Selecciona una que más se asemeje a tú opinión:

- Se comprende fácilmente cada concepto.
- Me parece una animación bien ejecutada.
- No me agrada la paleta de colores.
- No me gusta, pero la considero apta y atractiva para el tema.

OTRA: _____

ANEXOS 6: *Cotizaciones para realizar lineamientos.*

Las cotizaciones fueron realizadas en la siguientes páginas:

<http://www.vistaestudio.com/presentaciones-interactivas-flash.php>

<http://www.video.com.mx/precios/multimedia.htm>

Más de 1,000 euros, 11,000.00

PRODUCCIÓN

Lanzamiento de un producto corpóreo o educacional
Entregamos su mensaje a su audiencia
Integración de texto, narraciones, audio e imágenes
Grabación de voz profesional
Entrega por la web
Coste effective!

30 SEGUNDOS

\$ 8,500.00

Video Digital para CD Multimedia Empresarial Básico
Ideal para empresas y organizaciones

Presentación interactiva contenido en tu CD Multimedia.
Con Home Page y 3 páginas subyacentes.
Edición en Frames, Flahs CS5
Interactividad de formas electrónicas para recopilación de datos
Textos e ilustraciones.
Precio \$1,500 dólares



TARIFARIO DE PRECIOS BASE SUGERIDOS

Octubre 2012

Colegio de Diseñadores Gráficos de la Provincia de Misiones

Creado por Ley Provincial N° 4.288 - Provincia de Misiones - República Argentina – 2012, Recuperado en:
<http://www.cdgm.org.ar/tarifario/index.html>

**Ningún precio presupuestado al cliente
debe ser inferior al mencionado en este tarifario.**

*El material fotográfico y de redacción no está contemplado dentro de estos precios.
Se recomienda cobrar por adelantado un 40% del monto total.*

	Cliente A	Cliente B	Cliente C
IDENTIDAD CORPORATIVA			
Diseño de Marca <i>(Sin aplicaciones) Manual normativo básico</i>	No corresponde	No corresponde	1200
Diseño de Marca <i>Manual normativo y aplicaciones básicas (hasta 5 piezas)</i>	No corresponde	3600	2300
Diseño de Marca Manual normativo y aplicaciones extendidas. <i>Ej: Gráfica vehicular, arquigrafía, promocionales, uniformes, etc.</i>	8000	5500	No corresponde
Diseño de Marca Para un producto. Manual normativo con aplicaciones.	8000	5500	No corresponde
PACKAGING			
Diseño de Envase - Baja complejidad <i>Ej: Etiqueta para frasco (Traje bajo)</i>	Sin Datos	2000	700
Diseño de Envase - Mediana complejidad <i>Ej: Desarrollo de gráfica para cajas, bricks, etc. (Traje intermedio)</i>	Sin Datos	3300	No corresponde
DISEÑO WEB / MULTIMEDIA			
Desarrollo de Web Site Institucional <i>Home y hasta 5 secciones. No incluye tareas de programación</i>	6000	3800	2300
Desarrollo de presentación digital <i>Intro, reel, etc.</i>	3500	1800	1200
Desarrollo de presentación digital <i>Portfolios, brochure, etc.</i>	5200	3200	2000
Diseño de banners animados Simple	700	500	300
Diseño de Mailing / Newsletter <i>Eventos, campañas, congresos, etc.</i>	920	560	400

DESARROLLO SENALETICO			
De Baja complejidad <i>Áreas reducidas: Ej.: Bares, restos, estudios, pymes, etc.</i>	Sin Datos	2500	1200
De Mediana complejidad <i>Áreas intermedias: Ej.: Clínicas, sanatorios, clubes, fábricas, eventos temporales, etc.</i>	Sin Datos	3700	No corresponde
De Alta complejidad <i>Áreas extensas: Ej.: Terminales de Ómnibus, Organismos Gubernamentales, Parques, Señalética Urbana, etc</i>	8000	No corresponde	No corresponde
DISEÑO EDITORIAL			
Diseño de Tarjetas de salutación de fin de año o similares	900	650	420
Diseño de Volante color-A5 frente y dorso	900	650	420
Diseño de un Folleto díptico o tríptico -A4	1200	850	600
Diseño de Afiche Interior-A3	1300	600	420
Diseño de Gigantografía (Vía pública o ruta)	3300	1500	No corresponde
Aviso chico para diarios o revista - ¼ de pág. (sin redacción)	800	500	400
Aviso Mediano para diarios o revista - ½ pág. (sin redacción)	1600	1000	No corresponde
Aviso Grande para diarios o revista - Pág. completa (sin redacción)	2200	1600	No corresponde
Diseño de Tapas para Libro o Portada de Revista	Sin Datos	1600	800
Diseño de Portada para CD (con booklet interior hasta 2 pliegos)	Sin Datos	1700	800
Diseño de Brochure Institucional (aprox. 10 pag.) <i>No incluye fotos, tipeo, redacción, etc.</i>	3500	2600	No corresponde
Armado de Página Simple (sólo texto) para un libro.		15	
Armado de Página Compuesta (gráficos y fotos) para un libro.		24	
Diseño de Página de Revista		50	

SUPERVISIÓN y PREIMPRESIÓN	
Supervisión de tomas fotográficas por hora.	100
Supervisión de trabajos en general por hora.	100
Trabajos de Pre-impresión (Redibujado de marca u otros diseños) por hora.	100
Asesoramiento en comunicación visual para S.R.L. / S.A. por hora.	420

Costo de la hora de diseño = \$100

CLIENTE "A":

Ejemplos: Estado Provincial, Cadena de Supermercados, Empresas de Transportes, Madereras, Verbateras.

CLIENTE "B":

Ejemplos: Concesionarias Oficiales de Autos, Distribuidoras de Productos, Institutos Educativos, Inmobiliarias, Cooperativas Eléctricas, Comerciantes.

CLIENTE "C":

Ejemplos: Profesionales liberales, Micro-Emprendedores, Particulares.

