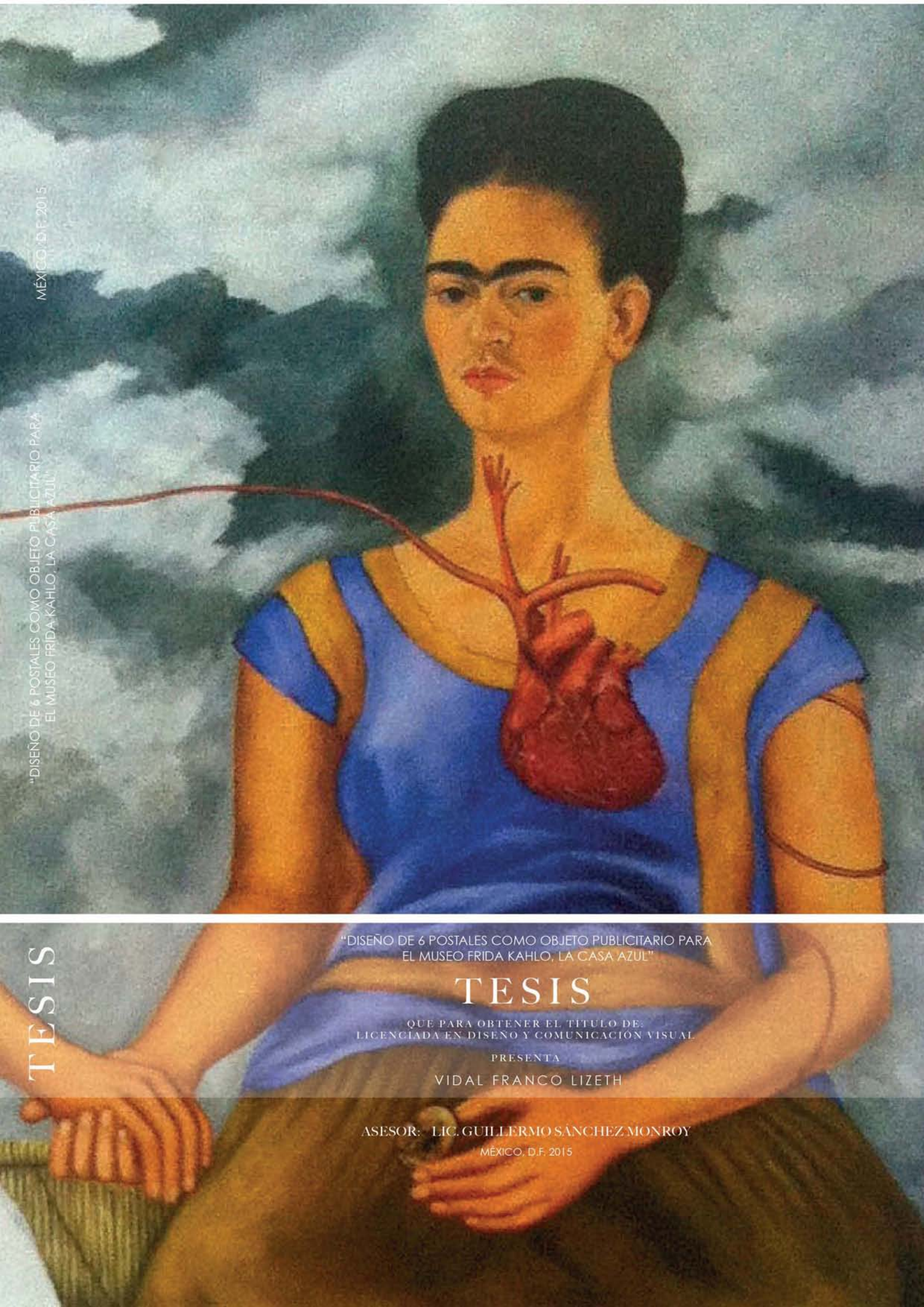


MÉXICO, D.F. 2015

"DISEÑO DE 6 POSTALES COMO OBJETO PUBLICITARIO PARA  
EL MUSEO FRIDA KAHLO, LA CASA AZUL"



TESIS

"DISEÑO DE 6 POSTALES COMO OBJETO PUBLICITARIO PARA  
EL MUSEO FRIDA KAHLO, LA CASA AZUL"

## TESIS

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

PRESENTA

VIDAL FRANCO LIZETH

ASESOR: LIC. GUILLERMO SÁNCHEZ MONROY

MÉXICO, D.F. 2015



Universidad Nacional  
Autónoma de México

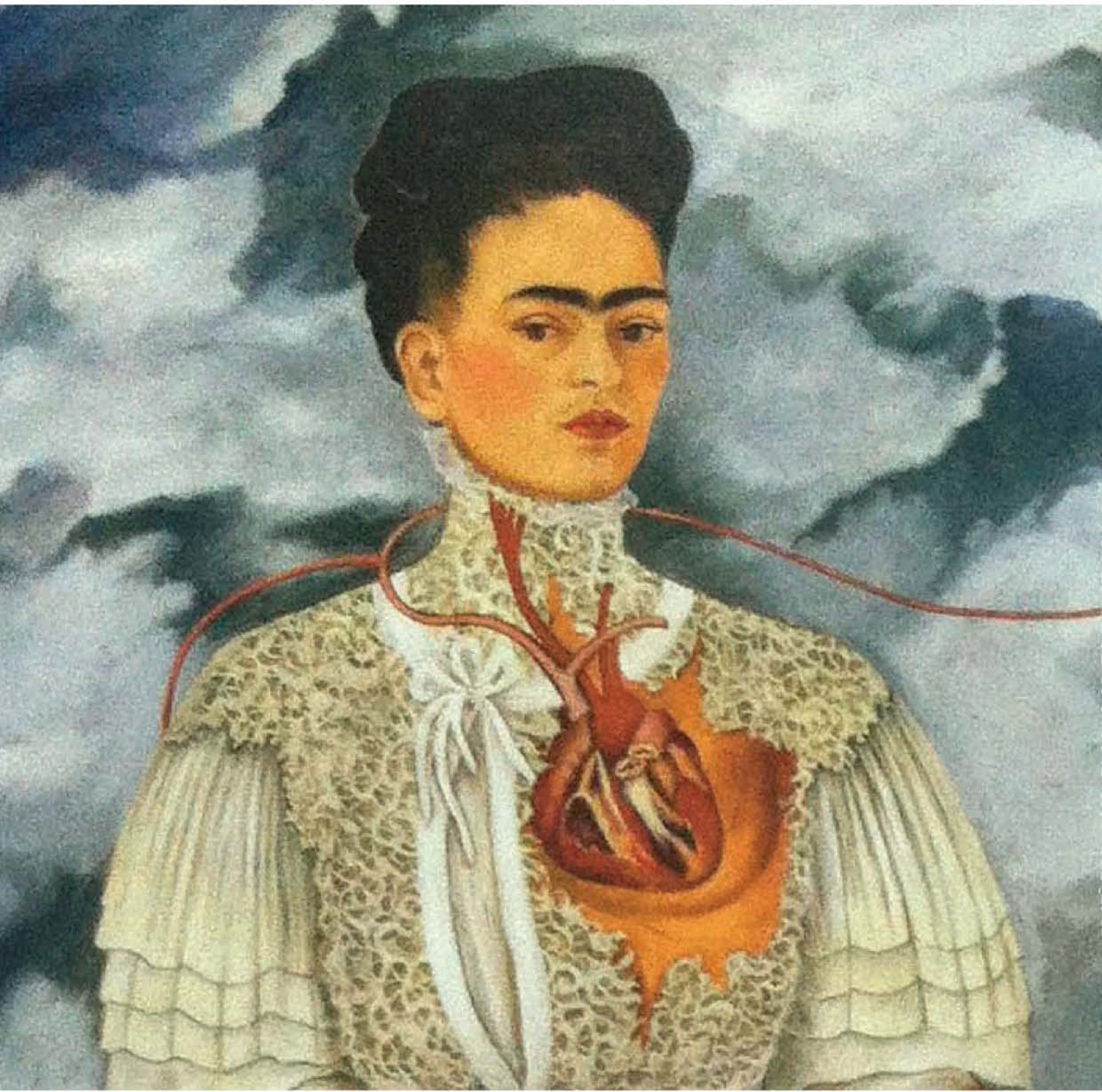


**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

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

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

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



UNIVERSIDAD INSURGENTES  
PLANTEL XOLA

LICENCIATURA EN DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL  
CON INCORPORACIÓN A LA UNAM CLAVE 3315-31





**UNIVERSIDAD  
INSURGENTES**

**PLANTEL XOLA**

**LICENCIATURA EN DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL CON  
INCORPORACIÓN A LA UNAM CLAVE 3315-31**

**“DISEÑO DE 6 POSTALES COMO OBJETO PUBLICITARIO PARA EL  
MUSEO FRIDA KAHLO, LA CASA AZUL”**

**T E S I S**

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

**L I C E N C I A D A E N D I S E Ñ O Y C O M U N I C A C I Ó N V I S U A L**

P R E S E N T A

VIDAL FRANCO LIZETH

ASESOR: LIC. GUILLERMO SÁNCHEZ MONROY

MÉXICO, D.F. 2015



## **INTRODUCCIÓN**

### **CAPÍTULO I**

#### **1.-MÉTODO DE PROYECTACIÓN POR GUI BONSIPE**

- 1.1 Operación: localización de una necesidad.
- 1.2 Operación: valoración de la necesidad.
- 1.3 Operación: análisis del problema proyectual respecto a su justificación.
- 1.4 Operación: definición del problema proyectual en términos generales.
- 1.5 Operación: precisión del problema proyectual.
- 1.6 Operación: subdivisión del problema en subproblemas.
- 1.7 Operación: y jerarquización de subproblemas.

### **CAPÍTULO II**

#### **2.- DISEÑO EDITORIAL**

- 2.1 Definición de diseño editorial
- 2.2 Definición de diseño y comunicación visual
- 2.3 Definición de diseño
- 2.4 Breve historia de la tarjeta postal
- 2.5 Tarjeta postal
- 2.6 Utilidad de la tarjeta postal.
- 2.7 Retícula
- 2.8 Tipografía
- 2.9 Sustratos
- 2.10 Sistemas de impresión
- 2.11 Acabados
- 2.12 Costos

### **CAPÍTULO III**

#### **3.-MUSEO FRIDA KAHLO "LA CASA AZUL"**

- 3.1 Historia de "La casa Azul"
- 3.2 Biografía de Frida Kahlo
- 3.3 ¿Qué hace, horarios, distribución, gente que asiste?
- 3.4 Publicidad del Museo

### **CAPÍTULO IV**

#### **4.-PROPUESTA DE DISEÑO**

- 4.1 Proceso creativo de Joan costa
- 4.2 Método
- 4.3 Incubación de idea
- 4.4 Idea creativa
- 4.5 Formalización y desarrollo

#### **VERIFICACIÓN**

#### **Conclusión**

#### **Fuentes**

#### **Agradecimientos**

## **ÍNDICE**

En éste proyecto encontraremos una propuesta de diseño basada en dos metodologías. La primera, ayuda a la recopilación de la información. La segunda, está enfocada en el desarrollo creativo.

Estas dos Metodologías facilitan la investigación y el desarrollo creativo, permiten realizar un planteamiento del proyecto y guían la creación práctica paso a paso desde la obtención de la información, pasando por un proceso corto y preciso para la creación del diseño, como lo menciona Joan Costa en su libro "Identidad Corporativa".

En esta investigación, se plantea una propuesta de diseño para el Museo Frida Kahlo a través de una serie de seis tarjetas postales coleccionables, que consta de seis piezas en las cuales encontraremos una selección de pinturas importantes en la vida de la pintora mexicana Frida Kahlo. Estas imágenes ocuparan la parte frontal de cada una de las postales, en su contenido cada tarjeta cumplirá con las características oficiales que solicita el Servicio Postal Mexicano para que puedan ser utilizadas no solo como publicidad sino también que sean funcionales para su envío.

En la cuestión creativa encontraremos, basandonos en la metodología de Joan Costa, cinco pasos importantes para crear, en ocasiones, es difícil para algunas personas aterrizar las ideas ya que omiten alguno de los pasos propuestos en proceso del mencionado autor, por ello es importante diseñar bajo una metodología, de esta manera las ideas se tornan más consistentes.

Para diseñar estas tarjetas postales tomaremos en cuenta los principios del método del desarrollo creativo, los cuales serán explicados a lo largo del desarrollo de esta investigación.

Para desarrollar la propuesta del diseño, es importante hacer una recopilación de información, tener en cuenta cual es el problema a solucionar, a quien vamos a dirigir nuestra propuesta de diseño y considerar si esta pudiera ser funcional, esto significa que nuestro trabajo tenga una correcta comprensión para ello las ideas relevantes son la clave para la solución del problema.

Tanto la recopilación de información como el bocetaje son piezas importantes para crear una infinidad de ideas siempre que estas respeten los elementos de diseño como son: las retículas, la tipografía y las imágenes. Para crear un diseño, no solo se necesita una idea, es necesario visualizar cual será el resultado que queremos obtener al final. Por ello, el sustrato, los acabados, los contenidos y el medio de impresión son también elementos que en su conjunto ayudan a la obtención del resultado final.

## INTRODUCCIÓN

## MÉTODO DE PROYECTACION POR GUI BONSIPEE

### **1.1 OPERACIÓN: LOCALIZACIÓN DE UNA NECESIDAD**

La única forma de obtener información del museo Frida Kahlo es vía internet.

Al realizar una visita y cuestionar cuales son sus medios de publicidad se confirma que no cuentan con publicidad impresa en ningún punto estratégico, de aquí se desprende la necesidad de realizarla para ayudar a incrementar el número de visitas y con ello hacer crecer los ingresos económicos del museo con la finalidad de favorecer su funcionamiento y mantenimiento.

### **1.2 OPERACIÓN: VALORACIÓN DE LA NECESIDAD**

La publicidad en la web está diseñada para un público diferente al que podría llegar la publicidad impresa y conociendo las necesidades del museo, se pretende llegar a este público para aumentar la asistencia de visitantes y generar más ingresos para el museo.

De esta manera se dará a conocer el lugar, sus horarios, actividades, costo del acceso y la información será más directa para los posibles visitantes.

### **1.3 OPERACIÓN: ANÁLISIS DEL PROBLEMA PROYECTUAL RESPECTO A SU JUSTIFICACIÓN**

Los Museos, Frida Kahlo "La casa Azul" y Diego Rivera "Anahuacalli" constituyen un Fideicomiso público-privado, muchos de los visitantes del Museo Frida Kahlo desconocen que se mantiene económicamente con los pagos en taquilla y donativos que algunos admiradores de las obras realizan, es entonces una prioridad para el museo, aumentar las visitas ya que se vera reflejado económicamente en taquilla. Este ingreso favorecerá al funcionamiento, restauración y conservación del lugar.

### **1.4 OPERACIÓN: DEFINICIÓN DEL PROBLEMA PROYECTUAL EN TÉRMINOS GENERALES**

Uno de los problemas que afectan directamente al museo Frida Kahlo es la falta de recursos económicos ya que la cantidad de visitantes no es suficiente para generar los ingresos económicos que el museo requiere, por ello es necesario incrementar la cantidad de asistentes al museo, publicitando el lugar con medios impresos.

### **1.5 OPERACIÓN: PRECISIÓN DEL PROBLEMA PROYECTUAL**

El Museo Frida Kahlo no cuenta con publicidad impresa para favorecer y aumentar la asistencia de sus visitantes; para cubrir esta necesidad se propone el diseño de una serie de seis postales, tomando en cuenta que el Museo asigna un bajo presupuesto para su publicidad, se recomienda imprimir en el sistema offset, este puede trabajarse en grandes tirajes

## CAPÍTULO I



a bajo costo sin dejar de lado la alta calidad.

#### **1.6 OPERACIÓN: SUBDIVISIÓN DEL PROBLEMA EN SUBPROBLEMAS**

Para publicitar al museo se propone una serie de seis postales, las cuales podrán ser coleccionadas ya que en ellas se plasmara una secuencia bibliográfica de la pintora Mexicana Frida Kahlo. En su contenido, la postal cumplirá con su función publicitaria brindando la información necesaria relacionada con el museo.

Las postales tendrán las características necesarias para que las personas que tomen alguna de estas y puedan enviarlas por servicio de correo postal a algún amigo o familiar.

La propuesta de este proyecto nos ofrece tres posibilidades en conjunto:

- 1.- Una serie de postales coleccionables.
- 2.- Publicidad impresa.
- 3.- Información sobre el lugar.

#### **1.7 OPERACIÓN: Y JERARQUIZACIÓN DE SUBPROBLEMAS**

Considerando que el Museo cuenta con bajo presupuesto para realizar la publicidad, se propone el diseño de una serie de seis postales con fin publicitario, cada una de ellas se diferenciará por las imágenes que marcan los momentos importantes en la vida de la Pintora Mexicana.

El sistema de impresión se recomendará considerando la calidad de la impresión y el tiraje que requiera el museo así como los costos.

## **DISEÑO EDITORIAL**

### **2.1 DEFINICIÓN DE DISEÑO EDITORIAL**

El diseño editorial es la rama del diseño gráfico que se especializa en la maquetación y composición de distintas publicaciones tales como libros, revistas o periódicos. Incluye la realización de la gráfica interior y exterior de los textos, siempre teniendo en cuenta un eje estético ligado al concepto que define a cada publicación y teniendo en cuenta las condiciones de impresión y de recepción, una unidad armónica entre el texto, la imagen y diagramación, que permita expresar el mensaje del contenido, que tenga valor estético y que impulse comercialmente a la publicación.

#### Maquetación

El diseñador moderno (maquetador) debe tener entrenamiento y formación en los principios de diseño y no dejar el trabajo de diagramación al mero simple gusto. El ejercicio de comprender los diferentes aspectos comunicacionales que implica el ordenar en la página los elementos informativos, requiere de conocimientos y experticia profesional para poder transmitir de manera más eficiente el mensaje.

La composición debe considerar principalmente, el ordenamiento armónico de los elementos de la página para que no haya discordancia visual, es decir, que se vea agradable a la vista y sea fácil de recorrer y seguir la lectura. Lo más importante en una página es la información que se quiere transmitir y el diseñador se encarga de tomar las decisiones correctas para hacer su propuesta funcional, atractiva y dinámica.

Es importante considerar que el estilo editorial de una publicación no es necesariamente estático, depende de muchos factores: mercado, tendencias, tipo de público, entre otras cosas. Las audiencias a las que va dirigida una publicación determinan en gran medida las características gráficas que ésta debe tener.

### **2.2 DEFINICIÓN DE DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL**

## **CAPÍTULO II**

Es importante mencionar, los cinco sentidos ya que el hombre obtiene información de esta manera, cada uno de los cinco sentidos tiene una función. El gusto, el olfato, el tacto y el oído en conjunto consiguen un 20% de información mientras que a través de la vista se capta el 80% restante, de allí la importancia que adquiere cualquier sistema de comunicación visual.

Para estudiar la comunicación que se establece visualmente, es dividida en dos grupos principales: comunicación intencional (creada por el hombre ) y comunicación casual (creada por la naturaleza ).

Estos dos grupos forman parte del estudio de la semiótica de los gráficos.

La conducta de la semiótica establece 3 campos diferentes:

1.- Información directa. Se produce cuando hay un intercambio de información del mismo tipo, es decir se establece una intercomunicación (cuando establecemos una información telefónica).

2.- Información unilateral. Se establece cuando se envía información en un solo sentido, sin que haya respuesta alguna. Este es el caso de la información que recibimos a través de un cartel, o cuando vemos la TV. Este es el campo que nos interesa como diseñadores por sus características en la emisión de mensajes siempre en una dirección.

3.- Información inocua. Este tipo de información se efectúa al emitir mensajes de tipo subjetivo cuyo significado puede ser variable, el cual depende tanto del emisor como de la interpretación que le de un observador, por ejemplo una obra de arte.

Es entonces la información unilateral quien como un sistema de comunicación es analizado bajo dos puntos de vista diferentes:

a) Sistemas de información tipográfica. Se entiende a los sistemas escritos que por medio del uso de signos convencionales nos brindan una información precisa, donde su efectividad queda limitada por el uso del idioma.

b) Sistemas de información pictográfica. Son las imágenes los elementos transmisores de mensajes que de una manera general establece un sistema de información más directo rebasando la barrera de los idiomas.

### 2.3 DEFINICIÓN DE DISEÑO

Wucius Wong. (2002). El Diseño es un proceso de creación visual con un propósito, cubre exigencias prácticas. Un buen diseño es la mejor expresión visual de la esencia de <algo>, ya sea esto un mensaje o un producto. Un buen diseño debe ser conformado, fabricado, distribuido, usado y relacionado con su ambiente. Su creación no debe ser solo estético sino también funcional mientras refleja o guía el gusto de su época...(p.41)

### 2.4 HISTORIA DE LA TARJETA POSTAL

En 1865, el Consejero de Estado de Prusia, Heinrich Van Stephan propuso, durante el Quinto Congreso Postal de su país, la circulación de cartas oficiales sin sobre. No tuvo mayor repercusión y la idea se olvidó durante cuatro años.

En 1869, el doctor Emmanuel Hermman, en Austria, hace circular como correspondencia privada varios trozos de papel



(FIG. 1) TARJETA POSTAL GUBERNAMENTAL, ENTERO POSTAL 1879

al descubierto, sin sobre, pero franqueados y publica en el diario austriaco Neve Freir Presse el artículo titulado "Nuevo medio de correspondencia postal", logró interesar al Director de Correos y Telégrafos de Viena.

Unos días después la Administración editó la primera tarjeta postal oficial bajo la forma de entero postal. Su forma era rectangular con unas dimensiones de 12,2 X 8,5 centímetros. Se presentaba en impresión negra sobre un cartón de color crema. En su anverso, un marco de doble orla que contiene en el centro de la parte superior un arco con la inscripción "Correspondenz-Karte"; bajo esta los escudos de armas imperiales austro-húngaros.



TARJETA POSTAL  
GUBERNAMENTAL 1888

En 1879, la adhesión de México a la (UPU) Unión Postal Universal.

Para llegar al concepto de entero postal (tarjeta postal con su franqueo pre impreso) y su subsecuente desarrollo, además de la simple imitación de las tendencias extranjeras, era necesario el monopolio en la emisión de timbres postales y de sobres franqueados, mismo que el gobierno mexicano ejerce hasta la fecha.

Como tal en su inicio se pensó únicamente en su practicidad, una tarjeta de cartón lo suficientemente resistente y ligera para soportar el manejo en paquetería, lo más económicamente posible, y con las indicaciones estipuladas por la Unión Postal Universal.

Se reservaba una de las caras para uso exclusivo de la dirección y franqueo; colocar los sellos postales y los mata sellos. En esa misma cara se colocaba los siguientes datos:

Unión Postal Universal, República Mexicana, Tarjeta Postal y En éste lado solo debe escribirse la dirección.

En 1886, junto a la salida de nuevas series de timbres postales, se emiten diseños para los enteros postales, reproduciéndose las anteriores variantes en cuanto al servicio; en la década de 1890 con la acumulación de nuevas presentaciones, hay variedad en diseños y servicios prestados por medio de los enteros postales. Uno podía elegir un servicio y una presentación.

Se iba haciendo patente que las tarjetas postales no solo era un servicio público, también un buen negocio y parte de ello radicaba en el atractivo visual. Por un lado, los particulares evitando la exclusión para participar en el negocio, empezaron a producir atractivos sobres impresos, y a importar tarjetas postales ilustradas producidas en otros países; como el gobierno mexicano en función de los convenios de París se veía obligado a expedir en su correo tarjetas postales fabricadas en otras partes, a fin de cuentas se inclino por producir sus propias tarjetas postales ilustradas. Para ello, en 1897 el Gobierno Mexicano firmó un convenio con el editor Ruhland & Ahlschier en México; en una de sus caras se imprimió mecánicamente una vista a partir de una fotografía y en la otra el



TARJETA POSTAL PRIVADA RUHLAND &  
AHLSCHIER 1903.

diseño del entero postal gubernamental.

Poco después no solo Ruhland & Ahlschier, sino otros empresarios que se iban sumando tuvieron la libertad de diseñar su tarjetas en sus dos caras, pero respetando los lineamientos de la Unión Postal Universal. Cualquiera ya podía competir...

La diferencia entre la postal privada y el entero postal, era que la segunda podía llevar el porte de franqueo preimpreso y la tarjeta postal privada siempre requería de estampillas.

En solo tres años son notorias la variedad de manifestaciones, técnicas y artísticas para surtir a un mercado cada vez mayor y llano de novedades. Surgieron los coleccionistas, había material para niños, jóvenes y adultos... con grabados históricos, con publicidad, en mono tintas y a colores. Dando cabida laboral a una multitud de personajes, editores, ilustradores, grabadores, fotógrafos, comisionistas, etc.

A su vez surgieron las tiendas especializadas en tarjetas postales o con secciones para ellas, donde se podía buscar las novedades y estar en espera de su aparición como si se tratara de completar un álbum de estampitas. Permitiendo agrupar las tarjetas de mil formas, los mismos productores empezaban a numerarlas y muchas veces dándoles continuidad en los temas, inclusive recreando pasajes como si se tratara de una foto revista, o bien imitando un rompecabezas.

Al dar inicio la Revolución Mexicana en 1911, fotógrafos y productores de tarjetas postales estaban listos para explotar las circunstancias económicas que el conflicto armado les ofrecía. Fotógrafos productores como Osuna y Brehme actuarían como verdaderos foto reporteros, como Tinoco producirían postales.

En la actualidad el desarrollo de los medios de comunicación y de la información (transporte, fotografía amateur, prensa escrita, radio, televisión, teléfono, etc.), hacen que disminuya el encanto de la tarjetas postales y explica en gran parte su declive, y tan sólo aquellas que poseen un sentido artístico, documental e histórico son demandadas.

A partir de 1975 aparece una nueva generación de coleccionistas gracias a la publicación de libros y catálogos que tratan el tema, a la organización de exposiciones, y al resurgimiento de asociaciones y club cartófilos.

Poco a poco los historiadores, artistas, publicitarios e incluso partidos políticos y sindicatos redescubrieron el valor de las tarjetas postales.

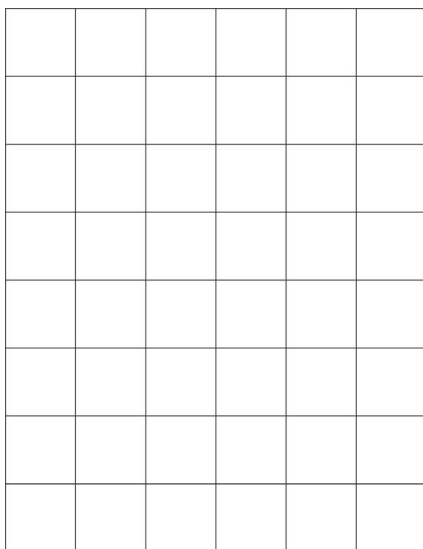
## **2.5 TARJETA POSTAL**

En 1878 la Unión Postal Universal estandarizó el tamaño de las tarjetas a 14 X 9 centímetros. Durante 1900-1914, la normativa de Correos obligaba a los usuarios a escribir sus mensajes en el frente de la postal, muchas veces sobre la ilustración, reservando el anverso para el nombre, dirección del destinatario y los timbres.

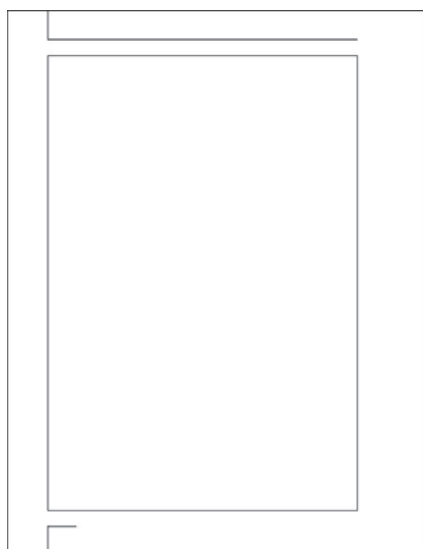
En Gran Bretaña, para dedicar más espacio al mensaje se propone dividir mediante una línea el anverso de la postal en dos partes, reservándose el lado izquierdo para la escritura y el derecho para la dirección. De esta manera, la ilustración de la postal no se dañaba, apreciándose mejor al ocupar todo el espacio. Esta medida es recogida en 1905 por la Unión Postal Universal y generalizada a todos los países, entre ellos España mediante Real Decreto de 7 de diciembre de 1905.

Las ediciones de postales son más variadas. Aparte de las vistas de monumentos y paisajes, se abre un amplio abanico temático: vida cotidiana, trajes regionales, desnudos, fauna, flora, armas, mecánica, felicitaciones, deportes, aviación, realeza, tauromaquia.

Cada día hay más coleccionistas, y por motivos más comerciales, el auge del turismo, la publicidad y el apoyo de la industria impresora. Respecto a los métodos de impresión, a partir del año 1905 se popularizó la impresión de las tarjetas postales fotográficas (bromuro)



RETÍCULA BÁSICA



RETÍCULA DE BLOQUE  
O MANUSCRITO.

## 2.6 UTILIDAD DE LA TARJETA POSTAL

El uso de las tarjetas se extiende rápidamente por todos los países Europeos y por Estados Unidos, llevando a los particulares a editar sus propias tarjetas (privadas) que, a diferencia de las oficiales, requieren de la adhesión de un sello para ser enviadas. Durante la década de los 70 los impresores privados, sobre todo alemanes, franceses y estadounidenses, logran que sus gobiernos liberalicen esta actividad, ya que hasta ahora era monopolio estatal, naciendo una pujante industria. La tarjeta postal privada triunfa ampliamente sobre la oficial, como fueron las postales "Gruss aus ..." en los países germánicos .

La creatividad personal y el desarrollo tecnológico de los sistemas de impresión permitió la edición de tarjetas postales ilustradas con vistas de ciudades, paisajes y otros motivos. A partir de aquí la tarjeta pasa a ser, además de un sistema de comunicación escrita popular, un instrumento artístico y documental, que es utilizado para intereses militares, turísticos, publicitarios, políticos, críticos. La mayoría de estas Tarjetas Postales fueron impresas en fototipia, utilizándose también la litografía y el fotograbado.

Las tarjetas postales eran de papel encartonado de forma rectangular y de dimensiones variadas. El anverso estaba reservado para los sellos, nombre y dirección del destinatario, y el reverso para la comunicación, firma del remitente y, reducida a la mínima expresión, la ilustración. Por ello, si el mensaje a escribir por los usuarios era más largo se hacía sobre ella. Las tarjetas postales se beneficiaron de una tarifa reducida.

Durante la Primera Guerra Mundial, la Civil Española y la Segunda Guerra Mundial, (1914-1945) La tarjeta postal conoce la censura y es utilizada como instrumento propagandístico bélico, político, social e ideológico. Es utilizado como un me-

dio más de comunicación, en especial de trincheras hacia el exterior y viceversa ( tarjeta postal de campaña). Aunque en este periodo hay problemas de comunicación internacional y se reducen la calidad de las cartulinas y la capacidad de impresión, no por ello las tarjetas pierden su valor artístico e histórico. En el caso de la guerra civil española, en ambos bandos aparece el cartel como elemento difusor.

Muchas de las tarjetas postales reproducen esos carteles. Las consignas son variadas: ánimo a las tropas en la lucha, caricaturizar al enemigo, llamada a las armas, a la revolución, la salvación de la patria, justificación de la guerra, llamadas a la unidad, la consecución de la victoria, libertad y ayuda en retaguardia. Destacan las tarjetas postales emitidas por partidos políticos, sindicatos y otros agentes sociales de Cataluña.

### 2.7 RETÍCULA

Timothy Samara (2004). Una retícula aporta a la maquetación un orden sistematizado, distinguiendo los diversos tipos de información y facilitando la navegación del usuario a través del contenido .

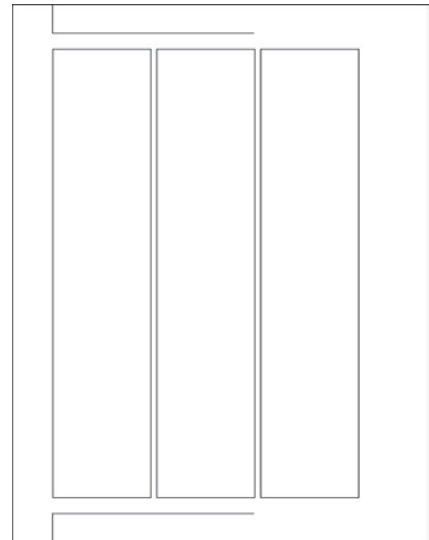
Una retícula es simplemente una forma de presentar juntas todas las piezas. Las retículas pueden ser flexibles y orgánicas, o bien rigurosas y mecánicas (Pág. 22).

Wucius Wong (2002). La retícula básica es utilizada con frecuencia en las estructuras de repetición, se compone de líneas verticales y horizontales, parejamente espaciadas, que se cruzan entre sí, lo que resulta en una cantidad de subdivisiones cuadradas de igual medida... (Pág. 61)

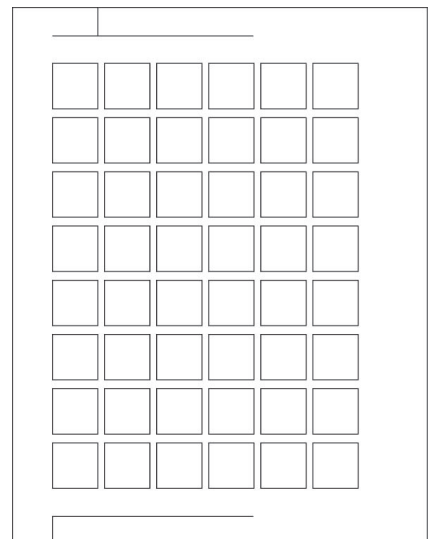
Timothy Samara (2004). Retícula de Bloque o Manuscrito. Es una de las más sencillas , su estructura de base es un área grande y rectangular que ocupa la mayor parte de la página. Su tarea es acoger textos largos y continuos como en un libro. Tiene una estructura principal –el bloque de texto y los márgenes que definen su posición en la página- y una estructura secundaria, que define otros detalles esenciales: las posiciones y relaciones de tamaño del folio explicativo, los títulos de capítulo y la numeración de las páginas, junto con un área para las notas de pie de páginas, si es necesario. (Pág. 26)

Timothy Samara (2004). Retícula de Columnas. Dispone de columnas verticales, dado que las columnas pueden depender unas de las otras en el caso de textos corridos, pueden ser independientes si se trata de bloques pequeños de texto. La retícula de columnas puede ser muy flexible, la anchura de las columnas depende de letra del texto corrido, en columnas estrechas probablemente habrá demasiadas particiones de palabras, como en columnas demasiado anchas para el cuerpo de la letra, al lector le resultara más difícil encontrar el principio.(Pág. 27)

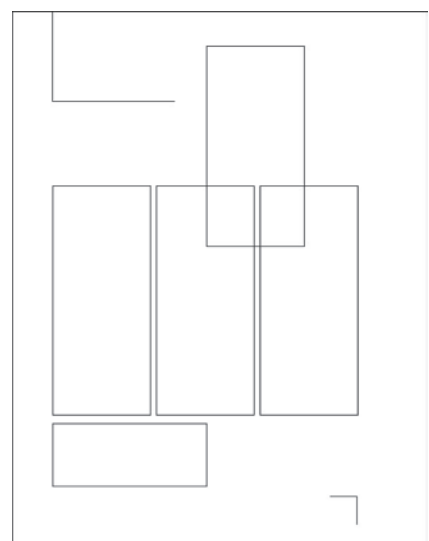
Timothy Samara (2004). Retícula Modular. Requiere de un grado de control, se utiliza para proyectos de gran complejidad,



RETÍCULA DE COLUMNAS.



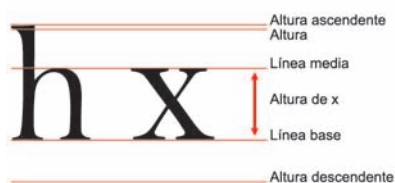
RETÍCULA MODULAR



RETÍCULA JERÁRQUICA.

# Tipo Tradicional De Transición Tipo Moderna Tipo Egipcio Sin remates *De trazo*

CLASIFICACIÓN DE LOS TIPOS



es una retícula de columnas con un gran número de líneas de flujo horizontales, que dividen las columnas en filas creando una matriz de celdas que se denominan módulos, cada módulo es una pequeña porción de espacio informativo, agrupados estos módulos se les llama módulos espaciales.

Una retícula modular resulta adecuada también para el diseño e información tabulada como cuadros formularios, programaciones o sistemas de navegación. Esta retícula a desarrollado una imagen estética conceptual. (Pág. 28)

Timothy Samara (2004). Retícula Jerárquica. Esta retícula se adapta a las necesidades de la información. Está basada en la disposición intuitiva de alineaciones vinculadas a las proporciones de los elementos y no en intervalos regulares y repetidos. La anchura de las columnas, al igual que los intervalos entre éstas tienden a presentar variaciones. (Pág. 29)

## 2.8 TIPOGRAFÍA

Rob Carter. Tipografía en auto edición, las palabras tipo y fuente se utilizan, a menudo, como sinónimos. Sin embargo un tipo corresponde al diseño de los caracteres unificado con arreglo a unas propiedades visuales, mientras que una fuente es un conjunto completo de caracteres de cualquier diseño, cuerpo o estilo. Estos caracteres incluyen caja alta y caja baja, numerales versalitas, fracciones, ligaduras, (dos o más caracteres unidos entre si, formando una sola unidad) puntuación, signos matemáticos, acentos, símbolos monetarios y grafismos (ornamentos variados o florones diseñados para ser utilizados en las fuentes). (Pág. 11)

Las familias tipográficas son un grupo de tipos que comparten características visuales similares. Los miembros de una familia se parecen entre si, pero también poseen rasgos visuales propios.

Rob Carter. La Clasificación de los tipos, no existe un sistema de clasificación perfecto, aunque normalmente se recurre a un sistema general basado en el desarrollo histórico de los tipos. En este sistema se distinguen los siguientes grupos: tradicional, de transición, moderno, egipcio, sin remates y de trazo.

TIPO TRADICIONAL. Contraste del asta moderado, modulación moderada. Remates oblicuos y enlazados, grosor general medio.

TIPO TRANSICIÓN. Contraste entre moderado y máximo. Modulación casi vertical, remates agudos y enlazados, remates ligeramente inclinados.

TIPO MODERNO. Contraste del hasta máximo, modulación vertical, remates finos, remates a veces sin enlaces.

TIPO EGIPCIO. Poco contraste del asta, con escasa o ninguna



modulación. Remates cuadrados y gruesos, altura de la "x" grande.

TIPO SIN REMATES. Poco contraste del asta, modulación casi vertical, astas cuadradas y redondeadas, la "g" en caja baja tiene un ojal inferior abierto.

TIPO DE TRAZO. No tiene características concretas. (Pag. 10 y 11).

Estas son las partes que tradicionalmente se han utilizado para construir las formas de las letras.

John Kane (2005). Estos términos describen en su mayoría las partes específicas de las letras.

LÍNEAS DE BASE. La línea imaginaria que define la base visual de las letras.

LÍNEA MEDIA. La línea imaginaria que divide la altura de "X" de las letras.

ALTURA DE X. La altura de "x" en una fuente determinada .

TRAZO. Línea que define la forma básica de las letras.

ÁPICE/VÉRTICE. El punto creado por la unión de dos astas diagonales (Ápice en la parte superior, vértice en la parte inferior)

BRAZO. Los trazos cortos que salen del asta de la letra tanto si son horizontales ("E", "F", "T" ) como si se inclinan hacia arriba ("K", "Y").

ASCENDENTE. La porción del asta de una letra minúscula que se proyecta por encima de la línea media.

UÑA. El medio remate que caracteriza a algunos trazos, curvos.

PICO. El medio remate de algunos brazos horizontales.

BUCLE O PANZA. La forma redondeada que describe una contraforma. El bucle o panza puede ser abierto o cerrado.

APÓFIGE. La transición entre el remate y el asta.

CONTRAPUNZÓN/CONTRAGRAFISMO. El espacio que hay en el interior de una letra, que tiene un contorno cerrado por completo o bien parcialmente cerrado.

PERFIL, FILETE O BARRA TRANSVERSAL. El trazo horizontal de una letra que une dos astas.

CRUZ O TRAVESAÑO, El trazo horizontal de una letra que atraviesa su asta.

HORCADURA. El espacio interior que se crea donde se unen dos trazos.





DESCENDENTE. La porción del asta de una letra en caja baja que se proyecta por debajo de la línea base.

OREJA. El trazo que se extiende más allá del asta principal de la letra.

LÁGRIMA. La terminación redondeada de un trazo que no es remate.

COLA. Corto que parte del asta de la letra, tanto en la parte inferior del trazo ("L") como inclinándose hacia abajo ("K", "R").

Ligadura. El carácter formado por la combinación de dos o más letras.

CUELLO. El trazo que conecta el bucle y el ojal inferior de la caja baja de una "G".

OJAL INFERIOR, En algunas tipografías, el bucle creado en el descendente de la caja baja de una "G".

REMATE. El pie en ángulos rectos u oblicuos que se hallan al final del trazo.

HOMBRO. El trazo cubo que no forma parte de un bucle.

DOBLE ARCO. El asta curva de la "S"

ESPOLÓN. La extensión que articula la unión de un trazo curvo y un trazo rectilíneo.

ASTA. Trazo vertical u oblicuo más característico de la letra. Modulación, la orientación de la letra según la indica el trazo fino en las formas redondas.

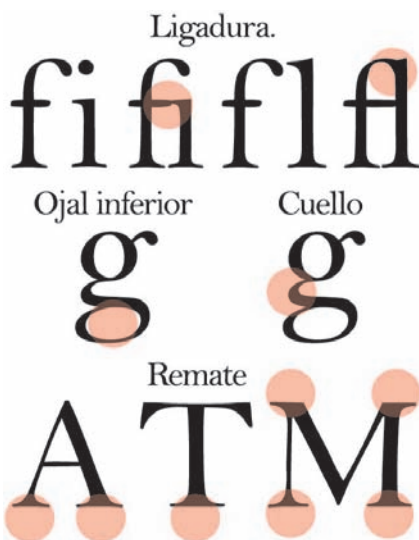
FLORITURA. El arebesco que amplía el trazo de una letra. GANCHO O COLA. El trazo curvo o diagonal que presentan en su extremo determinadas letras.

TERMINAL. La terminación de un trazo que no tiene remate este termino es, en cierto modo, una palabra comodín. Las terminales pueden ser planos, aplanados, agudos o bien graves, cóncavos, convexos o redondos como un lagrimal. (Pág. 2, 3 y 4)

## 2.9 SUSTRATOS

Lo sustrato son los tipos de materiales y soportes donde se realiza el trabajo. Existen diferentes tipos de sustratos, estos cuentan con superficies lisas o irregulares, las características de cada sustrato se clasifican para ser usados en el medio de impresión que favorezca al producto final, algunos ejemplos de sustratos son: cartón corrugado, metal, lienzos, cuero, plásticos, láminas de PVC, papel, cartulinas, celofanes entre otros.

El tipo de sustrato dependerá del medio de impresión, por ejemplo:



En el Huecograbado: Se emplean sustratos sumamente lisos, recubiertos o películas rígidas. Este sistema imprime en una gran variedad de sustratos entre los cuales están principalmente: papel estucado en bobina (revistas y catálogos), papel en hoja (sellos y papel moneda), cartulinas, plásticos y celofanes (empaquetados de todo tipo).

Flexografía: Esta técnica permite imprimir en varios soportes debido a que sus tintas secan de manera rápida y a lo adaptable de sus planchas, puede imprimir en sustratos tales como: papel, cartón, plástico y metales por mencionar algunos, destaca en la impresión de envases.

Offset: La característica principal en los soportes para esta técnica radica en el grado de maleabilidad con la que cuentan, ya que deben resistir durante el recorrido que se hace a través de los rodillos de la máquina de offset. Pueden ser utilizados distintos tipos de sustratos como cartón corrugado, metal, cuero, láminas de PVC y papel.

Se propone como principal sustrato el papel, para trabajar en el medio de impresión offset o bien impresión digital, esto según las características que requiere el producto final impreso en cuanto a costos, calidad de impresión, tiraje y tiempos de entrega.

Susan Constante (1994). Es importante conocer el papel por dos razones principales, primero, existe una amplia gama de pesos, tamaños y acabados, se debe tomar en cuenta cual de estas variables es estética y adecuada para el trabajo, tomando en cuenta las posibilidades de papel para el proceso de impresión que se usará, segundo el papel es un elemento importante en el coste final de impresión.

Cuando se especifica el tipo de papel, hay que considerar dos factores principales el tamaño especificado en milímetros y el gramaje (peso).

La elección del papel depende de los siguientes factores: presupuesto; aplicación (modo de uso); el público lector a quien irá dirigido el producto; el tipo de trabajo gráfico; el efecto estético requerido, y el método de impresión.

(Pág. 72)

## 2.10 SISTEMAS DE IMPRESIÓN

Es importante considerar el medio de impresión adecuado para el producto, tomando en cuenta que se cuenta con un bajo presupuesto para realizar el impreso y se requiere de una producción grande, por ello se tomaran en cuenta algunos aspectos como son: los tipos de sustrato, acabados, calidad de impresión, volumen de producción y tiempos de entrega.

Tomando en cuenta estos aspectos se propone dos medios de impresión para realizar los impresos: El sistema de impresión digital y offset, estos sistemas de impresión trabaja en grandes cantidades con buena calidad de impresión sin embargo



Modulación



Floritura



Gancho o Cola



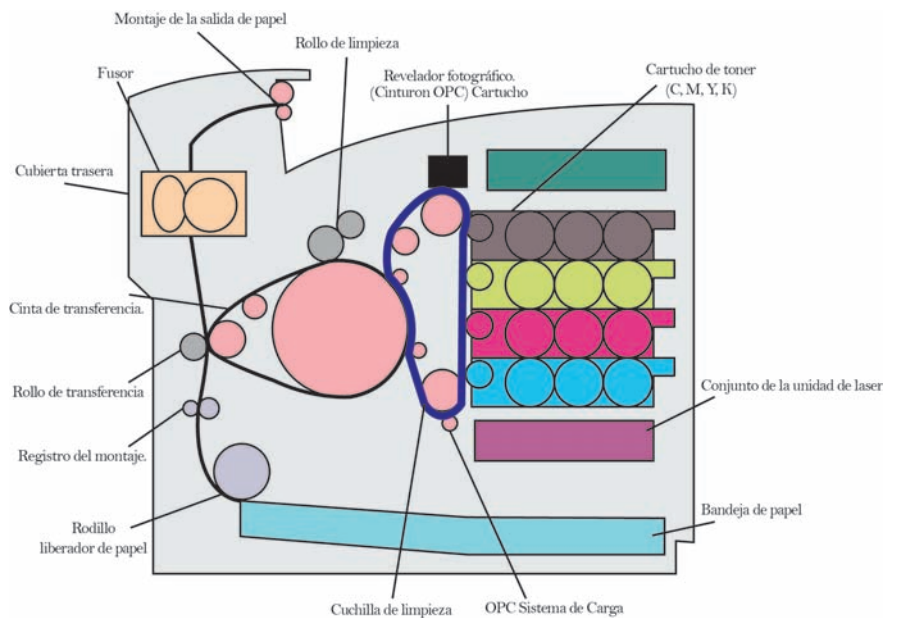
Gancho o Cola



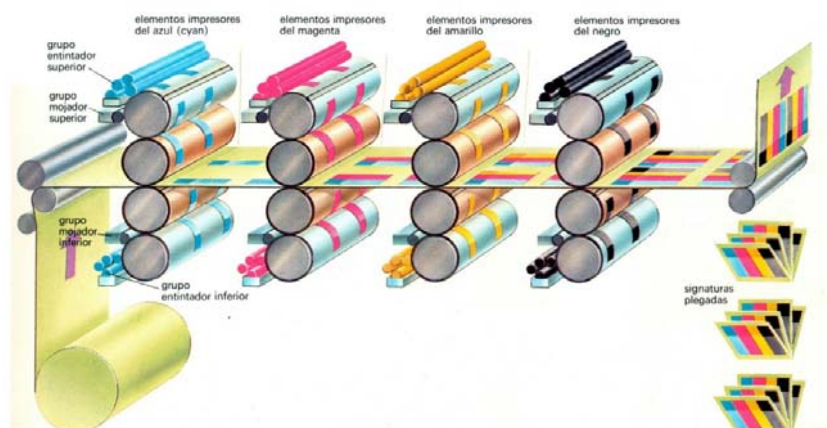
tendrán algunos pros y contras entre estos, como los tiempos de entrega y una variación en el costo final.

Susan Constante (1994). Rotativa offset. Este tipo de máquinas imprimen sobre una tira de papel continuo procedente de una gran bobina. Esta tira pasa por varios cilindros impresores, un horno de secado y una plegadora. En un solo <<paso>> , la tira puede ser impresa a todo color, por ambos lados (cada impresión comprende 16 páginas A4:un pliego) y salir seca y plegada, con una producción de hasta 50,000 impresiones (Pliegos) por hora.

Esta gran velocidad de impresión, es posible con las prensas alimentadas por papel continuo y esto ahorra muchos tiempo con respecto al lento proceso de manipular hojas sueltas entre cada operación de impresión.



PROCESO DE IMPRECIÓN DIGITAL



PROCESO DE IMPRECIÓN OFFSET

Otras ventajas de este tipo de impresión son que el papel en forma de bobina es más barato y que puede incluirse en el proceso de impresión el plegado y otras operaciones de acabado, tales como el encolado, la perforación y el satinado, debido a que la producción se realiza a gran escala, los tiempos de preparación de la prensa suelen ser más largos, por lo que estas grandes prensas alimentadas de bobina solo son económicas para tirajes elevados (por ejemplo los grandes rotativos periódicos).

Otra desventaja es la merma del papel, producida bien en pruebas de impresión. Las prensas más pequeñas de este tipo (minirotativas) que imprimen solo 8 páginas A4 a todo color simultáneamente (1/2 pliego) son más económicas para tirajes menores. El término <<minirotativas>> describe también las prensas especializadas en libros, diseñadas para imprimir 32 o 64 páginas solo en negro y este es el proceso utilizado para imprimir la mayor parte de los libros en los que predomina el texto (con pocas o ninguna ilustración), como por ejemplo las novelas.

Mark Gatter (2011). Impresión Digital. Las prensas de impresión digitales utilizan tóner, o bien una mezcla de tóner en suspensión en un vehículo líquido. La imagen que imprimen se genera electrostáticamente en un tambor, en lugar de una plancha desmontable y con cada giro del tambor, la imagen se genera de nuevo. Esto implica dos cosas: el costo de generar cada página no tiende a disminuir con el volumen, y en segundo lugar cada vez que el tambor gira se puede cambiar de imagen. Con la impresión digital es posible generar un único ejemplar de un encargo de múltiples páginas como un libro. Esto convierte a la impresión digital en una opción muy atractiva para los diseñadores que deseen producir una maqueta convincente de alta calidad en proyectos con entregas extremadamente justas en tiempo.

El sistema de impresión offset y el sistema de impresión digital son completamente diferentes, cada uno requiere de un tipo de gestión. Siendo la impresión digital quien tiene la ventaja de realizar tirajes cortos en tiempos de entrega ajustados. (Pág.12)

## **2.11 ACABADOS**

Susane Constante (1994). Además de la impresión, el impresor ofrece otros servicios conocidos como "acabado", incluyen cortado y alisado; perforado y pegado, troquelado, catones y esquinas redondeadas (procesamiento de formas irregulares); barnizado y laminación (los acabados brillantes se consiguen aplicando barniz o laca después de imprimir) empaquetado y etiquetado. (Pág. 75)

Considerando que el costo de algunos acabados es alto, se recomienda hacer uso de los más sencillos y de bajo costo que nos brinda el offset o bien la impresión digital uno de los acabados que brinda el sistema de impresión offset es el barniz.

John Dawson (1982). El barniz, desde el punto de vista del fabricante puede tener dos objetivos: puede ser simplemente un vehículo para el pigmento o puede tratarse de una resina clara que se aplica sobre una superficie a modo de protección. Aunque el barniz claro suele tener misión protectora, también se utiliza como un medio de aumentar el valor estético de la imagen, haciendo resaltar por su aspecto brillante. (Pág. 36)

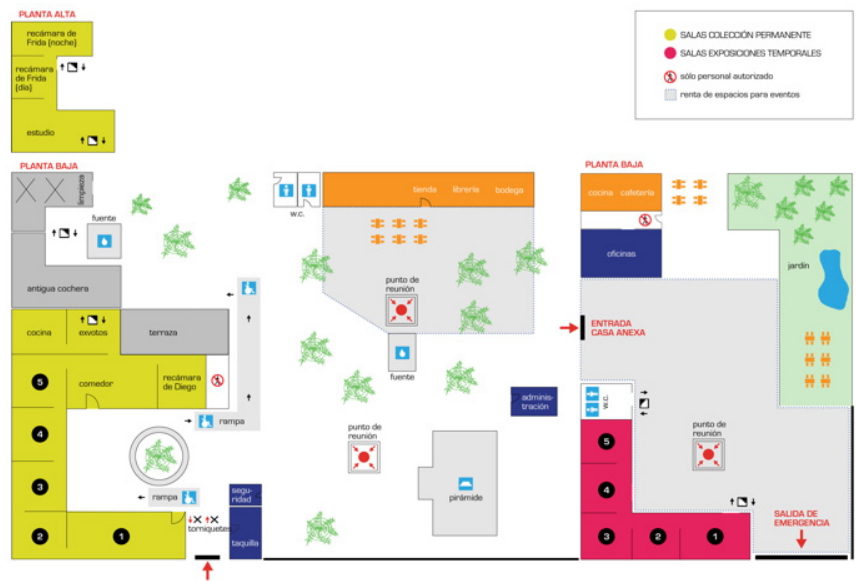
Para el sistema de impresión digital serán las tintas quienes puedan brindar un mejor acabado al impreso.

John Dawson (1982). El barniz de estas tintas permanece en la superficie del papel durante el secado. Como resultado la tinta tiene un color y un aspecto mas brillante, esta tinta da la impresión de sobresalir del papel de allí su empleo en publicidad, donde el impacto visual es muy importante. (Pág. 38)

## 2.12 Costos

Es posible que el diseñador no controle el costo total de la producción, pero es evidente que la elección del producto, el sustrato, el medio de impresión, los acabados y la calidad del impreso aunado a la necesidad de una pronta entrega y un bajo presupuesto para su producción, son puntos importantes para aproximar el costo de nuestro producto final.

## CAPÍTULO III



### MUSEO FRIDA KAHLO, "LA CASA AZUL"

#### 3.1 HISTORIA DE "LA CASA AZUL"

Esta casona que data de 1904, tiene una construcción de 800 m<sup>2</sup> y un terreno de 1,200 m<sup>2</sup>. El padre de Frida, Guillermo Kahlo la construyó a usanza de la época: un patio central con los cuartos rodeándolo, el exterior era totalmente afrancesado. Fueron Diego y Frida quienes, más tarde, le dieron un estilo muy particular, reflejando su admiración por los pueblos de México. En 1946 Diego Rivera le pidió a Juan O'Gorman la construcción del estudio de Frida.

### 3.2 BIOGRAFÍA DE FRIDA KAHLO

Magdalena Carmen Frida Kahlo Calderón nació el 6 de julio de 1907 en Coyoacán. Es la tercera hija de la mexicana Matilde Calderón de Kahlo y del fotógrafo Alemán Wilhelm Kahlo.

En 1922, se inicia el movimiento Mexicano de Muralistas. Frida asiste como estudiante de la Escuela Nacional Preparatoria, entidad pública cuyo programa de estudios estaba diseñado para preparar a los alumnos en el ingreso a la facultad de Medicina. Es allí donde Frida observa al pintor Diego Rivera mientras trabaja pintando un mural en su escuela.

1925 Frida Kahlo toma clases de pintura con el ilustrador publicitario Fernando Fernández amigo de su padre .

En éste mismo año el 17 de septiembre regresando de la escuela en autobús Frida Kahlo sufre un accidente de tráfico: experimenta fracturas en la pelvis y en la columna vertebral así como otras lesiones de gravedad. Es internada en la cruz roja durante un mes tiempo en el que despierta su afición por la pintura.

1929 Frida contrae matrimonio con Diego Rivera, en ese mismo año la pareja viaja a los estados unidos, visitando San Francisco, donde conoce al Doctor Leo Eloesser quien se convertiría en su consejero médico y amigo de toda la vida. Durante algunos años la pareja viaja constantemente por los encargos de algunos murales que pintaría Diego Rivera.

1934 a Frida Kahlo se le practica una apendisectomía, otro aborto y una operación en el pie derecho. Durante el verano la pareja se separa, después de que Frida descubre que su marido a tenido una aventura con su hermana Cristina. Para 1936 Frida es operada por tercera vez en el pie derecho, un año después llega a la casa azul León Trotski y Natalia Sandoval.

Hacia 1938 Frida hace la primera venta importante de sus cuadros siendo cuatro de ellos comprados. En 1939 tuvo lugar la exposición, organizada por Andre Breton, "Mexique" donde se exponían pinturas mexicanas, fotografías, esculturas y objetos de arte popular, dentro de esta exposición se encontraba el auto retrato "The Frame" que fue adquirido por el museo de Louvre en París, siendo el primer cuadro de una artista mexicana de este siglo en entrar al museo.

El retrato y el fondo azul están pintados sobre un panel de aluminio, los ornamentos florales que lo enmarcan y las dos aves están pintados sobre cristal y colocados sobre el retrato.

Viaja a París donde expone en la galería Renou y Colle. Aquí conoce a pintores surrealistas. A su regreso a México, Frida se instala en la casa azul. Es a finales de 1939 que Diego Rivera pide a Frida Kahlo el divorcio, en los años siguientes Frida pintó una serie de autorretratos que llaman su atención por el gran parecido, diferenciados por sus atributos, fondos cambiantes y sus coloridos, influencia del arte popular mexicano expre-

sando en ellos diferentes estados de ánimo, ricos contrastes entre la rica decoración, el adorno de atuendo, peinado y el rostro serio y rígido hacen que estos cuadros irradien una atención especial.

Poco después del divorcio Frida pinta el cuadro titulado "Las dos Fridas" constituido por dos personalidades, una meditación entre la crisis matrimonial y la separación. La parte de su personalidad adorada y amada por Diego Rivera es Frida Mexicana con traje de tehuana mientras que la otra Frida se encuentra ataviada con un vestido europeo. Los corazones de ambas están al desnudo y se mantienen unidos por medio de una única arteria. La parte europea de Frida Kahlo, despreciada, amenaza con desangrarse.

1940. Tras la separación de Frida y Diego, Frida pinta dos cuadros que representan parte de su femineidad, es en la pintura "Autorretrato con pelo cortado" donde se muestra con un atuendo masculino, sus largos cabellos han sido cortados por ella, haciendo alusión al texto que refiere a una famosa canción de los años cuarenta.

1941. Poco después de la nueva boda entre Frida y Diego, Frida pinta el cuadro: "Autorretrato con trenza", siendo éste la continuación de la pintura "autorretrato con pelo cortado" que muestra a la artista con un peinado muy parecido al que usan las mujeres indígenas en la región norte de Oaxaca y en la sierra norte de Puebla, con el acto de cortarse el pelo no sólo había expresado el dolor por la separación de Rivera. Es con este mismo elemento el que relaciona con el nuevo matrimonio, los cabellos que en el otro cuadro aparecían cortados, en el otro cuadro, en éste parecen haber sido recogidos y peinados en una trenza, de este modo retoma Frida la femineidad que un año antes había desechado y simbólicamente depuesto.

1943. Frida pinta uno de los cuadros más representativos, el retrato de Rivera en su frente expone el obsesivo amor por su marido: "Diego en mi pensamiento", vestida con un traje de tehuana que tanto gustaba a Rivera, un traje que proviene de una región del suroeste de México, en la que todavía se conservan las tradiciones matriarcales y cuyas estructuras económicas revelan el dominio de la mujer. Las raíces de las hojas que adornan su tocado recuerdan una telaraña con la que intenta cazar a su presa (Diego).

Frida imparte clases en la escuela de pintura y escultura de la secretaria de de educación de México, conocida como "La Esmeralda", es entonces la precaria salud de Frida la que impide asistir a la escuela a dar clases, y las imparte en su casa, siendo solo cuatro alumnos los que asisten regularmente.

1944. El empeoramiento físico de Frida se agudiza durante los años restantes de su vida, debe utilizar diversos corsés y se somete a numerosas y complicadas operaciones en la columna y en la pierna, se le había prescrito absoluto descanso, tenía que llevar un corsé de acero que reflejo en el retrato



“La columna rota “, una columna jónica con diversas fracturas simboliza su columna vertebral herida, la rasgadura de su cuerpo y los surcos del yermo, el paisaje agrietado, se convierten en metáfora de dolor y soledad .

1949. La incapacidad de tener un hijo, tan dolorosamente sentida la hace adoptar el papel de madre con respecto a Diego Rivera, como representación el cuadro “Diego y Yo”,- Frida pinta este autorretrato por la época en que Rivera sostuvo una relación amorosa con la estrella de cine María Felix, lo que llevó a un escándalo público.

Frida, en la pintura “Diego y yo” representa un rostro triste mirando al espectador, los largos cabellos se enredan en su cuello y amenazan con estrangularla, una vez más el cabello es un medio expresivo del dolor del alma.

En los últimos años de su vida realizó pocos retratos pintaba casi exclusivamente naturaleza muerta. La pintura de Frida se caracterizaba hasta 1951 por una ejecución técnica cuidadosa una forma de pintar casi miniaturista, cada vez más se reflejaba su mal estado de salud como en sus obras, no podía trabajar sin analgésicos, padecía ya intensos dolores. El creciente consumo de drogas es probablemente la causa de las pinceladas relajadas, evasivas, o descuidada por la espesa aplicación del color y de la inexacta ejecución de los detalles.

1950. Durante el transcurso del año, Frida Kahlo se somete a seis operaciones de columna, fue hospitalizada por una grave infección causada por los injertos óseos, es entonces en momentos de estabilidad cuando se da el tiempo para pintar algunos cuadros.

Es en 1951 confinada a una silla de ruedas, un año más tarde inicia pintando una serie de naturaleza muerta y pinta 13 cuadros durante los dos años siguientes.

1954. Frida fallece a causa de una embolia pulmonar.

1958. Es inaugurado el museo Frida Kahlo y entregado al pueblo mexicano según el deseo de Diego Rivera. (Muerto en 1957)

### **3.3 ¿QUÉ HACE, HORARIOS, DISTRIBUCIÓN, GENTE QUE ASISTE?**

La Casa Azul fue convertida en museo en 1958, cuatro años después de la muerte de la pintora. Hoy es uno de los museos más concurridos en la capital mexicana, siendo el 40% de los visitantes extranjeros.

En esta casona se encuentran algunas obras importantes de la artista: “Viva la vida” (1954), “Frida y la cesárea” (1931), “Retrato de mi padre Wilhem Kahlo” (1952), entre otras.

Ubicada en la calle de Londres 247, Del. Coyoacán, C.P. 04100 en uno de los barrios más bellos y antiguos de la Ciudad de México.

Horario: Martes a domingo de 10:00 a 17:45 hrs.

Costo: Admisión general: \$55.00.  
Con credencial nacional: \$45.00.  
Estudiantes y profesores con credencial vigente \$20.00.  
Grupos de escolares de niños menores de 6 años: \$5.00.  
Alumnos con credencial de escuelas públicas afiliadas a la SEP: \$5.00  
y adultos que los acompañen: \$20.00.  
Visitas guiadas (previa cita): \$350.00.

Entrada libre a adultos mayores, personas con capacidades especiales y niños menores de 6 años acompañados de sus padres.

Servicio de audioguía público general: \$35.00, estudiantes y profesores: \$20.00.

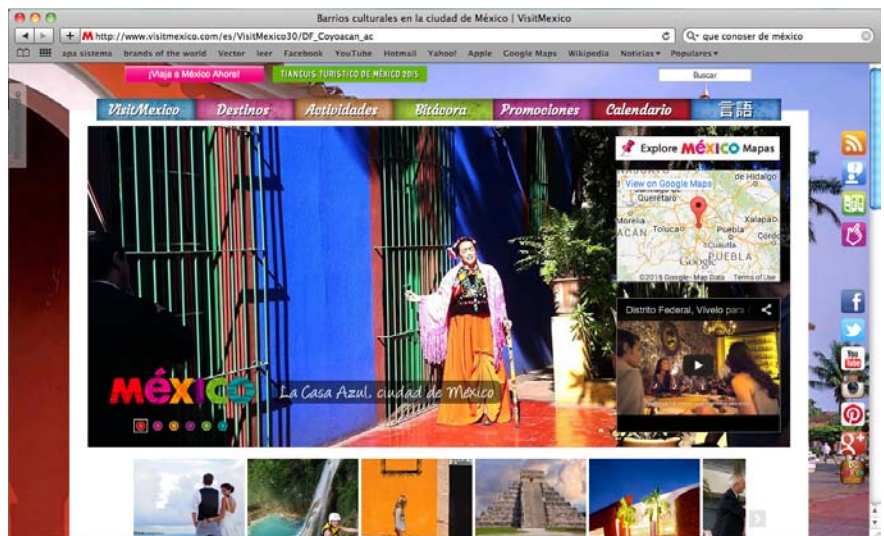
Museo y Galería.

Exposiciones.

Otros servicios:

Sanitarios, cafetería, guardarropas, tienda, proyección de documentales cada hora, renta de audioguía (inglés y español), visitas guiadas (previa cita).

## PÁGINA WEB VISIT MÉXICO BARRIOS CULTURALES EN LA CIUDAD DE MÉXICO



### 3.4 PUBLICIDAD DEL MUSEO

El museo Frida Kahlo es publicitado por internet en algunas páginas como:

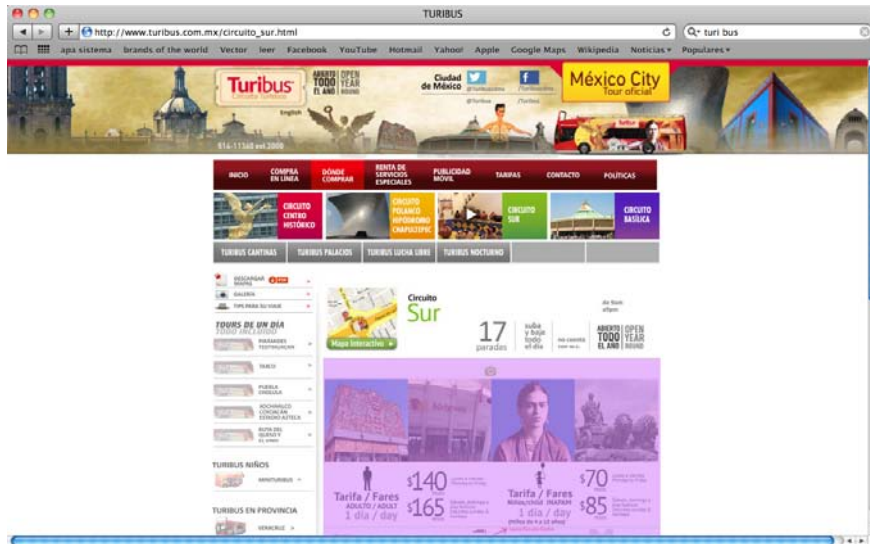
Visit México, La secretaria de turismo (SECTUR) y Turibus así como la página oficial del museo, dentro de sus instalaciones solo cuenta con un desplegable a la venta que contiene textos e imágenes referentes al museo y la pintora.

Circuito Sur

17 paradas. Suba y baje todo el día mostrando su brazalete. Diario de 9:00 a.m. a 9:00 p.m., 365 días del año. Recorra zonas arquitectónicas y culturales de la Cd. de México. No incluye wc. Conexión con Circuito Centro Histórico



PÁGINA WEB SECTURDF  
SECRETARIA DE TURISMO DEL  
DISTRITO FEDERAL



PÁGINA WEB TURIBUS  
CIRCUITO SUR

## PROPUESTA DEL PROYECTO

### 4.1 PROCESO CREATIVO DE JOAN COSTA

Como lo menciona Joan Costa en su libro "Identidad Corporativa" Este proceso de Metodología está enfocada al desarrollo creativo, en el cual se realiza un proceso corto y específico en cinco pasos importantes que se describen a continuación:

1.- 1. Obtención de la información o documentación: Refiere a la búsqueda de fuentes de información o base de datos inicial de acuerdo a la necesidad, esto con el propósito de reconocer el problema y la tipología del receptor, permitiendo a su vez potenciar el mensaje (eficacia).

2.- 2. Etapa heurística: (incubación de la idea) De acuerdo en cómo toma forma la obtención de datos y su correcta comprensión y recopilación, se inicia con el despliegue de cualquier tipo de ideas relevantes y con sentido para la solución del problema

3.- 3. Formalización y corrección "gramatical": Implica todo ajuste y corrección del esquema anteriormente planteado respecto al mejoramiento continuo del proceso de visualización, lo que Joan Costa llama como "proceso de semiótica visual", para una mayor eficacia

4.-4. Realización definitiva: Procedimiento de acabado formal y afinamiento de la etapa posterior de visualización para un mayor perfeccionismo del mensaje definitivo.

5.- Verificación: Consiste en la comprobación y evaluación de la eficacia del mensaje definitivo por medio de su interacción con el contexto inmediato, ya sea público meta específico o general con la intención de ajustar alguna deficiencia tanto estética como expresiva.

### 4.2 OBTENCIÓN DE LA INFORMACIÓN

Al visitar el museo Frida Kahlo y pedir algún informativo en el cual se encontraran los horarios y costos, ofrecen a la venta un folleto con costo de \$20 pesos, es entonces cuando surge el cuestionamiento en torno a si cuentan con algún medio de publicidad gratuita e impresa, al preguntarle a algunas personas del Museo e investigar si existe otro tipo de publicidad se encuentra que en su mayoría el museo es publicitado solo vía internet, ya que realizar una publicidad impresa genera un gasto, el Museo Frida Kahlo es un museo que se mantiene con algunas donaciones y en su mayoría por el pago realizado en taquilla.

Es por ello que se propone una serie de seis postales publicitarias impresas, realizadas en un sistema de impresión en alta calidad y a bajo costo, esta postal cubrirá el medio de

## CAPÍTULO IV

publicidad impresa de una manera directa, complementario al uso de internet.

Estas tarjetas serán el complemento publicitario del museo con la intención de aumentar sus visitas y a su vez aumentar el ingreso económico al museo.

La información de contenido en estas tarjetas postal es tomada de tres libros (*Los Grandes Mexicanos: Frida Kahlo, KAHLO Y El diario de Frida Kahlo*) y de la página oficial del Museo Frida Kahlo "La casa azul."

Andrea K. (1992) *Frida Kahlo : Dolor y Pasión* (Ed.2007) México. TASCHEN.

Marcela A. (2005) *Los grandes Mexicanos: Frida Kahlo* (Ed. 2005) México D.F. Grupo Editorial Tomo S.A. de C.V.

Breve reseña de la pintura, estas postales se proponen para su impresión en un papel rígido de preferencia para impresión en offset o bien impresión digital.



FOLLETO, MUSEO FRIDA KAHLO "LA CASA AZUL"

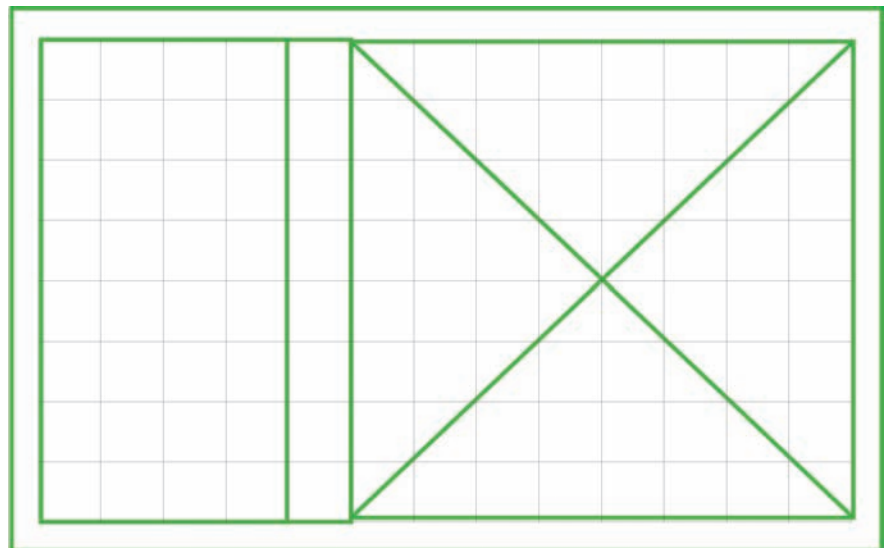


FOLLETO, MUSEO FRIDA KAHLO "LA CASA AZUL"

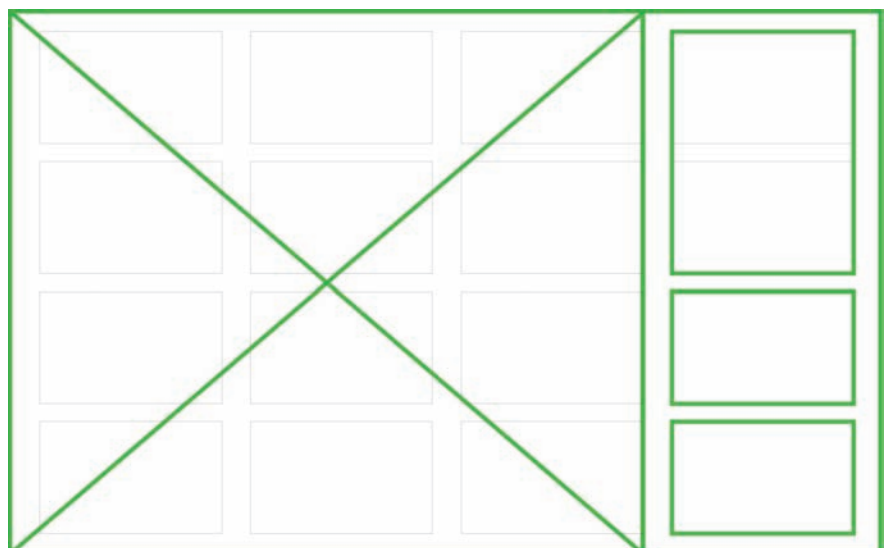
### 4.3 INCUBACIÓN DE LA IDEA

Para crear el diseño de las seis postales publicitarias, es importante iniciar con un proceso de bocetaje con el fin de plasmar las ideas gráficas y construir poco a poco la idea, tomando en cuenta que trabajaremos con contenidos de información e imagen dentro de nuestro formato.

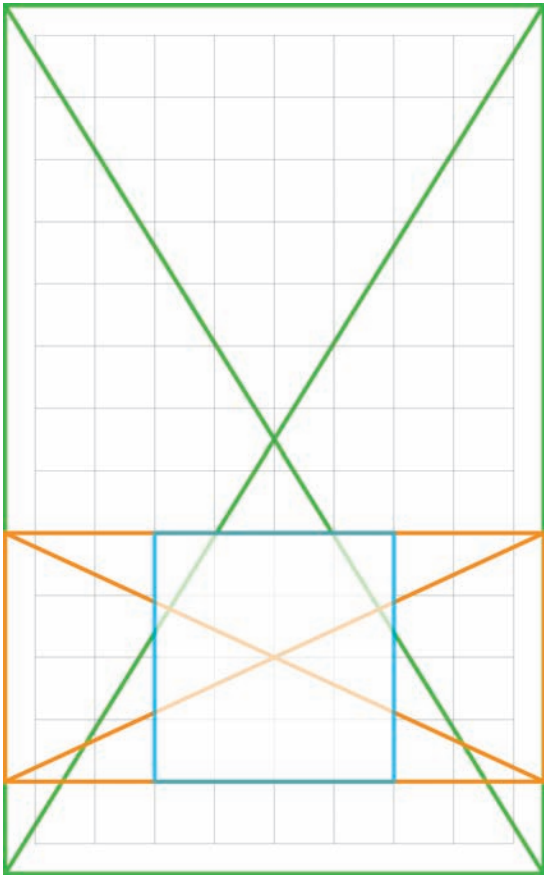
Estas tarjetas tendrán en su contenido dirección, horarios, teléfonos, y algunas de las imágenes importantes de la pintora Frida Kahlo.



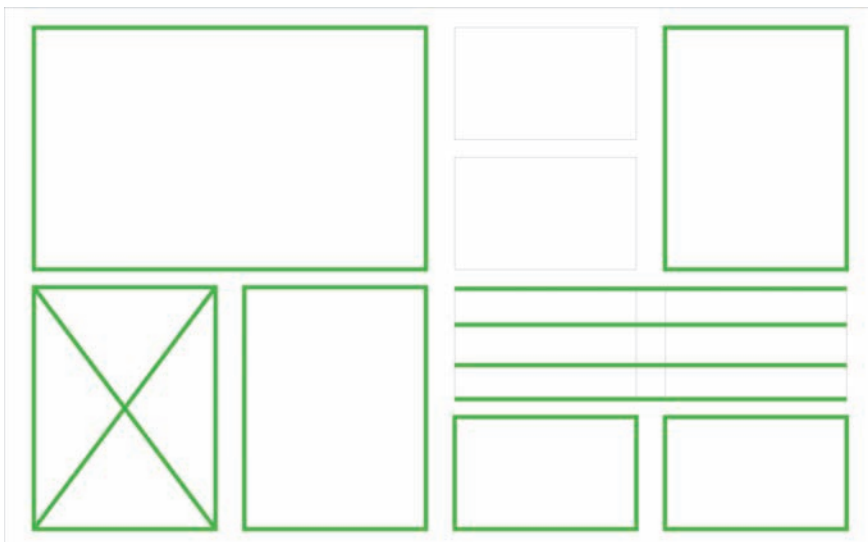
TARJETA POSTAL  
BOCETO AL FRENTE



TARJETA POSTAL  
BOCETO AL FRENTE

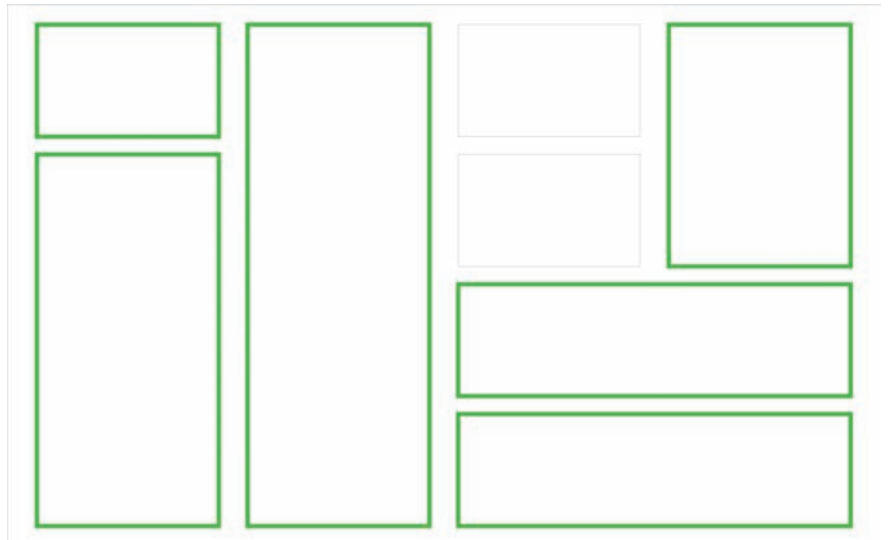


TARJETA POSTAL  
BOCETO AL FRENTE

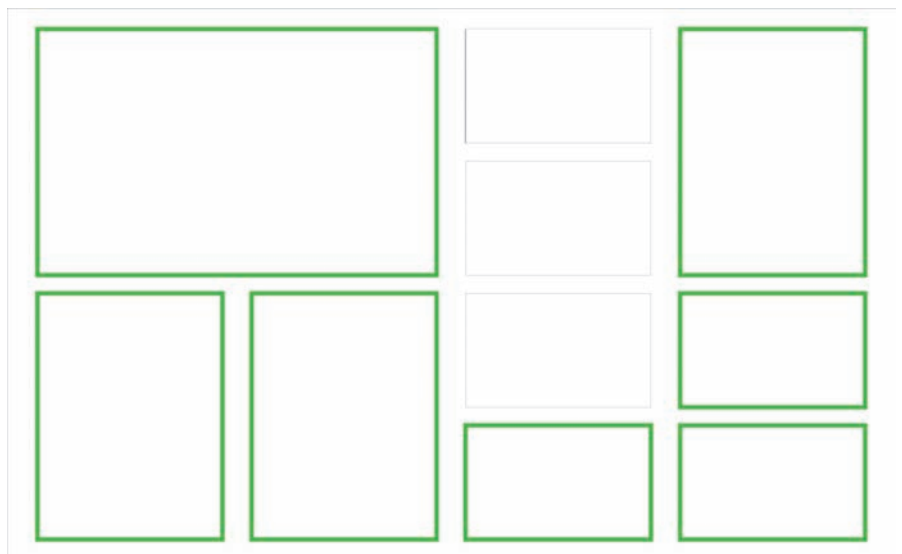


TARJETA POSTAL  
BOCETO REVERSO

TARJETA POSTAL  
BOSETO REVERSO



TARJETA POSTAL  
BOCETO REVERSO



#### 4.4 IDEA CREATIVA

La propuesta es una serie de seis tarjetas postales publicitarias, que podrán ser coleccionables ya que se pretende seleccionar una serie de pinturas importantes en el transcurso de la vida de Frida Kahlo, estas imágenes ocuparán el frente de la postal en un formato rebasado, donde también se dará lugar al logotipo del Museo Frida Kahlo “La casa azul”.

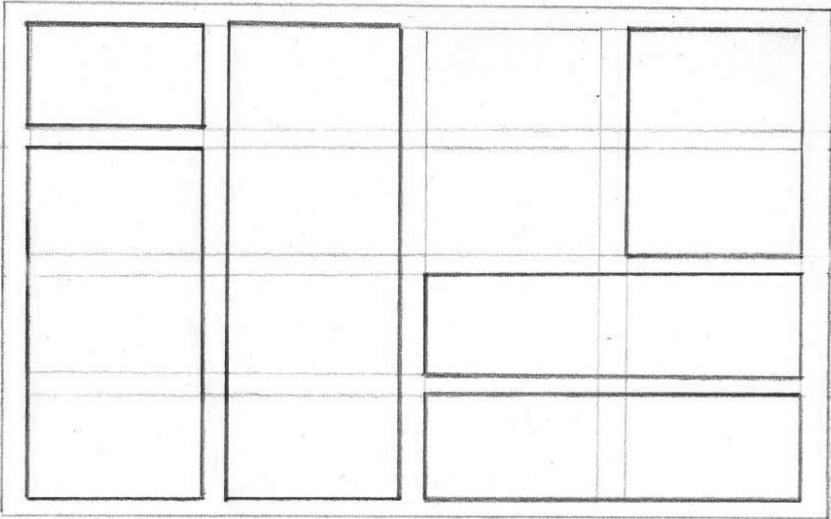
Otros de los contenidos de información que encontraremos en el reverso de la tarjeta postal es una breve información que corresponde a la pintura como también el título de la misma, específica información del museo como horarios, días de visita, teléfonos, dirección y sitio web.

Cabe mencionar que toda tarjeta postal, para ser enviada a un domicilio con ayuda del servicio postal Mexi-

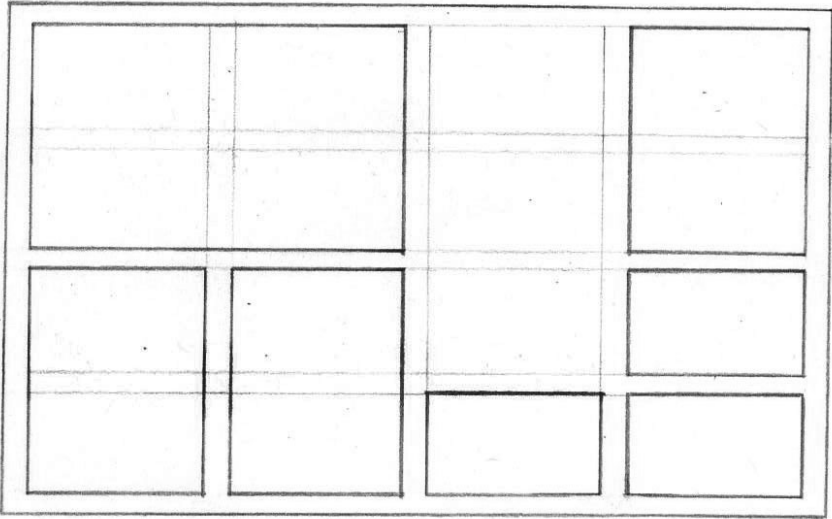


cano, esta debe contar con un timbre postal, la medida de este timbre de forma vertical (4 cm. x 3 cm.) es utilizado para sacar la proporción de los que serán nuestros módulos dentro de la retícula.

En cuanto a las tipografías, se sugiere una tipografía sin remates para facilitar la fácil y rápida lectura, un texto breve para la información de la imagen, y una tipografía de transición para los textos que corresponden al museo.

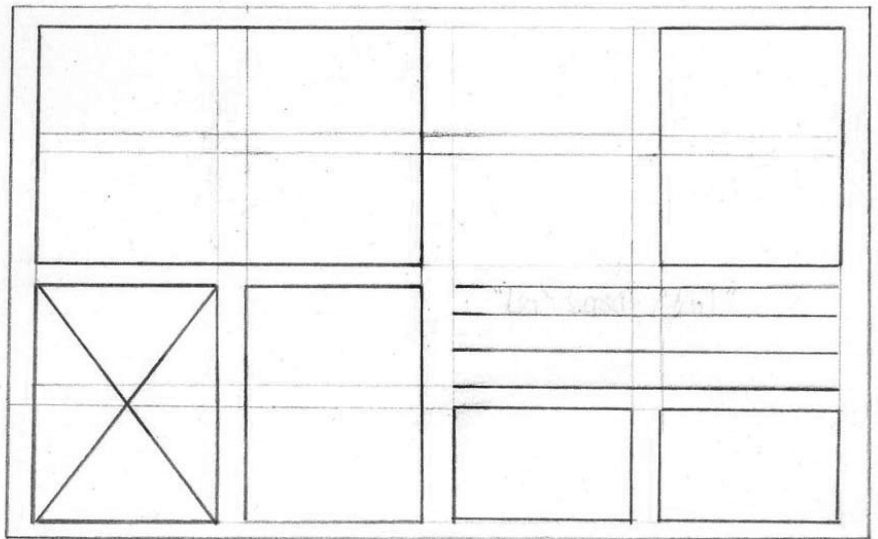


TARJETA POSTAL  
BOSETO REVERSO

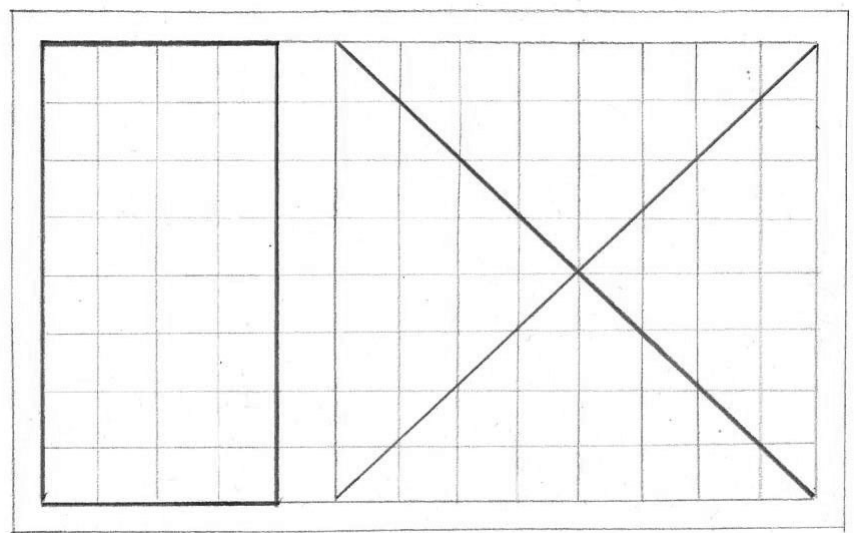


TARJETA POSTAL  
BOSETO REVERSO

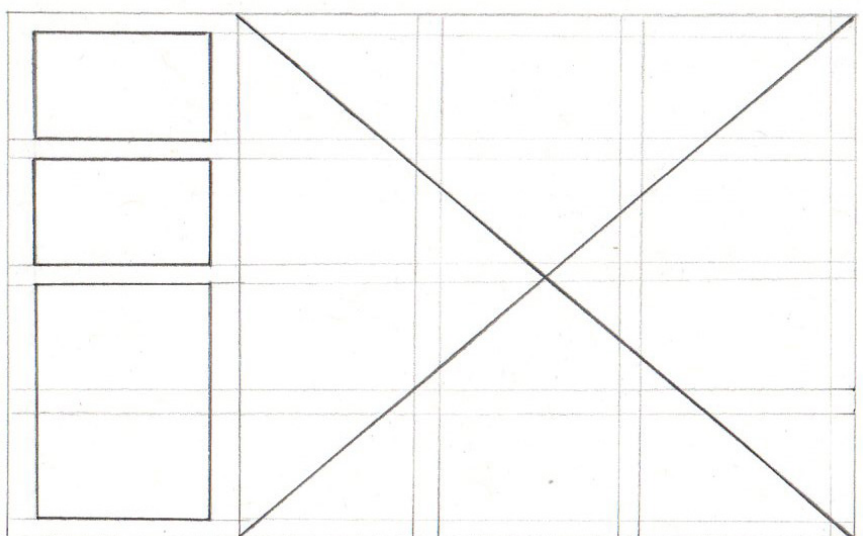
TARJETA POSTAL  
BOSETO REVERSO

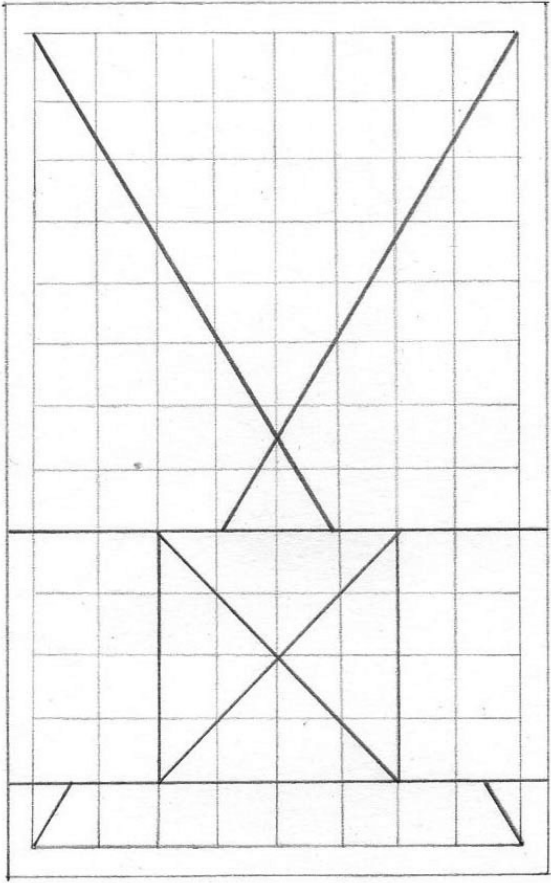


TARJETA POSTAL  
BOSETO FRENTE

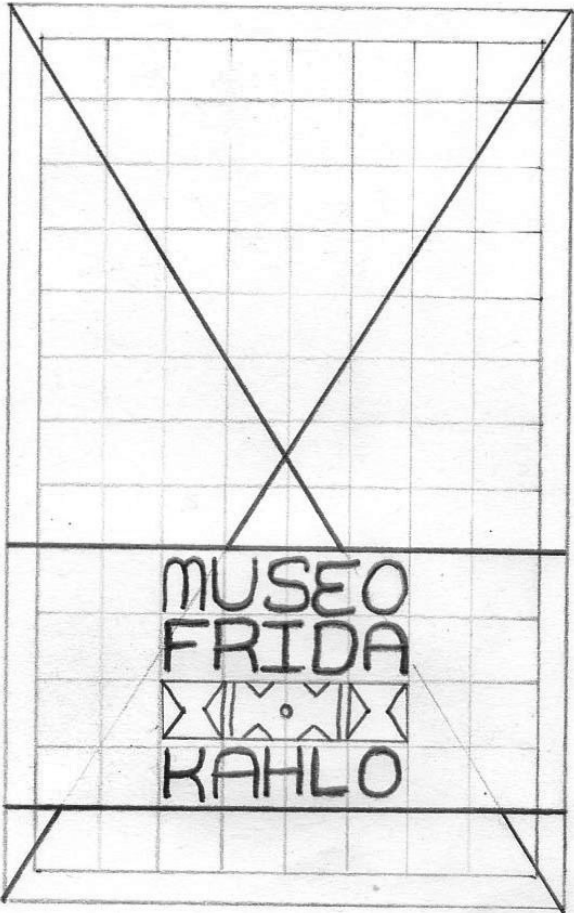


TARJETA POSTAL  
BOSETO FRENTE



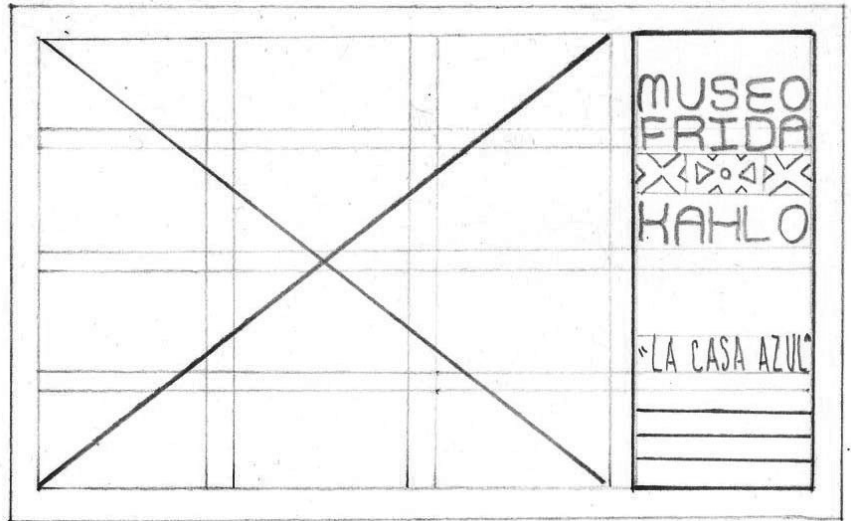


TARJETA POSTAL  
BOSETOFENTE

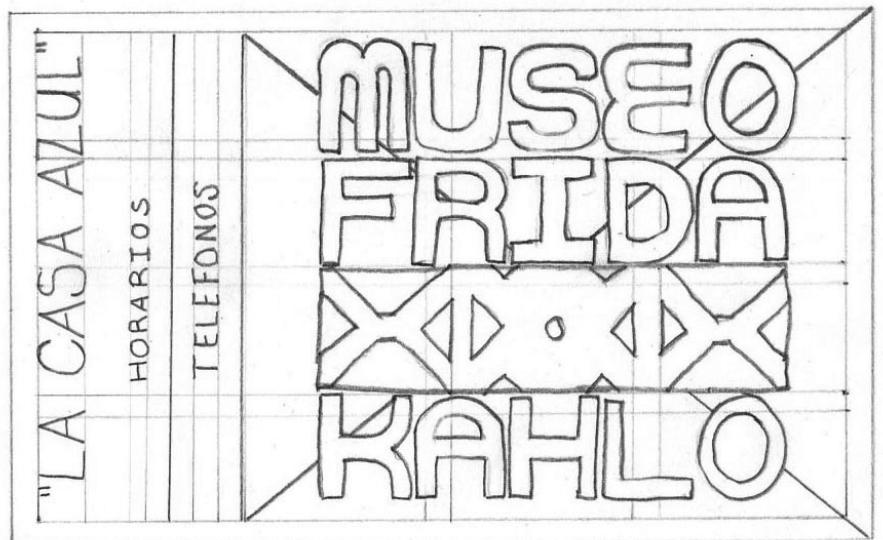


TARJETA POSTAL  
BOSETOFENTE

TARJETA POSTAL  
BOSETO FRENTE



TARJETA POSTAL  
BOSETO FRENTE



TARJETA POSTAL  
BOSETO REVERSO



<h1>"EL TEMA AÑO"</h1>			
BREVE			"LA CASA AZUL"
		TELEFONOS	DIRECCIÓN

TARJETA POSTAL  
BOSETO REVERSO

"EL TEMA AÑO"			
		"LA CASA AZUL "	
			DIRECCIÓN
		HORARIOS	TEL./FAX

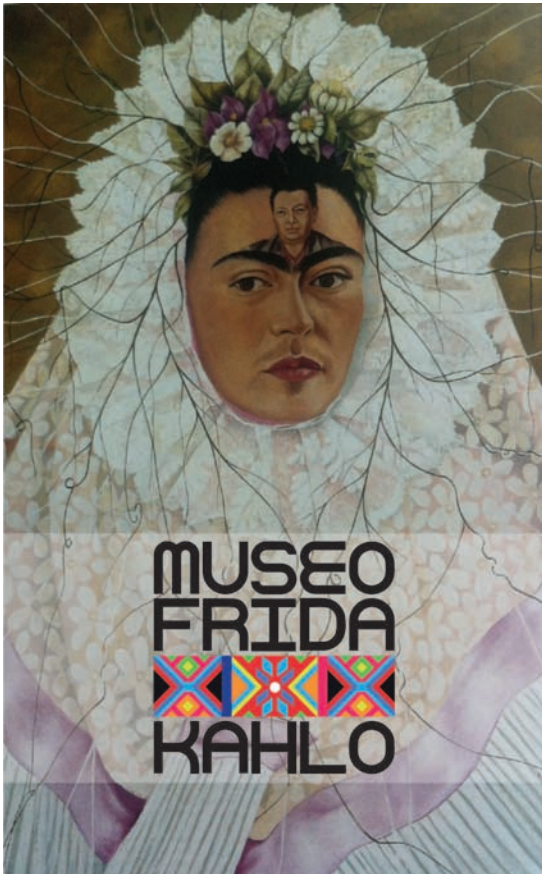
TARJETA POSTAL  
BOSETO REVERSO

TARJETA POSTAL  
BOCETO AL FRENTE



TARJETA POSTAL  
BOCETO AL FRENTE





TARJETA POSTAL  
BOCETO AL FRENTE

# THE Frame 1938

Tarjeta postal coleccionable, 1 de 5.



"La Trama"

Autoretrato que tubo lugar dentro de la exposiçión "Mexique" organizada en Paris por André Breton.

Lugar donde se exponian pinturas Mexicanas, esculturas, fotografias y objetos de arte popular.

La pintura fue adquirido por el Museo Louvreen en Paris.

Es el primer cuadro de unartista Mexicano de este siglo en entrar al museo.



"LA CASA AZUL"

Lugar donde nacio, vivio y murio Frida Kahlo,  
descubre su entorno

Calle de Londres 247, Del. Coyoacán  
C.P. 04100 / Ciudad de México.

Horario: Martes a domingo de 10:00 a 17:45 hrs.

**ABIERTO AL PÚBLICO**  
Martes a Domingo  
de 10:00 a 17:45 hrs.

Tel./Fax:  
5554 5999 / 56585778  
[www.museofridakahlo.org.mx](http://www.museofridakahlo.org.mx)

TARJETA POSTAL  
BOCETO REVERSO

TARJETA POSTAL  
BOCETO REVERSO

THE  
Frame  
1938

"La Trama"

Autoretrato, tubo lugar dentro de la exposición "Mexique" organizada en Paris por André Breton.

Lugar donde se exponian pinturas Mexicanas, esculturas, fotografias y objetos de arte popular.

La pintura fue adquirido por el Museo Louvren en Paris.

Es el primer cuadro de un artista Mexicano de este siglo en entrar al museo.

Tarjeta postal coleccionable, 1 de 6.



← "LA CASA AZUL" →

Calle de Londres 247, Del. Coyoacán  
C.P. 04100 / Ciudad de México.  
Horario: Martes a domingo de 10:00 a 17:45 hrs.

Tel./Fax: 5554 5999/ 56585778  
www.museofridakahlo.org.mx

TARJETA POSTAL  
BOCETO REVERSO

THE  
Frame  
1938


Museo Frida Kahlo  
"La casa azul"

Lugar donde nacio, vivio y murio Frida Kahlo, encontraras algunas de sus pinturas mas famosas descubriendo el entorno en el que Frida y Diego vivieron.

En 1939 está pintura tubo lugar en la Exposicion Mexique, siendo adquirido por el Museo Louvre en Francia Paris.

Es el primer cuadro de un artista Mexicano de este siglo en entrar al museo.

Tarjeta postal coleccionable, 1 de 6.



"La Casa azul"

Horario  
Martes a Domingo  
de 10:00 a 17:45 hrs.

Calle de Londres 247  
Del. Coyoacán  
C.P. 04100  
Ciudad de México.



#### 4. FORMALIZACIÓN Y DESARROLLO:

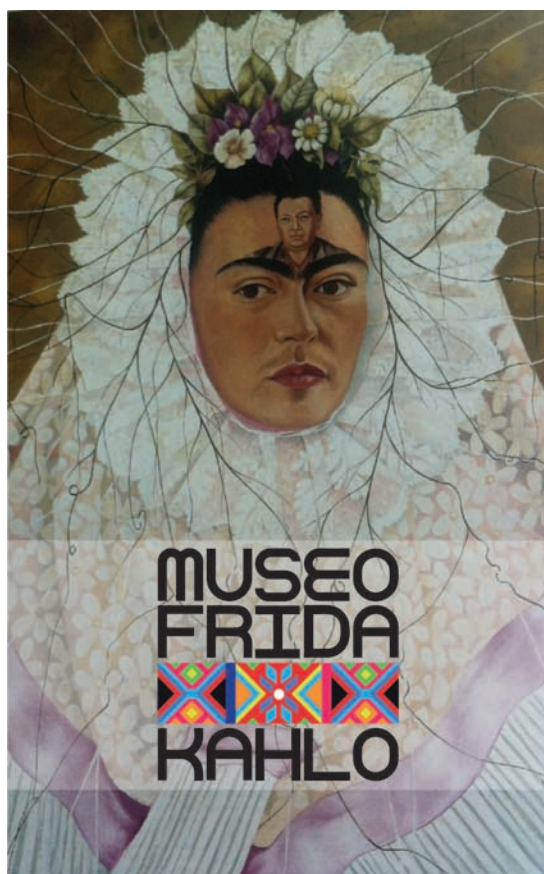
Serie de seis tarjetas postales publicitarias.

1.- Se seleccionan seis pinturas de Frida Kahlo, estas pinturas son una secuencia de autoretratos que marcan momentos importantes en la vida de Frida Kahlo. La idea de crear seis tarjetas postales es que posean un sentido coleccionable.

2.- Cada tarjeta postal tendrá breve información respecto a la pintura que corresponda, así como también un número para indentificar la cantidad de postales y a su vez la secuencia.

3.-La imagen al frente de la postal se colocará en formato rebasado, sobre una retícula básica, de 8 x 13 módulos (que corresponden a la altura de la tipografía del logotipo del museo).

4.- Sobre la imagen rebasada se coloca una cintilla en transparencia de un 30 % en color blanco, ocupando un ancho de 8 módulos por una altura de 4 módulos, esta transparencia permite ver por completo la pintura al fondo y a su vez enmarca el logotipo permitiendo su lectura.



TARJETA POSTAL  
PROPUESTA FRENTE

1.- En el reverso de la postal, se selecciona una retícula modular (de 16 módulos). Esta retícula es estructurada con base en la medida que refiere el timbre postal vertical (de 3 cm. de ancho por 4 cm. de alto) ocupando 2 módulos.

2.- Un margen de 5 mm. en sus lados .

4.- En el ángulo inferior derecho dentro de la retícula se utilizan 4 módulos para justificar al centro el nombre del museo, ubicación, horarios, teléfonos y la página oficial del sitio web.

6.- El uso de tipografías será: tipo de transición, en los textos que corresponden a la información del museo y textos sin remates, para la información que corresponde a la pintura, esto facilitara la tectura de los textos.

Una tarjeta postal requiere de un soporte semi rígido, una imagen al frente con calidad, y en su reverso los textos son colocados en escalas de grises o bien blanco y negro, tomando en cuenta estas y otras características para el museo que cuenta con un bajo presupuesto para realizar publicidad de este tipo, se propone realizar el impreso de esta publicidad en el sistema de off-set tradicional ya que cuenta con calidad de impresión a color como en blanco y negro, puede trabajarse en grandes cantidades que a su vez reduce costos en su producción, este sistema también ofrece o incluye un acabado brillante que denota una mayor calidad en la presentación final de la tarjeta postal.

TARJETA POSTAL  
PROPUESTA REVERSO



THE  
Frame  
1938

"La Trama"

Autoretrato, tubo lugar dentro de la exposición "Mexique" organizada en Paris por André Breton.

Lugar donde se exponian pinturas Mexicanas, esculturas, fotografias y objetos de arte popular.

La pintura fue adquirido por el Museo Louvren en Paris.

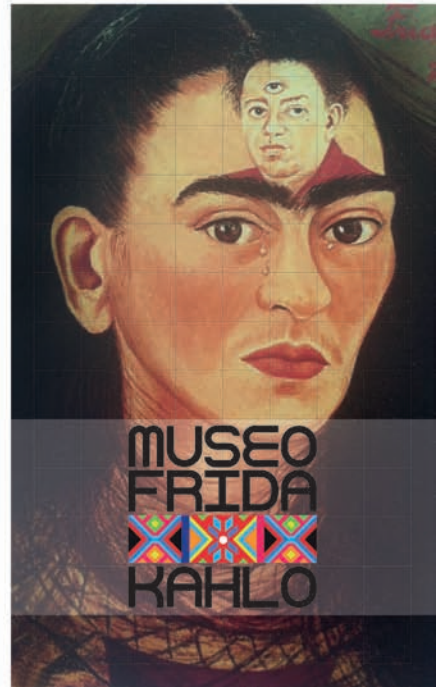
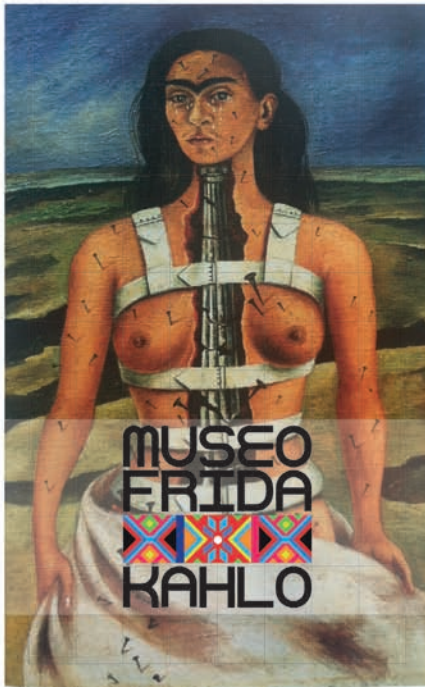
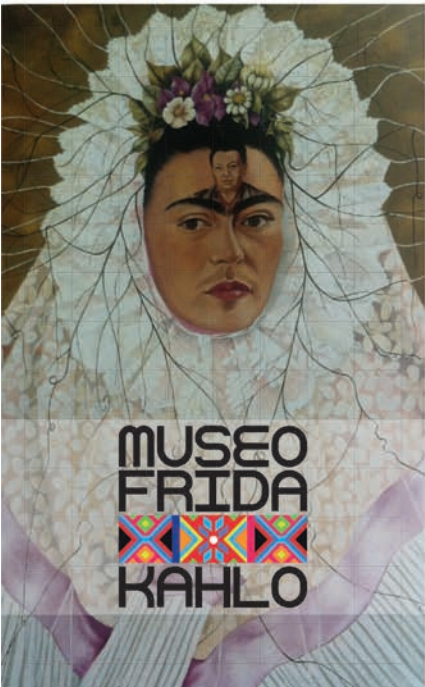
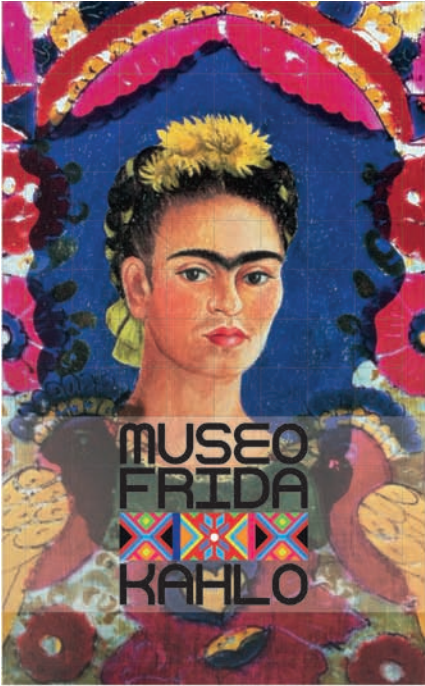
Es el primer cuadro de unartista Mexicano de este siglo en entrar al museo.

Tarjeta postal coleccionable. 1 de 6.

LA CASA AZUL

Calle de Londres 247, Del. Coyoacán  
C.P. 04100 / Ciudad de México.  
Horario: Martes a domingo de 10:00 a 17:45 hrs.

Tel./Fax: 5554 5999 / 56585778  
www.museofridakahlo.org.mx



TARJETAS POSTALES COLECCIONABLES  
EN ORDEN CRONOLÓGICO,  
FRENTE

<p>THE Frame 1938</p>			
<p>"La Trama"</p> <p>Autorretrato, tubo lugar dentro de la exposición "Mexique" organizada en París por André Bretón.</p> <p>Lugar donde se exponían pinturas Mexicanas, esculturas, fotografías y objetos de arte popular.</p> <p>La pintura fue adquirido por el Museo Louvre en París.</p> <p>Es el primer cuadro de un artista Mexicano de este siglo en entrar al museo.</p>	Tarjeta postal coleccionable...1 de 6.	<p style="text-align: center;">← "LA CASA AZUL" →</p> <p>Calle de Londres 247, Del. Coyoacán C.P. 04100 / Ciudad de México.</p> <p>Horario: Martes a domingo de 10:00 a 17:45 hrs.</p> <p>Tel./Fax: 5554 5999 / 56585778 <a href="http://www.museofridakahlo.org.mx">www.museofridakahlo.org.mx</a></p>	

<p>LAS DOS FRIDAS 1939</p>			
<p>"Las dos Fridas"</p> <p>Poco después del Divorcio entre Frida y Diego, la artista pinta éste autorretrato.</p> <p>Construido por dos personalidades, una meditación sobre la crisis matrimonial y la separación.</p> <p>Frida Mexicana es la que adora Diego, la otra Frida está ataviada con un vestido europeo despreciada y amenazada con desangrarse. Los corazones de ambas están al desnudo y se mantienen unidos por medio de una única arteria.</p>	Tarjeta postal coleccionable...2 de 6.	<p style="text-align: center;">← "LA CASA AZUL" →</p> <p>Calle de Londres 247, Del. Coyoacán C.P. 04100 / Ciudad de México.</p> <p>Horario: Martes a domingo de 10:00 a 17:45 hrs.</p> <p>Tel./Fax: 5554 5999 / 56585778 <a href="http://www.museofridakahlo.org.mx">www.museofridakahlo.org.mx</a></p>	

<p>AUTORRETRATO con TRENZA 1941</p>			
<p>"Autorretrato con trenza"</p> <p>Con el acto de cortarse el pelo Frida, no solo había expresado el dolor por la separación de Rivera.</p> <p>Aquí tenemos de nuevo el pelo como elemento de expresión de los sentimientos de Frida, pero esta vez en relación al nuevo matrimonio con Rivera en diciembre de 1940. Los cabellos que en otro cuadro parecían cortados, han sido recogidos y peinados en una trenza, de este modo Frida retoma la feminidad que un año antes había desechado y simbólicamente depuesto.</p>	Tarjeta postal coleccionable...3 de 6.	<p style="text-align: center;">← "LA CASA AZUL" →</p> <p>Calle de Londres 247, Del. Coyoacán C.P. 04100 / Ciudad de México.</p> <p>Horario: Martes a domingo de 10:00 a 17:45 hrs.</p> <p>Tel./Fax: 5554 5999 / 56585778 <a href="http://www.museofridakahlo.org.mx">www.museofridakahlo.org.mx</a></p>	

TARJETAS POSTAL COLECCIONABLES EN  
ÓRDEN CRONOLÓGICO REVERSO

AUTORRETRATO  
como  
TEHUANA  
1943

"Autorretrato como tehuana"

El retrato de Rivera en su frente expone el amor obsesivo de Frida por su marido

Las raíces de las hojas que adornan su tocado recuerdan una telaraña con la que intenta cazar a sí presa -Diego-

Frida vestida con un traje de tehuana, que tanto gustaba a Rivera, el traje procede de una región del suroeste de México en la que todavía hoy se conservan las tradiciones matriarcales y cuya estructuras económicas revelan el dominio de la mujer

Tarjetas postales coleccionables... 4 de 6.



← "LA CASA AZUL" →

Calle de Londres 247, Del. Coyoacán  
C.P. 04100 / Ciudad de México.  
Horario: Martes a domingo de 10:00 a 17:45 hrs.

Tel./Fax: 5554 5999 / 56585778  
www.museofridakahlo.org.mx

LA COLUMNA  
ROTA  
1944

"La Columna rota"

Cuando empeoro su estado de salud y se vio obligada a llevar corsé de acero Frida pinta éste autorretrato.

Una columna jónica con diversas fracturas, simboliza su columna vertebral herida, las rasgaduras en su cuerpo y los surcos del yermo, paisaje agrietado se convierten en metáfora del dolor y soledad.

Tarjetas postales coleccionables... 5 de 6.



← "LA CASA AZUL" →

Calle de Londres 247, Del. Coyoacán  
C.P. 04100 / Ciudad de México.  
Horario: Martes a domingo de 10:00 a 17:45 hrs.

Tel./Fax: 5554 5999 / 56585778  
www.museofridakahlo.org.mx

DIEGO Y YO  
1949

Autorretrato, Frida Kahlo pinto este cuadro por la época en que Rivera tuvo una relación amorosa con María Félix.

La pintura muestra una Frida triste, los cabellos enredados en su cuello amenazándola con estrangularla, una vez más, los cabellos son el medio expresivo de dolor del alma

Tarjetas postales coleccionables... 6 de 6.



← "LA CASA AZUL" →

Calle de Londres 247, Del. Coyoacán  
C.P. 04100 / Ciudad de México.  
Horario: Martes a domingo de 10:00 a 17:45 hrs.

Tel./Fax: 5554 5999 / 56585778  
www.museofridakahlo.org.mx

TARJETAS POSTAL COLECCIONABLES EN  
ÓRDEN CRONOLÓGICO REVERSO

### **5.VERIFICACIÓN:**

Consiste en la comprobación y evaluación de la eficacia del mensaje definitivo por medio de su interacción con el contexto inmediato, ya sea publico meta específico o general con la intención de ajustar alguna deficiencia tanto estética como expresiva.

Cabe mencionar que para comprobar la eficiencia del Funcionamiento publicitario de esta serie de seis tarjetas postales, se requiere de un proceso largo, el cual por cuestiones de tiempo, la verificación no podrá ser medible .

El diseño es una parte importante en la vida de todas las personas, en ocasiones no sé si es tan común o está mal realizado el diseño, que las personas no logran apreciarlo o será que muchos de los diseños no son realizados e investigados con base a una metodología, hoy en día me pregunto si todas las empresas siguen estos pasos para la solución de problemas de diseño o alguna metodología, me pregunto si toda esa publicidad en las calles fue planteada así, La ventaja de muchas empresas es que ellas si comprueban la eficacia de su publicidad ya que se ve reflejado en sus empresas a diferencia de este proyecto

En el desarrollo del proceso creativo pude percatar que tan importante son los conocimientos que con el paso del tiempo se dejan de tomar en cuenta u olvidan, en ocasiones por ahorrar tiempo no se diseña con apego a un proceso y se realizan diseños con deficiencias.

Es por esto la importancia de una investigación y el seguimiento de un proceso metodología como en este caso fueron: Gui Bonsiepe que sirvió para la recopilación de la información y la metodología de Joan Costa que me ayudó para aterrizar todos los aspectos teóricos en conceptos gráficos para poder dar un buen resultado en las propuestas.

Este proceso llevado a cabo en la propuesta gráfica para las 6 postales me mostro una forma de trabajo que en las aulas se ven como partes separadas y en este proyecto todas se vinculan de alguna manera para tener un resultado más completo, ya que se analizan todos los pasos desde la ubicación de la problemática gráfica hasta la producción del resultado, porque también se propone un sistema de impresión con base en la calidad, cantidad de impresos y el presupuesto de la empresa, en este caso el Museo Frida Kahlo "La Casa Azul"

En este proceso Metodológico y de investigación aprendí a trabajar con una secuencia, el tener que buscar información de distintos temas y distintos autores, me hizo reafirmar muchos conocimientos vistos en clases, Aprendí a realizar citas de libros como a realizar una lista de fuentes bibliográficas cosas que comúnmente no hago.

El apoyo de un asesor es para mi de gran importancia ya que al dejar pasar mucho tiempo para realizar este proyecto olvide muchas definiciones, temas y vocabulario técnico de diseño, en algún momento la investigación se torno algo compleja para mí al tener que seguir una metodología cuando no se tiene la costumbre de trabajar e investigar de esta manera.

## CONCLUSIÓN

Considero que todo diseño debería plantearse con una metodología para asegurar de alguna manera que el proyecto final tenga un porcentaje mayor de funcionalidad, a diferencia de diseños que se realizan en cuestión de minutos sin analizar cual es el problema a solucionar.

## **CONCLUSIÓN**



Altamirano, M. (2003) (3era ed.) México D.F. Grupo Editorial Tomo, S.A. de C.V.

Baines, P. [et.al.] (2002) *Tipografía: Función, Forma y Diseño*. México. G.Gili.

Bonici, P. (2002) *Lenguaje Visual: El medio oculto de la comunicación*. México. Luis Hernández Ramírez.

Carter, R. (s/f) *Diseñando con tipografía: Logotipos, papelería de empresas, identidad corporativa*. España: INTER BOOKS.

Constante, S. (1994) *Diseño Gráfico 1* (1ra ed.) Barcelona, España. Naves internacionales.

Costa, J. (1993) *Identidad Corporativa*. México: Trillas; Sigma.

Dawson, J. (1982). *Guía completa de grabado e impresión: Técnicas y materiales*. España, HERMAN BLUME.

Gater, M. (2011). *Manual de impresión para diseñadores gráficos*. España, Parramoun.

Kane, J. (2005). *Manual de Tipografía*: Barcelona, España. Gustavo Gili.

Karch, R. R. (1978). *Manual de artes gráficas* (2da. ed.) México. Trillas.

Kettenmann, A (1992) *Kahlo*. Madrid, España. TASCHEN

Madrazo, C. [et.al.] (2014) *El Diario de Frida Kahlo: Un íntimo Autorretrato*. China. La Vaca independiente

Murani, B. (2005). *Diseño y comunicación visual: Contribución a una metodología didáctica* (12a. ed.) Barcelona. Gustavo Gili.

Smara, T. (2004) *Diseñar con y sin retículas*. Barcelona, España. Gustavo Gili.

Torre, G. (2007) *El lenguaje de los símbolos gráficos: Introducción a la comunicación visual*. México. Limusa.

Vilchis, L. (1998). *Metodología del diseño: Fundamentos teóricos*. México: Claves Latinoamericanas.

Willberg, H. P. [et.al.] (2002). *Primeros auxilios en tipografía: Consejos para diseñar con tipos de letras*. España: Gustavo Gili

Wong, W. [et.al.] (2002) *Fundamentos del diseño*. Barcelona. Gustavo Gili.

## FUENTES

Barrios culturales en la ciudad de México. Recuperado el 7 de Marzo de 2015, de <http://www.visitmexico.com/es/VisitMexico30/Buscador?q=fr>

SECTURDF/ MUSEO CASA FRIDA KAHLO "CASA AZUL". Recuperado el 7 de Marzo de 2015, de [http://www.mexicocitygob.mx/detalle.php?id\\_pat=3824](http://www.mexicocitygob.mx/detalle.php?id_pat=3824)

TURIBUS CIRCUITO SUR Recuperado el 7 de Marzo de 2015, de [http://www.turibus.com.mx/circuito\\_sur.html](http://www.turibus.com.mx/circuito_sur.html)

## **FUENTES WEB**



## **AGRADECIMIENTOS**

A MIS PADRES

Ma. Guadalupe Franco Gaona  
Antonio Vidal Caracheo

PROFESOR Y ASESOR

Lic. Guillermo Sánchez Monroy

