



**UNIVERSIDAD  
INSURGENTES**

**PLANTEL XOLA**

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

**“DIRECCIÓN DE ARTE PARA EL DISEÑO DE BROCHURE DIGITAL PARA  
LA EMPRESA MEZZOTINTA ARTES GRÁFICAS”**

**T E S I N A**

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

FERNÁNDEZ CASTILLO VIVIANA

CD. MX. 2016



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.

# DIRECCIÓN DE ARTE PARA EL DISEÑO DE BROCHURE DIGITAL PARA LA EMPRESA

---

MEZZOTINTA ARTES GRÁFICAS



POR  
VIVIANA FERNÁNDEZ CASTILLO



# ÍNDICE

---

El Diseño Editorial en la era digital	1
El diseñador editorial	2
“Mezzotinta” Artes Gráficas	3
Proceso Creativo	4
Conceptualización	4.1
Formulación y prefiguración	4.2
Materialización	4.3
Aplicación y ejecución del diseño	4.4
<b>Conclusiones</b>	
<b>Fuentes</b>	



# INTRODUCCIÓN

---

El término digital e interactivo actualmente se han convertido en una de las opciones de mayor consulta y divulgación para la sociedad actual, como también uno de los medios de comunicación rápidos y entretenidos.

El diseño interactivo buscará ser el centro de atención ya que comprende un medio interactivo que tiene que ver con el aspecto gráfico y visual; es aquí donde el diseño surge como fin para la elaboración del brochure digital.

El brochure digital es un proyecto que se realiza para una empresa con el fin de atraer y mantener una constante comunicación con sus clientes. Es así, como se diseña una publicación digital para que sea visto, por clientes o cualquier persona con el fin de promover y fortalecer a través de la comunicación interactiva a lo que se dedica, su historia y todos los servicios que ofrece.



1

EL DISEÑO EN LA  
ERA DIGITAL

---

**E**l diseño editorial es una rama del diseño gráfico especializada en publicaciones, como por ejemplo, libros, revistas, periódicos, catálogos, trípticos, brochures, portadas, entre otros. Es como decir que el diseño editorial se encarga de la construcción de las publicaciones.

Es un verdadero arte, porque requiere tanto de creatividad como de conocimiento de producción para lograr el interés de un público determinado. Es el que se encarga de crear un concepto visual y estético a partir de la palabra y el contenido. El diseñador editorial es quien se encarga de la creación del mensaje en el proceso de comunicación para lograr una recepción masiva.

Cada tipo de publicación es totalmente diferente a otra. Pero todas mantienen un equilibrio simétrico entre el texto y la parte gráfica. La tarea del diseñador editorial está en lograr publicaciones que funcionen, desde la creación del proyecto y el desarrollo, reproducción, distribución y consumo.

Es necesario que un diseño esté pensado en función de un público claramente delimitado, al cual se va a dirigir una publicación, para llamar su atención teniendo en cuenta sus características sociales, culturales, etarias y genéricas.

La función del diseñador especializado hablando del medio digital, es fundamental, ya que es la persona con todos los conocimientos necesarios para la realización exitosa de una publicación por el medio que desee usar.





Enfocándonos en el público al cual buscamos llegar nos referimos a la usabilidad de cualquier producto digital que pueda ser usado por usuarios específicos para conseguir metas específicas con efectividad, eficiencia y satisfacción dado un contexto específico de uso.

La usabilidad se ha ido expandiendo sus capacidades y herramientas, abarcando la experiencia de usuario y la calidad de la misma, porque se entiende que mientras mayor sea el uso que se le da a un producto digital, mayor será el impacto en quienes lo visitan y utilizan.

Como diseñadores tenemos la capacidad de utilizar nuestros conocimientos para lograr que una publicación sea exitosa, mediante un buen control de variables y elementos de diseño, para así generar un diseño que sea coherente en todas sus dimensiones y soportes sin olvidar al usuario.

El mundo del diseño digital actual se encarga de crear y diseñar el concepto visual y soporte de cualquier publicación.



2

EL DISEÑO  
EDITORIAL

---

Dentro de los nuevos medios de comunicación, el Internet es el medio que más ha influido, a partir de aquí es donde surgen como resultado avance de las tecnologías aplicadas. Actualmente existe una gran demanda de los mismos, ya que es una de las formas más utilizadas para acceder a la información y establecer una rápida comunicación.

El diseño editorial en el ámbito digital se ha convertido en un nuevo campo de acción, que consiste en la planificación, diseño e implementación de elementos visuales para pantalla, que organiza información en base a una estructura jerárquica, valiéndose de los recursos propios del diseño; en el diseño editorial específicamente hablamos lo que se consideran comúnmente como "páginas". El diseñador en el aspecto digital debe fundamentar la aplicación de principios o directrices básicas del diseño aplicadas a un nuevo espacio, conocido como el ciberespacio, que tiene características que lo hacen único. Requiere tener en cuenta cuestiones como navegación, interactividad, usabilidad, estructura de la información y la integración de medios como el audio, texto, imagen y vídeo.

El uso de los medios digitales se difundió mediante la aplicación de una representación visual llamada interfaz gráfica de usuario, con la intención de facilitar su manejo y, es aquí donde principalmente se concreta el trabajo tomando el brochure como el medio editorial que se elaborará.

Una de las funciones principales del diseñador se fundamenta en que está capacitado para dar soluciones a problemas de composición, a partir de principios conceptuales. Los principios propios del diseño de organizar, comunicar, significar van tomando forma en el campo del diseño digital.



Tomando como referencia los elementos que componen el diseño editorial como son los libros, revistas, periódicos, etc.

El brochure uno de los elementos que forman parte del diseño editorial el cual es toda aquella folletería que sea propia de una compañía y que la represente. Un brochure puede abarcar desde trípticos publicitarios de un nuevo producto o servicio que una compañía ofrezca, hasta las carpetas de presentación de proyectos que circulan de manera interna o externa. Es decir, el brochure abarca casi todo el material gráfico ó visual propio de una empresa.

Estando enfocados al área de diseño editorial digital no hablamos de criterios distintos a los de un impreso. Se deben tomar en cuenta que un buen diseño de brochure es informativo, publicitario e identificador, y debe cumplir estas tres funciones.

Como cualquier diseño editorial el brochure tiene ciertas características que ayudan a que un diseño sea mucho más funcional. No existe una tipografía específica para los medios digitales pero usualmente la tipografía debe ser legible y debe reflejar el tono de lo que se intenta transmitir. Las fuentes serif, como Gill Sans, Open Sans, Roboto, Tahoma entre muchas otras son las que mejor funcionan para el tipo de cuerpo. Se debe limitar el número de fuentes utilizadas a menos de tres para lograr una imagen consistente que pueda darle forma a la imagen.

En el diseño de un brochure son fundamentales los elementos gráficos, es decir, formas, líneas, colores, fotografías, ilustraciones, marcos y



sombreados, cada uno de ellos representan el estilo de la empresa y ayudan a enfatizar el mensaje. Si los componentes visuales logran armonizarse, entonces la identidad corporativa se consolidará en la mente del público destinatario.

El color es uno de los elementos fundamentales en cualquier diseño y en un brochure digital cumple un aspecto importante ya que ayuda a transmitir mensajes precisos con respecto a una empresa así como el mantener una imagen uniforme usando una paleta de color con base a las características de la empresa o a los colores que ocupa el logotipo e imagen de la empresa.

Para que la función del brochure se logre con eficacia, el diseñador debe tener las características morfológicas necesarias que lo complementen. El brochure digital debe ser sencillo, formal y a su vez didáctico, funcional y atractivo. Es función del diseñador lograr complementen todos los aspectos tanto gráficos como funcionales para lograr un buen producto que cumpla su función de comunicación visual.

La principal habilidad que debe poseer un diseñador gráfico es la capacidad de desarrollar un mensaje visual de manera clara y precisa. Asimismo, hay que tener mucho de artista, es decir, ser altamente creativo, saber dibujar, contar con una aguda sensibilidad en el manejo del color y la disposición de los elementos en el espacio, entre otros. Finalmente, un rasgo que define a los diseñadores gráficos es la pasión por los desafíos y la creación constante.



3

MEZZOTINTA ARTES  
GRÁFICAS

---

**D**esde el 2008 se formó un grupo de profesionales apasionados por la calidad. MEZZOTINTA ARTES GRÁFICAS es una empresa 100% mexicana, establecida en la Ciudad de México. Provee servicios de impresión digital en gran formato y alta resolución, así como servicios y productos relacionados como instalaciones, rotulaciones, recorte de vinil y estructuras entre otros atendiendo en tiempo y forma con una excelente calidad cada una de las ideas de sus clientes.

Mezzotinta Artes Gráficas busca estar orgulloso de sus propios trabajos así como de la satisfacción producida a sus clientes. Cuentan con personal altamente experimentado. Es una empresa responsable que controla íntegramente la información de cada uno de sus clientes. Varias compañías confían sus campañas publicitarias de productos que aún no salen al mercado, siempre con la seguridad de que sus productos será tratados en todo momento con absoluta confidencialidad.

Es una empresa que se mantiene actualizada tanto en conocimientos y desarrollos como en tecnología de última generación para hacer que su imagen sea impactante. Invierten, innovan, reinventan e integran para sus clientes.

## MISIÓN

Ofrecer a nuestros clientes la mejor calidad, servicio y atención para dar forma a sus ideas.

## VISIÓN

Consolidarnos como una empresa rentable y competitiva con soluciones integrales en artes gráficas a nivel nacional.



## NOMBRE

El nombre Mezzotinta Artes Gráficas surge a partir de la búsqueda de elementos relacionados con la impresión; desde materiales, colores, maquinas, hasta diferentes tipos de sistemas de impresión desde que se conoce la imprenta. Es donde en esa búsqueda encuentran con mezzotinta o grabado a la manera negra.

Mezzotinta es una técnica de grabado de incisión directa, como la punta seca o la talla dulce (con buril), diferente al aguafuerte y sus derivadas, en las cuales el surco se produce por la acción de mordientes.

Es la única técnica de grabado calcográfico que permitirá generar variantes de valores como si de un claroscuro se tratara, con matices y degradados.

La principal diferencia de la mezzotinta con las demás técnicas en cuanto al procedimiento es que esta parte de una base negra, en la cual se van generando los grises hasta el blanco.

Es ahí donde surge el nombre de Mezzotinta con la fusión de Artes Gráficas abarcando cualquier tipo de impresión o cualquier trabajo.

Mezzotinta Artes Gráficas tiene una gama de color definida que va del negro al blanco pasando por las variantes de valores con matices y degradados. Tiene como elemento visual el uso de tinta en cualquier forma, tanto elemento gráfico como en imágenes.





Actualmente la empresa Mezzotinta Artes Gráficas busca introducirse en el ámbito digital con el fin de actualizarse y establecer a la empresa con una parte visual innovadora y establecida con el fin de que sus clientes conozcan un poco más de ellos y hacer crecer su ámbito publicitario.

Es por esta razón que Mezzotinta Artes Gráficas busca lograr obtener un brochure digital con el fin de que cualquier persona pueda de esta manera conocer la empresa, sus productos y servicios que ofrecen.



4

PROCESO  
CREATIVO

---

**E**l punto donde todos buscamos llegar en las formas de crear algo es el proceso de trabajo. Aplicamos constantemente procesos creativos para llevar a cabo proyectos. Esto afecta a la forma en como lo planteamos, en como investigamos y analizamos el resultado de la investigación, en cómo abrimos las vías de desarrollo e incluso en cómo desarrollamos nuestras propuestas de diseño. Por tanto entendemos que esta capacidad es cada vez más necesaria a la hora de crear, proponer, comunicar y compartir.

En el proceso creativo existe un gran número de autores que nos plantean distintos modelos, Graham Wallas presenta uno de los modelos clásicos para la descripción del proceso creativo. Wallas basa el proceso creativo en una serie de etapas que se suceden una tras otra, de manera lineal, y que presentan un tiempo de duración variable. Wallas considera que el proceso creativo se detiene cuando la persona abandona su avance en cualquiera de esas etapas, y todas las etapas son imprescindibles. Las cuatro etapas que presenta son las siguientes:

### 1. Preparación

Es donde se plantea el problema y la necesidad de una solución, entendiendo como problema una tarea, dificultad o reto. En esta etapa se recoge la información necesaria sobre la situación a resolver y se experimenta con las posibles consecuencias de las soluciones encontradas, pero éstas no se llevan a cabo.

### 2. Incubación

Una vez comprendido el problema llega el momento de interiorizarlo de manera inconsciente. Aquí la persona siente que debe cambiar algo



y comienza a plantearse de manera más seria y profunda las posibles soluciones imaginadas en la fase anterior. A pesar del esfuerzo interno que conlleva esta fase, no hay exteriorización de ningún tipo en ella.

### 3. Iluminación

La llegada a la etapa de iluminación se produce tras incubar el problema y sus análisis en las etapas anteriores. Una vez hecho esto se “enciende la bombilla”, entendiéndola como la aparición de la solución que la persona buscaba. En esta fase suele haber júbilo y la persona se entusiasma al sentir una recompensa por su esfuerzo.

### 4. Verificación

Cuando ya se ha encontrado una posible solución, la persona pone manos a la obra para llevarla a cabo. Aquí juega un papel importante la lógica, e incluso la intuición. La solución encontrada se evalúa, y si se considera correcta se lleva a cabo y se comprueba si las consecuencias obtenidas se corresponden con el objetivo que se buscaba en un inicio. Si los resultados no son los esperados, la persona abandona o retrocede a la etapa de incubación para encontrar otra nueva. Si los resultados son los que se esperaban, la persona queda satisfecha y se da por finalizado el proceso creativo.

Es una etapa dura, en la que la persona siente dudas y deseos de abandonar, o adquiere prisa por conseguir los resultados y puede actuar inconscientemente.

Estas etapas conforman el modelo de Wallas que ha tenido una influencia muy significativa en las explicaciones del desarrollo del proceso creativo.



Tomando en cuenta las cuatro fases del proceso creativo de Wallas se aplicaron para el proceso del proyecto.

1. Dentro del proyecto en la etapa de preparación es donde como diseñador mi trabajo es escuchar al cliente para descubrir sus necesidades específicas de diseño. En esta fase se define de qué se va a tratar, que cosas se incluirán, quien es su audiencia, y cual son sus objetivos y sus aspiraciones del proyecto. Una vez teniendo todos estos aspectos se pasa a la siguiente etapa.

2. En esta fase la incubación se analizará a fondo los requerimientos del proyecto. Se proponen diferentes soluciones visuales y junto con el cliente se decidirá la mejor opción que permite cumplir a satisfacción con todas sus expectativas.

3. En la fase de iluminación toca plasmar las ideas del paso anterior, acomodar y organizar los diferentes elementos del diseño de una manera estética y armoniosa. Busco cuidar el diseño hasta el mas mínimo detalle con el fin de garantizar una mejor experiencia del usuario final.

4. La verificación contempla una totalidad, es donde una vez aprobado el diseño final de la aplicación, se comienza a elaborar y desarrollar el funcionamiento. Durante el desarrollo se busca dar acceso al cliente para que pueda seguir el proceso interactuando conmigo sobre posibles cambios o nuevas funcionalidades.

Una vez que el proyecto está terminado se comprueba el funcionamiento correcto de la aplicación. Se comprueban todas las animaciones, y los enlaces del mismo. En caso de errores se realizan las correcciones



necesarias para evitar cualquier problema de funcionamiento que el usuario pueda encontrar.

A través de este proceso, las fases y las etapas para la elaboración de un diseño, se toman en cuenta para destacar la interrelación entre ambas y la importancia de conocerlas y reconocerlas en nuestra labor como diseñadores, para ser más capaces en el ejercicio diario de nuestra profesión. La intención es que como diseñador seamos capaces de conducir e incentivar nuestro propio proceso creativo.



4.1

CONCEPTUALIZACIÓN

---

El diseño no surge al azar, el conceptualizar un diseño, nos permite plasmar la forma y función de un objeto que se puede interpretar a través de diferentes medios y de maneras distintas en cada persona.

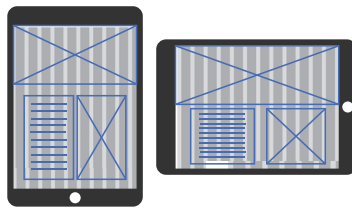
Para poder comenzar a solucionar la creación de un brochure digital se debe comenzar por recolectar los elementos, información y características que el cliente nos facilita. Durante la parte creativa se inició con una lluvia de ideas y en la búsqueda de referencias visuales para comenzar a realizar propuestas de diseño con una estructura base para la futura publicación.





La lluvia de ideas parte del producto que se va a realizar, el brochure digital. Tomando nuestro producto se toman en cuenta todos los elementos proporcionados por el cliente como fueron su logotipo, que lo conforma su nombre con una tipografía ya determinada y el uso del elemento de una mancha de pintura negra. Esto haciéndonos alusión y justificación del nombre el cual nos habla de un sistema de impresión antiguo que mezcla la tinta negra con un sustrato blanco. De ahí nos lleva al uso del color que nos delimitaremos al blanco y negro. Otros de los elementos fundamentales es el formato que se va a usar y el aspecto más importante el público al cual se va a dirigir. Todos estos elementos nos ayudan a concentrar las ideas para su uso y enfoque dentro del proyecto.

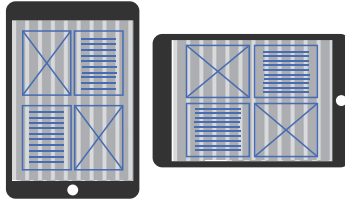
A partir de esta lluvia de ideas se comienza a bocetar propuestas para visualizar donde se colocarán los elementos.



### Maquetación 1

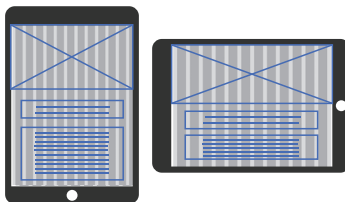
Se coloca una imagen en la parte superior sin dejar márgenes, en la parte inferior derecha encontramos otra imagen pero esta de menor tamaño y respetando un margen, es el mismo caso de la caja de texto creando un equilibrio entre el texto e imagen.





### Maquetación 2

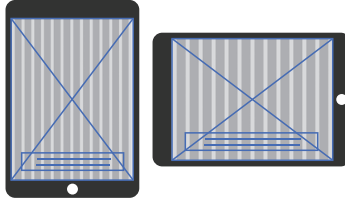
Se colocan 4 módulos, dos superiores y dos inferiores. Uno será de texto y el otro de imagen intercalando en la parte superior e inferior para crear un balance visual.



### Maquetación 3

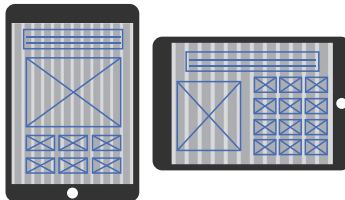
Esta maquetación esta conformado por una imagen en la parte superior que abarca toda la pantalla y en la parte inferior el texto respetando los márgenes con gran aire visual.





#### Maquetación 4

Está conformado por una imagen que cubre toda la pantalla sin dejar márgenes y en la parte inferior se encuentra una caja de texto centrado.



#### Maquetación 5

Esta maquetación cuenta con múltiples módulos los cuales se encuentra en la parte superior una caja de texto centrada, una imagen en la parte media y varios módulos en tres columnas de imágenes en la parte inferior todos los módulos respetan un margen. En el caso del horizontal solo se modifica los módulos a un aspecto horizontal.



Todas las propuestas de maquetación se presentan en ambas perspectivas, tanto horizontal y vertical para tener una mejor visualización de como sería la mejor elección con respecto a lo que se busca transmitir y comunicar.

Como resultado se obtuvo que las maquetaciones seleccionadas son en horizontal y se conforman por la maquetación 3 que conforma una imagen superior y texto inferior creando un balance entre texto e imagen. Esta maquetación puede tener cambios pero siempre respetando la visión. La segunda es la maquetación 5 con una caja de texto superior que determinará los títulos y los módulos de imágenes en la parte inferior con los que se visualizan los productos realizados por el cliente.



# 4.2

## FORMALIZACIÓN Y PREFIGURACIÓN

---

Dentro de los formatos digitales existen algunos elementos los cuales se recomiendan ciertas especificaciones no obligatorias pero que nos ayudan a una mejor visualización y estructuración de las publicaciones digitales.

Uno de los formatos más populares actualmente en los medios digitales, es el ePub que se traduce en Electronic Publication el cual se está convirtiendo rápidamente en un estándar para publicaciones digitales. Es un formato que define términos de representación, empaquetado, estructura y contenido web como imágenes y otros recursos para su distribución en un solo formato.

Cualquier trabajo de diseño debe tener una maquetación, deben llevar una guía para conseguir una estructura y tamaños fijos. Para ello se utiliza la retícula compositiva que será la plantilla base sobre la que colocaremos los elementos gráficos, con la finalidad de conseguir un orden y una estética en la publicación.

Para la diagramación en aplicaciones digitales se usa un GRID (marco de trabajo) cuyo enfoque es no interferir con el diseño. Simplemente te ayuda a colocar los elementos donde deben estar, para que nada se salga de su sitio en ningún tamaño de dispositivo. La retícula nos ayuda también que, la lectura sea con mayor rapidez, se visualicen los contenidos y se retenga con más facilidad en nuestra memoria la información que estamos recibiendo. Para el proyecto se determinó un GRID de 12 columnas para delimitar el área de trabajo y de esa manera tener una maquetación modular pero que tenga la versatilidad de el uso



de 2 o 3 columnas según sea necesario así como en uso de módulos y su fácil acomodo dentro del GRID.

Muchos de los diseñadores olvidan de lo importante que es utilizar fuentes adecuadas en sus trabajos.

Es por ese motivo que hablando específicamente de fuentes para medios digitales existen ciertas fuentes que de alguna manera ayudan a la mejor visualización y leibilidad de los textos así como en los títulos. Por mencionar algunas tipografías adecuadas para los medio digitales se encuentran la Helvética, Gil Sans, Impact, Roboto, etc. que la gran mayoría forman parte de tipografías de la clasificación de palo seco.

Otro de los aspectos principales dentro de cualquier diseño y en específicamente de un diseño digital es el uso del color ya que para este medio se trabajará en RGB ya que solo se utilizará la publicación para uso digital y no para impresos. Por lo que el color es un aspecto de diseño con el cual podemos potencializar y aprovechar ya que visualmente es mucho mas enriquecedor el uso del color en un medio en el cual no va a haber ninguna modificación ni variante con respecto a los colores seleccionados.

Tomando en cuenta los aspectos que cualquier diseño debe tener, ahora se deben aplican todos los elementos en armonía al diseño de una publicación siendo este el caso del brochure digital. Dando como resultado 5 propuestas para determinar el estilo que seguirá a lo largo de todo el proceso de diseño.





## Propuesta 1

A pesar de que uno de los requerimientos del cliente era el uso de blanco y negro se realizó esta propuesta donde tenemos una imagen a color, colocando elementos gráficos de apoyo al diseño como es la línea tanto horizontal como vertical con distintos grosores y cuadros que en un futuro nos determinarán áreas de texto. Del lado inferior derecho nos encontramos con el nombre de la empresa.







## Propuesta 2

En esta propuesta se buscó romper con las especificaciones de color que el cliente determinó con el fin de tener otra visión del uso de distintos colores dentro del diseño y no limitarlo a dos colores. Aquí podemos ver el uso de una imagen en la parte superior, tenemos elementos gráficos como la línea con variantes de grosores y un cuadro de texto que mantiene la línea de color de la imagen para crear una armonía. Siguen estando presentes el uso del blanco y negro así como el nombre de la empresa ahora en su parte inferior izquierda.



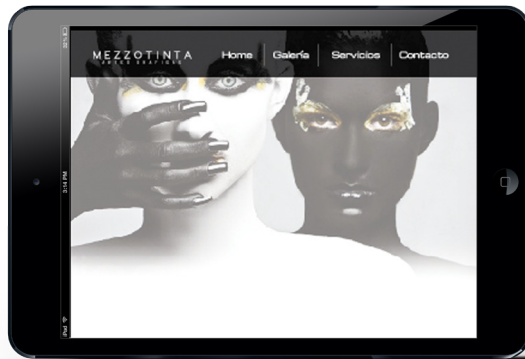


### Propuesta 3

Esta propuesta esta compuesta de dos segmentos, en el superior donde tenemos una imagen en escala de grises y la parte inferior donde tenemos el texto.

En la parte superior donde esta la imagen podemos ver que se creó un acento visual en forma de pico que nos lleva en dirección al texto, creando una lectura central con dirección.





#### Propuesta 4

En esta propuesta se realizó pensando que podría existir la opción dentro del brochure que tuviera un menú con el cual los clientes pudieran recorrer y regresar a la sección deseada. No es uno de los principales aspectos ni funciones de un brochure pero no se descarta la propuesta con fin que el cliente cuente con la opción y este satisfecho con el proyecto.





## Propuesta 5

Esta propuesta es muy parecida a la propuesta 3 solo que aquí se busca un balance y equilibrio. Se cuenta con dos secciones; en la parte superior se encuentra la imagen en escala de grises y en la parte inferior se encuentra el texto respetando los márgenes establecidos y creando bastante aire visual. Este diseño está perfectamente equilibrado tanto en color como en imagen y texto.



# 4.3

## MATERIALIZACIÓN Y REALIZACIÓN DEL PROYECTO

---

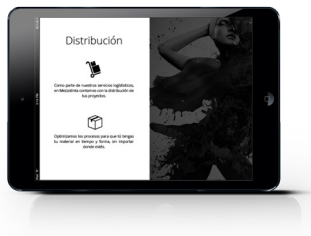
Una vez teniendo la propuesta seleccionada y aprobada se pasa a la parte del diseño. Se comienza a colocar la información en distintas páginas con el fin de crear una distribución adecuada y comenzar a ver donde va a ir cada tipo de información proporcionada por el cliente.

La propuesta 5 esta estructurada por un GRID de 12 columnas, teniendo un margen de 140 pixeles y un medianil de 40 pixeles con el fin de tener un aire visual que forme parte del diseño.



Durante el proceso de colocación de información me encontré con problemas que el diseño limitaba en diferentes aspectos. Uno de los principales problemas fué al tener un diseño lineal, la publicación podría resultar ser muy monótona, aburrida y no se lograría el objetivo de comunicación donde se busca lograr la atención de los clientes. Por lo que realicé modificaciones pero siempre manteniendo el diseño y el estilo seleccionado.

Dentro de las modificaciones está el acomodo de los elementos, la propuesta seleccionada esta conformada por un equilibrio horizontal con el uso del blanco y el negro; el negro en la parte superior y el blanco en el inferior. La modificaciones fueron invertir la estructura dejando en la parte superior el texto con fondo blanco y en la inferior la imagen respetando el negro. Es asi como se crearon 4 diferentes diseños, donde cada uno de ellos continúa con el mismo diseño y la misma estructura solo jugando con el aspecto tanto horizontal como vertical.



# 4.4

## APLICACIÓN Y EJECUCIÓN DEL DISEÑO

---



Una vez realizado el armado del diseño y acomodo de la información, pasé a la búsqueda de imágenes que complementarían perfectamente el brochure digital.

Uno de los aspectos a contemplar en esta búsqueda fue el encontrar una imagen femenina. Imágenes que nos darán fuerza a la publicación pero a la vez mantener una sutileza y armonía por lo que la imagen femenina logra transmitir elegancia, frescura, delicadeza y jovialidad. Se buscó fusionar este elemento de la mujer con otro elemento fundamental de la empresa; la tinta. Se seleccionó una galería de imágenes que conforman a mujeres envueltas en explosiones de pintura; todas estas imágenes en escala de grises con los tonos de blanco y negro equilibrados.

La tipografía seleccionada para la publicación es conocida como Open Sans de la clasificación de la familia de palo seco; las tipografías sans tienen la ventaja de crear un aire más moderno a una composición, ayudan a una fácil lectura, además de que las tipografías de este tipo tienen una gran calidad estética, y que hacen las palabras más redondeadas pero en ocasiones también las hacen más largas creando un aspecto visual sutil y atractivo. El tamaño seleccionado para los títulos es de 100 píxeles y en el caso de los textos se usó un tamaño de 36 píxeles con el fin de tener un tamaño adecuado para su lectura.

# Open Sans (100px y 36px)

---



Con respecto a la alineación de los textos se mantiene una alineación centrada y justificada teniendo cuidado con los espacios en blanco que la justificación nos pueda causar. Esta alineación se eligió con el fin de darle a la composición un aspecto más expresivo, más creativo, y centrar la atención tanto en el texto como en la imagen.

Hay una relación directa entre el color y los elementos de una composición. El uso del color durante todo el proceso en el brochure digital fue muy específico ya que todo se conforma dentro del color blanco y negro pasando por diferentes escalas de grises; una gama de transparencias en ambos colores.

El color blanco contribuye con el balance de los diferentes elementos componentes, sirve para realzar elementos por contraste, colabora y provoca el ritmo entre el texto y la imagen. Nos da un aspecto de limpieza y a su vez como parte de la frescura que se busca lograr. Es muy probable que se piense que el espacio en blanco sea como un desperdicio, por lo que muchas veces se tiende a rellenar los mismos. Como consecuencia, la acumulación de información hace que la mayor parte de los contenidos pierdan su visibilidad y sean difíciles de ver, algo que resulta muy importante teniendo en cuenta que los usuarios emplean muy poco tiempo en la visualización del contenido. Es por ello que el color blanco forma parte fundamental del diseño. A diferencia del negro, el blanco por lo general tiene una connotación positiva.

En el caso del color negro representa la parte de la elegancia y la formalidad; también lo podemos asociar al prestigio y la seriedad. La selección de este color para la aplicación fue con el fin de dar una imagen de elegancia, y aumenta la sensación de profundidad y perspectiva.



Tomando en cuenta el uso del blanco y negro pasamos por los grises que su función se vincula a lo elegante, fresco, innovador, moderno, futurista, tecnológico, espacioso, suave y neutral por lo que conjunta perfectamente a los dos colores; aunque sabemos que el blanco y el negro son colores opuestos por lo que el contraste que se crea es claro y de esa manera se crea un balance. Concluyendo que el diseño final con respecto al color es un diseño acromático el cual se describe como la ausencia de color. Este tipo de diseño se puede denominar como diseños minimalistas o simplemente como un diseño elegante.



Al ser una publicación digital, dentro de diseño se deben contemplar las animación y la interacción que la publicación le ofrece al usuario. Por lo que la publicación cuenta con animaciones básicas que van desde un desvanecimiento en los textos e imágenes como la aparición simultánea y recorridos de trayectoria en distintas direcciones. Efectos básicos como de rebote, movimiento y giro que aparecen automáticamente conforme transcurre la visualización de la publicación.

Como resultado final podemos ver una brochure digital de la empresa MEZZOTINTA ARTES GRÁFICAS donde se unifica la imagen de la empresa y los elementos que la conforma dando como resultado una publicación digital armónica, equilibrada, elegante y con una secuencia visual estructurada.





# CONCLUSIONES

---

El diseño de publicaciones digitales así como un diseño editorial requiere no solamente de creatividad, sino conocer la técnica en la que se va a producir, saber aplicar nuestro idioma de diseño y cómo generar un archivo original.

En el proyecto realizado se logró desarrollar una aplicación para dispositivos, capaz de interactuar con los actuales clientes o futuros clientes que la empresa MEZZOTINTA ARTES GRÁFICAS pueda tener o ya cuente.

Se ha diseñado la interfaz gráfica de la aplicación siguiendo el tipo de aplicación de brochure digital con un contenido específico pero completo para la función que debe cumplir. Ofrece a la empresa una extensión y una imagen visual mas estructurada.

La publicación elaborada crea una ventaja competitiva a favor de MEZZOTINTA ARTES GRÁFICAS sobre cualquier otra empresa ya que cuenta con un medio actual el cual puede llegar a muchos más clientes , de manera innovadora y de fácil manejo.

Las herramientas que proporcionan actualmente las nuevas tecnologías digitales nos permiten llevar a cabo proyectos innovadores que ayuden a conseguir el éxito de alguna empresa. Teniendo un sin fin de ventajas sobre cualquier publicación impresa y la actualización constante de la información.



Como diseñador es muy enriquecedor saber que existen un sin fin de posibilidades para poder crear y elaborar diferentes proyectos ahora con el uso de nuevas tecnologías. Esto hace que poco a poco las ideas que tenemos en mente tomen más fuerza y con ayuda de diferentes tecnologías nuestros diseños sean aún mas innovadores. Como diseñadores tenemos la obligación de esa constante búsqueda de nuevos elementos que puedan convertirse en una herramienta más para nuestros diseños.

En este proyecto pude experimentar como se puede complementar el diseño con los medios de publicación digital y lograr mezcla de interactividad con el usuario.

El diseño y la comunicación visual estuvo presente en este proyecto ya que se logró crear un diseño que fuera funcional, estético e innovador cuya principal meta era que los usuarios tuvieran esta conexión con la aplicación y lograr transmitirles el mensaje.



# FUENTES

---

Pérez, F., (2003). "I. La era de la mundialización" en Lo material y lo inmaterial en el arte-diseño contemporáneo. Materiales, objetos y lenguajes visuales. México, UAM-Xochimilco.

Pérez, F., (2003). "III. Complejidad del arte-diseño contemporáneo" en Lo material y lo inmaterial en el arte-diseño contemporáneo. Materiales, objetos y lenguajes visuales. México, UAM-Xochimilco.

Heskett, J., (2005). El diseño en la vida cotidiana. Barcelona, España. Editorial Gustavo Gili.

Lynch, P. y Horton, S. (2000). Principios de diseño básicos para la creación de sitios Web. Barcelona, España. Editorial Gustavo Gili.



Valverde, Fernando. (2014). "Reticulas para medios digitales" en A Medium Corporation. [En línea]. México, disponible en: <https://medium.com/espanol/anatomia-de-una-reticula-a167a67a77e> [Consultado el día 24 de junio de 2015]

Luis, (2012) "Las 20 tipografías mas usadas para medios digitales" en culturaweb.com. [En línea]. España, disponible en: <http://www.culturaweb.com/blog/post/las-20-tipografias-mas-usadas-en-internet> [Consultado el día 2 de julio de 2015]

M.C.D. Villagómez Oviedo Cynthia, (2007) "Las fases del proceso creativo en las etapas para el desarrollo de productos de diseño gráfico" en Universidad de Guanajuato. [En línea]. Cuarta Edición Noviembre 2007, actualizado en Septiembre 10, 2014, disponible en: <http://www.>





interiorgrafico.com/edicion/cuarta-edicion-noviembre-2007/las-fases-del-proceso-creativo-en-las-etapas-para-el-desarrollo-de-productos-de-diseno-grafico [Consultado el día 15 de julio de 2015].

(2011). "Mezzotinta o grabado a la manera negra" en Taringa. [En línea]. Argentina, disponible en: <http://www.taringa.net/posts/arte/9918552/Mezzotinta-o-grabado-a-la-manera-negra.html> [Consultado el día 15 de julio de 2015].

Fernández, Davinia. (2013). "El proceso de la creatividad de Wallas" en Psiqueviva. [En línea]. Actualizado en junio 19, disponible en: <http://psiqueviva.com/el-proceso-de-la-creatividad-de-wallas/> [Consultado el día 15 de julio de 2015].

(2014). "¿Qué es la Usabilidad" en Guía digital. [En línea]. Chile, disponible en: <http://www.guiadigital.gob.cl/articulo/que-es-la-usabilidad> [Consultado el día 30 de julio de 2015]

