



**UNIVERSIDAD DON VASO A.C.**  
**ESCUELA DE DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL**

**INCORPORADA**  
**A LA UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO**  
**Clave: 8727-31**

**DISEÑO DE MATERIAL INFORMATIVO SOBRE**  
**LA IMPORTANCIA DE LA LACTANCIA MATERNA**  
**EN EL IMSS DE URUAPAN, MICHOACÁN.**

**TESIS PROFESIONAL PARA OBTENER EL**  
**TÍTULO DE LICENCIADA EN DISEÑO Y**  
**COMUNICACIÓN VISUAL**

**PRESENTA:**  
**ANA LAURA VILICAÑA MACIEL**

**Asesor: L.D.G. Kenneth Luis Treviño Cassilly**  
**Uruapan, Michoacán, Octubre del 2018**



Universidad Nacional  
Autónoma de México



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

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

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

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



## AGRADECIMIENTOS

Agradezco a mi familia, porque sin ellos no me encontraría en esta etapa de mi vida, que a pesar de las situaciones difíciles, continuaron apoyándome para no rendirme y conseguir lo que me propusiera, sobresaliendo pero siempre con dignidad y esfuerzo.

También quiero hacer una mención muy especial a Daniel Zalpa Sánchez, quien ha sido mi mejor amigo, apoyo, confidente y desde hace 3 años mi novio. Donde los días felices, tristes y desesperantes los hemos pasado juntos sin dejarnos caer.

Finalmente, pero no menos importante gratifico la valiosa ayuda, confianza, palabras de motivación que me proporcionaron mis maestros y asesores: Minerva Galván Espinosa, Jessica Mendoza Teytud, Kenneth Luis Treviño Cassilly y Juan Pablo Mújica Rebolledo.

## INTRODUCCIÓN

A pesar del paso tiempo, el tema de la lactancia materna sigue siendo parte fundamental de las recomendaciones que hacen los médicos e incluso los mismos familiares. La ciudad de Uruapan, Michoacán cuenta con servicios y atención médica correspondiente al sector privado y público. Tal es el caso del Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS); que es la institución con mayor presencia a la protección social de los mexicanos.

Específicamente en el Hospital General de zona #8 IMSS, tienen un área de lactancia materna, en la cual proporcionan información a las mujeres embarazadas o en etapa lactante. En dicho departamento se les orienta e incentiva a que amamanten a sus hijos, por los beneficios e importancia tanto para la madre como para su bebé. Las personas encargadas de llevar a cabo dicha actividad se apoyan de trípticos y carteles que posteriormente de manera gratuita se dan a las mujeres. Desafortunadamente el material presenta deficiencias de diseño e impresión, como la calidad de las ilustraciones, manejo tipográfico, jerarquización de la información, impacto visual, entre otros factores.

Es por ello que en la presente tesis se hizo una exhaustiva investigación para poder dar solución mediante el diseño gráfico a la problemática planteada. Principalmente se abarcó el tema de Uruapan, Michoacán, para contextualizar la situación y conocer las características del público meta.

En el II capítulo se hace referencia al Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), por ser la institución donde se llevará a cabo dicho proyecto y dará validez.

El capítulo III corresponde al tema de lactancia materna, con el fin de ampliar la información que se va a manejar y contar con los referentes necesarios.

En el IV lugar se incluyó lo que concierne al diseño gráfico, su historia, antecedentes, áreas y herramientas con las que cuenta para poder proporcionar soluciones a problemas gráficos y de comunicación.

Asimismo en el capítulo V, titulado el "¿qué se ha hecho? ", se analizaron diferentes ejemplos relacionados al tema, para extender la perspectiva sobre los elementos que han funcionado y los que se deben evitar.

Una vez que se reunieron los datos sobre los propósitos, matriz de solución, el brief y la metodología, panel de inspiración se colocaron en el capítulo VI de "análisis de la información".

De esa manera se pudo comenzar con el capítulo VII que atañe al proceso creativo. Explicando la toma de decisión correspondiente en cada paso de la etapa de bocetaje y colocando después la propuesta final.

En los últimos capítulos que son VIII, IX, X, XI, corresponden al presupuesto, conclusiones, anexos y bibliografía.



# ÍNDICE

## 1 Capítulo

### Uruapan, Michoacán

1.1 Ubicación geográfica de Uruapan,  
Michoacán \_\_\_\_\_ 18

1.2 Historia \_\_\_\_\_ 19  
1.2.1 Significado de Uruapan \_\_\_\_\_ 19  
1.2.2 Escudo Municipal \_\_\_\_\_ 19  
1.2.3 Historia de Uruapan \_\_\_\_\_ 19

1.3 Sociedad y economía Uruapense \_\_\_\_\_ 21

1.4 Salud en Uruapan \_\_\_\_\_ 23  
1.4.1 Sociedad femenina  
materna Uruapense \_\_\_\_\_ 23  
1.4.2 Situación actual de la mujer en  
Uruapan \_\_\_\_\_ 24  
1.4.3 Nivel socioeconómico y escolar  
femenino en Uruapan \_\_\_\_\_ 24

1.5 Uruapan en la actualidad \_\_\_\_\_ 24

# ÍNDICE

## 2 Capítulo

### Instituto Mexicano del Seguro Social

2.1 Fundación del IMSS \_\_\_\_\_ 28

2.2 Misión y Visión \_\_\_\_\_ 29

2.3 Organigrama \_\_\_\_\_ 29

2.4 Servicios de Salud \_\_\_\_\_ 30

2.5 IMSS en Uruapan \_\_\_\_\_ 30

2.6 Situación actual del problema \_\_\_\_\_ 31



## ÍNDICE

### 3 Capítulo

## Lactancia Materna

**3.- Lactancia Materna** \_\_\_\_\_ **40**

**3.1 ¿Qué es la lactancia materna?** \_\_\_\_\_ **40**

**3.1.1 El precalostro y calostro** \_\_\_\_\_ **40**

**3.2 Beneficios de la lactancia materna** \_\_\_\_\_ **41**

**3.3 Cuidados y recomendaciones para una lactancia materna óptima** \_\_\_\_\_ **42**

**3.3.1 Complicaciones durante la lactancia materna** \_\_\_\_\_ **42**

**3.3.2 ¿Qué es la mastitis?** \_\_\_\_\_ **42**

**3.3.3 Cuidados para prevenir la mastitis** \_\_\_\_\_ **43**

**3.4 La succión del bebé y posiciones para amamantar** \_\_\_\_\_ **43**

**3.5 Alimentación materna para beneficiar la producción de leche** \_\_\_\_\_ **45**

# ÍNDICE

## 4 Capítulo

### Diseño Gráfico y Comunicación Visual

Definición de Diseño Gráfico \_\_\_\_\_ 48

4.-Antecedentes Históricos del  
Diseño Gráfico \_\_\_\_\_ 48

4.1 El Diseño Gráfico \_\_\_\_\_ 52

4.2 El Diseño Gráfico en México \_\_\_\_\_ 56

4.3 Diseño y Comunicación Visual \_\_\_\_\_ 59

4.4 Áreas del Diseño Gráfico \_\_\_\_\_ 60

4.4.1 Diseño Tipográfico \_\_\_\_\_ 60

4.4.2 Identidad corporativa \_\_\_\_\_ 61

4.4.3 Diseño editorial \_\_\_\_\_ 63

4.4.4 Diseño Publicitario \_\_\_\_\_ 64

4.4.5 Diseño de envase y embalaje \_\_\_\_\_ 67

<b>4.4.6</b>	<b>Diseño de señalética</b>	<b>69</b>
<b>4.4.7</b>	<b>Diseño multimedia</b>	<b>71</b>
<b>4.4.8</b>	<b>Diseño de material didáctico</b>	<b>73</b>
<b>4.4.9</b>	<b>Diseño de infografías</b>	<b>74</b>

<b>4.5</b>	<b>Herramientas del Diseño Gráfico</b>	<b>76</b>
<b>4.5.1</b>	<b>Fotografía</b>	<b>76</b>
<b>4.5.2</b>	<b>Animación</b>	<b>76</b>
<b>4.5.3</b>	<b>Ilustración</b>	<b>76</b>
<b>4.5.4</b>	<b>Estilización</b>	<b>77</b>
<b>4.5.5</b>	<b>Caricatura</b>	<b>77</b>
<b>4.5.6</b>	<b>El color</b>	<b>78</b>
<b>4.5.6.1</b>	<b>Psicología del color</b>	<b>79</b>
<b>4.5.7</b>	<b>La Tipografía</b>	<b>80</b>

# ÍNDICE

## 5 Capítulo

### ¿ Qué se ha hecho ?

5.1 Análisis denotativo y connotativo de ejemplos _____	84
---	----

## 6 Capítulo

### Proceso de la información

6.1 Propósitos _____	94
Áreas del diseño _____	94
Conceptos _____	94
Parámetros de evaluación _____	95
Matriz de solución _____	95
Brief _____	97
Enfoques _____	98
Metodología _____	100
Panel de inspiración _____	104

<b>7.1 Selección de formato</b>	<b>112</b>
<b>7.2 Maquetación para diseño editorial</b>	<b>114</b>
<b>7.3 Variación de estilos</b>	<b>115</b>
<b>7.4 Proceso de bocetaje</b>	<b>116</b>
7.4.1 Digitalización	116
7.4.2 Análisis cromático	116
<b>7.5 Estudio tipográfico</b>	<b>132</b>
<b>7.6 Propuesta de solución</b>	<b>136</b>
7.6.1 Tríptico	136
7.6.2 Cartel	139
<b>7.7 Storyboard para la presentación y video</b>	<b>143</b>
7.7.1 Proceso de animación	150

## ÍNDICE

### 8 Capítulo

**Presupuesto** \_\_\_\_\_ **180**

**Conclusiones** \_\_\_\_\_ **186**

**Anexos** \_\_\_\_\_ **190**

**Bibliografía** \_\_\_\_\_ **210**

**Índice de imágenes** \_\_\_\_\_ **216**

### **PROBLEMÁTICA: Importancia de la Lactancia materna**

La Clínica del Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) localizada en la ciudad de Uruapan, Michoacán. Es la institución con mayor presencia en la atención a la salud y protección social de los mexicanos.

Dicha dependencia provee información de manera gratuita a través de trípticos y carteles a madres que se encuentran en etapa lactante, así mismo a mujeres que empiezan una planificación familiar. De acuerdo a las necesidades de consulta de información se detectó una deficiencia tanto en el contenido como en el diseño que presentan los trípticos y carteles. Por consiguiente el género femenino que muestra interés al respecto encuentra poco comprensibles los datos. En cuanto al público en general les resulta irrelevante haciendo que evadan su contenido.

En el área de lactancia materna además de brindar asesoría se pueden solicitar carteles con infografías alusivos a la maternidad, beneficios y recomendaciones de la lactancia. Los cuales sí son ejemplificados, pero no de una manera eficiente, por la ambigüedad de los gráficos y el manejo de las indicaciones.

Es importante dejar en claro que las personas afectadas principalmente son las madres primerizas, de igual manera quienes ya lo han sido.

Aunado a los efectos psicológicos y económicos que conlleva el no amamantar durante la prescripción médica.

Así mismo los niños amamantados tienen por lo menos seis veces más posibilidades de supervivencia en los primeros meses que los niños privados del amamanto materno. La lactancia materna reduce drásticamente las muertes por las infecciones respiratorias agudas y la diarrea; dos importantes causas de mortalidad infantil, así como las muertes por otras enfermedades infecciosas.

De no dar solución a la problemática que se presenta, traerá consigo consecuencias negativas como lo son la falta de conocimiento sobre la importancia y beneficios en la salud, especialmente en la mujer y el recién nacido al momento de ser alimentado. Incluso al tener un bajo nivel de interés por parte de los pacientes se empezará a reducir aún más la difusión y distribución de los trípticos.

Ciertamente sí existe un área destinada a la lactancia materna dentro del IMSS, pero los recursos que ofrecen no son los adecuados para que tenga el suficiente impacto en las mujeres y el público se interese por el tema.

## OBJETIVO GENERAL Y PARTICULARES

### **OBJETIVO GENERAL:**

Informar a la comunidad femenina de la ciudad de Uruapan, Michoacán sobre los beneficios e importancia de la lactancia materna, dirigida principalmente a los derechohabientes del IMSS.

### **OBJETIVOS PARTICULARES:**

- Investigar sobre los aspectos históricos, sociales, culturales, económicos y geográficos de la región de Uruapan, Michoacán. Identificando la forma adecuada para transmitir la información.
- Analizar el público meta, nivel socioeconómico y edad, para determinar el tipo de lenguaje que será empleado.
- Hacer un marco referencial sobre el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) para saber sobre la institución que respaldará la investigación.
- Conocer los programas de salud con los que cuenta el IMSS, haciendo hincapié en los apoyos de el área de "Lactancia Materna".
- Asistir a una plática del IMSS sobre lactancia materna, así se tendrá información de campo para conocer de cerca la situación que viven las mujeres que amamantan.
- Investigar sobre la lactancia materna, con ello se obtendrá un amplio conocimiento sobre los beneficios físicos y psicológicos en la madre e hijo durante la etapa lactante.

- Investigar causas principales que inducen a las mujeres para no amamantar, con ello se podrá fundamentar la problemática.
- Enunciar los cuidados necesarios que debe tener una madre para tener una óptima salud de sus mamas, de esta forma se estará informado para prevenir futuras enfermedades.
- Especificar las áreas del diseño identificando el medio adecuado para la difusión de la información.
- Generar una propuesta de solución, aplicando las habilidades y conocimientos adquiridos durante la carrera.





Uruapan, Michoacán

1



## CAPÍTULO 1: URUAPAN, MICHOACÁN

El contenido del primer capítulo presenta los aspectos más destacables de Uruapan, Michoacán, puesto que es el lugar donde se llevará a cabo el proyecto; lo que nos servirá como un marco referencial para enfocar la información.

En las siguientes secciones se presentarán las características geográficas, antecedentes históricos, la salud y sociedad, hasta la vida actual uruapense.

### 1.1 Ubicación geográfica

Uruapan se localiza al oeste del estado de Michoacán, cuenta con una extensión territorial de 954.17 km<sup>2</sup>, a una altitud de 1,620 m.s.n.m. Al norte colinda con los municipios de Los Reyes, Charapan, Paracho y Nahuatzen; al este con Tingambato, Ziracuaretiro, Taretan, Nuevo Urecho y Gabriel Zamora; al sur con los municipios de Parácuaro, Tancítaro y Nuevo Parangaricutiro.

Lo que respecta a la orografía de la región; su relieve es conformado por el Sistema Volcánico Transversal y tres cerros importantes; la Charanda, la Cruz, Jicalán y el llano de la Magdalena.

Por otra parte su hidrografía es conformada por el río Cupatitzio, las presas de Caltzontzin, Salto Escondido y la cascada La Tzararacua.

### Clima

A lo largo de su territorio cuenta con diferentes tipos de clima y en promedio es temperatura media, en el municipio de Uruapan se tiene un clima



**Fig. 1.1** Parque Nacional Barranca del Cupatitzio, Uruapan, Michoacán. Es uno de los lugares turísticos más conocidos de municipio.

templado húmedo, con abundantes lluvias en verano.

### Flora y Fauna

La flora que abunda en los montes del municipio son: pino, encino, madroño, manzanillo, haya, pinabete, cedro, sirimo, aile, jaboncillo, nogal entre otras.

La fauna de las zonas frías es habitada por venados, tejones, coyotes, gran variedad de pájaros y en cuanto aumenta la temperatura pueden aparecer en escuadrones los zancudos, las chancharras, los alacranes, gorupos, niguas, jejenes y otras especies.

### 1.2 Historia

A continuación se mencionarán los antecedentes históricos de Uruapan, Michoacán.

### 1.2.1 Significado del nombre

Es importante comprender el origen, trascendencia y crecimiento que se ha tenido durante el paso de los años, siendo que actualmente se le considera como la segunda ciudad más importante de Michoacán.

Comenzando por conocer las raíces del nombre; es impresionante la cantidad de versiones que se le han atribuido, aunque todas cuentan con similitudes entre sí, de acuerdo con el antropólogo michoacano José Corona Núñez, menciona en el Diccionario Geográfico Tarasco Náhuatl, que el nombre de Uruapan se deriva de "Uhruuapan", que a su vez se compone de "uhru" y de "uuhpa", el cual significa hijo de noble, príncipe; aumentando la terminación an, dando como resultado "El Dios Príncipe de las Flores". Por otro lado una de las definiciones más conocida es "Lugar donde todo florece".

### 1.2.2 Escudo Municipal

La elaboración del escudo municipal se le confiere al teniente coronel Luis Valencia Madrigal en los años 60's comprende en la parte superior, los perfiles del español y nativo de esta región. En el ángulo superior izquierdo, encontramos las capillas de los nueve barrios de los que se fundó la ciudad de Uruapan y la Huatápera o primer Hospital de Latinoamérica. En el ángulo superior derecho percibimos a los dioses que adoraban los tarascos, simbolizados por la luna, el sol y una estrella, la tricromía de la Bandera Nacional y las pústulas de Cristo a la Orden Franciscana. En su ángulo inferior izquierdo tenemos el volcán del Parícutín, rodeado de la vegetación con que

cuenta Uruapan y la Tzaráracua al fondo por el río Cupatitzio. El ángulo inferior derecho está dedicado a los Mártires de Uruapan. En la parte inferior se localizan las ramas de cafetal, que salen de una jícara hecha a mano y conocida como "maque", atravesada por la inscripción que dice: "Salvaguada del espíritu, la tradición y la mexicanidad". El escudo en lo general, significa la defensa del indio.



**Fig. 1.2** En México todos los estados y Ciudad de México poseen un escudo de armas, que simboliza al estado.

### 1.2.3 Historia de Uruapan

Su fundación, se le ha atribuido con mayor certeza a Fray Juan de San Miguel, debido a su arduo trabajo por evangelizar, urbanizar, civilizar y agrupar a la gente en barrios, mismos que



**Fig. 1.3** Antigua estación de Ferrocarril, Uruapan, Michoacán 1899, la cual propició un avance económico y comercial considerable.

él fundó, los cuales llevaban nombres de santos patronales, en donde contaban con su capilla, coro y escuela correspondiente. A continuación se mencionan los barrios: San Juan Bautista, San Miguel, San Francisco, La Magdalena, San Juan Evangelista, San Pedro, Santo Santiago, La Trinidad y los Reyes.

Cabe mencionar que Fray Juan de San Miguel se estableció en el año 1531 en Uruapan, por lo tanto fue un pueblo prehispánico habitado principalmente por los Purhépechas. Ya en el año 1540 se establece como República de Indios.

El traslado de la capital del Estado a la ciudad de Uruapan se efectuó el 24 de noviembre de 1863, ante el ataque del ejército francés sobre la ciudad de Morelia, el cual salvaguardaron esta po-

sición hasta el 18 de febrero de 1867. Por veredicto de Maximiliano de Habsburgo, el Comandante Ramón Méndez, junto con el ejército Conservador, aprehenden a los cinco principales republicanos, quienes el 21 de octubre de 1865 fueron fusilados en dicha ciudad, los cuales son mejor conocidos como los "Mártires de Uruapan".

En 1883 llegó a Morelia la primera locomotora de ferrocarril durante la gestión presidencial de Pudenciano Dorantes. Para 1886 las vías del ferrocarril nacional llegaron a Pátzcuaro, y en 1887 se inauguró el tramo entre Maravatío y Zitácuaro, del ferrocarril Michoacán-Pacífico. Fue hasta 1899 que por primera vez arribaba en Uruapan y trajo consi-

go trabajo abundante y con él la riqueza que modificó a la sociedad, puesto que ahora se empezaban a tener mayores oportunidades de intercambio comercial.

En 1936 se fundó el H. Cuerpo Voluntario de Bomberos de Uruapan, siendo el primer cuerpo de bomberos del estado de Michoacán.

Al parecer el auge que en ese momento experimentaba Uruapan parecía ir como viento en popa, sin embargo una noticia devastadora circulaba por todos los medios de comunicación. En 1943 el Volcán Parícutin presentaba actividad volcánica dejando estragos a su paso en el pequeño poblado de San Juan Parangaricutiro. A raíz de ello ha sido considerado como uno de los grandes atractivos turísticos de Michoacán.

En 1970 el Aeropuerto Internacional de Uruapan o Aeropuerto Internacional General Ignacio López Rayón fue incorporado a la red Aeropuertos y Servicios Auxiliares (ASA), el cual fue construido estratégicamente en el centro del estado de Michoacán, México. Liga a la región de la Meseta Purépecha con la de Tierra Caliente, hacia la costa del Pacífico.

Un dato que se debe resaltar es que a partir de 1997 se constituyó la Asociación de Productores y Empacadores Exportadores de Aguacate de Michoacán (APEAM). Siendo así la actividad agrícola principal del municipio, colocándose en un nivel de calidad para exportación aumentando su variedad a partir del aguacate criollo.

A término de éste tema se puede con-

cluir que la metrópoli se ha convertido en un punto estratégicamente ubicado para el intercambio comercial y producción agrícola.



**Fig. 1.4** Fotografía digital de autor. Zamora, Michoacán es el principal productor de fresa del país.

### **1.3 Sociedad y economía Uruapense**

En este tema se hará referencia a las características de la sociedad y las principales fuentes de trabajo que la población desarrolla.

Referente a la ocupación laboral, está conformada principalmente por los sectores comercial, siderúrgico, agrícola y pesquero. Cada uno de estos forma parte importante en el aumento del Producto Interno Bruto (PIB) estatal siendo en un 42% para los servicios sociales, comunales, hotelería y comercio; 15 % para los servicios de inmobiliaria y finanzas; 14% corresponde a la industria manufacturera, esencialmente en la industria metálica básica y el 11% concierne a sector agropecuario. En cuanto a la pesca en Uruapan se cuenta con granjas de trucha que son cultivadas en el Parque Nacional



**Fig. 1.5** El aguacate es un fruto de los más completos y saludables. Gracias a su gran producción en Uruapan, Michoacán se le ha denominado como la “Capital Mundial del Aguacate”.

Barranca del Cupatitzio con los más altos estándares de calidad.

Es importante indicar que la cantidad de habitantes en Michoacán en 2015 es de 4,584,471, así lo indicaron las cifras reveladas por el Instituto Nacional de Informática, Geografía y Estadística (INEGI). De las cuales 2,374,724 son mujeres y 2,209,747 hombres.

La ciudad de Uruapan cuenta aproximadamente con 350,000 habitantes cuya principal actividad es el comercio y la agricultura; también considerada a la urbe como centro turístico importante. En el municipio se produce en gran cantidad el aguacate en lo que se refiere a su agricultura y a su ganadería.

En su infraestructura; existen instituciones médicas de tipo público y privado, los cuales brindan servicio al municipio y a otros pertenecientes a la región. Establecimientos comerciales y de entretenimiento, deportivos públicos: Hermanos López Rayón y El Capulín y variedad en clubes privados. Además de la educación pública y privada desde preescolar hasta educación superior.

Una central de autobuses dando servicio desde hace 32 años, ofreciendo transporte al centro, bajo y norte del país.

El Aeropuerto Internacional General Ignacio López Rayón cuenta con vuelos dentro de la república, hacia Tijuana y Los Ángeles.



## 1.4 Salud en Uruapan

Entre los servicios ofrecidos por los Centros de Salud, podemos encontrar: dispensarios, casas de salud, clínicas, consultorios, policlínicas, unidades médicas, hospitales, centros e institutos médicos.

Entre los hospitales y clínicas privadas se encuentran: Clínica Hospital San Jorge, Hospital Fray Juan San Miguel, Clínica La Magdalena, Hospital de Especialidades El Ángel, Maternidad de Cupatitzio, Clínica Don Vasco, Clínica Guadalupana, Maternidad la Esperanza, Hospital Camelinas, Hospital San Francisco. Los cuales ofrecen servicios de consulta externa, hospitalización, quirófanos, urgencias, terapia intensiva, terapia neonatal, laboratorio clínico, farmacia entre otros.

Lo que se refiere al sector salud público; IMSS Hospital General de zona No.8, IMSS Unidad de medicina familiar No. 76 , Clínica IMSS No. 81, Clínica IMSS No. 73.

Tanto el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) como el Seguro Popular ofrecen más de 250 servicios de salud a sus derechohabientes, sin embargo ambas instituciones cuentan con ciertas restricciones. El seguro cubre asistencia médica, quirúrgica, farmacéutica, hospitalaria y maternidad.

En caso de maternidad, se otorga atención durante el embarazo, el alumbramiento y el puerperio.

Existen enfermedades preexistentes que impiden su incorporación, padecimientos con ciertos periodos de espera, así como algunas exclusiones (cirugía estética, lentes, aparatos auditivos, tratamiento de padecimientos crónicos que

requieran control terapéutico permanente).

Este 22 de septiembre de 2016 a través del boletín de la página oficial del gobierno municipal se informó que: "con el objetivo de que los jóvenes adquieran la cultura de prevención en materia de salud, autoridades municipales de Uruapan y personal de la Jurisdicción Sanitaria No. 5 entregaron 300 cartillas nacionales de salud a estudiantes de diversos planteles de la ciudad."

### 1.4.1 Sociedad femenina materna Uruapense

A través del periódico Cuadratín, el 01 de mayo del 2016 anunció que: "La Posada de Atención a Mujeres Embarazadas, se encuentra en cambio de sede, a un espacio que permitirá la mejor eficiencia para el cuidado de las mujeres en labor de parto y puerperio, pertenecientes a los municipios que integran la Jurisdicción Sanitaria número 5.

También el 28 de septiembre del 2016 fueron entregados 400 certificados a hombres y mujeres de la localidad, que acreditan su educación de nivel primaria y secundaria a través del Programa Especial de Certificación (PEC) con base en aprendizajes adquiridos, que promueve el gobierno federal.

Por lo tanto Uruapan ocupó el segundo lugar a nivel estatal, con mayor número de población certificada, con ello se pretende abatir el rezago educativo en la entidad que se veía manifestando desde el último censo del 2010 del INEGI, el cual indicaba que la sociedad había



**Fig. 1.6** La sociedad femenina materna de Uruapan, Michoacán, está contando con varios apoyos de diferentes instituciones públicas durante y después de su embarazo.

14 mil 436 analfabetas; 31 mil 570 ciudadanos sin primaria y 51 mil 199 sin secundaria. Dicho programa federal propuso que 8 mil 414 personas concluyan su nivel educativo básico, incluso hasta media superior.

Por lo tanto los apoyos educativos han ido en aumento en este año lo que procura la facilidad de oportunidades laborales y una mejor calidad de vida.

Tomando como referencia los datos que otorgó el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), el rango de edad que acude actualmente a la área de lactancia materna, a las pláticas y consulta es de 16-36 años.

## **1.5 Uruapan en la actualidad**

Existen importantes organismos encargados de efectuar estudios cuya finalidad es establecer una regionalización, considerando diversos aspectos y características político-administrativas, entre ellos se encuentra el Comité Promotor del Desarrollo Económico y Social de Michoacán (COPRODEMICH).

Es por ello que durante los últimos treinta años, la entidad michoacana ha formado parte de éstos procesos a nivel nacional, con apoyo del Sistema de Planeación con fines de integración del territorio, estableciéndose en cada una de las entidades federativas los Comités de Planeación para el Desarrollo del Estado (COPLADE).

En contraparte, haciendo referencia con las cifras poblacionales proporcionadas por el Instituto Nacional de Informática, Geografía y Estadística (INEGI), anunciadas en 2013, más de la mitad de los habitantes de Uruapan sobre todo los que se encuentran en la zona sur del municipio, la Meseta Purhépecha y algunas colonias de la zona urbana, viven en alto grado de marginación, los cuales suman más de 150 mil habitantes.

En otros rubros el miércoles 28 de octubre del 2015, por medio de la página oficial del Gobierno Municipal, se informó a cerca de la convocatoria impartida por la Secretaría de Perspectiva de Género e inclusión en Uruapan, donde participaron cientos de féminas, representativas de diversos sectores.

Cuyo objetivo de estos eventos es brindar los recursos suficientes con la participación femenina, para conformar un consejo municipal de mujeres que busquen realzar la calidad de vida.

Con esto se puede concluir que efectivamente se cuenta con los apoyos para la integración poblacional dentro del territorio estatal, pero aún se tienen muchas deficiencias en infraestructura y servicios provocando que las zonas que se encuentran en la periferia se vean afectadas al no poder hacer uso de los ellos. Por consiguiente debido a las necesidades de calidad en los servicios que se presentan en Uruapan, Michoacán, los organismos públicos procuran mejorar sus instalaciones, como lo es el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), que en junio del 2015 iniciaron obras de construcción para la Unidad Médica Familiar 76, entre otras mejorías a sus clínicas de salud.

En resumen es importante hacer hincapié sobre los programas encamina-

dos a mejorar la educación; que desde el 2015 han tenido mayor presencia, cuyo fin es mejorar las deficiencias del nivel educativo. Aunado a los diferentes programas y servicios de salud pública que apoyan a las madres en etapa de embarazo y lactante. Como es el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS); que es una de las instituciones con mayor participación a nivel ciudad. Y se podrá analizar en el siguiente capítulo.

Instituto Mexicano  
del Seguro Social

2



## CAPÍTULO 2: INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL

Este capítulo dará a conocer la estructura jerárquica e histórica y algunos de los servicios de la institución que respaldará la investigación.

### 2.- Instituto Mexicano del Seguro Social

En éste apartado se mencionará la fundación del Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) su estructura orgánica y algunos de los servicios de salud que brinda, haciendo énfasis en los programas destinados a la lactancia materna.

#### 2.1 Fundación del IMSS

La apertura de las unidades hospitalarias que integran el Centro Médico Nacional del Seguro Social, pone en manifiesto la atención a las necesidades de la salud y bienestar de la sociedad mexicana. Este proyecto comenzó durante el gobierno del Presidente, General de División Manuel Ávila Camacho, continuaron bajo los gobiernos presidenciales de Miguel Alemán y Adolfo Ruíz Cortines, para concluirse por el Presidente, licenciado Adolfo López Mateos.

Es importante mencionar que hasta enero de 1941, los trabajos de planeación y construcción del Centro Médico Nacional se encontraban bajo el cuidado de la Secretaría de Salubridad y Asistencia. A partir de la fecha mencionada, el Presidente de la República autorizó el traspaso al Instituto Mexicano del Seguro Social haciéndose cargo de los trabajos de edificación, incremento en sus labores sanitarias y asistenciales hasta su terminación total.

Asimismo, cuatro nuevos hospitales ofrecieron servicios: el Hospital General, el Hospital de Pediatría, el Hospital de Traumatología y Rehabilitación y el Hospital de Convalecencia. Aunado a otras instalaciones, tales como el Banco de Sangre, la Biblioteca Médica y de Seguridad Social y la Central de Ambulancias. Con las unidades hospitalarias de Neumología y Cirugía de Tórax, de Oncología y de Gineco- Obstetricia

Fue hasta el 19 de enero de 1943 cuando oficialmente el Presidente, Licenciado Adolfo López Mateos puso en servicio el Centro Médico Nacional del Instituto Mexicano del Seguro Social.



**Fig. 2.1** Instituto Mexicano del Seguro Social, México, 1943.

## 2.2 Misión y Visión

La misión del IMSS es ser el instrumento básico de la seguridad social, establecido como un servicio público de carácter nacional, para todos los trabajadores y trabajadoras y sus familias.

La visión por un México con más y mejor seguridad social.

## 2.3 Organigrama

Está conformada por la Asamblea General, que es la autoridad suprema del Instituto, que a su vez la conforman 30 miembros organizados en tres principales grupos: Ejecutivo Federal, Organizaciones Patronales y Organizaciones de Trabajadores.

Cuya principal función es determinar el estado de ingresos y gastos, además de la disposición de recursos, por lo tanto es regida por el Director General del IMSS.

En segundo lugar se encuentra la Secretaría General; que se encarga de dar seguimiento al cumplimiento de los acuerdos específicos a los que concluye el Consejo Técnico, la Dirección General, los Órganos Normativos, los Consejos Consultivos y Unidades Médicas de Alta Especialidad (UMAES).

El tercer organismo importante son las Direcciones Normativas que desempeñan la función de administrar y vigilar el correcto funcionamiento de los servicios y prestaciones otorgadas por el IMSS, hacia todos los distintos grupos como lo son afiliados, beneficiarios, patrones, proveedores y la ciudadanía en términos generales.

El Órgano Interno de Control es quien representa al Instituto ante la Secretaría de la Función Pública (SFP) y viceversa.



**Fig. 2.2** Logotipo del Instituto Mexicano del Seguro Social, México años 70's.

En este departamento se busca el eficiente manejo de los recursos que le son establecidos al Instituto con el objetivo de incrementar los estándares de productividad. Al igual que la asesoría para mejorar los controles internos, audita procesos administrativos y supervisa el trabajo de los servidores públicos.

Finalmente las Delegaciones y UMAES; actualmente se consta con 35 delegaciones distribuidas en toda la República Mexicana, en las que se pueden realizar diversos trámites, desde los que van afines al registro de patrones, verificación de la vigencia de derechos, contratación del Seguro de Salud hasta la autorización, rechazo o modificación de pensiones.

En lo que a UMAES se refiere son las

Unidades Médicas de Alta Especialidad, enfocadas a ofrecer los servicios médicos especializados a determinadas enfermedades. En las que a nivel nacional participan 25 unidades.

## 2.4 Servicios de Salud

Dentro de los servicios que ofrece el IMSS gestiona diferentes programas de salud. Es importante especificar que los programas brindados se tornan diversificados de acuerdo a las áreas de salud. Entre los cuales encontramos el Programa Institucional del Instituto Mexicano del Seguro Social 2014-2018 (PIIMSS) con programas sectoriales del Plan Nacional de Desarrollo (PND), donde establece los principales objetivos a cumplir; asegurar el acceso a los servicios de salud, ampliar el acceso a la seguridad social, con apoyo del PROSESA 2013-2018 y contribuye al logro del Programa Sectorial de Trabajo y Previsión Social 2013-2018 y del Programa Sectorial de Desarrollo Social 2013-2018.

El Programa IMSS-PROSPERA, tiene como misión cuidar y fomentar de manera integral la salud de los mexicanos que no cuentan con seguridad social y habitan en zonas rurales o urbanas marginadas en condiciones de pobreza extrema.

## 2.5 IMSS en Uruapan

En junio del 2015 se iniciaron las obras de construcción para la Unidad Médica Familiar 76 del IMSS en Uruapan, cuyo principal objetivo fue beneficiar a 100 mil derechohabientes. Dicha clínica cuenta con 10 consultorios, área de medicina externa, central de esterilización, farmacia independiente,

# PROSPERA

## PROGRAMA DE INCLUSIÓN SOCIAL



**Fig. 2.3** Cartillas de Salud del Instituto Mexicano del Seguro Social, México.

toma de muestras, zona de conservación y administración, un almacén general, entre otras áreas dispuestas a mejorar el servicio y seguridad social.

A través del periódico PROVINCIA se comunicó que este 22 de marzo de 2016, El Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) en Michoacán, concluyó la obra de ampliación y remodelación, del área de urgencias del Hospital General de Zona (HGZ) No. 8 de Uruapan.

Para concluir con este capítulo el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) es la institución con mayor presencia en la atención a la salud y protección social de los mexicanos, la cual busca constantemente mejorar y brindar el apoyo necesario para obtener una mejor calidad de vida a través de las mejoras en instalaciones y en los diversos programas de salud.

Haciendo hincapié en los programas destinados a la lactancia materna, cabe mencionar que existe una variedad considerable para cada situación en la que se pueda encontrar un usuario.





**Fig. 2.4** Hospital General IMSS, Zona #8 Uruapan, Michoacán, 2016.

Algunos de ellos son:

El Programa de Alojamiento Conjunto ofrece a la madre enseñanza directa y práctica sobre el cuidado del recién nacido, hecho que le asegura al niño un crecimiento y desarrollo óptimo.

Métodos anticonceptivos después del parto: los médicos y trabajadoras sociales proporcionan información acerca de lo oportuno que es planificar la llegada de otro hijo si es que se desea. O pensar en la posibilidad de usar un método anticonceptivo.

Es precisamente en este punto donde se comenzó a analizar la situación actual del problema.

Las variantes en los programas de Lactancia Materna, Lactancia Materna Niño Enfermo: giran en torno a informar a la madre sobre los cuidados necesarios y recomendaciones que debe tener con su hijo recién nacido al momento de lactar, además de un recorrido por las

instalaciones del IMSS donde les van especificando las áreas que van a ocupar durante el parto y los trámites que se deben realizar.

Es clave indicar que dicha información es proporcionada a través de trípticos y un cartel que se encuentra dentro del cubículo donde realizan la plática. Para ello fue necesario analizar los trípticos en donde se identificaron ciertas deficiencias de diseño y manejo de información. De igual manera como parte de la investigación de campo; se asistió a la plática y al recorrido con el fin de presenciar el manejo de dicha actividad y las dudas que les surgían a las mujeres embarazadas.



**Fig. 2.5** Fotografía de autor. Investigación de campo.

Después de haber completado la visita obteniendo mayores referentes de la dinámica actual del programa, se aplicó una encuesta a 117 mujeres siendo la muestra poblacional, para corroborar la problemática y tener datos más concretos. ( Los datos completos se encuentran en Anexos).

Las preguntas que comprendió el instrumento de evaluación fueron desde lo general a lo particular, por ejemplo: conocer su estado civil, edad, nivel de escolaridad, los hijos que ha tenido y si los ha amamantado, las ventajas de lactar, entre otras preguntas abiertas.

Cotejando los resultados se llegó a la conclusión que en su mayoría las mujeres tienen un hijo con un 43 %, 39 % corresponde a dos hijos y el 18 % más de tres.

Favorablemente el 91 % conoce el término amamantar y 9% lo desconoce. De las cuales 79% sí ha amamantado y 43% no lo hizo por cuestiones de salud o razones personales.

El valor más alto para calificar el tiempo que las madres habían alimentado a sus bebés fue de 6-9 meses con un 43%.

Un 50% de las mujeres encuestadas reveló que conoce los beneficios e importancia de la lactancia pero el 43% desconoce esta información.

El 100% demuestra interés por conocer y ampliar sus conocimientos al respecto, prefiriendo con un 45 % por medio de un tríptico, 43 % por internet y 26% por un video.

Por dichas razones se concluye que a través del diseño gráfico se puede dar solución a la problemática planteada.



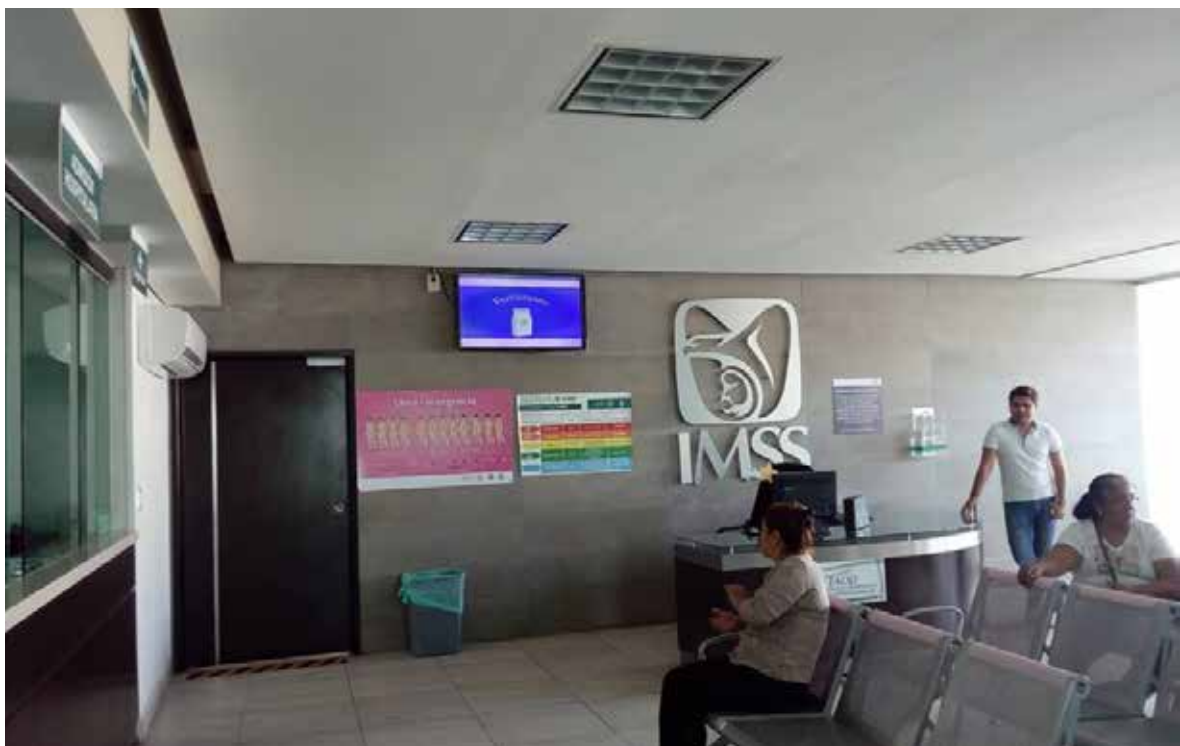
**Fig. 2.6** Investigación de campo, Platicas sobre la lactancia materna y recorrido por las áreas del IMSS , Hospital General de zona #8, Uruapan, Michoacán.



**Fig. 2.7** Investigación de campo, televisor dispuesto en la entrada del IMSS , Hospital General de zona #8, Uruapan, Michoacán.



**Fig. 2.8** Investigación de campo, televisor dispuesto en la entrada del IMSS , Hospital General de zona #8, Uruapan, Michoacán.



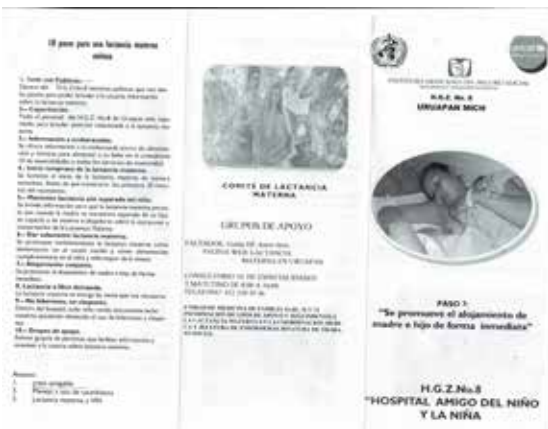
**Fig. 2.9** Investigación de campo, televisor dispuesto en la sala de espera para urgencias del IMSS , Hospital General de zona #8, Uruapan, Michoacán.



**Fig. 2.10** Investigación de campo, televisor dispuesto en la sala de espera para urgencias del IMSS , Hospital General de zona #8, Uruapan, Michoacán.

*Ejemplo1: Tríptico utilizado por el IMSS, Uruapan.*

En el siguiente apartado se presenta el análisis de cada tríptico que han ido utilizando hasta el más actual.



\*Receptor: mujeres embarazadas y /o en estapa lactante

\* Tamaño carta

\*Papel bond

\*Impresión en fotocopias

\*Escala de grises

\*Fotografías deficientes, sin composición, oscuras, descuido en detalles.

\* Faltas ortográficas y de sintáxis.

\*Cambios de tipografías injustificadas en un mismo texto.

\*No presenta un seguimiento de la información.

\*No tiene un impacto visual.

Análisis denotativo y connotativo:

\*Las fotografías representan el apoyo que brinda el IMSS a mujeres entre los 15 - 35 años, que son de escasos recursos, quizás con pocos estudios.

\* Como se puede percibir el uso de fotografías improvisadas hace que el resultado no sea óptimo, haciendo más evidente su falta de calidad y precisión. Aunado a que la incomodidad ocasionada a la madre se reflejó al momento de fotografiarla.

Además no presenta una jerarquización de elementos e información haciendo que se vuelva monótono el acomodo y no tiene impacto visual para que incentive al público a leerlo.

Ejemplo 2: Tríptico utilizado por el IMSS, Uruapan



\*Receptor: mujeres embarazadas y /o en estapa lactante

\* Tamaño carta

\*Papel bond

\*Impresión en fotocopias

\*Escala de grises

\*Ilustraciones muy pequeñas

\*Variación de estilos

Análisis denotativo y connotativo:

\*Las ilustraciones ejemplifican los cuidados que debe tener una madre después del parto, la comunicación de los padres para planificar la llegada de otro hijo y los servicios que brinda la institución a los usuarios.

\* Las ilustraciones que son utilizadas no mantienen una unificación de estilos ni tamaño, le falta jerarquización en la información y dejan ríos en las cajas de texto. También hay saturación en unas áreas y otras con demasiados descansos visuales.

\*No maneja ninguna gama tonal para crear contraste visual.

\*La información solo fue colocada sin presentar alguna secuencia, lo cual provoca ambigüedad en el seguimiento correcto para su lectura.

Ejemplo 3: Tríptico utilizado actualmente por el IMSS, Uruapan



\*Receptor: mujeres embarazadas o que esten amamantando

\* Medio impreso en offset a color

\*Tamaño carta

\*Couche grueso

\*Mucha información

\*Contraste cromático

Análisis denotativo y connotativo:

\* Las mujeres que están interesadas al respecto pueden acudir a solicitar información y son atendidas.

\* De este ejemplo los elementos rescatables serían las gamas tonales y el uso de la información. Además de que muestra más dinamismo en el diseño. Aunque algunas de las ilustraciones les falta unificar su estilo.

\* Igualmente el enumerar la información facilita su lectura y separa por subtemas los datos.

\*Presenta una mejor jerarquización en los encabezados o contenedores de subtemas.



\*Receptor: mujeres embarazadas o que esten amamantando

\* Impreso en lona a blanco / negro

\*Mucha información

\* No hay contraste ni jerarquización

\* Saturación

Análisis denotativo y connotativo:

\*En el cartel puntualizan los 10 pasos para garantizar una lactancia, claramente está dirigido a las madres embarazadas o que están por amamantar a sus hijos.

\* Al colocar la información encima de la estilización resulta una saturación y poca legibilidad. Incluyendo que al presentarse en lista se vuelve tedioso de leer y pasa desapercibido.



Captura de pantalla de las diapositivas que utilizan para dar las pláticas de lactancia materna.



Como anteriormente se mostró los trípticos tienen ciertas deficiencias, en la aplicación de fotografías sin previo estudio, no se estableció una composición, salen oscuras. Pero sobre todo se refleja su improvisación al fotografiarlas en el momento en que la madre tiene en sus brazos a su hijo por primera vez. Provocando su incomodidad y descuido.

Por otro lado, no hay una jerarquización de subtemas dentro del texto, faltas ortográficas y de sintaxis que claramente afecta cuando el receptor lee la información.

En el segundo ejemplo, los elementos que más sobresaltan es la poca unificación de estilos y su tamaño tan pequeño, al igual que emplear varias fuentes de forma injustificada dentro de las cajas de texto.

El tercer modelo cuenta con mejoras en su diseño, al utilizar color lo hace más atractivo visualmente, jerarquiza y enumera los subtemas y las ilustraciones están más detalladas, sin embargo falta unificarlas. Además se requiere de más gráficos para completar la información.

En los ejemplos de las diapositivas que utilizan se puede apreciar principalmente que el puntaje es muy grande lo que provoca la saturación de texto, la distorsión del gráfico decorativo y no utilizan imágenes que complementen la información. Sin embargo aparece una mujer hablando en idioma de señas para las personas que lo requieran.

Con éste capítulo se expuso la trascendencia en materia de salud que ha tenido el Instituto Mexicano del Seguro Social y su actividad laboral actualmente en Uruapan, Michoacán. Pero sobre todo atañe al tema de Lactancia Materna, que es una de las áreas que se gestiona dentro de la misma institución.

De manera que se realizó un análisis detallado se amplió la referencia sobre las ventajas y desventajas de los materiales que han utilizado.



Lactancia Materna

3



## CAPÍTULO 3: LACTANCIA MATERNA

Lo que concierne a este tema es dar a conocer de la manera más amplia y concreta todo lo referente a la lactancia, desde su definición, los beneficios, cuidados y recomendaciones, hasta la alimentación que debe mantener una madre.

### 3.- Lactancia materna

A pesar de los múltiples beneficios que representa amantar para la salud de los infantes y de la madre, actualmente un gran número de mujeres en el mundo no amamanta a sus hijos o los alimentan del seno materno por períodos relativamente cortos. Esta situación se observa especialmente en las niñas y los niños que nacen con problemas de salud, por ende no se les ofrece el apego inmediato de la madre ya que deben ser atendidos en áreas de terapia intensiva, intermedia o en hospitales infantiles, donde no se permite el alojamiento conjunto por las condiciones que el recién nacido presente.

#### 3.1 ¿Qué es la lactancia materna?

Se entiende por lactancia materna a la alimentación que la madre le brinda a su bebé para satisfacer sus necesidades nutricionales proporcionándole un desarrollo y crecimiento óptimo. Dar pecho va más allá del acto natural de alimentar al recién nacido, sino que asegura y mantiene el vínculo emocional entre madre e hijo el cual comienza desde la gestación, dicha conexión posteriormente traerá consigo beneficios psicológicos en el crecimiento de la persona e interacción con la sociedad.

Por otra parte el proceso biológico que hace la glándula mamaria al secretar leche se le denomina lactogénesis, que ocurre en dos etapas: la primera etapa se desarrolla a la mitad de la gestación, donde la glándula adquiere la posibilidad de secretar leche, dicho proceso es de "maduración". En cuanto a la segunda etapa se presenta en los cuatro primeros días después del parto y se caracteriza por una secreción abundante.



**Fig. 3.1** La alimentación materna es un derecho tanto de la madre como de su hijo.

#### 3.1.1 El Prealostro y calostro

Durante el embarazo a partir del tercer mes de gestación, la glándula mamaria produce una sustancia denominada prealostro, que está conformada por un plasma, células, inmunoglobulinas, lactoferrina, seroalbúmina, sodio, cloro y una cantidad mínima de lactosa. Cuatro días posteriores al parto, la glándula mamaria produce el calostro; es un líquido con apariencia amarillenta por la presencia de beta-carotenos. Su densidad es alta, aumentando su volumen en forma progresiva a 100 ml. al día,

conforme transcurren los tres primeros días reacciona a los estímulos de succión del recién nacido, haciéndose suficientemente para cubrir las necesidades alimenticias.

El calostro es la primera fuente que concentra altos niveles de nutrientes como agua, lactosa, proteínas, vitaminas, sodio, zinc, lactoferrina que en conjunto a la suficiente cantidad de linfocitos y macrófagos le otorga la protección para el recién nacido.

### **3.2 Beneficios de la lactancia materna**

Cabe mencionar que las ventajas de la alimentación materna, son propios tanto de la madre como hacia el hijo.

Comenzando por las ventajas para el bebé; la leche materna es su mejor alimento, puesto que su alto contenido de importantes nutrientes metabolizados y de fácil digestión como las proteínas, lípidos, lactosa y aminoácidos que son proporcionadas en las cantidades correctas. Los niños amamantados durante los 6 primeros meses de vida no presentan deficiencias nutricionales.

La absorción del hierro y zinc son esenciales en el ser humano como activador enzimático, por lo tanto, es más fácil este proceso cuando el recién nacido es alimentado por la madre. Otra de las prerrogativas más importantes es la protección inmunológica contra algunas infecciones, lo que disminuye la mortalidad infantil. De igual forma previene la diarrea, que es transmitida a través de gérmenes que se encuentran en utensilios, líquidos u otros objetos. Inclusive cuando llegan a enfermarse los niños amamantados tienen cuadros más leves y su recuperación frecuentemente es más rápida.

Asimismo los beneficios para la madre, en primera instancia, ayuda a que el útero vuelva a su tamaño original después del nacimiento, hay menos hemorragias después del parto lo que disminuye la posibilidad de presentar anemia, estimula la bajada de leche y la tensión láctea. Previene el cáncer de mama, útero y ovarios al igual que la osteoporosis.

Cuando una madre alimenta, su hijo consume entre 450 y 500 calorías al día, por lo tanto favorece a la pérdida de peso de manera natural. Aunado que cuando el bebe succiona la leche, la madre produce prolactina; dicha hormona tiene un efecto relajante que mejora el descanso en ambas partes.



**Fig. 3.2** La seguridad emocional es uno de los beneficios que reflejan los bebés que son amamantados.

Es importante hacer énfasis en las utilidades que provee lactar tanto físicas como psicológicas. Es decir, la oxitocina se relaciona con el surgimiento de sentimientos positivos, como amor, apego y felicidad. Por lo tanto los niveles elevados de esta hormona durante la lactancia materna hacen que la madre sea menos propensa a padecer depresión postparto e incrementa el vínculo afectivo.

En cambio la niña o niño que es alimentado con leche de fórmula, en definitiva no experimenta las mismas emociones, dando como resultado que cuando el niño crezca la adaptación social le sea más difícil, presente problemas de atención, su desarrollo psico-motor es menor y por obvias razones el vínculo entre madre-hijo es un poco más bajo.

### **3.3 Cuidados y recomendaciones para una lactación óptima**

Cuando llega el momento de lactar los cuidados que una madre hace son con gran prolijidad, por ende las recomendaciones son muy variadas y dependen de cada mujer.

Principalmente la hidratación; con satisfacer la necesidad de sed es suficiente, porque si se consume agua en exceso puede afectar a la calidad de la leche. No hay que olvidar que los horarios de sueño se verán alterados, así que la mejor manera de sobrellevar este periodo es tener descansos cortos para el final del día dormir las siete horas, incluir técnicas de relajación facilitarán este proceso.

Entre las bebidas que es mejor evitar su consumo se enlista el café; por sus contenidos de cafeína se ha demostrado que alteran, irritan y producen insomnio tanto a la madre como al bebé. El alcohol, drogas ilícitas y el cigarro por obvias razones está negado su consumo. Los puntos anteriores son los más importantes a considerar, para lograr una óptima lactancia materna, cuyo seguimiento está íntimamente relacionado con la salud que la madre proporciona a su bebé.

#### **3.3.1 Complicaciones durante la lactancia materna**

Una de las etapas más bonitas y significativas en la vida de una mujer son el embarazo y la lactancia materna. Siendo altamente beneficiosa para los dos. Es un periodo que se debe vivir sin dolor y disfrutarla. Sin embargo, en ocasiones pueden surgir algunos inconvenientes.

El dolor en los pezones; durante los primeros días o semanas, se podrán presentar incomodidades cuando el niño succiona, pero conforme el tiempo avanza las molestias irán disminuyendo.

Una incorrecta posición del bebé ocasionará grietas en los pezones, lo óptimo es



**Fig. 3.3** Si presenta irritación en el pezón y dolor en mamas, acuda a su médico.

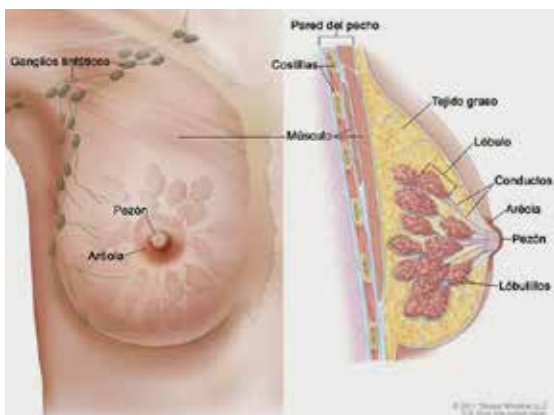
#### **3.3.2 ¿Qué es la mastitis?**

Se le denomina mastitis a una afección inflamatoria del pecho, la cual puede acompañarse o no de infección. Regularmente se asocia con la lactación, así que también se la conoce como mastitis de la lactación. Ocasionalmente, puede ser mortal si se trata inadecuadamente.



Las dos causas principales de la mastitis son la estasis de la leche y la infección. La estasis de la leche ocurre cuando la leche no es extraída del pecho correctamente. Puede presentarse como consecuencia a que el bebé no se agarra bien del pecho, succión ineficaz, bloqueo de los conductos lácteos y sobreproducción y estancamiento de leche. La infección se manifiesta en forma de pus dentro de la mama.

La mastitis es más frecuente en la segunda y tercera semana del postparto, la mayoría de los estudios que se han llevado a cabo indican que entre el 74% y el 95% de los casos ocurren en las 12 semanas. Sin embargo, es probable que en cualquier momento suceda durante la lactancia.



**Fig. 3.4** Esquema interno del seno femenino.

### 3.3.3 Cuidados para prevenir la mastitis

La mastitis y el absceso mamario pueden prevenirse en gran parte, si la lactancia materna se guía apropiadamente desde un inicio para evitar cir-

cunstancias que produzcan estasis de la leche, y si se tratan precipitadamente los signos precoces como la ingurgitación (acumulación de leche en los conductos mamarios), el conducto bloqueado y el dolor de los pezones.

Dentro de los puntos significativos son: comenzar el amamantamiento en la primera hora tras el parto; asegurarse de que el niño está bien agarrado al pecho.

Amamantar sin restricciones, tanto en la frecuencia como en la duración de las tomas, y permitir al niño que termine en un pecho, antes de ofrecer el otro; amamantar exclusivamente al pecho durante al menos 4 meses y si es posible durante 6 meses. Como rubro final y más importante es asistir a revisión médica periódicamente para estar seguro de contar con una óptima salud.

### 3.4 La succión del bebé y posiciones para amamantar

La succión del bebé es un proceso nato dentro del útero materno, es decir, cuando los bebés nacen ya saben mamar. En torno a las 16 semanas de embarazo, el feto deglute el líquido amniótico y en la semana 20 aparece el reflejo de succión; pero no se llegan a coordinar ambos reflejos hasta la semana 32 de gestación. Y precisamente, es por este motivo por el que los bebés prematuros no son capaces de alimentarse por sí mismos. Se dice que una succión correcta, es cuando el bebé al momento de alimentarse no produce molestias o dolor a la madre; mientras que una succión es incorrecta cuando como consecuencia aparecen grietas en los pezones, dolor, poca ganancia de peso, irritabilidad u otros síntomas.

Lo que confiere a las posiciones más adecuadas al momento de alimentar son muy variadas, ya dependerá de la comodidad de la madre y el bebé. Además resulta recomendable que se hagan variantes en la posición, de esta manera permite vaciar correctamente todos los conductos y por ende evitar posibles complicaciones como la mastitis.

A pesar de ello los siguientes puntos sirven como guía para una succión adecuada;

1. La cabeza y el cuerpo del bebé están en línea recta.
2. La cara del bebé mira hacia el pecho.
3. La madre mantiene el cuerpo del bebé cerca de ella.
4. Si el bebé es un recién nacido, la madre lo envuelve en un abrazo. No lo sujeta solamente de la cabeza y los hombros.

Es recomendable que en las primeras mamadas, la madre se encuentre acostada, esta forma será más cómoda para ella. Primeramente deberá estar relajada, con las piernas ligeramente flexionadas, inclinándose al lado del pecho con el que va a alimentar.

Mientras tanto el bebé puede estar recostado sobre la cama y su cabeza puede estar un poco por debajo del seno, con ello se favorecerá el vaciamiento por la gravedad. También asegurarse de que la boca del niño abarque por completo el pezón y la aureola lo más posible.



**Fig. 3.5** Existen bastantes posturas para amamantar de una forma más cómoda, tanto para la madre como para el bebé.

### 3.5 Alimentación materna para beneficiar la producción de leche

Las recomendaciones sobre la alimentación que una madre debe seguir en el periodo lactante es de gran ventaja, puesto que la mejor manera de evaluar una buena alimentación es a través de los cambios de peso corporal, donde incluya alimentos que cubran las necesidades energéticas y proteicas diarias, así como vitaminas y minerales. Por lo tanto al ingerir de los diferentes grupos de alimentos como cereales, tubérculos, frutas, verduras, leguminosas, grasas y azúcares mantendrá una dieta balanceada y la producción de leche será más eficiente.

Dentro de las verduras y vegetales es necesario tener como referencia que algunos son tratados con pesticidas por ende es mejor variar en el consumo de ellos para no aumentar los niveles de químicos en el cuerpo y que puedan afectar la producción de leche materna. Un estudio del Grupo de Trabajo del Medioambiente de los Estados Unidos en 2011 encontró que los alimentos que probaron ser más altos en pesticidas fueron: manzanas, apio, fresa, durazno, espinaca, mandarinas, uvas, pimientos, papas, moras azules, lechuga y acelgas.

De igual forma la ingesta de proteínas diarias durante la lactancia, como incluir pescados, aumenta la producción de ácidos grasos de la vitamina Omega-3, mejor conocidos como DHA (ácido decosahexaenoico) y EPA (ácido eicosapentaenoico), los cuales son importantes para el desarrollo del cerebro, ojos y sistema nervioso del bebé durante su primer año de vida, de igual forma son transferidos por la leche materna. No se debe pasar por alto que la Agen-

cia de Protección Medioambiental de los Estados Unidos y el Departamento Estadounidense de Agricultura, recomiendan abstenerse de comer cuatro tipos específicos de pescado por sus altos niveles de mercurio dañinos para la salud durante esta etapa de la madre: tiburón, pez espada, caballa, y matejuelo.



**Fig. 3.6** Mantener una dieta balanceada brindará a la madre y al bebé de los nutrientes necesarios que sus cuerpos necesitan.

Al culminar con este capítulo se puede precisar que la información que anteriormente se mostró sobre lactancia materna y sus pormenores, es de gran relevancia, ya que es parte fundamental del desarrollo del ser humano.

Parte de ello; ésta información se debe dar a conocer por su contenido y aprovechamiento que puede representar para las mujeres, ya sea que se encuentren en esta etapa de la vida o estén planificándola.

Por ende en el siguiente capítulo se muestra todo lo referente al diseño gráfico y comunicación visual, haciendo énfasis en los medios por los cuales se puede ejemplificar y dar a conocer ésta información.

Diseño Gráfico y  
Comunicación Visual

4



Se define al diseño como todo aquel proceso mental que se emplea para dar solución en cualquier campo. Generalmente es aplicado en la industria, ingeniería, arquitectura, comunicación y otras disciplinas las cuales requieren de la creatividad.

Cuando hablamos de diseño no sólo se refiere a la forma o el color, sino que abarca aspectos que van desde lo funcional hasta la interacción que el usuario desarrollará con el objeto de diseño.

## CAPÍTULO 4: DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL

En este capítulo se desarrollará el contenido que alude a su definición, a la historia del diseño gráfico, cómo ha sido su evolución en México, las áreas y herramientas con las que trabaja.

### 4.- Definición

Comenzando por definir; el **diseño gráfico** está destinado a proyectar comunicaciones visuales que transmitan mensajes específicos. Como puede ser un anuncio publicitario, diseño editorial o web, todos en algún momento nos vemos en la necesidad de requerir al diseño gráfico para transmitir un mensaje.

La primera vez que surgió el término de "diseño gráfico" fue en 1922 cuando William Addison Dwiggins lo utilizó para autodefinirse como un profesional. Debido a que antes a quienes se dedicaban a ejercer esta profesión eran llamados como "artistas comerciales". Pero con el paso del tiempo y después de la Segunda Guerra

Mundial su uso se fue generalizando.

De acuerdo con Raúl Belluccia (2012), define al diseño gráfico como una actividad creativa, técnica y analítica, cuyo fin consiste en determinar, anticipadamente a su producción y divulgación, las características finales de un mensaje visual y su modo de elaboración, para que cumpla con una serie de requisitos: funcionales, formales, estéticos, simbólicos, informativos, identificadores, materiales, económicos.

### 4.1.- Antecedentes históricos del Diseño Gráfico

Desde la prehistoria, el ser humano ha buscado la manera de comunicarse y perdurar a través del tiempo. Primero recurrió a la comunicación de estados de ánimo, deseos e inseguridades por medio del movimiento corporal. Posteriormente dejó impresas sus ideas y maneras de relacionarse con los demás en un lenguaje visual; como son las pinturas rupestres, que a pesar del deterioro aún continúan siendo vestigios trascendentales. Dichas pinturas encontradas en cuevas de diferentes partes del mundo, como las de Lascaux, Francia relatan los roles más importantes de su vida; parte relativa a la caza, simbolizando a los animales e incluso a ellos mismos en el preciso momento de atacar.

Los grafos se emplearon con mayor exactitud a partir del avance en los lenguajes escritos, que asintieron expresar pensamientos mediante un compendio de elementos gráficos que eran comprensibles para toda la comunidad. Por lo regular la naturaleza fungía como fuente de inspiración para los elementos que se empleaban en el lenguaje escrito, cuya interpretación era particular y en su conjunto formaban los alfabetos.

Fue a partir de este momento, que el hombre comenzó a “diseñar” y paulatinamente perfeccionando los alfabetos para comunicarse.

A los fenicios se les atribuye que fueron de las primeras culturas en tener y hacer uso de la escritura, a la cual se le denominó “cuneiforme”, por las particularidades de su confección. Como su nombre lo indica “en forma de cuña”, se empleaba un punzón para marcar sobre tablillas frescas de arcilla que posteriormente se dejaban secar al sol. Éste método fue la solución a la necesidad de llevar un control del crecimiento de las ciudades al igual que los impuestos, transacciones comerciales u otros aspectos de índole administrativa.

Asimismo los egipcios hicieron vastas aportaciones a la escritura iconográfica hecha por “jeroglíficos”, es decir representaban elementos de la realidad, desde seres humanos, animales, la naturaleza, astros y todo lo referente a sus construcciones. En un inicio estos signos se conocían como logogramas; eran aquellos signos cuyo significado era igual a la unidad que figuraba.

No obstante, la cantidad de jeroglíficos que debían hacer era muy amplia y en muchas ocasiones eran muy abstractos, ocasionando que perdieran su claridad. Por ende modificaron este sistema; reinterpretaron a partir de los ya existentes y cada símbolo se convirtió en universal. Finalmente para no crear ambigüedad, desarrollaron un sistema de escritura fonética, como consecuencia el signo y los fonemas se ejemplificaban y pronunciaban en lengua egipcia.

A la par de estos avances, los pergaminos tomaron un valor notable, ya que por ser hechos a base de tallos de plantas o cuero de animales los ha-



**Fig. 4.1** Pinturas rupestres en las cuevas de Lascaux, Francia.



**Fig. 4.2** Jeroglíficos egipcios, datan aproximadamente del 3000 a.C.



**Fig. 4.3** Escritura “cuneiforme”, los textos más antiguos son del 3000 a.C.

cia más versátiles y flexibles para su uso. Igualmente los pergaminos ilustrados llegaron a perfeccionarse y mantener un diseño y estilo homogéneo.

Es preciso mencionar que la civilización griega sentó las bases de numerosos éxitos del mundo occidental: la ciencia, arquitectura y filosofía, pero sobre todo optimizaron la utilidad del alfabeto fenicio que adoptaron, difundiéndolo por sus ciudades-estado. Además convirtieron cinco consonantes en vocales. Por si fuera poco fue aquí donde aparecieron las primeras propuestas de diseño gráfico publicitario. Inicialmente en anuncios de advertencias.

Entrando la Edad Media, el diseño gráfico se vio beneficiado, siendo más notorio en el diseño editorial, por el invento de los tipos móviles y la reproducción masiva de libros.

Existen varias versiones sobre cuándo fue concretamente los inicios del diseño gráfico, unos indican que fue a partir de la invención del "*libro de Kells*" siendo la primera creación de diseño editorial.

Es también conocida como la biblia de Kells es uno de los manuscritos más relevantes de la Edad Media temprana, la mayoría de sus páginas están completamente iluminadas con colores brillantes, realizada por irlandeses.

La producción de libros manuscritos a lo largo de la Edad Media fue muy extensa y el oficio de copista se prolongó prácticamente hasta el siglo XX. Generalmente hacían uso de colores vegetales, minerales y oro para decorar sus manuscritos. En realidad era una labor demasiado tardada, ya que cada libro podía requerir de años para que fuera terminado. Los monjes medievales copiaban pasajes bíblicos u obras clásicas grecolatinas.



**Fig. 4.4** Grabado, inicio de la imprenta por Johannes Gutenberg.





**Fig. 4.5** Libro iluminado creado por los monjes medievales.

Pero a partir de la invención de los tipos móviles de Gutenberg a mediados del siglo XV, la velocidad con la que se producían los libros hizo un cambio radical. Alemania fue la cuna de la imprenta donde a partir de ella se pudo difundir por todo el mundo.

Los libros que fueron impresos entre 1450-1500 se les denomina incunables, la palabra proviene del latín "in cunabula", que significa "en cuna", ésta expresión se empleó para hacer alusión a los inicios de la imprenta.

Las primeras impresiones fueron "Cartas de Indulgencia de 31 líneas" considerada la primera página impresa. También se creó el primer libro impreso con tipos



**Fig. 4.6** Ejemplo de un libro incunable, se aprecia los avances que comenzaba a tener la imprenta.

móviles que fue la Biblia de 42 líneas, sin embargo Peter Shoffer fue quien la terminó debido a que el orfebre tuvo problemas con su socio debido a falta de pagos. En 1458, Gutenberg se asoció a Konrad Humrey y publicó la Biblia de 36 líneas, entre otras publicaciones de temas religiosos. Posteriormente, los alumnos de Gutenberg contribuyeron a la difusión de este sistema y sus publicaciones fueron llamadas incunables. Algunas de las impresiones de estos estudiantes fueron: Crónica de Nuremberg de Hartmann Schedel, Biblia de Lutero impresa en Wittenberg también, Sinodal de Aquilafuente por Juan Parix, Introducciones Latinae por Antonio de Nebrija y Crónica de Jaume I.

La imprenta de tipos móviles es la base de lo que ahora conocemos como Letterpress, que consiste en imprimir en papel mediante presión dejando su huella y textura grabadas con o sin tinta. Además, gracias a la imprenta de tipos móviles surgió el diseño tipográfico por lo que cada impresor tenía que diseñar sus propios caracteres.

La producción de libros después de la decisiva aportación de Gutenberg fue, casi con toda seguridad, una gran aportación en la producción masiva de impresos de todo tipo, facilitando la rapidez de los procesos y favoreciendo en parte a la educación, puesto que más personas podían tener acceso a los libros y demás publicaciones. La imprenta tipográfica logró revolucionar la vida cultural, política, social e incluso religiosa de una buena parte de la humanidad.

## 4.2.- El diseño gráfico

Con el inicio de la Revolución Industrial que tuvo lugar entre los años 1760 y 1840, los cambios económicos, sociales y de producción dieron el impulso a que las ciudades crecieran rápidamente y hubiera una distribución de riquezas más amplia. El poder político, crecimiento científico, la inversión capitalista y la demanda de productos constantes, fueron elementos que crearon una atmósfera de confianza.

También con la especialización de tecnología en sistemas de fábricas, la comunicación gráfica se dividió en dos partes distintas, diseño y producción. Con ello las transformaciones fueron más evidentes, por ejemplo: las medidas y estilos tipográficos, medios de impresión, tamaños en formatos, la fotografía enriquecieron el impacto visual al que la sociedad industrializada empezaba a interesarle. La sociedad comenzaba a requerir el uso de formas visuales abstractas que proyectaran contraste, incluso a gran distancia para que pudieran leerse.

Como en varios aspectos acontecidos durante este periodo, Inglaterra tuvo un papel primordial, tal es el caso de los fundidores de letras que lograron diseños innovadores. Por mencionar a algunos personajes: William Caslon que además de considerársele el padre de esta revolución junto a sus aprendices Joseph Jackson ( 1733-1792) y Thomas Cotterell ( muerto en 1785) quienes llegaron a destacarse por sus aportaciones.

La idea de letras con mayor tamaño y grosor fue adoptada por otros fundidores, lo que llevó a la invención de una categoría importante en el diseño de tipos.



**Fig. 4.7** Publicación de William Thorowood : " Tipos modernos de Imprenta, 1803.



**Fig. 4.8** Thomas Cotterell, alrededor del año 1765, tipo de letra en 12 puntos.

La Revolución Industrial vino a perfeccionar el mecanismo de impresión que tres siglos atrás Gutenberg había creado. Baskerville y Bodoni modificaron radicalmente la imprenta. A partir de ese momento la prensa entró en su pleno apogeo ofreciendo que los tirajes de impresión aumentaran y sus costos disminuyeran. De esta forma los avances técnicos se reflejaron en carteles con sentido publicitario y propagandístico.

Después de la gran oleada de industrialización, la producción en serie de innumerables artículos de uso cotidiano, la sociedad detectó la baja calidad que tenían los productos. Dadas las circunstancias un grupo de artistas y artesanos a finales del siglo XIX propusieron revalorizar el trabajo hecho a mano. A este movimiento artístico encabezado principalmente por William Morris (artesano, impresor, diseñador, escritor y poeta) le denominaron "Arts & Crafts".

A finales del Siglo XIX y principios del XX, la sociedad comenzó a experimentar drásticos cambios tanto sociales, políticos, culturas y artísticos, es de aquí que surgen las llamadas corrientes artísticas contemporáneas. En la cual por una parte se enfrentaba la modernidad y la tradición, la renovación y las imposiciones académicas, las tendencias se convirtieron en autosuficientes; capaces de abrir nuevos cauces de expresión que en las instrucciones académicas no eran posibles.

Dicho acontecimiento tuvo gran influencia en la arquitectura, las artes decorativas, artesanías, e incluso en el diseño de hermosos jardines.



**Fig. 4.9** Papel tapíz "Strawberry Thief" William Morris, 1883.

Con el inicio de la Bauhaus fundada en Weimar, Alemania por los años de 1919 es la primera vez en la que el Diseño, la Arquitectura y el arte forman parte de las disciplinas visuales contemporáneas.

Las características principales del diseño gráfico que sobresalieron en la Bauhaus, fueron los impresos sin adornos, resaltando la tipografía, acentuando con colores llamativos, enfatizando la claridad y la legibilidad. Finalmente la información se plasma de manera más concreta acompañada de gráficos o fotografías.



**Fig. 4.10** Bauhaus, primer escuela Alemana que unificó la arquitectura con las artes plásticas y el diseño.



**Fig. 4.11** Tipografía universal, Herbert Bayer.

Lo que corresponde a la primera etapa de la escuela, que va desde 1919 hasta 1923, predominó la vertiente de la vanguardia alemana expresionista, luego las tendencias expresionistas de la primera etapa, fueron sustituidas a partir de 1923 por el Neoplasticismo holandés y el Constructivismo ruso.

En esta etapa profesores como Lazlo Moholy Nagy, Josef Albers, Herbert Bayer y Joost Schmidt se convirtieron en los pioneros del diseño como se conoce hoy en día. Además de sus aportaciones en el uso de materiales y objetos seriadados.



**Fig. 4.13** Cover of the revue foto-QUALITAT László Moholy-Nagy 1931.

Con los herederos de la Bauhaus, como por ejemplo los miembros de la escuela suiza, entre los más conocidos: Max Bill, Armin Hoffman, Emil Ruder, Josef Müller, entre otros, alcanzó el diseño gráfico su mayor difusión después de la Segunda Guerra Mundial.

Ya entrado el siglo XX el diseño gráfico tomó un rumbo de desarrollo, extendiéndose de los carteles a tarjetas postales, etiquetas adhesivas, estampillas y embalajes. Esto fomentó la economía en el diseño y redujo el número de colores utilizados.

Entre los personajes más destacados por sus aportaciones al diseño se encuentra Paul Rand, quien es considerado uno de los diseñadores norteamericanos más innovadores e influyentes del siglo XX. Siendo el creador de algunas de las identidades corporativas más reconocidas de Estados Unidos como: IBM, UPS, Enron, Westinghouse, ABC, Apple. Su trabajo se caracterizaba por la simplicidad del modernismo, uso de la tipografía, formas geométricas espacios en blanco.



**Fig. 4.14** Paul Rand, está considerado como uno de los diseñadores norteamericanos más innovadores e influyentes del siglo XX.



**Fig. 4.15** Diseño de identidad corporativa para la empresa de IBM, diseñado por Paul Rand.

Como ya se mencionó, Josef Müller fue uno de los grandes representantes del estilo suizo. Sobresalía por su forma peculiar de usar el espacio positivo y negativo, así como la aplicación de la teoría de la Gestalt, con fondos y primeros planos fusionados. A él se le atribuye el resurgimiento de los sistemas de retículas en la web y el diseño de impresión.

Con los avances, la tecnología proporcionó nuevos medios gráficos, afianzando el modernismo como el estilo predominante del siglo XX. Por lo tanto la difusión de comunicaciones visuales sirvió como inspiración. Tal fue la impresión y fotografía en color, la trama, composición automática.

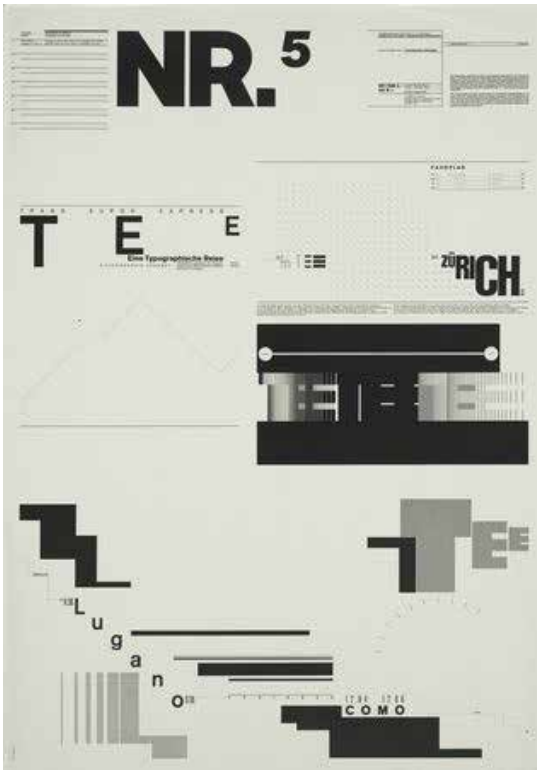
Para mediados del siglo XX, se destaca Adrián Frutiger, diseñador de las familias tipográficas Univers y Frutiger.

Otros aportes que marcaron la diferencia en la actividad del diseño gráfico y su proyección para el futuro de la profesión está la Escuela Superior de Proyección o Escuela de Ulm, Alemania (1953). Durante su funcionamiento fueron investigados y puestos en práctica nuevos enfoques en el diseño, dentro de los departamentos de: Comunicación Visual, Diseño Industrial, Construcción, Informática, y más tarde de Cinematografía.

Se podría decir que la década de los 60s fue un tiempo de revolución, debido a que los cambios transgresores no sólo afectaron a la sociedad, sino también al arte, la ilustración, el diseño gráfico o el diseño de interiores. Tal fue el movimiento Hippie, que dio vida a los grandes iconos de la historia de la música; como Bob Dylan y The Beatles quienes a su vez trabajaron con el diseñador Wes Wilson que por primera ocasión se introduciría la psicodelia en la cartelera de conciertos.

Para finales de los 70s surgió el diseño posmodernista que dio un giro hacia el sentido político y social. Además no se podía dejar de mencionar al valioso diseñador Milton Glaser, que diseñó la famosa campaña I Love NY (1973).

Mientras tanto en los años 80s la sociedad se encontraba en un estado sediento de igualdad y justicia provocando que el auge del posmodernismo y la llegada de nuevas tecnologías marcara el cambio más grande en la forma de diseñar y hacer las cosas. El estilo estaba inspirado en el uso de colores vibrantes, texturas y formas geométricas.



**Fig. 4.16** Los estilos posmodernistas se convirtieron en íconos dominantes del diseño de los ochentas.

Una nueva área de actividad del diseño gráfico que proliferó a mediados de 1990, cuando el comercio por Internet se convirtió en un sector cada vez mayor de la economía mundial, provocando que las organizaciones y empresas lucharan para establecer sitios Web.

### 4.3.- El Diseño Gráfico en México

Es importante remarcar aspectos significativos dentro de la historia del diseño gráfico mexicano. Los antecedentes datan que en 1540 llegó a México la primera imprenta, su fundación se le atribuye al italiano Giovanni Paoli (Juan Pablos, nombre castellanizado) y a su esposa Gerónima Gutiérrez, que con ayuda de patrocinadores pudieron establecer el taller "Casa de Juan Cromberger" en

la antigua casa del obispo Zumárraga. Conforme la imprenta iba avanzando y tomando dominio se comenzaron a distribuir documentos religiosos, administrativos, educacionales, entre otros de la colonia española.



**Fig. 4.17** Primer imprenta en México, Casa de Juan Cromberger.

Cromberger obtuvo el privilegio de ser el representante prioritario para autorizar la impresión y venta de libros en México.

A la muerte de Cromberger la imprenta comenzó a debilitarse por la falta de materiales, sin embargo Juan Pablos mejora la calidad de la imprenta al contratar a Tomé Rico como prensista, Juan Muñoz; compresor, Antonio de Espinosa; fundidor y cortador de letras, Diego Montoya como auxiliar.

Durante los siglos XVI –XVII primero se distribuían de manera arbitraria volantes pero fue hasta 1722 que el sacerdote Juan Ignacio Castoreña Ursua y Goyeneche funda en México el primer periódico de América Latina. Se hacía llamar "Gaceta de México y Noticias de Nueva España". Era una edición mensual que publicaba los temas de vanguardia de la ciudad y sobre todos noticias provenientes de la metrópoli. También contaba con secciones específicas para tratar diversos temas: comerciales, religiosos y sociales.

A partir de periódico la Gaceta de México, comenzaron a surgir en 1800 infinidad de imprentas que estaban al servicio de los insurgentes, entre las que destacaron: El Despertador Americano, El Ilustrador Nacional, El Seminario Patriótico Americano, El Correo Americano del Sur y El Diario Político.

Pasaron 26 años y la litografía se introdujo a México por el italiano Claudio Linati de Prevost junto con Gaspar Franchini, quienes establecieron el primer taller de litografía, a partir de ello se hicieron publicación ilustradas como revistas (El Iris) periódicos, álbumes (colección de antigüedades mexicanas que existen en el Museo Nacional de 1827) folletos, semanarios entre más.

Uno de los antecedentes más significativos para el diseño en México está en el trabajo de Manuel Manilla y Guadalupe Posada; autores de grabados e ilustraciones quienes trabajaron en conjunto con el editor Antonio Venegas Arroyo que se desempeñó en el diseño editorial en los primeros decenios del siglo XX.

Posada fue considerado como un precursor del movimiento nacionalista en las artes plásticas por algunos de quienes lo protagonizaron: José Clemente Orozco, Diego Rivera, Francisco Díaz de León y Leopoldo Méndez. Ya que en sus obras abarca múltiples temas, como las muy características "calaveras", la sátira social y política, desastres naturales y actividades de la vida cotidiana.

Durante la época del porfiriato la producción editorial creció y se diversificó. Se editaban desde libros hasta pasquines, pasando por muchas publicaciones. La industria manufacturera y el comercio se vieron beneficiados ya que contrataban los servicios de litógrafos, grabadores y tipógrafos para anunciar sus productos.

Por si fuera poco dentro de la prensa existían dos clases muy marcadas; la de élite y la popular. Principalmente la clase baja acudía a festejos circenses y teatrales los cuales eran motivo de infinidad de carteles.



**Fig. 4.18** El jarabe de ultratumba. José Guadalupe Posada.

En el avanzar del diseño en México varios artistas hicieron relevantes aportaciones: Miguel Prieto; fue el encargado de dar un giro artístico dentro del diseño gráfico y otras áreas como la tipografía, ilustración, pintura, al que se estaba acostumbrado por los años 1940. Su actividad fue valiosa en las publicaciones España Popular, el complemento semanal de El Nacional, México en la Cultura, Nuestro Tiempo, Sinopsis, México en el Arte.

Es importante mencionar que entre los años de 1943-1958 Jaime Torres Bodet, secretario de Relaciones Exteriores en el sexenio presidencial de Miguel Alemán Valdés, propuso generar un texto gratuito en la escuelas primarias que fue editado en 1960. A raíz de ello las historietas y la propaganda política cobraron impacto.

La celebración de las olimpiadas es uno de los eventos más grandes a nivel mundial. Y para México no sería para menos, con la celebración de los Juegos Olímpicos de 1968, se reconoció como el primer proyecto que congregó a profesionales mexicanos y extranjeros para crear la imagen de las olimpiadas, un sistema de señalización, posters, módulos informativos, uniformes e incluso material para todas las actividades durante el evento.



**Fig. 4.19** Diseño de imagen para las Olimpiadas en México de 1968

Por lo tanto el país se encontraba en una etapa en la que el diseño estaba en su esplendor y la sociedad concordaba en la funcionalidad del mismo, fue tal su impacto que en 1973 se inauguró la primera línea de metro en la Ciudad de México, dicho proyecto contribuyó con el paisaje gráfico urbano, además fue el primer sistema que introdujo la identificación para casa estación por medio de íconos para apoyar a la población analfabeta, además que cada ruta era de diferente color.



**Fig. 4.20** Diseño de iconografía para la primera línea del metro en la Ciudad de México, por Lance Wyman.

Con el paso del tiempo comenzaron a surgir varios despachos de diseño como Landor, Design Center que se encargaron de crear la imagen para aeropuertos, bancos, empresas privadas como HERDEZ y públicas, como PEMEX, transnacionales como KIMBERLY CLARK, PROTEC & GAMBLE. Principalmente realizaron la imagen corporativa, empaques, etiquetas, señalización.

En los años 80 surge Quórum, asociación de diseñadores de alto nivel cuyos principales objetivos son dignificar



la profesión, asegurar la ética en el ejercicio laboral.

En la década de los noventa aparecen las publicaciones especializadas como las revistas A! Diseño, Matíz, Lúdica y DX. Dichas revistas compartían el sentido de contribuir a la formación de nuevos profesionales del diseño gráfico para cumplir con las exigencias de los tiempos modernos, impulsando el análisis retórico y semiótico del diseño.

Actualmente la oferta educativa es muy amplia, en varias universidades del país imparten la carrera de diseño gráfico y / o comunicación Visual. Además, la Ciudad de México ha sido designada como Capital Mundial del Diseño 2018. Se trata de la primera metrópoli en América Latina en ser elegida.

#### **4.4.- Diseño y Comunicación Visual**

La profesión del Diseño Gráfico y Comunicación Visual comprende al conjunto de estrategias, instrumentos, procedimientos, técnicas y recursos del saber humano para el Diseño, siempre teniendo en cuenta que su objetivo será la producción y difusión de mensajes en los que interviene los factores perceptivos.

Es importante destacar que al emplear la combinación de formas, figuras, imágenes y textos que permiten una lógica interpretación de lo que vemos, leemos u observamos; es un conductor de diseño y comunicación visual.

Todos y cada uno de estos elementos ayudan a fortalecer la intencionalidad de los mensajes que continua-

mente uno se está expuesto. Además, cada nivel constituye una utilidad, desde lo puramente funcional hasta las expresiones más destacadas estéticamente.

La comunicación visual hace referencia al conjunto de elementos gramaticales y sintácticos que operan en cualquier imagen visual. De igual manera puede definirse como un sistema de comunicación que utiliza las imágenes como medio de expresión.

Cuando hablamos de comunicación visual no podemos limitarnos a un único tema, ya que el concepto comunicación puede ser tratado desde varias perspectivas. En este proceso intervienen los siguientes elementos clave:

Emisor: quien emite el mensaje.

Receptor: quien recibe el mensaje.

Mensaje: lo que se trasmite.

Código: conjunto de normas y procedimientos que relacionan significantes con significados.

Canal: soporte a través del cual se transmite el mensaje.

Retroalimentación: reacción o respuesta que se espera del receptor.

El diseñador interviene dentro de este proceso como *codificador* del mensaje, aplicando los lenguajes visuales.

El Diseño y la Comunicación Visual es una disciplina *estratégica* que toma en cuenta información *mercadológica*.

## 4.5.- Áreas del Diseño Gráfico

El diseño Gráfico a la par que otras disciplinas cuenta con una versatilidad en su área profesional. Parte de ello se dividen en ramas pero todas llegan a crear vínculos.

### 4.5.1 Diseño Tipográfico:

Es uno de los espacios del diseño más antiguo, exigentes, creativos y especializados, el cual se empeña en encontrar las herramientas adecuadas de comunicación visual y en algunos casos abstractos de la palabra, en la que puede impregnar un sentido de personalidad único y adecuarse a su contexto.

Dentro de la infinidad de aplicaciones en las que se usa el recurso tipográfico, está la elaboración de logotipos, que en su significado más primitivo es "palabra", sin embargo esto no significa que carezca de creatividad.

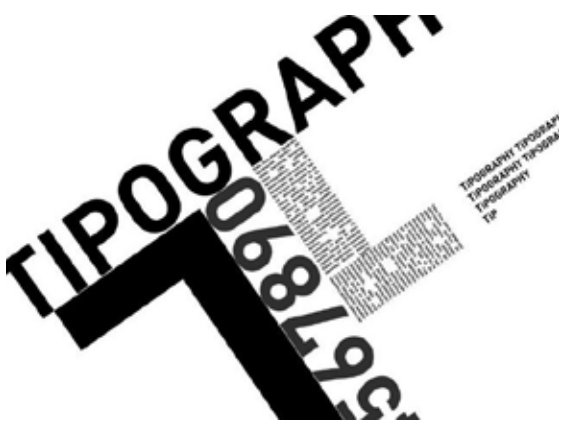


Fig. 4.21 Ejemplo: diseño tipográfico.

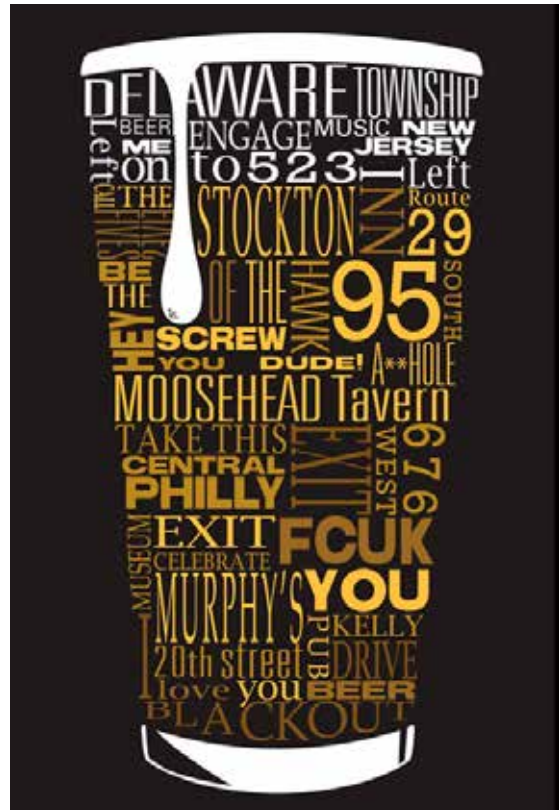


Fig. 4.22 Ejemplo: diseño tipográfico.



Fig. 4.23 Ejemplo: diseño tipográfico. Se le considera como una de las bases del diseño gráfico.



**Fig. 4.24** Ejemplo: diseño identidad corporativa. Son los atributos y valores que distingue a una marca o empresa de su competencia.

### 4.5.2 Identidad Corporativa

Ésta área abarca no sólo el diseño del logotipo, sino también las características técnicas específicas con las cuales se establece la forma de su utilización. Es decir, que familia tipográfica se usará, los colores, la papelería adjunta, las imágenes, formatos. O a lo que actualmente ya se le conoce como el branding (identidad de marca).

Por lo tanto este proceso requiere de ardua investigación, constantes revisiones, para así poder crear un diseño homogéneo que sirva de distintivo de una empresa.

Es preciso mencionar que cuando se habla de la identidad corporativa de una empresa abarca tanto aspectos tangibles de tema estético como son el diseño del logotipo (su representación

visual), el diseño gráfico corporativo (el desarrollo de todos los elementos de comunicación de una empresa), tipografías, colores, papelería corporativa, los elementos de comunicación externa e interna, publicidad, protocolo, arquitectura corporativa, como todos los aspectos intangibles, que por supuesto tiene un peso importante, por ejemplo la filosofía de la propia organización o empresa, su misión y sus valores, además de otros factores claves para la organización como son sus métodos y procesos, etc.

Hoy más que nunca, las organizaciones necesitan realizar acciones que coadyuven a crear una imagen de ellas atractiva, moderna y socialmente comprometida, la obligación social corporativa es también un factor importante a distinguirse en las organizaciones.

Una vez establecidos todos los puntos anteriores que se dictaminan en un manual de identidad gráfica, es un buen momento para complementar con la mercadotecnia, porque junto con las estrategias de branding especificarán los objetivos para cumplir toda meta dispuesta por las empresas, que es; generar ganancias y perdurar en el tiempo.



**Fig. 4.25** Es precisamente el "Branding" el encargado de desarrollar el proceso de construcción de una empresa.

Lo que se define como manual es aquel documento el cual contiene de manera precisa cómo se debe de realizar ciertas actividades. Es un documento interno, y son utilizados como medio para coordinar, registrar datos e información en forma sistémica y organizada.

Existen diferentes tipos de manuales por ejemplo:

**Organizacional:** este tipo de manual se enfoca en el manejo de una empresa de forma general. Indican la estructura, las funciones y roles que se cumplen en cada área.

**Departamental:** dichos manuales, en cierta forma, establecen el modo en que deben ser llevadas a cabo las actividades

realizadas por el personal. Las normas están dirigidas al personal en forma diferencial según el departamento al que se pertenece y el rol que cumple.

**Procedimientos:** determina una serie de pasos que deben realizarse para emprender alguna actividad de manera correcta. Incluso se puede ejemplificar a través de gráficos o imágenes.

**Múltiple:** Estos manuales están diseñados para exponer distintas cuestiones, como por ejemplo normas de la empresa, más bien generales o explicar la organización de la empresa, siempre expresándose en forma clara.

Además existe el manual de identidad gráfica, cuyo fin específico es recopilar los elementos gráficos y formales de una imagen gráfica de determinada empresa. Como por ejemplo la explicación breve del significado del logotipo, composición del logotipo, colores corporativos, tipografías corporativas, tamaño mínimo de reproducción y especificaciones para tamaños especiales, versiones del logotipo. usos correctos, incorrectos y restringidos papelería corporativa básica, uso de la imagen corporativa en diferentes aplicaciones.



**Fig. 4.26** Cada manual tiene sus características específicas que corresponden a los diferentes rubros.

### 4.5.3 Diseño Editorial

Lo que concierne al diseño editorial es el responsable de todas las publicaciones de carácter informativo, en toda su expresión: libros, revistas, periódicos, trípticos, folletos, menús, manuales, ya sean de carácter lúdico, científico, político, tendencias u otro aspecto. Pero sobre todo no se limita y puede llegar a hacer uso de fotografía, ilustración, animación, gráficas, iconos, mapas, tablas, organigramas. De acuerdo a la necesidad que se presente y que cumpla con los requisitos de todo diseño funcional.

El éxito de una publicación reside, no sólo en la calidad y cantidad de su contenido, sino en su relación con su forma y diseño, en la forma que es presentado.

Una vez definido el carácter de la publicación, hay que seleccionar las características de sus elementos gráficos:

Formato: libro, revista, periódico, tríptico

Material o soporte: tipos de papel, cartulina, etc.

Legibilidad tipográfica: tamaño y tipo de letra, interlineado, espacio entre letras y color.

Imagen: disposición, color, tamaño, calidad.

Caja tipográfica: marco de la página

Grilla o retícula editorial: herramienta para disponer la información en la publicación.

Todos estos elementos deben conjugarse en orden y armonía entre ellos mismos y con el contenido, dando como resultado una publicación única y con personalidad propia dentro de su género y del mercado. Si conseguimos la combinación perfecta entre forma y contenido, más fácil será conseguir una fiel comunidad de lectores y asegurar de este modo a la publicación una larga vida dentro del mundo editorial.

Por lo tanto, un excelente diseño editorial tiene que ser legible, marcar una jerarquización, continuidad y atractivo visual.

Existe un método para resolver los problemas planteados a la hora de diseñar un catálogo, una revista, o cualquier otra publicación.

La red o retícula, que consiste en dividir el espacio en pequeños rectángulos que sirven de guía para la ubicación de los elementos. Una retícula te permite jugar con el espacio y crear distintas composiciones que se ven armónicas y ordenadas en conjunto. Por ejemplo retícula por columnas, a una diagonal o doble diagonal, modular o sistema jerárquico.



**Fig. 4.27** Ejemplo: diseño editorial  
Se enfoca en mantener una armonía entre el texto y gráficos.

#### 4.5.4 Diseño Publicitario

Igualmente el material impreso puede categorizarse en un material comunicativo y promocional. El diseño publicitario se enfoca en dar a conocer algún producto o servicio, aunque siempre tenga un matiz informativo, pero su estructura depende de causar una impresión positiva en el usuario. Por lo tanto hace uso excesivo de la persuasión, la percepción visual, que a su vez se apoya en el Marketing, puesto que toda publicidad deberá ser concentrada y sintetizada para captar la atención de un cliente potencial.

La publicidad es uno de los procesos de comunicación masivo cuyo objetivo principal es promover la venta de un artículo y/o servicio. Haciendo uso de la persuasión para convencer al cliente de que efectúe la compra.

Los medios publicitarios son los recursos que los expertos utilizan para efectuar este procedimiento. Existen cinco categorías en las que se clasifican los medios publicitarios los cuales son la prensa, la radio, la televisión, la publicidad en exteriores e Internet.

La prensa (periódicos, revistas) es un medio que cuenta con un alto valor de fundamento y gran flexibilidad geográfica. Se trata de un medio leído por personas que gustan de información por lo que la publicidad puede ser más vasta y concreta. La mayor fuente de ingresos en los periódicos corresponde al concepto de publicidad, que en mucho se debe a los vendedores locales y los anuncios clasificados.



**Fig. 4.28** Al igual que el periódico y la revista sigue teniendo presencia en el público, el internet ha aumentado sus adeptos gracias a su versatilidad.

En la actualidad los medios publicitarios tiene gran alcance, como la televisión que cubre un alto número de personas, es un medio de gran impacto que abarca distintas programaciones.

La radio tiene varias fortalezas como medio de publicidad: selectividad de audiencia, bajos costos unitarios y de producción, oportunidad y flexibilidad geográfica. Los anunciantes locales son los usuarios más comunes de la publicidad a través de la radio, por lo que contribuyen con más de tres cuartas partes de todos los ingresos de ese medio.

Internet representa una publicidad de bajo costo, que llega de forma personalizada al lector y en cualquier parte del mundo. Es una gran oportunidad para pequeñas empresas. Sin embargo, a pesar de las ventajas, llega a

presentar ciertas desventajas porque el consumidor suele ignorar estos mensajes debido a la saturación.



Fig. 4.29 Portada de periódico digital El Universal.

El diseño publicitario es muy amplio en las publicaciones que se pueden crear, una de ellas son los folletos; que son de los medios impresos de comunicación gráfica más habituales para dar a conocer cualquier noticia, evento, producto o servicio. Por lo tanto es importante emplear todos los conocimientos de diseño para que el resultado comunique claramente el mensaje y éste no pase desapercibido para el receptor al que está destinado.

Las características básicas de los folletos son las siguientes:

-El flyer se compone de un sólo módulo con dos vistas (frente y vuelta).

-El díptico presenta 4 caras (2 paneles o módulos) separadas por un solo pliegue o doblez.

-El tríptico está compuesto de 6 caras (3 paneles o módulos) y 2 pliegues.



Fig. 4.30 Los flyers se remontan a los inicios de la aviación cuando desde estos se esparcían desde los aires anuncios de diferentes productos y eventos.

-El cuadríptico está formado por 8 caras o páginas (4 módulos frente y vuelta) y 3 pliegues.

El volante es un papel impreso, generalmente su tamaño corresponde a media cuartilla, que se distribuye directamente de mano en mano a las personas en las calles, y en el cual se anuncia, pide, cuestiona o hace constar algo. Así que se requiere de un mensaje breve y conciso, por lo cual se diferencia del tríptico y del folleto. Puede tener diversos fines: publicitario, propagandístico, informativo, médico, institucional, etc.

Las principales características que se deben considerar al momento de diseñarlo es su tamaño, resolución, imágenes atractivas, claridad y manejo del contenido.



**Fig. 4.31** Los folletos pueden ser un medio tanto publicitario como informativo y dependerá del "target" para seleccionar el contenido y las fotografías.

Lo que engloba al diseño publicitario y la diversidad de sus aplicaciones, el cartel es uno de los medios con mayor rentabilidad. Por lo tanto es aquel material impreso - digital que puede ser colocado en espacios públicos o privados y que tiene como objetivo informar o anunciar sobre alguna cuestión, producto y / o servicio.

Asimismo, los carteles pueden utilizarse para promocionar diversas actividades culturales o espectáculos como encuentros deportivos, recitales, películas, ferias, exposiciones y en este caso se colocan de forma estratégica en lugares con mayor afluencia.

Como anteriormente se mencionó existen diferentes tipos de carteles que corresponden a las siguientes categorías: Informativos, formativos, comerciales, políticos, sociales, deportivos. Todos cumplen un objetivo sin importar a que rubro estén destinados.

Es clave mencionar los elementos indispensables que lleva un buen diseño de cartel:

- Establece un formato en específico, tomando como referencia su reproducción y calidad de impresión.
- Utiliza imágenes originales y modernas.
- Las imágenes a usar venden y transmiten un determinado mensaje.
- Toma en cuenta los valores para transmitir el mensaje correctamente.
- Emplea un mensaje sencillo y breve.
- Adapta el mensaje a transmitir según el público al que esta dirigido.





**Fig. 4.32** Ejemplo: Diseño de envase y embalaje , (diseño de packaging)  
 Su objetivo principal es atraer la atención de clientes y ser la primera fuente de comunicación hacia el consumidor, haciendo que prefiera un determinado producto por sobre los demás.

#### 4.5.5 Diseño de Envase y Embalaje

El diseño de envase y embalaje se enfoca a crear empaques tanto creativos y funcionales que a la par se complementa del diseño publicitario. Actualmente se le conoce como "*packaging*"<sup>22</sup>; es el elemento que hace más perdurable la imagen de marca de un determinado producto. La unión de áreas dentro del mismo diseño potencializa los productos finales y más al buscar la versatilidad del uso de los materiales, como el packaging sustentable; que cada vez más gana terreno en el mercado.

El packaging es la técnica por medio de la cual un producto se envuelve o protege para su almacenaje, distribución y venta. También se refiere al proceso de

diseño, evaluación y la producción de paquetes. Pero profundizando en el tema es mucho más, es una oportunidad única para establecer o mantener una relación con el cliente. Así el diseño de packaging se hace fundamental a la hora de captar la atención del consumidor y vender un producto. Por lo tanto, podemos decir que el packaging tiene dos objetivos; el de proteger el producto y el de formar parte de una estrategia de marketing. Pero hay un tercero pues el packaging contiene toda la información legal sobre este.

Dentro de la historia, los envases han jugado roles diferentes e importantes a través del tiempo. Los primeros antecedentes de envases fueron creados hace más de 10,000 mil años y sirvieron principalmente para contener bienes necesarios para la supervivencia especialmente alimentos y agua.

Conforme la sociedad iba desarrollándose los envases también tomaban un nuevo giro que se adaptaba a las necesidades y características que se presentaban. Fue hasta 1885 que William Lever decidió innovar y embalar su jabón bajo la marca Sunlight consiguiendo con ello que se diferenciara de los demás productos lo que con el paso de los años hizo que se convirtiera en Unilever, una empresa multinacional con productos de alimentación, cuidado personal y limpieza doméstica. Ya en los años 30 las innovaciones técnicas de impresión permitieron reproducir dibujos e ilustraciones en los empaques. Posteriormente a finales de la Segunda Guerra Mundial el packaging adquirió una gran fuerza comercial. Actualmente la cantidad de productos que se mueven dentro de un mercado es bastante amplia, se pueden encontrar de distintos materiales como vidrio, plástico, cartón. Tan sólo en un año México aumentó en un 27.9 % en exportación de sus productos mundialmente.

Es importante conocer las variables que influyen en el diseño de packaging de los productos. Los cambios sociales impulsan la creación de nuevos empaques, los avances tecnológicos y la búsqueda permanente de la salud, la mayor comodidad y el bienestar son algunos de los factores a considerar. Actualmente el diseño de packaging se enfocará en evocar más emociones y experiencias. Las novedades se encuentran íntimamente relacionadas con las estrategias de posicionamiento de cada producto y las necesidades del consumidor. De igual forma la exigencia del equilibrio entre el diseño estructural y gráfico será mayor. En cuanto a los formatos pequeños, transportables e individuales con-

tinuarán posicionándose en el mercado debido a su funcionalidad. La preocupación por el medio ambiente seguirá creciendo haciendo que se inclinen por el diseño de packaging reciclable lo que dará un valor agregado al producto.

Efectivamente el impacto visual y emocional que evoca un diseño de packaging creativo y funcional puede hacer que un producto se coloque por encima de la competencia aumentando su innovación e influencia sobre otros. Para ello es conveniente tomar en cuenta varios elementos como es el lenguaje cromático ya que en parte es por ello que el consumidor se sentirá atraído haciendo que se le sumen atributos para la satisfacción final del consumidor. De igual forma la incorporación de imágenes complementan los recursos comunicativos del empaque junto con la tipografía cumplen los objetivos de diseño. Es notable destacar que existe una amplia variedad de materiales con los cuales se puede trabajar para transmitir nuevas y mejores sensaciones explotando sus propiedades.



**Fig. 4.33** Diseño de Packaging creativo en presentaciones individuales.

#### 4.5.6 Diseño de Señalética

Por otra parte La Universidad de Londres en su libro "Diseño de sistemas de señalización y señalética", define a los "sistemas de señalización o señalética como aquella ciencia dentro de la comunicación visual que examina los vínculos eficaces entre los signos de orientación en el espacio y el comportamiento de los individuos" (6- 11). Es decir, se aplica al servicio de los individuos, para mejorar su accesibilidad y desplazamiento en un contexto.

En el diseño de señalética, el lenguaje visual y la percepción es una de las leyes principales para producir un código de lectura gráfico que sea coherente, claro y fácil de decodificar para el público en general. El uso de esas leyes de percepción rigen su funcionamiento.



**Fig. 4.34** Los pictogramas son signos que, a través de una figura o de un símbolo, permiten desarrollar la representación de algo.

El uso de pictogramas ayudan a eliminar las barreras de los idiomas, ya que su característica principal es que sean comprensibles a nivel universal. Una razón de ello es su eficacia para brindar información. Por ejemplo: identificar el área de baños en un establecimiento, la salida, áreas restringidas para usar el celular o fumar al igual que las señales de advertencia en la vía pública. La señalética es esa especialidad del diseño gráfico que termina ejerciendo de guía, y para ello sintetiza formas de

comunicación que han sido creadas para facilitarnos y orientarnos constantemente. La señalización se funde con el entorno en el que se coloca sin modificarlo, pero posibilitando su recorrido.

Esta especialidad del diseño gráfico nace de la ciencia de comunicación social y la semiótica. Constituye una disciplina técnica que colabora con la ingeniería de la organización, arquitectura, el acondicionamiento del espacio y la ergonomía bajo el vector del diseño gráfico.

La señalización y la señalética son trabajo que requieren mucha dedicación, cada proyecto requiere de necesidades diferentes y un manejo distinto de información.

Hay varios tipos de señales, entre ellas:

- Señales de información vial
- Señales de orientación turística
- Señales de prohibición
- Señales de seguridad
- Señales de advertencia
- Señales de auxilio

Para cada tipo de señal tiene resgos distintivos, cuyo objetivo universal es que todas las personas las sepan identificar ya sea por el color o su forma.

Colores:

- Azul: para las acciones obligatorias
- Rojo: señales de prohibición
- Amarillo: señales de prevención
- Verde: acciones positivas

Formas:

Circulo: se usa para prohibir o dar instrucciones

Triángulo: para advertir

Cuadrados y rectángulos: para señales de emergencia e información



**Fig. 4.35** Ejemplo: diseño de señalética de la vía pública.

Los sistemas de señalización, en gran medida son una parte esencial de la formación de la imagen de un lugar o empresa, contribuyen a identificar, ayudando a las corporaciones a sobrevivir en un mercado competitivo. Funciona como una extensión de su imagen pública, algunas empresas y sobretodo las tiendas departamentales usan la señalización interior con el objetivo de reducir costos de operación colocando a señalamientos en lugares altamente estratégicos para reemplazar a recepcionistas y edecanes.

Por otro lado también hay una clasificación de acuerdo a su sistema de sujeción o colocación.

Adosada: Se refiere a que estará pegada a un muro.

Autotransporte: Es cuando está anclada al piso y es detenida por un poste.

De banda: Cuando la señal está sujeta a dos muros, columnas o postes de manera perpendicular.

De bandera: Cuando la señal está anclada perpendicularmente al muro de uno de sus lados.

Colgante: Cuando está suspendida en el aire y es sujeta desde el techo.

Estela de identidad: ES una señal con volumen.

Algunas características generales que debe tener una correcta señalización. Claridad y síntesis deben ser los objetivos prioritarios. El lenguaje y las técnicas de la señalización conllevan una serie de particularidades que las caracterizan, puesto que se trata de un lenguaje de rápida visualización, debido a la inmediatez que debe tener el mensaje.

Para que toda señal sea eficaz y cumpla su finalidad, debería ubicarse en el lugar adecuado a fin de que :

-Atraiga la atención de quienes sean los destinatarios de la información.

-Dé a conocer la información con suficiente antelación

-Sea clara y con una interpretación única. Informe sobre la forma de actuar en cada caso concreto.

-Definidas en su forma, color y grafismo.

-Las superficies no deben causar reflejos que dificulten la lectura o la identificación del pictograma y el texto principal.



**Fig. 4.36** Ejemplo: El término de multimedia hace referencia a cualquier objeto o sistema que utiliza múltiples medios de expresión físicos o digitales para presentar o comunicar información.

#### **4.5.7 Diseño Multimedia**

El más reciente de todos, el diseño de sitios web engloba todas las aptitudes de las demás disciplinas, el alcance que se tiene con la tecnología es una gran ventaja lo que facilita su acceso a nivel mundial.

El Diseño Multimedia se conforma por aplicar diversas herramientas del diseño como lo es la utilización de texto, fotografías, videos, sonido, animación, a la vez que es manipulada y realizada en un soporte digital.

Incluso algunas de las disciplinas del diseño que se pueden explotar son : Diseño Gráfico, Diseño Editorial, Diseño Web, y diseño de videos..

Por otra parte se puede dar una definición más concreta a la multimedia como concepto; es aquella capacidad que presentan ciertos ordenadores para mostrar en un monitor o medio visual, textos y gráficos al igual que es acompañado de sonido.

Además resulta ser una forma efectiva de transmitir mensajes puesto que es atractivo visualmente y logra captar la atención fácilmente de sus receptores creándoles nuevas experiencias visuales y auditivas.

Como en todo diseño se busca satisfacer una necesidad, la cual deberá cumplir objetivos para una mayor eficiencia, el diseño multimedia de igual manera, con la certeza de que tendrá

variabilidad de aplicaciones: interactivos en dvd, presentaciones, sitios web y audiovisuales.



**Fig. 4.37** Ejemplo: diseño de página web Busca que la navegación, interactividad y usabilidad cumplan con las necesidades del usuario.

Actualmente entre todas las definiciones del concepto "video" se puede considerar la más apropiada como a un sistema de grabación y reproducción de imágenes, que ocasionalmente suelen estar acompañadas de sonidos y se hace usando una cinta magnética. Hoy en día es conocido por todo el mundo, el cual consiste en la captura de una serie de fotografías o mejor definido como "fotogramas" que luego se muestran consecutivamente y a velocidades elevadas para reconstruir la escena original. Aunque con los avances en la tecnología el video digital se amplía a diferentes formatos como el DVD Y MPEG-4.

A partir de ello han surgido infinidad de conceptos dentro de esta área, tal es el concepto "audiovisual" cuya definición es la integración que se crea al unir lo auditivo con lo visual para hacer una nueva realidad simultánea. De esta forma los mecanismos sensoriales se encuentran relacionados, al igual que a cada imagen le corresponde un sonido para aumentar su aprendizaje o llamar la atención.



**Fig. 4.38** Los videos buscan mejorar la calidad en imagen y sonido adaptándose a los diferentes formatos digitales.

Otra opción fácil y con buenos resultados es el uso de presentaciones, que no es más que la secuencia de un contenido acompañado de imágenes y posiblemente audio o videos expuestos para una audiencia.

Se pueden clasificar en dos tipos: la presentación multimedia que es generalmente más utilizada a través de un programa de presentaciones, pero que también es posible realizar de forma impresa y / o rotafolios utilizando texto e imágenes. Se puede decir que es herramienta muy efectiva para transmitir un mensaje, se apoya principalmente en la combinación de medios, con el uso del diseño se logra facilitar la visibilidad de los contenidos, además de ser un elemento estético, ayuda a que el mensaje sea más claro y conciso.



**Fig. 4.39** El uso de presentaciones es una estrategia laboral que muchas empresas utilizan.

#### 4.5.8 Diseño de material didáctico

Es aquel que reúne medios y recursos que facilitan la enseñanza y el aprendizaje. Suelen utilizarse dentro del ambiente educativo para facilitar la adquisición de conceptos, habilidades, actitudes y destrezas.

Aunque existen una gran variedad de categorizaciones de los materiales didácticos la mayoría de los autores coinciden en clasificarlos de acuerdo a la percepción de éstos por nuestros sentidos: Auditivos, y Visuales y/o audiovisuales, (aunque podrían, del mismo modo, considerarse algunos olfativos, gustativos y táctiles).

Ejemplos de los primeros serían:

Auditivos: radios, discos, cassettes, CDs, Mp3.

Visuales: fotografías, transparencias, imágenes electrónicas, acetatos, carteles, diagramas, gráficas, mapas, ilustraciones.

Los materiales impresos: fotocopias, libros, revistas.

Audiovisuales: Vídeos, películas, multimedia, Internet y otros más.

Materiales tridimensionales: objetos en general. Diversidad de materiales que, como ha de entenderse, nos permiten adecuarlos a nuestras necesidades y coadyuvar los procesos de enseñanza-aprendizaje.

Al hablar sobre las ventajas que aportan los materiales didácticos se llega

a la conclusión que son instrumentos indispensables en la formación académica principalmente: debido a que proporcionan información y guían el aprendizaje, es decir, aportan una base concreta para el pensamiento conceptual y contribuye en el aumento de los significados; desarrollan la continuidad de pensamiento, hace que el aprendizaje sea más duradero y brindan una experiencia real que estimula la actividad de las personas; proporcionan, además, experiencias que se obtienen fácilmente mediante diversos materiales y medios y ello ofrece un alto grado de interés para quienes interactúan con el objeto a tratar; evalúan conocimientos y habilidades, así como proveen entornos para la expresión y la creación.

La aparición de Internet y la tecnología web ha supuesto, por el momento, el último estadio de la enseñanza audiovisual ya que prácticamente reúne en un mismo punto todas las técnicas de imagen, sonido y texto mencionadas anteriormente y posibilita no solo la interactividad sino también la continua actualización de los contenidos.



**Fig. 4.40** El uso de material didáctico audiovisual es una área que los diseñadores actualmente explotan con mayor frecuencia, gracias a su impacto comunicativo.

#### 4.4.9 Diseño de infografías

El marketing de contenidos es una de las estrategias más potentes que puedes llevar a cabo para conectar con tu público objetivo.

Además, dentro de este tipo de estrategias se pueden desarrollar contenidos de todo tipo:

Hay quienes comparten textos más o menos largos, quienes hacen vídeos o imágenes adecuados al negocio y sus productos e incluso quienes deciden crear un podcast, dentro de la estrategia de su negocio digital.

Pero uno de los formatos que más se ha utilizado en los últimos años y que siguen estando entre los favoritos de los usuarios son las infografías.

Crear infografías es una manera muy visual de compartir contenido, que a menudo consigue viralizarse por su utilidad y sencillez.

Ya desde los tiempos de los egipcios, se representaba la información en jeroglíficos mediante dibujos. Poco a poco, estos fueron evolucionando y pasando por diferentes fases, hasta que a principios del siglo XX empezaron a utilizarse de manera didáctica. De este uso legendario, ha evolucionado hacia las infografías más conocidas por todos, como los planos del metro, e incluso hacia un modo de hacer storytelling para las marcas.

A partir de ahí, se ha ido popularizando y ahora son muchas las marcas que utilizan infografías en sus contenidos.

Sus principales características son:



**Fig. 4.41** El diseño de infografías cada vez se populariza más para transmitir información y mensajes de forma atractiva y concisa.

Significado propio: se utilizan para completar información o para explicar puntos concretos, sin embargo toda la infografía debe ser entendible por sí sola.

Texto reducido: se trata de un recurso gráfico. No debe llevar grandes párrafos o una gran explicación.

Se enfoca en utilizar imágenes, gráficos o iconos para explicar y simplificar la información.

Coherencia gráfica: la parte gráfica es la más importante en una infografía, por eso hay que trabajarla bien y de manera conjunta.

Los iconos o imágenes que se utilicen para explicar la información deben estar conectados en cuanto a tipo de contorno, colores, estilo del diseño.

Legibilidad: Aunque tenga poco texto,



el que se incluya debe ser fácilmente entendible tanto en términos de legibilidad como en tipo de lenguaje.

**Linealidad:** No quiere decir que se tenga que leer en un sentido concreto, pues depende del tipo de información que se vaya a incluir y de la cantidad de conceptos.

Puede ser completamente vertical, de arriba a abajo, o a modo de texto con lectura horizontal también. Sea como sea, debe dejarse claro el orden que hay que seguir a la hora de leer la infografía.

Básicamente las posibilidades de utilizar infografías actualmente son muchas y depende del giro de la empresa o rubro que se esté manejando, pero entre las principales podemos encontrar :

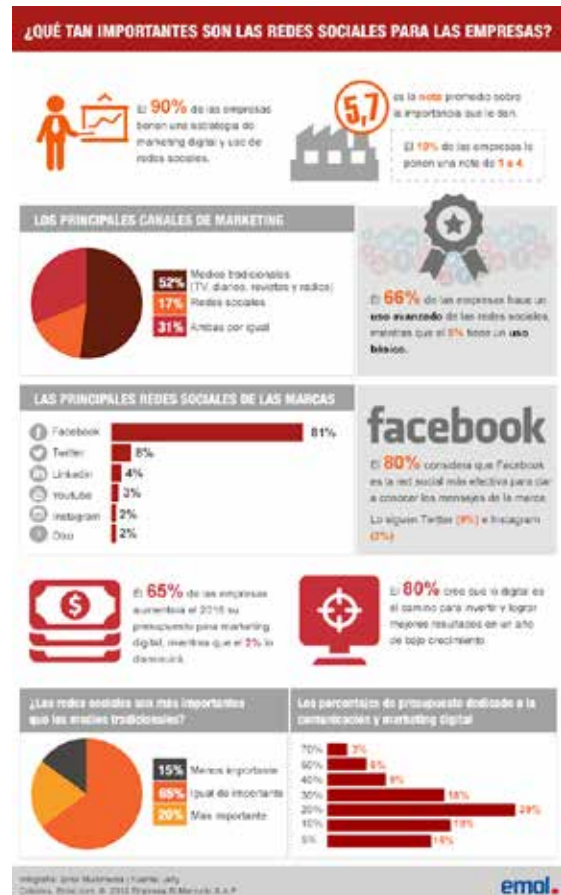
**Atraer usuarios:** las infografías son muy susceptibles de ser viralizadas. Por eso, pueden llegar a un público más amplio y atraer nuevos usuarios hacia la comunidad online.

**Explicar temas difíciles:** hacen más amena la información que se publicará y sobre todo ayuda a disminuir la confusión de contenidos complejos.

**Llamar la atención:** aparte de servir para mejorar la comunicación con la comunidad online, se hace destacar entre los competidores, como ocurre con otro cualquier formato de contenido diseñado de forma creativa.

**Compartir contenido en redes sociales visuales:** un texto largo lo puedes compartir en algunas redes sociales, pero en determinado momento se tendrá que

recurrir al poder de las imágenes para transmitir mucho en poco espacio.



**Fig. 4.42** Las infografías se pueden categorizar según su objetivo o las ventajas que se pretende obtener de ellas.

Dentro de las categorías de infografías se encuentran : Infografías CV, su uso es cada vez más aplicado en el ámbito del reclutamiento laboral, es en la creación de currículums llamativos y visuales. Infografía comercial o publicitaria, este tipo de infografías desarrollan las cualidades de un producto o servicio y explican qué necesidades cubre. Infografías corporativas, educativas, informativas, didácticas, entre otras.

## 4.5.- Herramientas del Diseño Gráfico

Las herramientas que el Diseño Gráfico puede aplicar son muy vastas y dependerá del enfoque creativo que se vaya a desarrollar. Actualmente se ve que los diseñadores gráficos y comunicadores visuales las llevan a su máxima expresión incluso pueden vincularlas.

### 4.5.1 Fotografía

Entre ellas la fotografía ya sea análoga o digital; es el arte y la técnica de obtener y proyectar imágenes de la realidad a través de capturar la luz del ambiente. Por su potencialidad la fotografía digital aprovecha la tecnología para hacer uso del internet, redes sociales, teléfonos móviles.



**Fig. 4.43** Fotografía digital de autor. Tema naturaleza.



**Fig. 4.44** Fotografía digital de autor  
Tiene géneros bastante amplios, que permite hacer fotografías comerciales, artísticas, moda ,entre más .

### 4.5.2 Animación

Igualmente la animación es la técnica de movimiento que se aplica sobre un elemento o individuo. Hoy en día los términos se van familiarizando cada vez más, por lo tanto este concepto se encuentra muy ligado a la producción gráfica de dibujos animados. También podría describirse como la forma de generar uno o varias secuencias gráficas que genera a su vez una ilusión óptica. Incluso ya se trabaja animación digital, cuya funcionalidad radica en utilizar ordenadores.



**Fig. 4.45** Animación 3D  
Cada vez más se implementa en video juegos, películas, efectos visuales y recorridos virtuales.

### 4.5.3 Ilustración

Por lo que a la ilustración se refiere es aquella acción de dibujar, adornar, dar luz al entendimiento o explicar algo por medio de gráficos y en ocasiones suele acompañarse de tipografía. Para su elaboración la aplicación de materiales van desde grafito, acrílico, óleo, acuarela, bolígrafo hasta hacerlo de manera digital utilizando programas de diseño y edición.

Conforme el tiempo pasa el mercado va innovando y perfeccionando las distintas herramientas del diseño gráfico y medios de comunicación, tal como los programas digitales para las distintas áreas, por ejemplo los de retoque digital, ilustración, diseño web, paletas de colores. En gran parte ayudan a que el resultado de los trabajos sean lo más profesional posible y cumplan con los estándares de calidad que la competencia exige.



**Fig. 4.46** Ilustración digital, diseño de autor  
Realizada en el programa de Adobe Ilustrador.

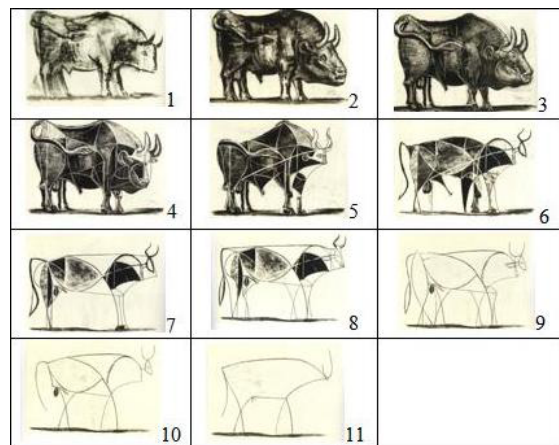
#### 4.5.4 Estilización

Puede trabajar con estilizaciones, que es una forma de realizar representaciones visuales (arte figurativo) de forma simplificada. Los objetos o escenas no se intentan reproducir de forma completa y precisa en cuanto a su apariencia visual (mimesis o realismo en el arte), para conseguir una representación más expresiva, significativa o atractiva. Como interpretación convencional de la forma de un objeto, se acentúan sus rasgos haciéndolos más delicados y finos, reduciéndolos a sus líneas más básicas.

Técnicamente, la estilización ha

sido definida como “la generalización decorativa de figuras y objetos mediante varias técnicas convencionales, incluyendo la simplificación de la línea, forma y relaciones de espacio y color.

En la actualidad, este concepto ha cambiado, ampliándose hasta incluir a todas las imágenes que se transforman simplificándolas por cualquier procedimiento para que transmitan cualidades sensoriales sugerentes o para mejorar la comunicación y sean fácilmente recordadas y entendidas.



**Fig. 4.47** Pablo Picasso. Estudio de formas diferentes del toro. Estilización.

#### 4.5.5 Caricatura

En otro aspecto también se puede emplear la caricatura que se caracteriza por la exageración o distorsión de la apariencia física de una o varias personas en ocasiones un retrato de la sociedad reconocible, para crear un parecido fácilmente identificable y, generalmente, humorístico. La caricatura tiene como finalidad incitar cambios políticos y sociales ya que como se suele decir bajo la figura

cómica se suele decir muchas verdades. Las caricaturas se difunden en periódicos, revistas e internet.

#### 4.5.6 El color

Dentro de las herramientas anteriores que se mencionaron, el color es uno de los medios más valiosos puesto que es una pieza gráfica clave que permite transmitir diversas sensaciones y emociones. Las cuales dependerán del objetivo del proyecto.

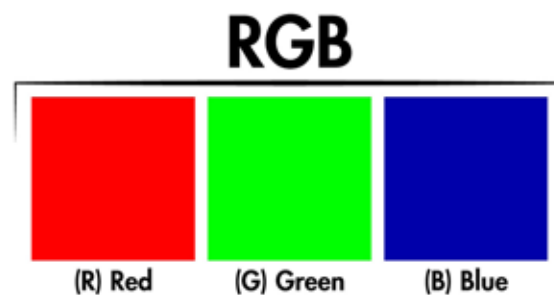
En el libro "Teoría del color," (2011) , Netdiseny Castellón, España, hace referencia a que el color es un hecho de la visión humana y dependerá de las diferencias entre las percepciones del ojo hacia las longitudes de onda, que por ende conforman el "espectro" de luz. Lo que ocurre cuando se percibe un objeto de un determinado color, es que la superficie de ese objeto refleja una parte del espectro de luz blanca. Dicha luz está formada por tres colores básicos: rojo intenso, verde y azul violeta.

Es importante hacer referencia en que el ojo humano puede llegar a percibir 10,000 colores diferentes. Además se incluyen tres dimensiones físicas del color que son importantes: saturación, brillantez y tono. Para ello el círculo cromático sirve al analizar su organización e interrelación entre ellos. Por lo general se hace en base a las combinaciones resultantes de los colores primarios: rojo, azul y amarillo, dando como resultado los secundarios: morado, verde y naranja. Y a partir de ellos se hacen escalas combinando con negro y blanco para obtener nuevos colores que varían en su saturación tonal.

Por otra parte existen dos modos de color: el RGB y el CMYK. El primero corresponde a los colores primarios luz, rojo, verde y azul por sus siglas en inglés. Este sistema es el más apropiado para representar imágenes mostradas en monitores.

En cuanto al modo CMYK son los que pertenecen a los colores sustractivo, es decir; el cian, magenta, amarillo y se añade el negro. Por lo tanto se le conocen como colores aditivos y se emplean para los medios impresos.

Finalmente, pero no menos importante es necesario mencionar que existe una gran variedad de autores que hablan sobre la psicología del color, dadas características son esenciales en el diseño, porque son parte importante en la influencia de emociones y pueden cambiar o modificar nuestra percepción. Hasta llegar a hacer un diseño más atractivo visualmente.



**Fig. 4.48** Colores luz, son los empleados en monitores o versiones digitales.



**Fig. 4.50** La psicología del color es aplicable a una infinidad de disciplinas, como lo es la arquitectura o el diseño de interiores.



**Fig. 4.49** CMYK, por sus siglas en inglés, Cian, Magenta, amarillo y negro.

La gama cromática que se escoge en las campañas de publicidad no es por gusto o por mera casualidad, en dichas estrategias se estudia conseguir cierto tipo de reacciones y llegar a cierto tipo de personas a las que se apuntan, por ello la elección de dichas tonalidades es meticolosamente estudiada con anterioridad para conseguir el objetivo que se desea alcanzar. Hay que tener muy claro todo esto a la hora de realizar cualquier tipo de diseño.

El uso de la psicología del color es relativamente reciente y se ha aplicado sobretodo al mundo audiovisual y al

marketing publicitario. Cada color tiene una simbología distinta y eso puede ser explotado para alcanzar un público objetivo y conseguir las tan ansiadas ventas. Es por ello que para ciertos rubros se inclinan por una gama de colores en específico, ya sean fríos, cálidos, neutros. Generalmente para los productos de lujo predominan los colores oscuros como el negro, gris, morado y cafés.

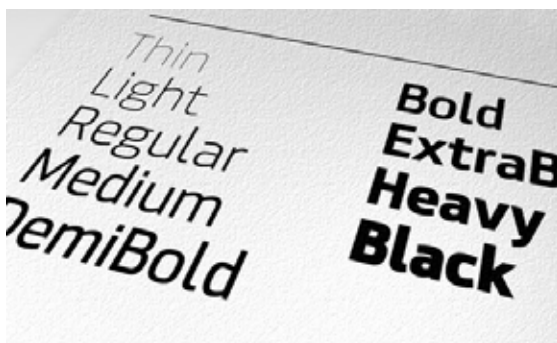
Para temas alimenticios se inclinan más hacia los cálidos, como los naranjas y amarillo. En la cosmética los colores pueden ser muy variados y giran en torno a un público objetivo. Si el destinatario es una mujer mayor se usan colores plateados, dorados, neutros, tenues o cálidos. Si es una mujer joven los tonos azules, naranjas, rojos y verdes por ser más dinámicos. Si es una mujer adolescente se usan colores naranjas, amarillo y esmeraldas porque llaman mucho la atención. Para los sectores de salud o farmacéuticos los colores más empleados son los azules, aguas o neutros.

Muchos estudios han mostrado que las personas se deciden por un producto en menos de 90 segundos, y que el 90% de esa decisión está basada en el color. Estas investigaciones también han mostrado que el color puede aumentar el reconocimiento de una marca en un 80%. Es por ello tal importancia de seleccionar las gamas cromáticas adecuadas para cada necesidad de diseño.

#### 4.5.7 La Tipografía

Como anteriormente se mencionó la tipografía es una de las áreas especializadas del diseño en la actualidad, pero también desde su funcionalidad es la herramienta que más impacto puede causar.

La tipografía juega un papel muy importante que va más allá de no desentonar con los demás elementos, pues el tipo de letra en sí mismo puede comunicar ideas como prestigio, emociones o alegría, además de que funciona como un signo de identidad. No olvidemos que también se trabaja con tipografía corporativa.



**Fig. 4.51** Se puede hacer un diseño creativo y funcional manejando los distintos pesos de una misma tipografía, por lo tanto hará un contraste.

Dentro de los conceptos básicos es menester dejar en claro que existen diferentes tipografías, es decir; familias tipográficas que éstas van a variar en sus pesos: light, medium, bold, extra bold.

Las fuentes serif y las Sans Serif. Las fuentes serif o serifa tienen origen en el pasado, cuando las letras se cincaban en bloques de piedra, pero resultaba difícil asegurar que los bordes de las letras fueran rectos, por lo que el tallador desarrolló una técnica que consistía en destacar las líneas cruzadas para el acabado de casi todas las letras, por lo que las letras presentaban en sus extremos unos remates muy característicos, conocidos con el nombre de serif.



**Fig. 4.52** Tipografía serif, es decir por los remates en sus terminaciones.

En cambio las fuentes que son sans serif o etruscas no tienen remates en sus extremos (sin serif), entre sus trazos gruesos y delgados no existe apenas contraste, sus vértices son rectos y sus trazos uniformes, ópticamente ajustados en sus empalmes. O, como también se puede comprender que su realización es de forma natural como si se hubiera trazado con un lápiz.

En suma se concluye que actualmente las opciones que brinda el diseño gráfico y comunicación visual son muy amplias, las cuales se pueden adaptar a las necesidades que se presenten, tomando en cuenta al público meta para que el medio seleccionado sea el adecuado para maximizar la eficiencia y claridad del mensaje. Apoyándose de todas las herramientas del diseño que anteriormente se presentaron.

Además de la amplia accesibilidad que permite hoy en día el uso de la tecnología, internet y redes sociales. Pero sobre todo la importancia del contenido que se va a dar a conocer. Independientemente del giro del mensaje, por ejemplo; comercial, educativo, informativo o de otra índole.



**Fig. 4. 53** Tipografía sans serif, por no tener terminaciones en sus fustes.

Para concluir con este capítulo se puede hacer una comparativa desde la historia del diseño gráfico hasta la actualidad; donde la trayectoria de sus avances han permitido que las barreras internacionales sean cada vez menos gracias a la tecnología, por lo tanto las

herramientas son más especializadas y están al alcance de todos los profesionistas.

Por ésta razón ya se ha especificado la variedad de medios de comunicación que existen para transmitir un mensaje, ya sea por medio de un cartel o un audiovisual para dar solución a cada situación comunicativa específica.

¿Qué se ha hecho?

5





A continuación se mostrará un amplio análisis seleccionado sobre “ el qué se ha hecho”, entre los cuales se encuentran trípticos, infografías y folletos. Cuya finalidad es ampliar el conocimiento sobre las soluciones gráficas que se le han hecho a diversos medios impresos.

Con ello se pretende tener referencias reales sobre los aspectos funcionales. Porque los ejemplos que presentarán deficiencias se analizaron y previamente se han descartado.

*Ejemplo 4: cartel con infografía de PHB Salud bucal durante el embarazo*



- \* Emisor: PBH
- \* Receptor: mujeres embarazadas
- \* Medio digital
- \* Contraste de color
- \* Atracción visual
- \* Estilización
- \* Manejo de información

- Cada pieza del rompecabezas es un apartado de la información, por lo tanto cada parte es importante en el cuidado bucal.

- Utilizar gráficos interesantes que motiven al receptor a querer leer la información.

*Ejemplo 5: tríptico medio digital, Materiales y Recursos Adventistas*



- \* Emisor: Materiales y Recursos Adventistas
- \* Receptor: Mujeres embarazadas
- \* Medio digital
- \* Tríptico con Infografía
- \* Contraste
- \* Descanzos visuales

- En la portada se puede ver a una mujer embarazada que se pondrá la vacuna contra el zika, de lo contrario afectaría a ella y a su bebé.

- En conclusión, emplear infografías complementando con poco texto en ocasiones es más eficiente para transmitir un mensaje.

Ejemplo 6: cartel con infografía, medio digital



- \* Emisor: privado
  - \* Receptor: mujeres a partir de los 20
  - \* Medio digital
  - \* Impacto visual
  - \* Ilustraciones sutiles
  - \* Buen contraste
  - \* Enumeración de pasos
- Las ilustraciones muestran cómo se debe hacer la autoexploración para detectar el cáncer de mama o sino un chequeo para estar seguras de mantenerse sanas.
- \*Se pueden hacer estilizaciones más detalladas y que no sean grotestas.

Ejemplo 7: cartel, medio digital, Adolescentes, Secretaría de Salud, México



- \* Emisor: Secretaría de Salud
- \* Receptor: jóvenes adolescentes
- \* Medio digital
- \* Impacto visual
- \* Infografía
- \* Ilustraciones
- \* Buen contraste
- \* A pesar de tanto texto, es atractivo

- Las ilustraciones representan que sin importar nacionalidad o preferencias, las responsabilidades que los adolescentes deben tener son las mismas.

\* Es importante manejar la misma estética en sus estilizaciones al igual que el contraste cromático. Ya que al ir intercalando los elementos se crean descansos visuales y dinamismo.

Ejemplo 8: volante, Protege tu salud y la de tu bebé, proporcionado por la Secretaría de Salud, México



- \*Emisor: Secretaría de Salud
- \*Receptor: mujeres embarazadas
- \*Medio digital
- \*Buena información
- \*Estilo de gráficos :animación
- \*Saturación de algunos elementos

- Representa la aplicación de la vacuna contra la influenza estacional, favorece la salud de la madre y el bebé.

\* De este ejemplo retomarí el contraste, pero evitaría la saturación de elementos para que el diseño sea más limpio por su composición.

Ejemplo 9: tríptico, medio digital, Hipertensión arterial, Ministerio de Salud de Perú



- \* Emisor: Ministerio de Salud de Perú
- \* Receptor: madres/ padres de familia
- \* Medio digital
- \* Portada atractiva
- \* Dinamismo en la manera de ejemplificar cada parte
- \* Buen contraste cromático
- \* Unos gráficos se pueden mejorar

- La información se enfoca en las madres, puesto que son las encargadas de cuidar la alimentación de los integrantes de la familia.

\*Contrastar una gama fría con una cálida crea propuestas atractivas visualmente. Además que al colocar información dentro de recuadros ayuda a jerarquizarla y/o separar los subtemas, haciendo más facil su lectura.

Ejemplo 10: tríptico, medio digital, La obesidad, proporcionado por adelgazarte.net



- \*Emisor: Adelgazarte
- \*Receptor: personas con interés en su salud física
- \*Medio digital
- \*Tríptico con infografía
- \*Atractivo visual
- \*Manejo de información

-Se explica gráficamente sobre lo que es el IMC y los efectos de salud que tiene la obesidad.

-Utilizar colores atractivos con contraste y con un fondo liso para no distraer de los demás elementos

Ejemplo 11: tríptico, medio digital, Aprendiendo sobre la mastografía, proporcionado por la Secretaría de Salud, México.



- \*Emisor: Secretaría de Salud
- \*Receptor: mujeres a partir de 20 años
- \*Medio digital
- \*Uso de fotografías
- \*Contraste tipográfico
- \*Diseño sencillo pero eficiente

-Se puede observar a una mujer joven que le harán una mastografía, en donde los cuidados son de calidad, brindando seguridad y privacidad.

\* Jerarquizar la información ayuda a identificar más rápido el contenido, ya sea con un puntaje mayor, color u otra fuente.

Ejemplo 12 : cartel, medio digital, Lactancia Materna



- \*Receptor: madres en etapa lactante
- \* Medio digital
- \* Impacto visual
- \* Infografía
- \* Ilustraciones
- \* Buen contraste
- \* Es atractivo

-Los elementos gráficos son de fácil reconocimiento, además que su composición indican protección y cuidados.

\* Es importante manejar la misma estética en sus estilizaciones al igual que el contraste cromático. Ello permite identificar que son puntos diferentes a tratar.

Ejemplo 13 : tríptico, medio digital, Derechos de maternidad y paternidad, Gobierno de Chile



- \*Emisor: Gobierno de Chile
- \*Receptor: padres de familia
- \*Medio digital
- \*Buen contraste cromático
- \*Impacto visual por los colores
- \*Descanso visual
- \*Información importante
- \*Se pueden mejorar las fotografías

- Expresa la protección y uso de derechos para padres trabajadores hacia sus hijos recién nacidos.

-En este ejemplo es importante considerar el contraste tipográfico y tonal, verificar que no se pierdan elementos con el fondo.

Por añadidura la composición y expresiones de los modelos en la fotografía reflejan el amor, cuidado, protección, felicidad.

Ejemplo 14 : volante, medio digital, Vacunación contra la influenza estacional, proporcionado por la Secretaría de Salud.



- \* Emisor: Secretaría de Salud
- \* Receptor: público en general
- \* Medio digital a color
- \* Estilo de diseño: Caricatura
- \* Descansos visuales

- La vacunación para el público en general desde embarazadas hasta adultos mayores para la prevención de la influenza estacional.

\* Los descansos visuales y que mantiene un mismo estilo es sus caricaturas son los puntos que pudiera utilizar.

Ejemplo 15 : cartel, medio digital, Beneficios de la leche materna, Proporcionado por TodoBebe



- \* Emisor: Todo bebé
- \* Receptor: madres en etapa de lactancia
- \* Medio digital
- \* Impacto visual
- \* Infografía
- \* Ilustraciones
- \* Buen contraste
- \* Es atractivo

-Los elementos gráficos son muy llamativos, se ve un estilo moderno.

\* Es importante manejar el mismo estilo en sus gráficos y jerarquizar la información.

Ejemplo 16 : cartel con infografía, medio digital, proporcionado por : Elembrazo.net



- \* Emisor: el embarzo.net
- \* Receptor: madres en etapa lactante
- \* Impacto visual
- \* Infografía
- \* Ilustraciones
- \* Buen contraste
- \* Es atractivo

-Los elementos gráficos son de fácil reconocimiento, además que señalan los cuidados que toda mujer embarazada debe tener.

\* Si se va a hacer una composición central y a los costados colocar otros elementos iguales, para crear dinamismo una opción es intercalar los colores y en cada subtema aumentar el puntaje, con ello se facilita su lectura y no se vuelve tedioso para el lector.

Ejemplo 17 : cartel, medio digital, proporcionado por el Instituto de Nutrición y Salud Kelloggs



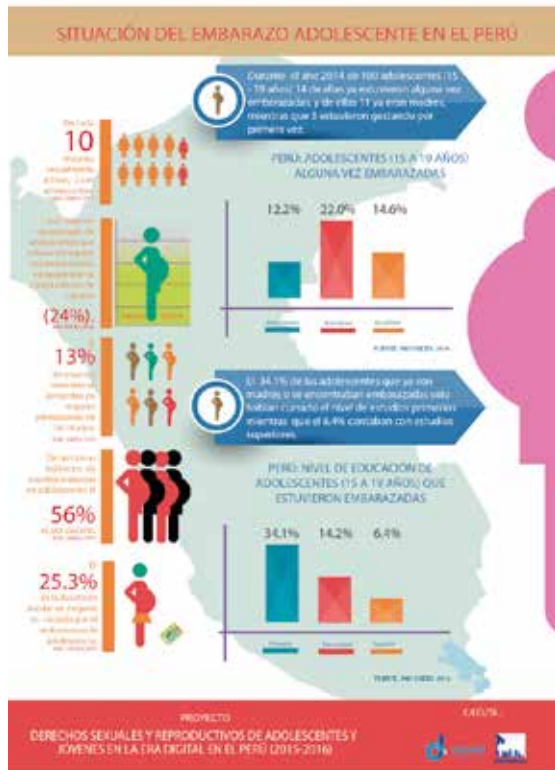
- \* Emisor: Instituto de Nutrición y Salud
- \* Receptor: madres embarazadas
- \* Medio digital
- \* Impacto visual
- \* Infografía
- \* Ilustraciones
- \* Buen contraste
- \* Es atractivo

-Las fotografías están bien seleccionadas y hacen resaltar el tema.

\* Es importante tener una composición para cada información pero que en conjunto se vea una armonía.



Ejemplo 18: cartel, Medio digital, Situación del embarazo adolescente en el Perú.



## CONCLUSIONES DEL ANÁLISIS DEL CAPÍTULO QUÉ SE HA HECHO

Se analizaron 40 ejemplos los cuales se dividieron en aceptables, no aceptables y rescatables, pero únicamente se publicaron los mejores diseños. Al completar el análisis de los múltiples ejemplos, se determinaron los factores favorables para al momento de bocetar y diseñar, evitando aquellos que compliquen su legibilidad y funcionalidad.

Tales aspectos son la jerarquización, composición, uso de gamas tonales, estilizaciones y descansos visuales. De la misma forma en el manejo de la información se percató que los datos se presentan puntualizados o en casos específicos que se requiere de más extensión, se colocan en contenedores para identificarlo con mayor facilidad. En su mayoría la tipografía es sans serif y el contraste es por medio del peso y en color.

En muy pocos arquetipos se utiliza la fotografía la cual es sustituida por gráficos estilizados, algunas con más detalle y otras a manera de siluetas.

El impacto visual es creado a partir de la composición que rompe con la rigidez de algunos elementos, lo que respecta al uso de color; predominan las gamas contrastantes por ejemplo frías con cálidas.

De esta manera se tiene un referente más cercano de qué se ha hecho y funcionado, no con el fin de plagiarlo sino realizar un diseño de calidad y sobre todo que mejore la situación actual.

- \*Emisor: anesvad
- \*Receptor: adolescentes embarazadas
- \* Medio digital
- \* Impacto visual
- \* Cartel con infografía
- \* Ilustraciones
- \* Buen contraste
- \* Es atractivo

-Los elementos gráficos son de fácil reconocimiento, además que señalan la situación de las adolescentes embarazadas.

\* Es importante jugar con la composición para diseñar de forma dinámica pero legible al mismo tiempo.

# Proceso de la información

# 6



En toda investigación es esencial hacer un análisis de la información recopilada, es por ello que en este capítulo se expresan de manera precisa dichos aspectos.

Una vez detectada la necesidad se tiene que, los propósitos del proyecto son:

**Informar:** las mujeres embarazadas y que se encuentren en etapa lactante sobre la importancia y beneficios mutuos que tiene amamantar a sus hijos recién nacidos.

**Instruir:** después de que se haya informado, colateralmente se instruirá con el fin de que lleven su conocimiento a la práctica y obtengan los mayores beneficios tanto para las mujeres como para sus bebés.

**Persuadir:** al momento en que se cumplan los dos propósitos anteriores, por ende la persuasión será un atributo más que se suma al éxito del proyecto. Lo que significa que el mensaje que se dio a conocer quedó claro y tuvo un efecto favorable en el público meta.

Por lo tanto y de acuerdo con los propósitos las Áreas del Diseño Gráfico y Comunicación Visual para la solución de la problemática son: el diseño editorial, por su amplitud en aplicaciones; como los manuales, folletos y carteles.

En segunda opción el diseño audiovisual, para transmitir un mensaje atractivo y de fácil reconocimiento. En ambas opciones se deberá cumplir eficientemente con el objetivo.

Avanzando con el tema, se presentarán los conceptos bajo los cuales se evaluarán los diferentes medios de la matriz de solución.

**Accesibilidad:** es el grado en el que todas las personas pueden utilizar un objeto, visitar un lugar o acceder a un servicio, independientemente de sus capacidades técnicas, cognitivas o físicas. Es indispensable e imprescindible, ya que se trata de una condición necesaria para la participación de todas las personas independientemente de las posibles limitaciones funcionales que puedan tener.

**Pregnancia:** es una cualidad que poseen las figuras que pueden captarse a través del sentido de la vista. Dicha cualidad está vinculada a la forma, el color, la textura y otras características que hacen que la persona que observa pueda captarla de manera más rápida y simple.

**Versatilidad:** hace referencia a la capacidad de algo o alguien de adaptarse con rapidez y facilidad a distintas funciones.

**Factibilidad:** se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señaladas. Generalmente la factibilidad se determina sobre un proyecto.

**Vigencia:** el término permite nombrar a aquello que resulta actual o que tiene buen presente, es decir, que todavía cumple con sus funciones más allá del paso del tiempo.

**Costo:** es el gasto económico que representa la fabricación de un producto o la prestación de un servicio. Al determinar el costo de producción, se puede establecer el precio de venta al público del bien en cuestión.

Los parámetros de evaluación que se estimaron para analizar la matriz de solución son los siguientes:

Valor	Indicador
3	Muy conveniente
2	Medianamente conveniente
1	Poco conveniente

**Fig. 6.1** La matriz de solución, es una tabla en donde se colocan los diferentes medios seleccionados para distribuir la información del proyecto junto a los parámetros que se establecieron para evaluarla.

Matriz de solución							
Diseño Editorial	Accesibilidad	Pregnancia	Versatilidad	Factibilidad	Vigencia	Costo	Total
Folleto	2	3	2	3	3	3	16
Tríptico	3	3	3	3	3	2	20
Manual	2	2	1	2	2	3	12

**Fig. 6.2** En la matriz de solución de medios impresos, el medio con mayor puntaje fue el tríptico, con un total de 20 ciertos.

Matriz de solución							
Área de Diseño Editorial	Accesibilidad	Pregnancia	Versatilidad	Factibilidad	Vigencia	Costo	Total
Cartel	2	3	3	3	3	2	16

**Fig. 6.3** El segundo medio impreso con un puntaje de 16 fue el cartel , cuyo diseño tendrá la misma información de el tríptico.

Matriz de solución							
Área multimedia	Accesibilidad	Pregnancia	Versatilidad	Factibilidad	Vigencia	Costo	Total
Video	1	3	2	2	2	3	13
Presentación	3	2	3	3	3	2	16
Audiovisual	2	3	2	2	1	3	13

**Fig. 6.4** En la matriz del área multimedia, con 16 puntos la presentación es el medio mejor calificado. De igual forma se manejará la información de los trípticos añadiendo plantillas para que puedan actualizar la información.

De acuerdo con los resultados obtenidos de la matriz de solución; se puede concluir que a través del diseño editorial se podrá transmitir la información, principalmente por un tríptico; debido a que es el medio más accesible, tiene pregnancia ya que el contenido será específico, claro y concreto, evitando que el receptor se desinterese.

En segundo lugar se elaborará un cartel con estilo de infografía por haber sido el medio con mayor puntaje en la segunda matriz de solución respecto a la cantidad de información que se manejará. Cabe mencionar que dicho medio cumple con el objetivo siendo altamente atractivo y de fácil comprensión para el público meta.

Además se va a complementar con el diseño de una presentación en power point

y plantillas , que contendrá la misma información que el tríptico pero el dinamismo que presentarán los gráficos y el audio ayudarán a reforzar el mensaje. Al momento de diseñar las plantillas, se da la oportunidad de actualizar la información.

Una vez realizado y analizado lo anterior; se concluye que es una forma eficaz de seleccionar los medios apropiados para dar solución a la problemática.

## **BRIEF**

Necesidad: se presenta una carencia en los medios de la información acerca de los beneficios de la Lactancia Materna que es proporcionada por el IMSS.

Objetivo del brief : Crear por medio del diseño editorial ( tríptico y cartel) y multimedia ( una presentación) el material que contenga la información precisa y seleccionada para dar a conocer la importancia de la lactancia materna, con los elementos gráficos y estilizaciones claras y pertinentes para el receptor.

### **Público Meta:**

El público meta al cual va dirigida la información es a mujeres embarazadas o en etapa lactante cuya edad varía entre los 16 a 36 años de edad. De acuerdo a sus características el estado socioeconómico es de medio bajo a medio, en donde el grado educativo preponderantemente es nivel secundario, preparatorio con un estándar menor y universitario en casos reducidos.

Las actividades en las cuales se desempeñan varían entre sí, por ejemplo: estudiantes, amas de casa y empleadas.

En lo que concierne a su estado civil se han clasificado en casadas, solteras y unión libre. Haciendo hincapié en los aspectos psicológicos como sus ideologías, personalidades, estilos de vida, los cuales cumplen y coinciden en gran medida entre sí; buscan satisfacer la necesidad de desconocimiento respecto al tema, como consecuencia de los arraigos socioculturales no amamantan a sus hijos y en ocasiones suelen hacer sus actividades de manera independiente de su pareja.

## **Recursos:**

**1.-Materiales:** Equipo de cómputo  
Software de diseño:  
Adobe Ilustrador  
Software para multimedia:  
Power point  
Material de bocetaje  
Material de impresión  
Escaner

**2.- Humanos:** Lic. Enfermera López Gutiérrez Lourdes, Jefa de departamento de enfermería, quien dió autorización para poder desarrollar el proyecto.

Enfermera María Guadalupe Blancas López, quien ha proporcionado alguna de la información y asesorado sobre el tema.

Trabajadora Social: Leticia Escobar Vélez; es la encargada de apoyar e impartir las pláticas sobre lactancia materna y dirigir los recorridos por las instalaciones de puerperio, cuneros y ginecología del IMSS.

Diseñadora y Comunicadora Visual:  
Ana Laura Villicaña Maciel

**3.- De diseño:**Tipografía  
Dibujo/Estilizaciones  
Teoría del Color  
Teoría de la forma

Área : Diseño editorial  
Diseño multimedia

**4.- Económicos:** El presupuesto que destina el IMSS para el material impreso de difusión de información depende de cada administración, por lo tanto es un dato confidencial. Sin embargo, se

ha puesto un presupuesto tentativo en consideración al material que utilizan. Siendo su inversión de \$2,000.00 al mes.

Lo que atañe a los enfoques a continuación se presentan respetivamente de cada categoría.

### **Conceptual:**

Salud: la salud es un estado de completo bienestar físico, mental y social, por ende el ser puede ejercer normalmente sus funciones.

Cuidado: interés y atención que se pone en hacer una cosa. Mirar por la propia salud, darse buena vida.

Ternura: inclinación de amor o buen afecto que se siente hacia alguien o algo.

Tranquilidad: estado de calma, serenidad o paz, que experimenta una determinada persona o individuo. También es la ausencia de angustia, miedo, culpa o dolor.

Responsabilidad: ser capaz de responder, corresponder con otro. Es el cumplimiento de las obligaciones o cuidado al hacer o decidir algo, implica el claro conocimiento de las actividades a ejecutar.

Dinamismo: cualidad de la persona que posee energía y actúa con prontitud. Cualidad de las cosas o actividades que están en constante cambio

### **Expresivo:**

Los conceptos que se puntualizaron anteriormente se verán reflejados en la solución gráfica de la siguiente manera.

La salud; este concepto principalmente se reflejará en la limpieza del estilo del diseño, como los descansos visuales. Además se centra en el tema y el giro de la institución. Puesto que se debe evidenciar el tipo de información que se va a transmitir.

El cuidado y la ternura se manejarán por medio de gamas tonales frías que abarquen desde los morados y azules, teniendo contrastes en colores cálidos para transmitir las sensaciones adecuadas y tenga el efecto correspondiente en el receptor.

La tranquilidad será implícita en la información, una vez que el receptor haya leído su contenido.

Y por último; la responsabilidad y el dinamismo se manifestará en los elementos gráficos, las estilizaciones y su composición, cuyo fin es esclarecer el compromiso que conlleva el amamantar.

### **Funcional:**

Para cumplir con el objetivo y lograr la mejor solución, se deben tomar en cuenta aspectos que facilitarán su resultado:

\*La legibilidad y funcionalidad de los textos se logrará con la selección tipográfica y el puntaje correcto. De tal modo que exista una jerarquización en la información.

\* Para crear un diseño con impacto visual se tendrá especial cuidado en la selección de la composición, empleando descansos visuales y equilibrando tanto la información como las estilizaciones de estilo figurativo, además de enfatizar los detalles para que sea más explícito y las



ilustraciones puedan ser comprendidas por el receptor de manera más clara y precisa.

Y lo que respecta a las gamas cromáticas, predominarán los colores magenta, morados y azules pero teniendo un contraste con colores cálidos para resaltar algún elemento, como los títulos y subtítulos.

\* Para conseguir la durabilidad del medio impreso se optarán por materiales que sean más resistentes, pero simultáneamente de fácil manejo.

\* En conjunto la propuesta deberá representar un carácter vanguardista, serio y confiable para ayudar a persuadir el pensamiento del público meta haciendo que el proyecto tenga mayor posibilidad de éxito.

### **Descripción de la solución:**

De acuerdo con los resultados de la matriz de solución; para el proyecto se hará primeramente un **tríptico** el cual su contenido se diseñará de manera precisa y concisa. Su tamaño será media carta e impreso a color, una propuesta en escala de grises y en selección de color. Su impresión en papel couche delgado para que sea fácil de manejar.

Lo que respecta a los gráficos principales serán imágenes estilizadas basadas en fotografías. Con el detalle necesario para resaltar los rasgos físicos tanto de la madre como de su bebé. Cabe mencionar que van a ejemplificar la información previamente seleccionada, donde el estilo se desarrollará de una manera estética evitando parecer grotesca al mostrar los pasos que se deben realizar al momento de amamantar.

De igual manera cuando se muestre a la madre con su hijo se buscarán las composiciones adecuadas para brindar una mayor armonía.

El cromatismo que se usará será a partir de gamas tonales frías haciendo contraste con cálidas, que en conjunto con la psicología del color contribuirá a cumplir los enfoques expresivos. Cuya selección de colores denotarán la maternidad, el cuidado, cariño y amor.

Lo que corresponde al uso de la tipografía; se emplearán dos pesos para jerarquizar la información. Los títulos deberán ir en un peso "bold", mientras que las cajas de texto en peso medio. Se harán las propuestas pertinentes para seleccionar la familia tipográfica, pero se encaminará hacia una "sans serif".

Los fondos no deberán competir con los demás gráficos. Así que se optó por usar áreas sólidas de color. Cuidando siempre los descansos visuales para que al finalizar se tenga un diseño limpio y atractivo, pero sobre todo funcional.

Con todos los parámetros establecidos se diseñará una segunda aplicación que será un **cartel con estilo de infografía**.

El tercer medio que se va a elaborar será una **presentación audiovisual** de formato de 16:9 el cual contendrá la misma información, incluso se presentará de forma puntual para facilitar su lectura. Las estilizaciones serán las mismas utilizadas en el tríptico, y para dar dinamismo irán apareciendo sincronizadamente con los textos.

De tal manera que cuando aparezca cada ilustración tendrá efectos de des-

vanecimiento y otras animaciones para hacer más atractivo su contenido.

Por lo tanto, el uso de encabezados se empleará principalmente para jerarquizar alguna información y se diseñarán con base a los colores que anteriormente se expusieron.

A su vez para el audio se buscará una música que complemente el proyecto evitando que sea un distractor en el receptor.

Finalmente, se complementará haciendo la adaptación para un **video**, el cual tendrá el mismo contenido hecho en la presentación audiovisual.

## METODOLOGÍA

La metodología ha obtenido diferentes definiciones o conceptos en varios campos y especialidades, aunque estos siempre han mantenido la esencia del concepto principal: el proceso de investigación o método científico, que sigue a la propedéutica, y permite sistematizar los métodos y las técnicas necesarias para llevarla a cabo. Los métodos elegidos por el investigador facilitan el descubrimiento de conocimientos seguros y confiables que, potencialmente, solucionarán los problemas planteados.

Con el propósito de transmitir eficientemente el mensaje, el Diseñador y Comunicador Visual requiere de un sistema adecuado que mediante su procedimiento le permita cumplir las necesidades del proyecto.

Para realizar lo antes mencionado, se proponen las siguientes metodologías del diseño editorial, de las cuales se seleccionaron algunos aspectos que ayudarán a obtener los mejores resultados.

*Luz del Carmen Alicia Vilchis Esquivel*

Nació en México, enero de 1957. Es la Primera mujer Directora de la Escuela Nacional de Artes Plásticas de la UNAM<sup>1</sup> conocida como la Academia de San Carlos. La Doctora Vilchis es pionera en el uso de la tecnología digital para las artes y el diseño, creadora del Consejo Nacional para la Enseñanza, la Acreditación y el Ejercicio Profesional de las Artes y el Diseño (CONADICOV).

Primera diseñadora gráfica en pertenecer al Sistema Nacional de Investigadores (CONACYT). Ha ganado, ade-



**Fig. 6.5** Luz del Carmen Alicia Vilchis Esquivel.

más de la medalla Gabino Barreda en la UNAM, el Premio Nacional de Artes Gráficas y el Premio Antonio García Cubas 2011 a la mejor Obra Científica en Historia.

-Gerente de capacitación y desarrollo y Directora de dos empresas en el sector privado.

-Desarrolladora de blogs, wikis y cursos en línea.

-Diseñadora gráfica para más de 100 empresas en 5 países. Por sus diseños de cartel ha sido acreedora a premios en México y Suiza.

-Artista visual, ha presentado obra gráfica alternativa en 124 exposiciones individuales y colectivas en 53 países, actualmente representa a México en el Encuentro Internacional de Libro de Artista.

Metodología:

1.- Información- investigación: consiste en el acopio y ordenamiento del material relativo al caso en particular.

2.- Análisis: descomposición del sistema contextual en demandas, requerimientos o condicionantes.

3.- Síntesis: consiste en la propuesta de criterios válidos para la mayor parte de demandas y que el conjunto manifieste en un todo estructurado y coherente, llamado respuesta formal del problema.

4.- Evaluación: concerniente a la sustentación de la respuesta formal a la contrastación con la realidad.

*Bruno Munari*

Milán, 24 de octubre de 1907 - 30 de septiembre de 1998) fue un artista y diseñador italiano.

Es considerado "uno de los máximos protagonistas del arte, del diseño industrial y gráfico del siglo XX" aportando contribuciones fundamentales en diversos campos de la expresión visual (pintura, escultura, cinematografía, diseño industrial, diseño gráfico) y no visual (escritura, poesía, didáctica).

Es autor de numerosos libros de diseño, entre los que destacan Diseño y comunicación visual y ¿Cómo nacen los objetos?

Metodología proyectual:

1.- Definición del problema: esta primera fase se refiere a que el diseñador debe

explorar todas las condiciones y limitantes del proyecto para satisfacer las necesidades del cliente.



**Fig. 6.6** Bruno Munari.

2.- Elementos del proyecto: la solución del problema general consiste en la coordinación creativa de las soluciones de los subproblemas

3.-Recopilación de datos

4.- Análisis de datos: el análisis de todos los datos recogidos puede proporcionar sugerencias sobre qué es lo que no hay que hacer y puede orientar la proyección hacia otros materiales, otras tecnologías, otros costes.

5.- Creatividad: la creatividad ocupa el lugar de la idea y procede según su método. Mientras la idea, vinculada a la fantasía, puede proponer soluciones

irrealizables por razones técnicas, materiales o económicas, la creatividad se mantiene en los límites del problema, límites derivados del análisis de los datos y de los subproblemas.

6.- Materiales y tecnologías: la sucesiva operación consiste en otra pequeña recogida de datos relativos a los materiales y a las tecnologías que el diseñador tiene a su disposición en aquel momento para realizar su proyecto.

7.- Experimentación: la experimentación permite descubrir nuevos usos de un material o de un instrumento.

8.- Modelos: Estas experimentaciones permiten extraer muestras, pruebas, informaciones, que pueden llevar a la construcción de modelos demostrativos de nuevos usos para determinados objetivos.

9.-Verificación: se presenta el modelo a un determinado número de probables usuarios. Sobre la base de estos juicios se realiza un control del modelo para ver si es posible modificarlo, siempre que las observaciones posean un valor objetivo.

10.- Bocetos: los dibujos constructivos tendrán que servir para comunicar a una persona que no esté al corriente de nuestros proyectos todas las informaciones útiles para preparar un prototipo.

Tomando en cuenta las metodologías de ambos autores y la problemática planteada, se ha generado una metodología acorde al proyecto.

### **1.- Investigación e información:**

El primer punto hace referencia a la primer parte de la investigación que fue encontrar una problemática que se pudiera resolver a través del Diseño Gráfico y Comunicación Visual.

Además comprende toda la investigación documental y de campo, que se utilizó para desarrollar los capítulos.

### **2.- Elementos del proyecto:**

Posteriormente se establecieron los objetivos de diseño que van orientados a la problemática.

### **3.- Análisis de datos:**

Para corroborar los datos se realizó la matriz de solución basada en la información seleccionada para colocar en el medio editorial, características del público meta y conceptos bajo los cuales se calificó dicha matriz.

Asimismo la descripción de la solución cuyo principal fin es establecer por escrito el diseño, gamas tonales, elementos gráficos, composiciones, propuestas de tipografía entre más.

### **5.- Bocetos:**

constarán de la lluvia de ideas y el panel de inspiración para esbozar tanto las estilizaciones como el diseño; jerarquizando los elementos y la información. Proyectando la mejor composición y un resultado eficiente.

### **6.- Verificación:**

se presenta una propuesta del producto gráfico final, que dará solución al objetivo de diseño y examinar si cumple con los requerimientos que anteriormente se puntualizaron.

Definitivamente puedo concluir que la realización de una metodología ayuda a seleccionar los pasos más relevantes y útiles para llevar a cabo dicho proyecto, mediante este proceso se logrará alcanzar los objetivos establecidos. Además de ser una guía para saber orientarse e identificar los aspectos que se tiene que reforzar y maximizar los que se encuentran mejor desarrollados.

Como en todo proyecto de diseño es necesario realizar un proceso para poder generar una solución gráfica, antes de comenzar a bocetar se estructuró un panel de inspiración incluyendo gamas tonales, fotografías y estilos de estilización, que cumplieran con los enfoques conceptuales como son algunos; la salud, cuidado, ternura, tranquilidad y limpieza.

## PANEL DE INSPIRACIÓN

## CROMATISMO



Previamente se estableció que se utilizará un cromatismo compuesto de gamas tonales frías y cálidas para generar un contraste, a su vez considerando la psicología del color, con ello los conceptos se encuentren relacionados entre sí.

Por ejemplo los colores rosas denotan la ternura, cuidado, mientras que los azules la salud, limpieza.

## PANEL DE INSPIRACIÓN

## ESTILOS DE ESTILIZACIÓN



## PANEL DE INSPIRACIÓN

## ESTILOS DE ESTILIZACIÓN



Al mismo tiempo se hizo un análisis sobre diferentes tipos de estilización en donde se puede observar que su nivel de abstracción varía, lo que permite tener ejemplos que presentan un mayor detalle en general y en sus expresiones.

## PANEL DE INSPIRACIÓN

## FOTOS DE REFERENCIA



## PANEL DE INSPIRACIÓN

## FOTOS DE REFERENCIA





## PANEL DE INSPIRACIÓN

## FOTOS DE REFERENCIA



Al momento de seleccionar las fotografías de referencia se pensó en la composición, expresiones, ángulos para que de esta forma se expresara el concepto de ternura y cuidado.

Inclusive encontrar las fotografías más adecuadas para ejemplificar al momento en que la madre amamante a su bebé, y no parezcan irrisorias o la mamá se muestre incómoda, sino todo lo contrario; que es reflejar el vínculo entre madre e hijo.

## PANEL DE INSPIRACIÓN

## TRÍPTICOS



Además se buscaron ejemplares de trípticos y cuatrípticos para determinar el formato más adecuado y a su vez tener un aprovechamiento de papel evitando su desperdicio. Por lo tanto al mismo tiempo se pensó en su practicidad.



Proceso creativo

7

INFO@AT2GRAPHICLIST.COM  
PHONE : +6281360319812

ip of a sheet of letter paper  
consists of a name and an address,  
(sometimes a background pattern,  
to refer to the whole sheet imprinted

refer to create a letterhead template  
re application. This generally  
re-printed stationery but without

stationery (or plain paper) as needed  
ironically. That heading usually  
and a logo or corporate design, and  
the term "letterhead" is often used to  
with such a heading.



# Graphiclist Brand Manual

INFO@AT2GRAPHICLIST.COM  
PHONE : +6281360319812

INFO@AT2GRAPHICLIST.COM  
PHONE : +6281360319812



VIA VITA  
BIO. VEGG. LIBER.

En el séptimo capítulo, principalmente se expondrán los bocetos, junto con la solución gráfica final de todas las ilustraciones y elementos que fueron necesarios para la propuesta de diseño del tríptico, cartel, presentación y video.

Después de terminar el panel de inspiración, lo primero que se realizó, fue determinar el formato, para lo que fue necesario hacer propuestas en tamaño doble carta y carta, tomando en cuenta los dobleces que iba a tener el tríptico y / o cuadríptico.

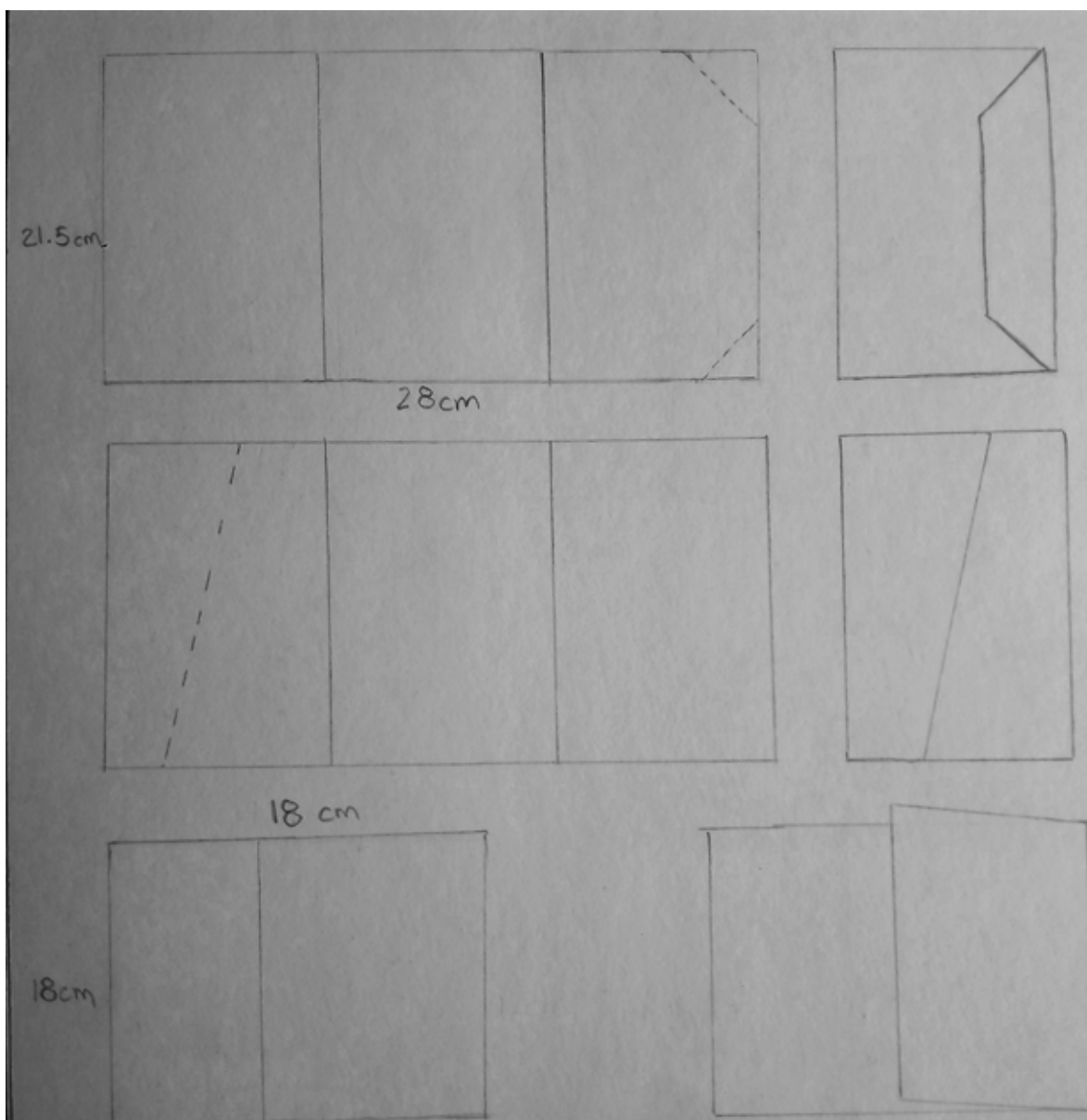
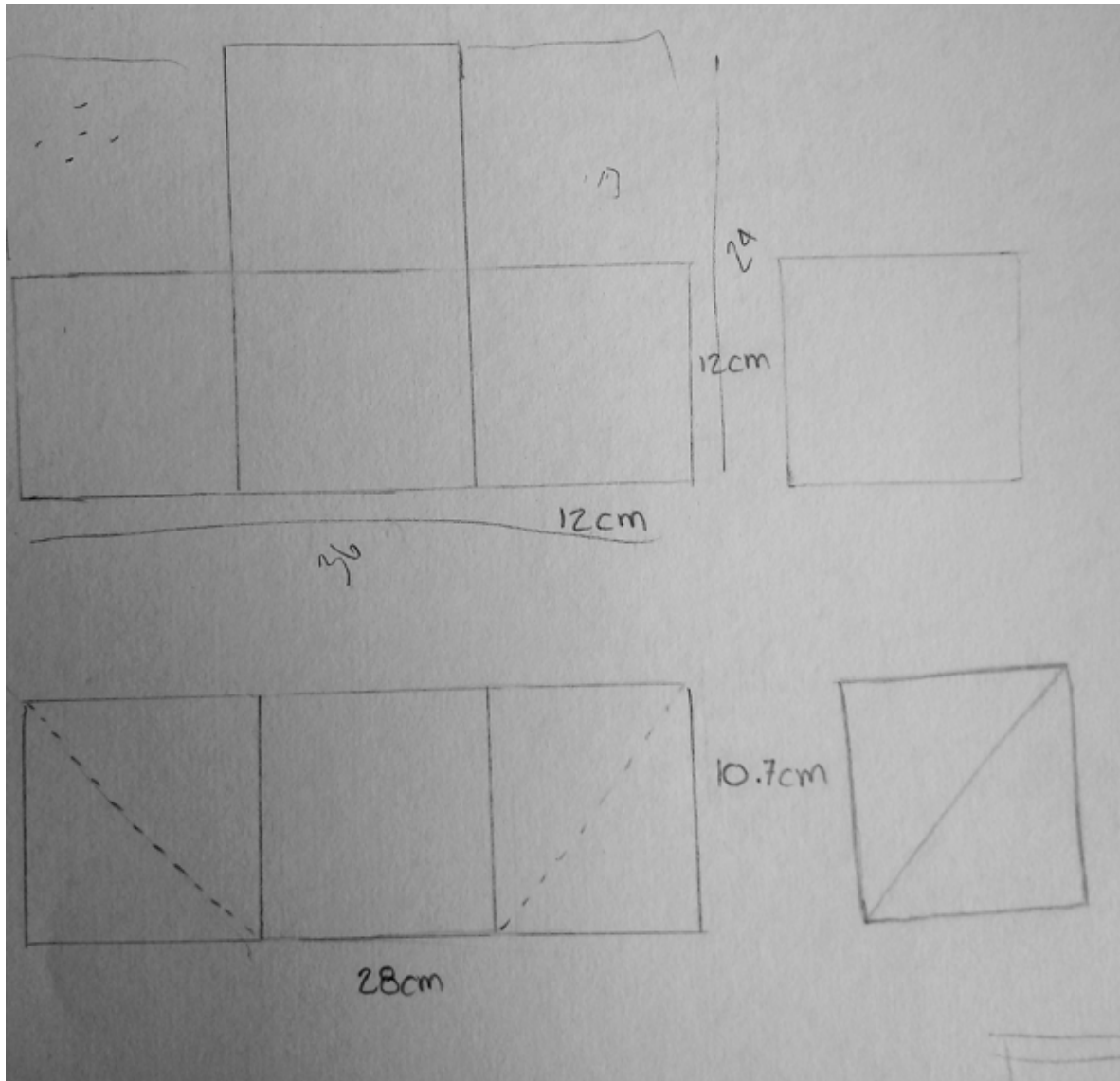


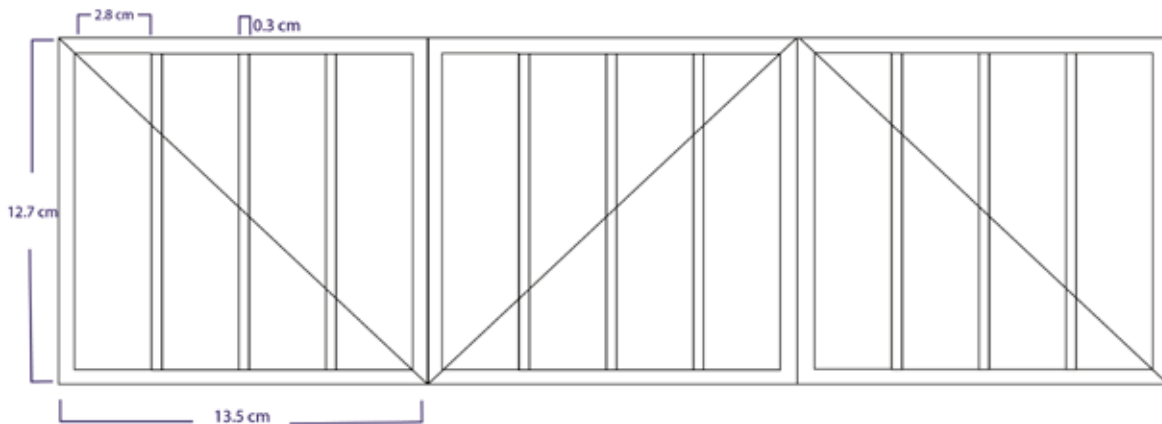
Fig. 6.1 Bocetos de selección para formato del tríptico..

## TRÍPTICO

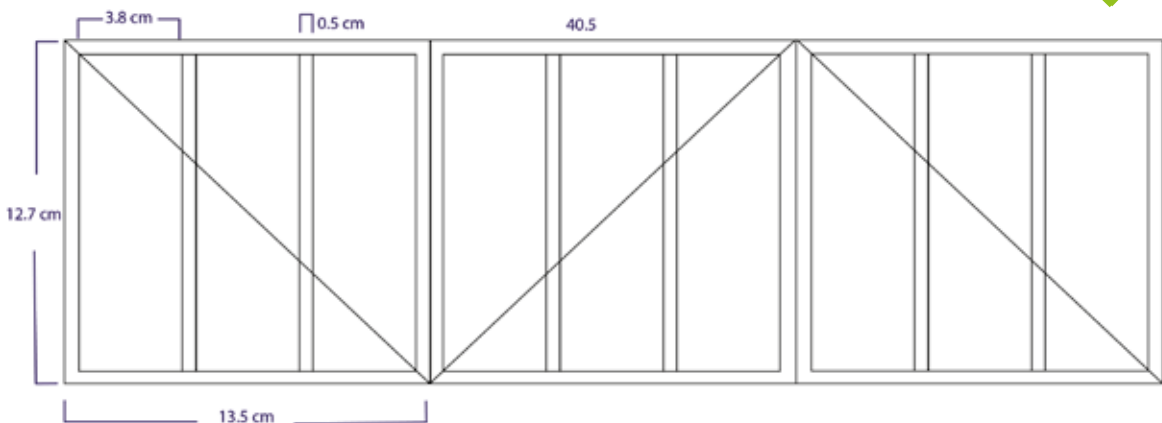


**Fig. 6.1.1** Propuestas y selección de formato para el tríptico.

Analizando los pros y contras, se definió que serían dos trípticos en un formato tabloide. Con ello se evita desperdiciar papel. Así su tamaño es más dinámico y atractivo.



**Fig. 6.2** Formato y rículas para el tríptico.



**Fig. 6.3** Formato final con rículas para el tríptico.

Posteriormente se realizó la maquetación de diseño editorial , en la cual se propusieron dos retículas de doble diagonal, pero por el tamaño de las columnas se optó por la que tiene tres , lo que permite tener descansos visuales y sea más comprensible para el lector. Por añadidura se cumple el concepto de legibilidad y limpieza al generar blancos evitando la saturación de cajas de texto y elementos.



## ESTILIZACIONES



**Fig. 6.4** Bocetos de tipo de estilización.



**Fig. 6.5** Boceto de tipo de estilización.



**Fig. 6.6** Propuesta final de tipo de estilización.

Después de haber analizado las deficiencias al usar fotografías en el capítulo ¿qué se ha hecho?, se determinó que sería mejor emplear estilizaciones para la solución gráfica. Además de los costos que implicaría contratar a las mujeres embarazadas con el perfil requerido y sobre todo que estuvieran dispuestas a ser fotografiadas.

Por lo tanto en la primer etapa del bocetaje se hizo una variación de tipo y detalle en la estilización para inclinarse por un nivel que no fuera tan caricaturesco, permitiendo que el público meta se identifique, siendo atractivo y comprensible. Haciendo énfasis en representar los enfoques expresivos de cariño, cuidado, protección por medio de la composición de la madre y su bebé.

## PROCESO DE ESTILIZACIÓN / ANÁLISIS CROMÁTICO

Ya que se definió el nivel de abstracción que tendrían las ilustraciones, se continuó bocetando para después entintar y vectorizar.

Con ello se hicieron algunas propuestas de color, para conseguir mayor contraste. Y que las características físicas, como el color de piel tuviera relación con el público meta creando empatía.

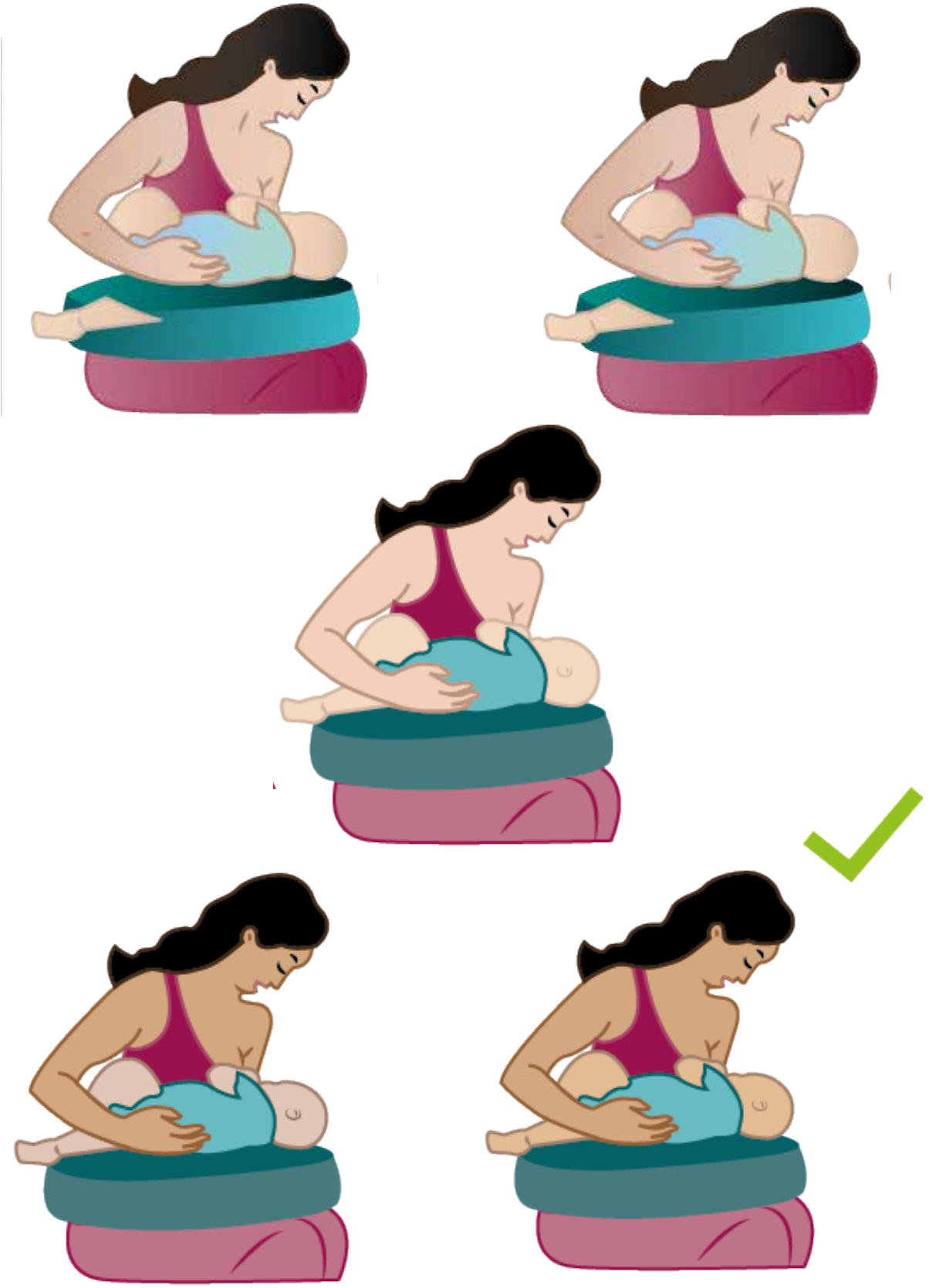












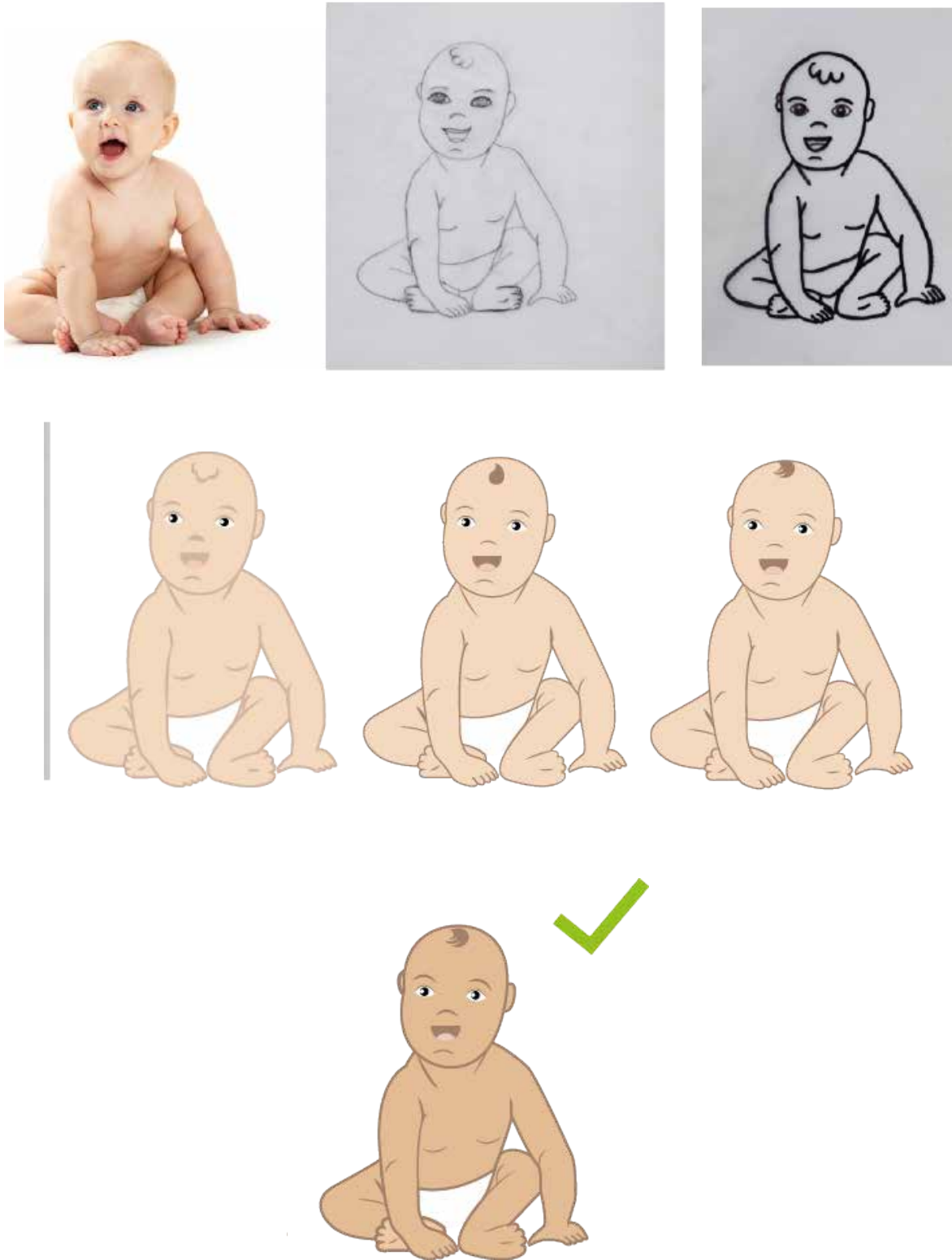






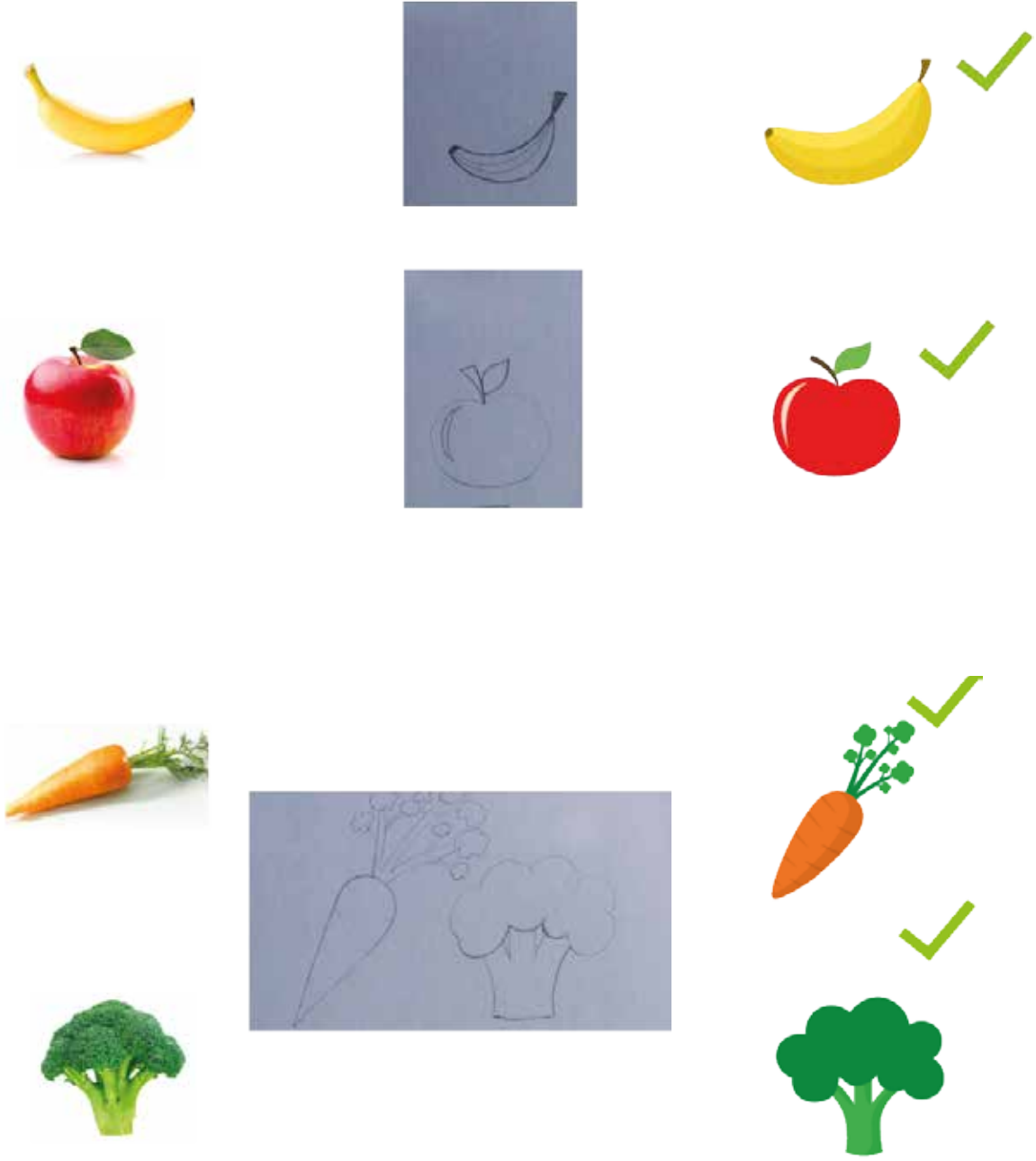


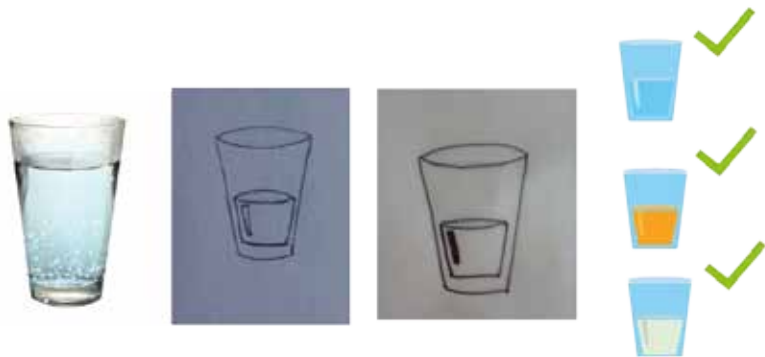




**Fig. 6.7** Proceso de bocetaje, digitalización y pruebas de color para seleccionar la ilustración que será empleada en el diseño.

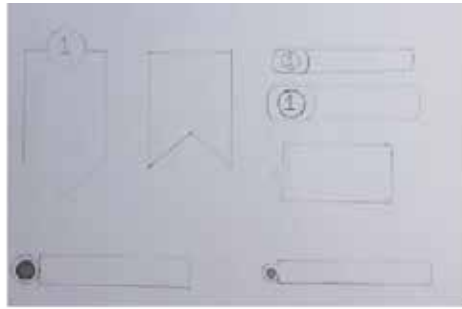
Otros elementos que se vectorizaron para complementar la información mantienen relación en su nivel de detalle. De manera que se hace uso de áreas sólidas de color y contornos para dar contraste.







**Fig. 6.8** Proceso de bocetaje de gráficos que fueron utilizados en el diseño.







**Fig. 6.9** Proceso de bocetaje de gráficos para contener información que fueron utilizados en el diseño.

Para los contenedores de la información se diseñaron diversos elementos gráficos, a pesar de ser diferentes, mantienen características para que lleven su uniformidad, como puede ser el uso de rectángulos, círculos, cuadrados, con modificaciones alternas.

Lo que respecta al análisis tipográfico se encaminó por una fuente sans serif, por tratarse de un público meta que va desde los 16 a 36 años, ya que en ese rango de edad les es más atractivo esa tipografía.

Se analizó cada fuente en un tamaño real de la columna que iría dentro del tríptico, de acuerdo a sus características tipográficas se seleccionó la Myriand Pro Condensed, por su legibilidad, además de que la caja de texto no es tan extensa, da opciones de acomodo dentro del diseño evitando su saturación. Quedando en 9 / 11 puntos para bloque de texto y 10/ 12 puntos para jerarquizar títulos y subtítulos.

## ESTUDIO TIPOGRÁFICO

Es la forma ideal de alimentar a su bebé, desde que nace con la leche que la mamá produce aportándole los nutrientes necesarios para su sano crecimiento.

Franklin Gothic Book 9/11 pt.

Es la forma ideal de alimentar a su bebé, desde que nace con la leche que la mamá produce aportándole los nutrientes necesarios para su sano crecimiento.

Kozuka Gothic 9/ 11 pt.

Es la forma ideal de alimentar a su bebé, desde que nace con la leche que la mamá produce aportándole los nutrientes necesarios para su sano crecimiento.

Myriand Pro Condensed 9/11 pt.



Una vez concluidas las estilizaciones principales y elementos complementarios, se inició con el diseño del tríptico, empleando texturas en los fondos, también se hicieron varias composiciones para jerarquizar la información y llevar una secuencia de la misma.

Cabe mencionar que se jugó con la opacidad de las texturas para que resaltara la ilustración y no fuera un distractor.

Para hacer más atractivo y dinámico la ubicación de las ilustraciones se colocó un marco, en donde la imagen sobresale rompiendo con lo cuadrado del diseño.

Adicionalmente al momento de colocar objetos dentro de otro, nos da la sensación de protección y cuidado, siendo unos de los enfoques expresivos a manejar.

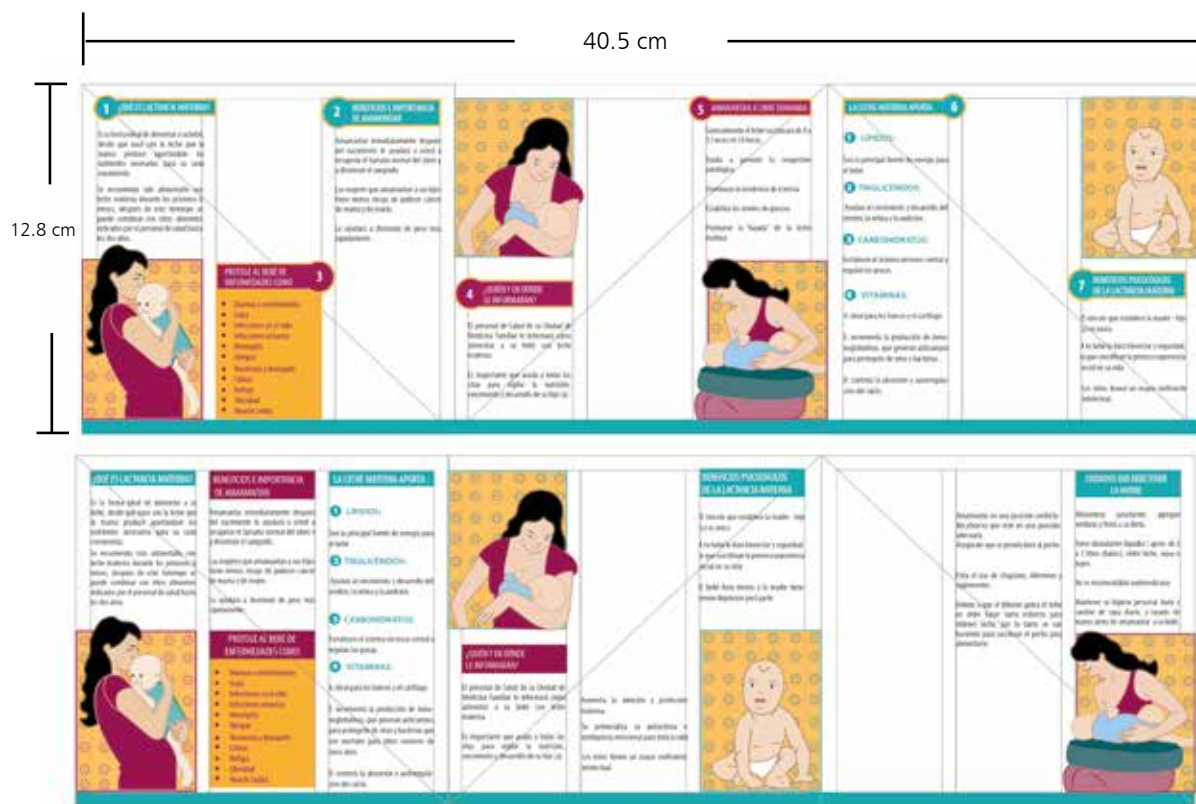


Fig. 6.10 Propuesta del acomodo de los elementos e información del tríptico.

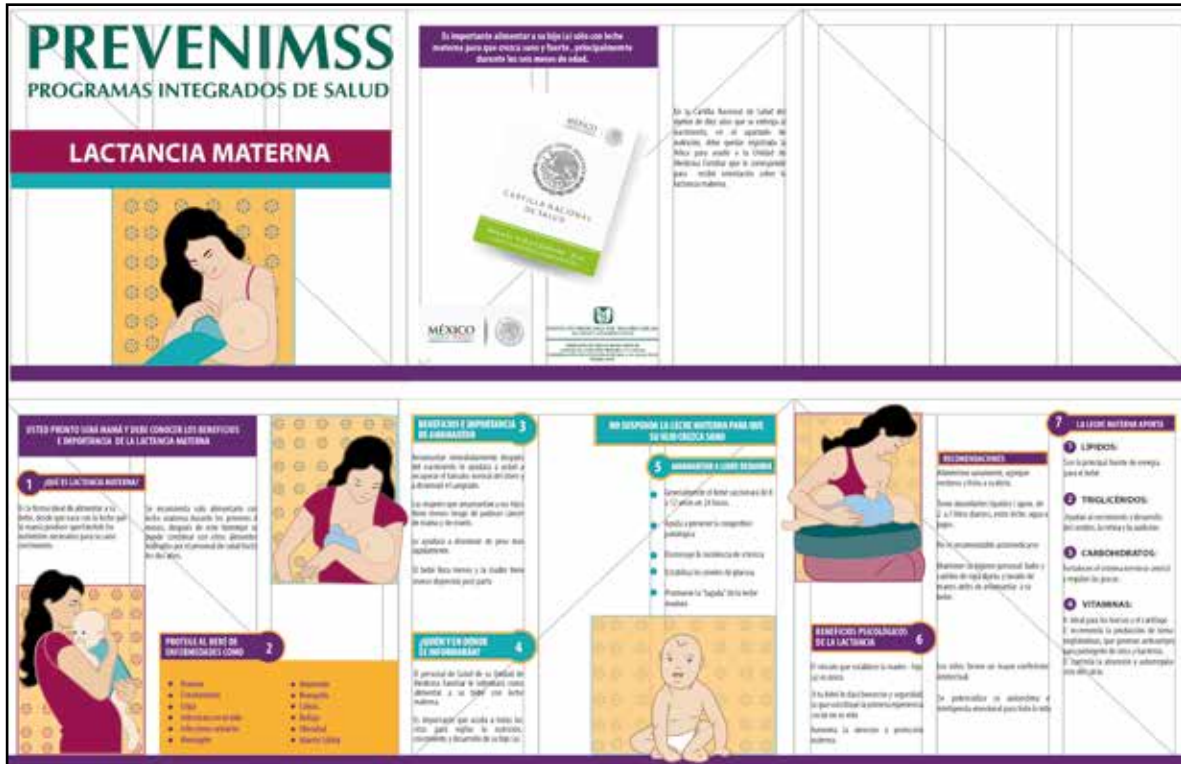


Fig. 6.11 Segunda propuesta del tríptico.

A pesar de haber hecho variaciones en contraste de la textura y la ilustración se percibía saturado y por cuestiones de visibilidad se descartaron. En cuanto a lo demás, se encontró el mejor acomodo a la información, procurando los descansos visuales e intercalando los colores e ilustraciones para hacerlo dinámico.

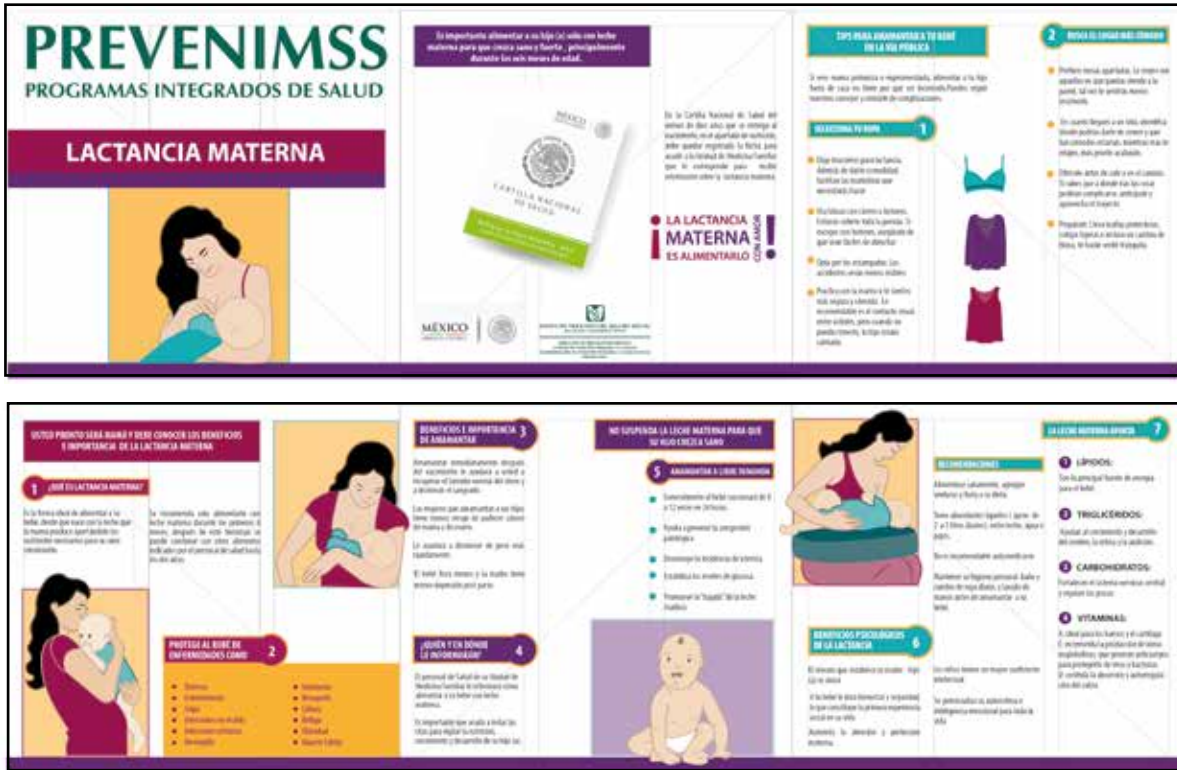


Fig. 6.13 Propuesta pre- final del tríptico.

En este punto ya se tenía establecido en gran parte el diseño, cada doblez del tríptico correspondía a un color, lo que permitía seccionar e identificar rápidamente la información. También cada subtema esta enumerado lo que ayuda a dar un orden.



Fig. 6.14 Propuesta final del tríptico.

En la propuesta final, se efectuaron pocos cambios en el diseño como; colocar un fondo sólido en cada doblez, de esta manera se genera un mayor contraste por sección y en general, ayudando al receptor a dirigir su mirada a cada cuadrante.

A pesar de tener un área sólida de color como fondo se mantiene un diseño limpio con puntos focales importantes como son las ilustraciones, los subtemas y complementando con las cajas de texto.

En la parte posterior se encuentran los logotipos del IMSS y el que utilizan en el área de lactancia materna dentro de la misma institución.

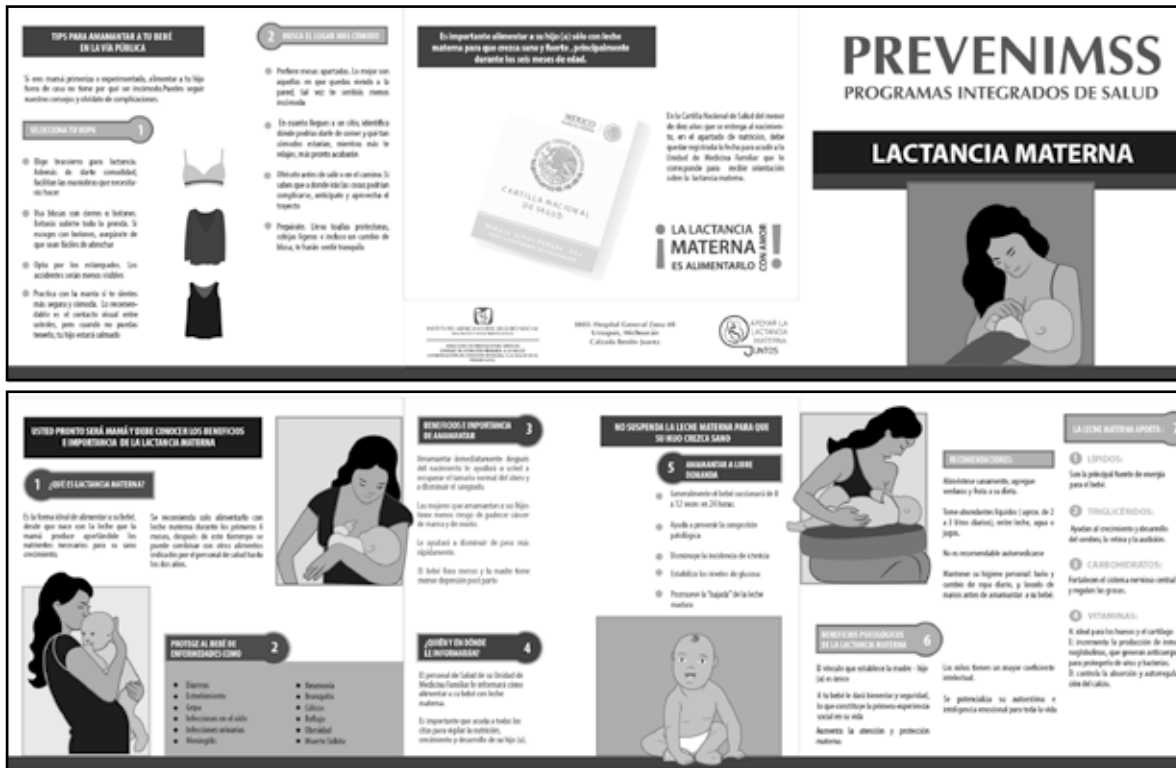


Fig. 6.15 Propuesta final del tríptico en escala de grises.

Por cuestiones de practicidad y accesibilidad se realizó la propuesta en escala de grises. Únicamente se eliminó el fondo, pese a ello sigue manteniendo su contraste. Debido a que se puedan imprimir o sacar copia en un tamaño doble carta.



Fig. 6.16 Propuesta final del tríptico en selección de color.

De las propuestas en selección de color se decidió que fuera en color magenta al tratarse de un tema que denota femi- nidad, con motivo de que el público meta se sienta con más confianza y le motive a leerlo.



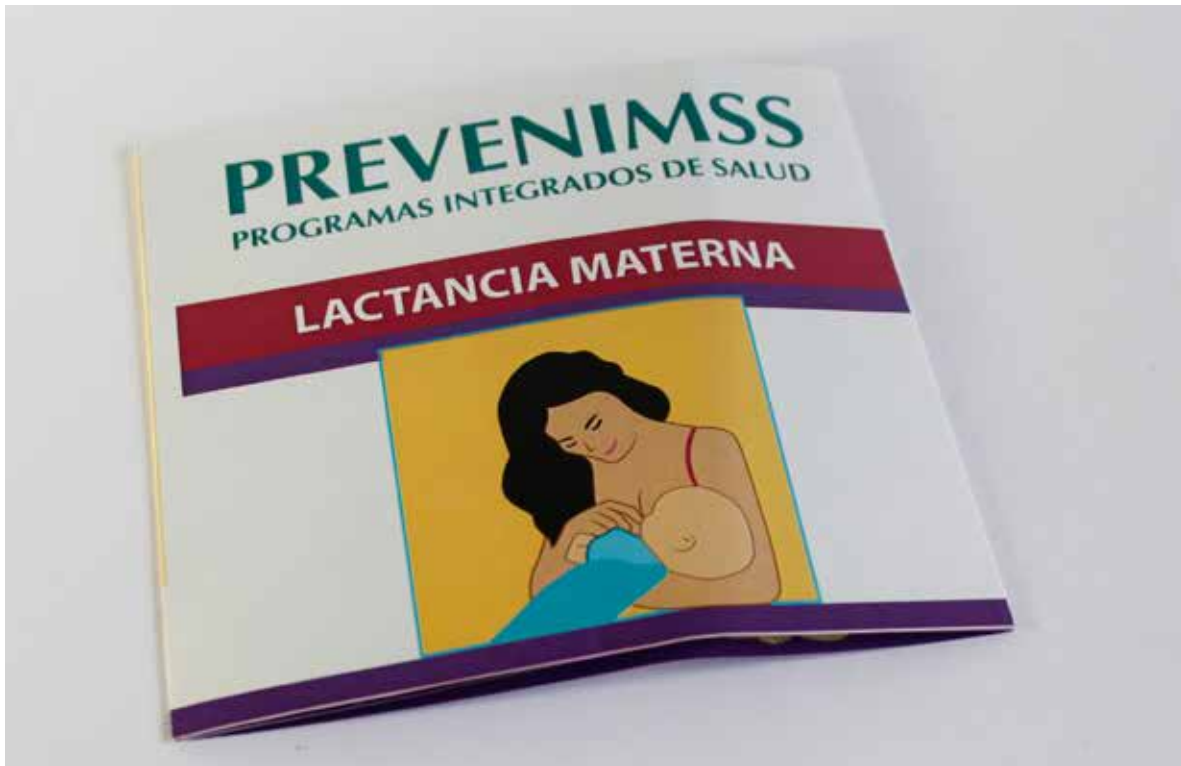


Fig. 6.17 Dummy del tríptico . Vista de la portada.



Fig. 6.18 Dummy del tríptico . Vista de la contraportada.

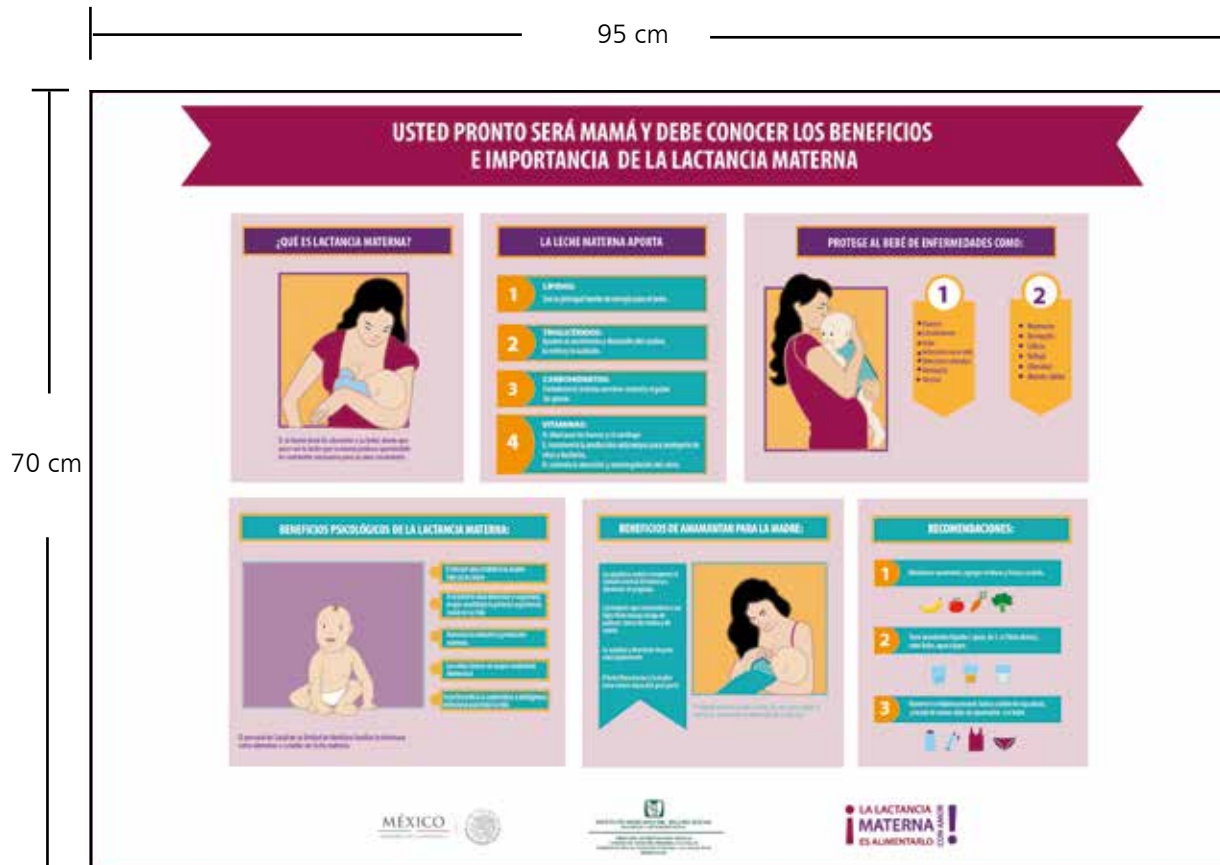


Fig. 6.19 Dummy del tríptico . Vista de los exteriores.



Fig. 6.19 Dummy del tríptico . Vista de los interiores.

## PROCESO DEL CARTEL



**Fig. 6.21** Propuesta de formato horizontal del cartel.

En la primer propuesta del diseño del cartel con estilo de infografía, se tenía un formato horizontal, empleando las mismas ilustraciones e información que en el tríptico. Sus medidas son de 70 x 95 cm

Se colocaron fondos sólidos para crear un mayor contraste e ir seccionando la información para facilitar su lectura.

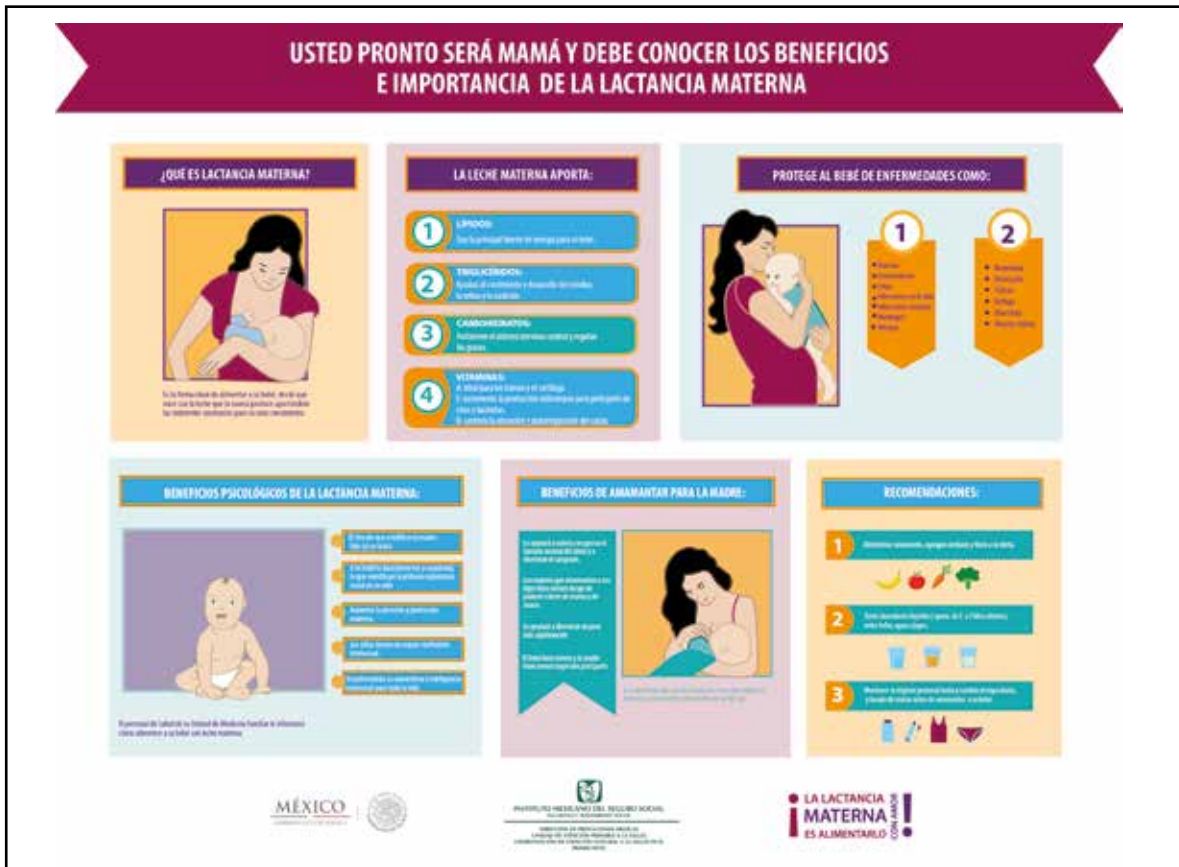


Fig. 6.22 Propuesta de formato horizontal del cartel con algunas modificaciones.

En el siguiente diseño, se intercalaron los colores, para que no fuera monótono y hacer la unificación con el diseño del tríptico.

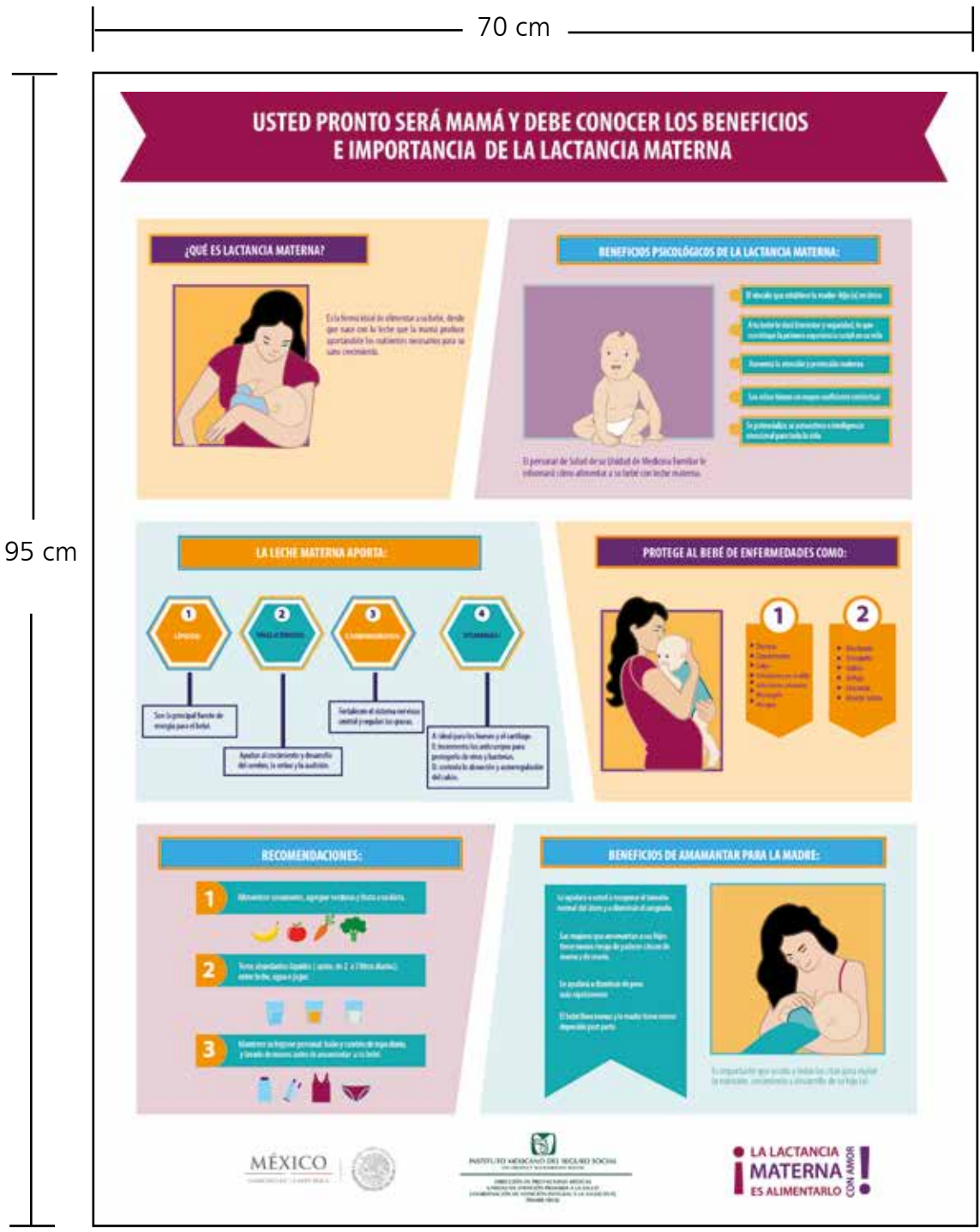


Fig. 6.23 Cambio de formato a vertical del cartel.

En este paso se consideró modificar el formato a vertical, por cuestiones de funcionalidad y legibilidad de los gráficos. Además a los fondos se les hizo una adaptación para que fueran irregulares y

de esta manera sea más atractivo visualmente, rompiendo con su formalidad.

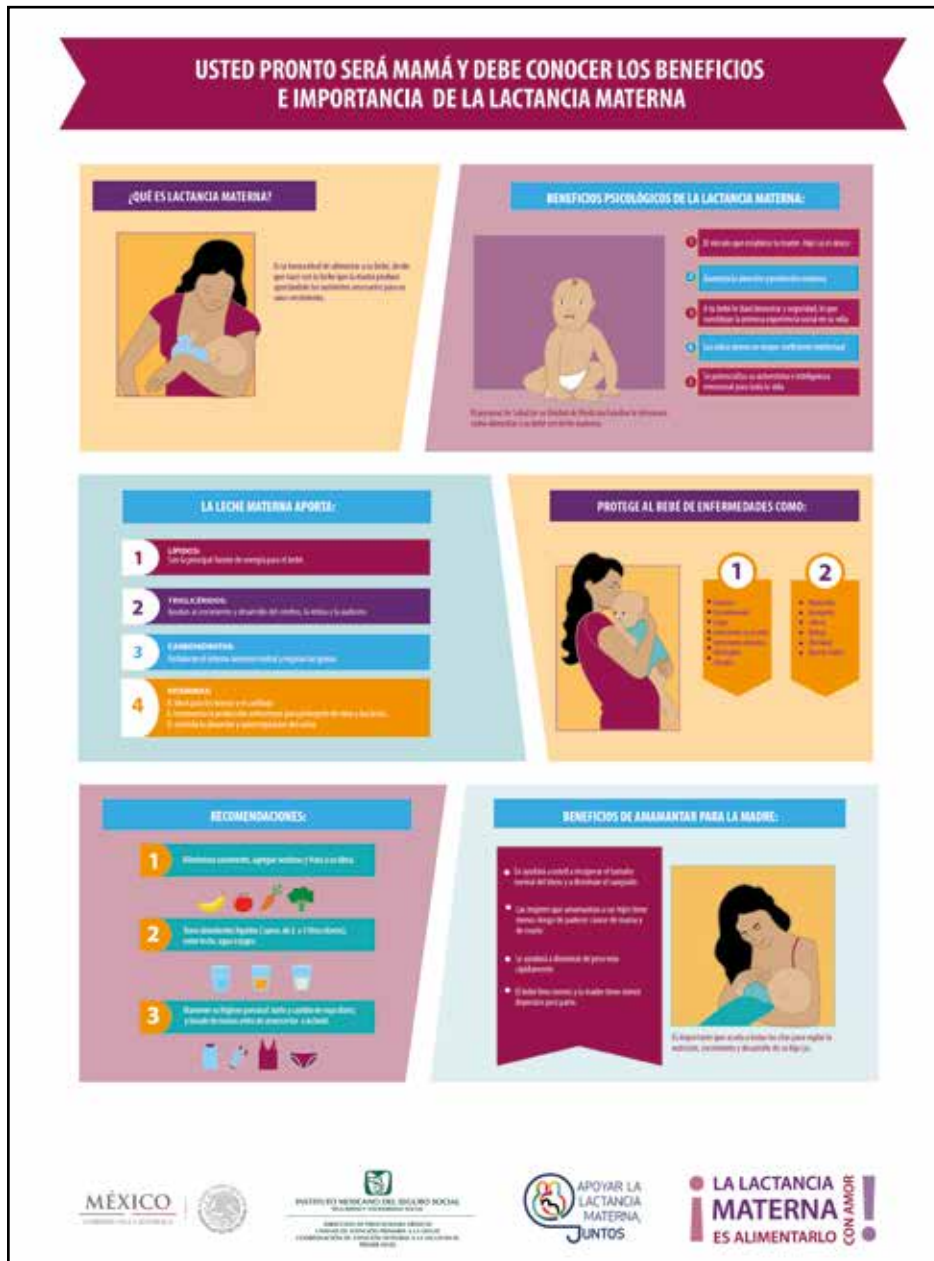


Fig. 6.24 Cambio de formato a vertical del cartel con algunas modificaciones” PROPUESTA FINAL”.

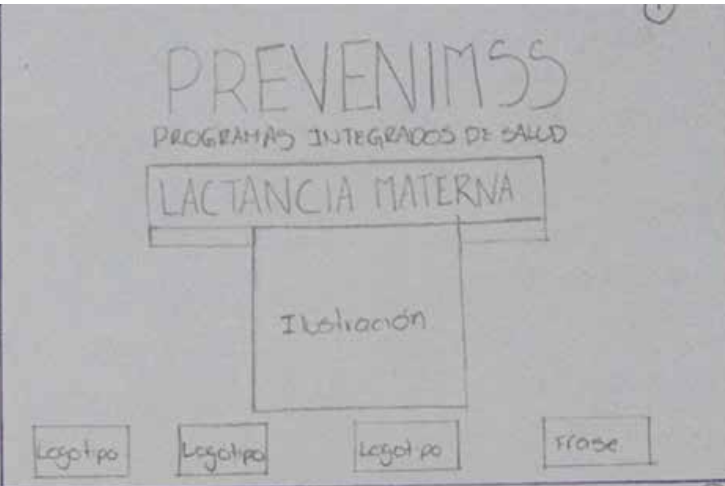
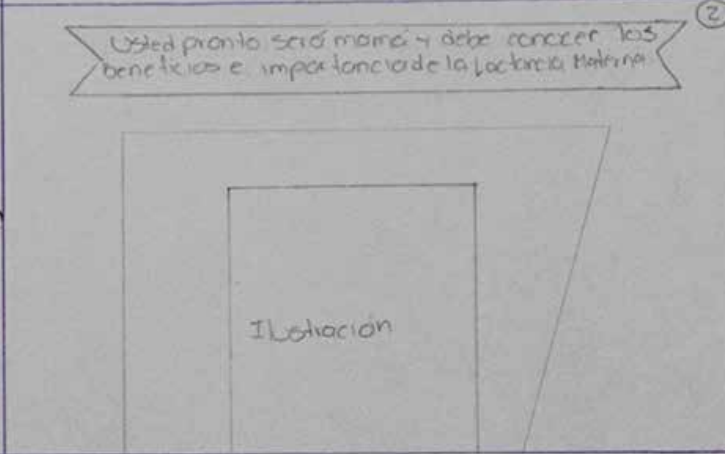
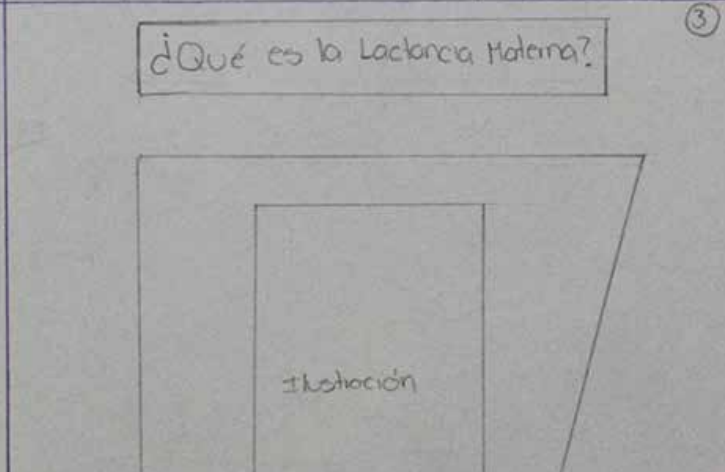
En la propuesta final, se aumentó la saturación de los fondos debido a que al momento de hacer prueba de impresión no tenía el contraste adecuado. De igual modo se cambió un contenedor de información, con el fin de diferenciar unos datos de otros, ya que en el diseño anterior se saturaba de elementos.

Incluso se variaron los colores para intercalar un elemento de otro y reflejar el dinamismo.

Finalmente se agregó el logo oficial del área de lactancia materna de la misma institución.

## PRESENTACIÓN AUDIOVISUAL Y VIDEO

En el siguiente storyboard se fue estableciendo el respectivo orden en el que aparecerán el audiovisual.

<p>En la primer diapositiva estará la portada, la cual indica el inicio, de igual forma se presenten los logotipos institucionales que sirven de referencia para saber quién respalda o pertenece el material de proyección.</p>	
<p>Se hace una introducción por eso se decide poner en la 2ª diapositiva, un título que de la pauta para el desarrollo y la continuación de la presentación.</p>	
<p>El 3º tema es responder a la pregunta primordial sobre, qué es la lactancia materna? se separó en 2 diapositivas la 1ª con la pregunta y una ilustración.</p>	

En la siguiente se pone el texto dando continuidad a la anterior.

## ¿QUÉ ES LA LACTANCIA MATERNA?

Es la forma ideal de alimentar a su bebé, desde que nace con la leche que la mamá produce aportándole los nutrientes necesarios para su sano crecimiento.

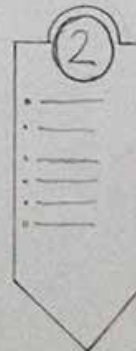
Para hacer cambio de tema primero se presenta el título y luego el contenido de la información. Se decidió colocar esta presentación, para llevar una continuidad.

## PROTEGE AL BEBÉ DE ENFERMEDADES COMO:



Se separaron en 2 diapositivas, para que tuvieran mayor impacto y de esta forma el receptor se interesa por seguir leyendo.

## PROTEGE AL BEBÉ DE ENFERMEDADES COMO:





Ya que es necesario que las mujeres acudan a todas sus citas, se puso en su lugar la diapositiva. Al ser una información importante.

#### BENEFICIOS DE AMAMANTAR PARA LA MADRE:

Ilustración

Es importante que acuda a todas las citas para vigilar la nutrición, crecimiento y desarrollo de su hijo(a)

En la siguiente; se habla sobre los beneficios que tiene amamantar para la madre.

#### BENEFICIOS DE AMAMANTAR PARA LA MADRE:

- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

Por lo tanto, la próxima diapositiva se habla sobre la leche materna y sus aportaciones nutricionales.

#### LA LECHE MATERNA APORTA:

1) \_\_\_\_\_

2) \_\_\_\_\_

En cada diapositiva se colocan ilustraciones y/o gráficos para que sea más atractivo y dinámico visualmente

LA LECHE MATERNA APORTA:

3) \_\_\_\_\_

Se dividió en 3 pantallas, por cuestiones de legibilidad y para no saturar.

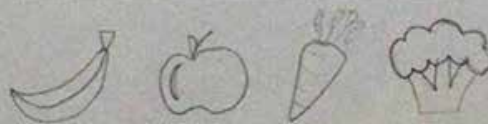
LA LECHE MATERNA APORTA:

4) \_\_\_\_\_

Al estar hablando de la leche, la siguiente diapositiva tiene relación al tratar de la alimentación que se recomienda que la madre lleve.

RECOMENDACIONES

1) \_\_\_\_\_



Se utilizaron gráficos para ilustrar la información y sea más atractivo.

### RECOMENDACIONES

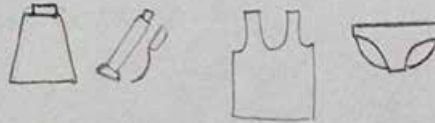
2)



Una recomendación importante es la higiene personal, por eso se enumeró en 3º lugar.

### RECOMENDACIONES

3)



De manera general se puntualiza los beneficios psicológicos tanto para la madre como para el bebé.

### BENEFICIOS PSICOLÓGICOS DE LA LACTANCIA MATERNA:

Ilustración

La siguiente información se dividió en 2 Diapositivas para evitar saturación en las pantallas

### BENEFICIOS PSICOLÓGICOS DE LA LACTANCIA MATERNA

①

②

③

### BENEFICIOS PSICOLÓGICOS DE LA LACTANCIA MATERNA

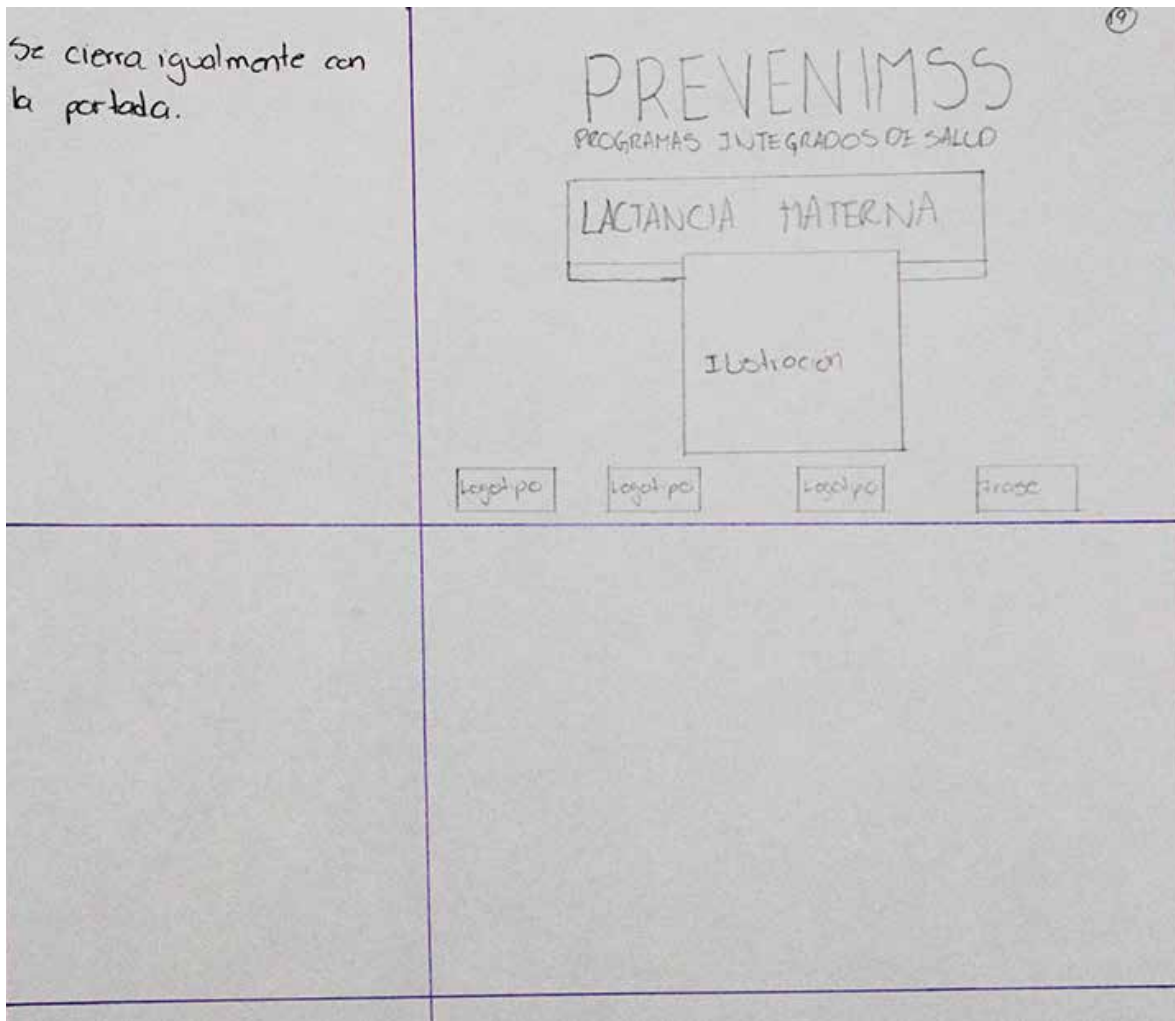
④

⑤

La penúltima diapositiva se cierra con una frase motivadora y que dé con una breve conclusión sobre la información presentada.

¡RECUERDE QUE LO MÁS IMPORTANTE ES SU SALUD Y LA DE SU BEBÉ!

Ahora que conoce los beneficios de amamantar, aproveche y disfrute esta etapa de su vida.



Después de terminar el storyboard, también se buscó y seleccionó la música que acompañaría la presentación audiovisual y el video. Se inclinó por una melodía para que la letra no fuera un distractor y sobre todo que fuera libre de derechos de autor.

Las características con las cuales debía contar la melodía es que fuera dinámica para que el público meta se interesara y le resultara atractivo.

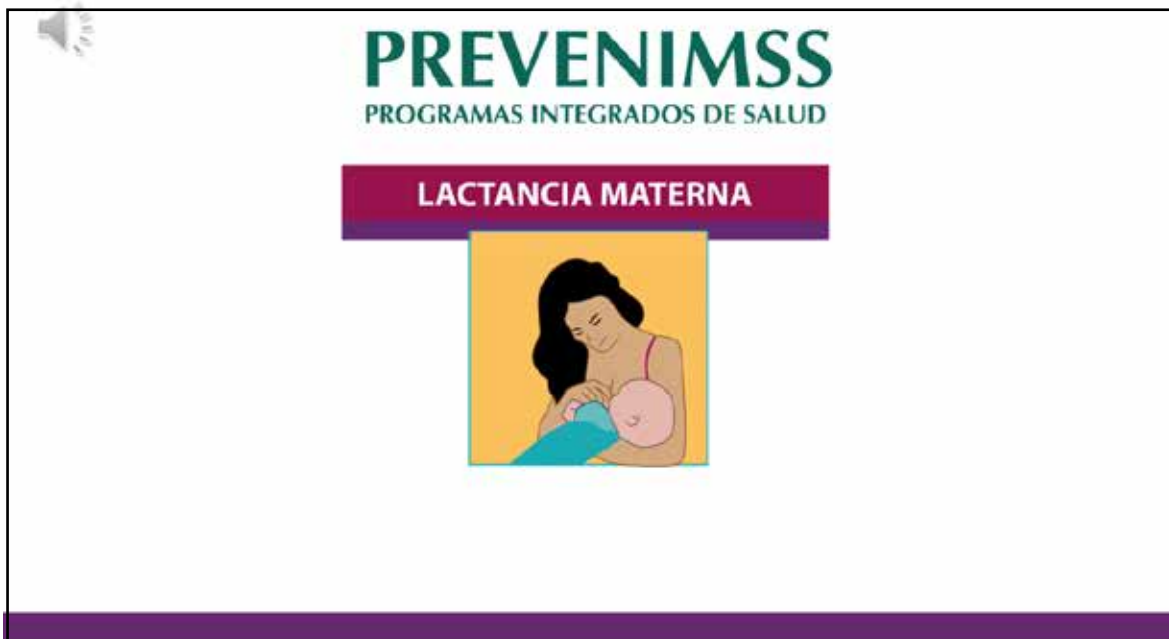
Se analizaron las siguientes melodías:

- 1.- Bensound-acousticbreeze
- 2.- Preview clean corporate
- 3.- A new corporate
- 4.- Instrumental Background Music
- 5.- Bensound-energy ✓

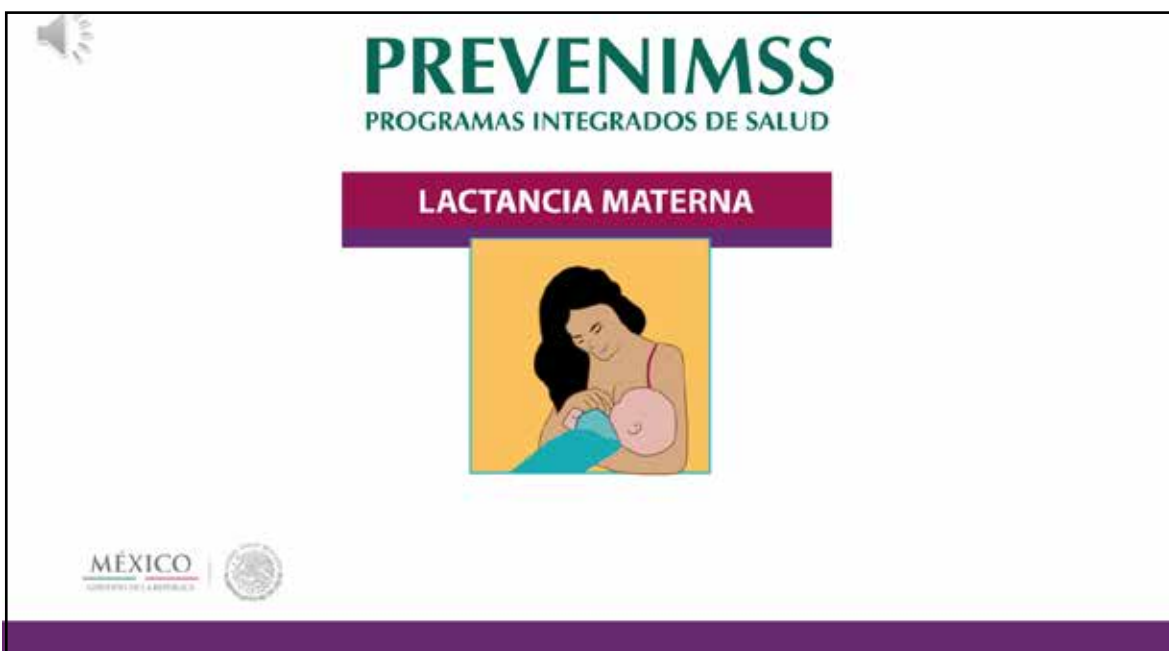
Tomando en consideración los requerimientos establecidos, la quinta opción fue la mejor opción al tener más dinámica y ritmo musical.

A continuación se ira presentando el proceso de animación para la presentación audiovisual , se emplearon las ilustraciones e información manejada en el tríptico.El tamaño de las diapositivas es panorámico de (16:9) realizada en powerpoint.

Principalmente se utilizó la animación de forma para presentar la portada. A su vez paulatinamente irán apareciendo los logotipos oficiales.



**Fig. 6.25** En la primer pantalla aparecerá la portada.



**Fig. 6.26** Se le dió animación a cada logotipo institucional.



**Fig. 6.27** Al finalizar en pantalla completa están todos los logotipos oficiales, acompañados de la frase utilizada en el diseño.



**Fig. 6.28** En la segunda diapositiva, aparece un cintillo que contendrá el título.



**Fig. 6.29** Después de que aparece el texto se forma la ilustración permitiendo ver la diapositiva de manera completa.

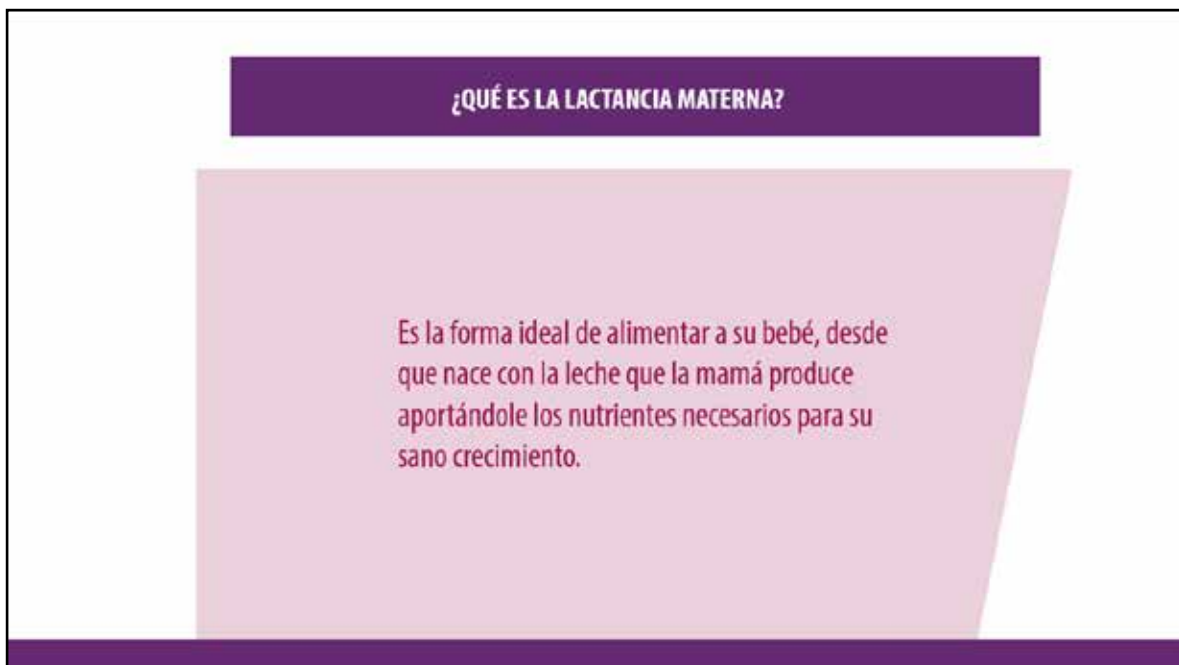


**Fig. 6.30** El título tuvo un desplazamiento vertical.





**Fig. 6.31** El efecto utilizado en la ilustración, es "flotar hacia dentro", permanecerá unos segundos para luego desaparecer y dar pauta al siguiente texto.



**Fig. 6.32** Esta diapositiva es la respuesta a la diapositiva anterior, se separó de esa forma para que el texto fuera más legible y no compitiera con la ilustración, además que hace que el lector se interese a seguir viendo la presentación.



**Fig. 6.33** El título presenta un desplazamiento vertical hasta llegar el punto indicado.



**Fig. 6.34** Al ir presentando paulativamente los gráficos y la información el receptor se mantiene interesado.



**Fig. 6.35** Cada enfermedad irá apareciendo consecutivamente así no se vuelve tedioso leer.



**Fig. 6.36** Cuando concluyen los puntos, solo se hace un desvanecido para que entre el número 2.



**Fig. 6.37** Esta proyección tiene la misma animación que la anterior porque corresponde al mismo subtema.



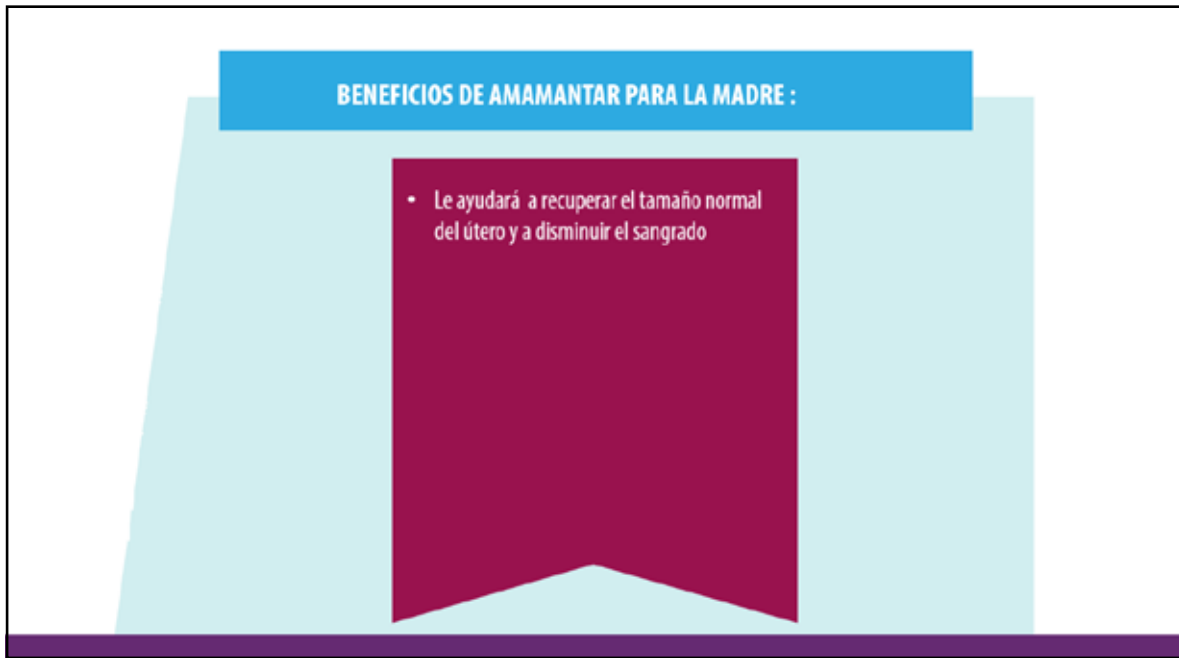
**Fig. 6.38** Para crear unificación los títulos suelen llevar las mismas animaciones, por lo tanto se identifica cuando se va a cambiar de subtema.



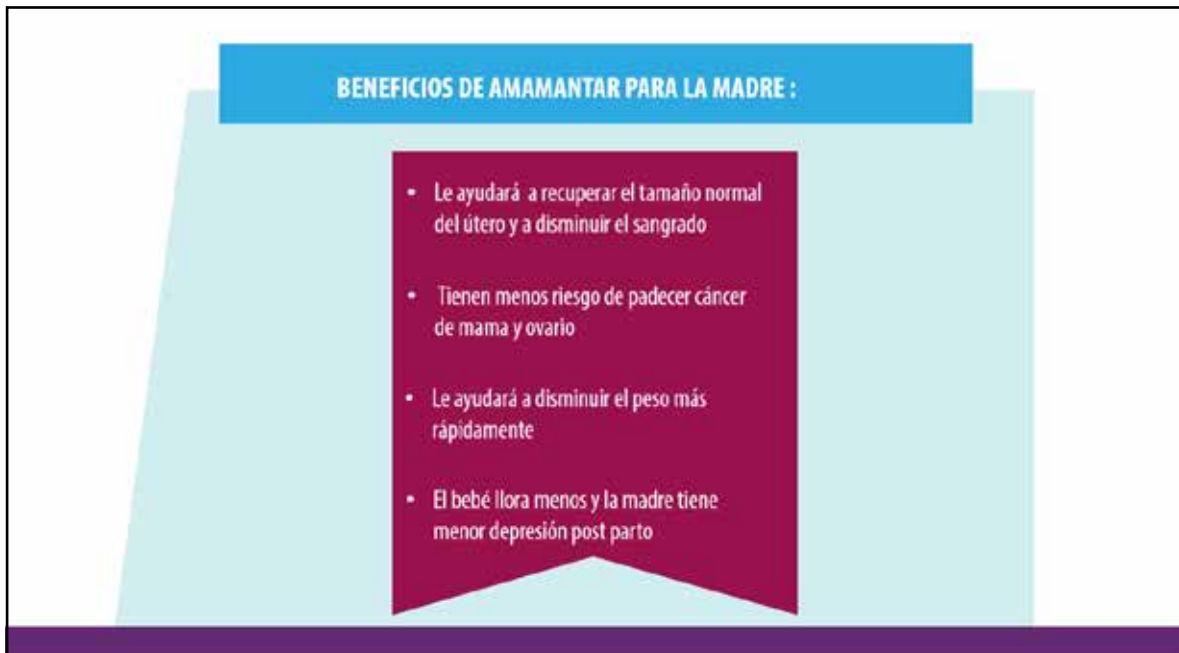
**Fig. 6.39** El texto completa la diapositiva, dando tiempo para que el receptor la lea.



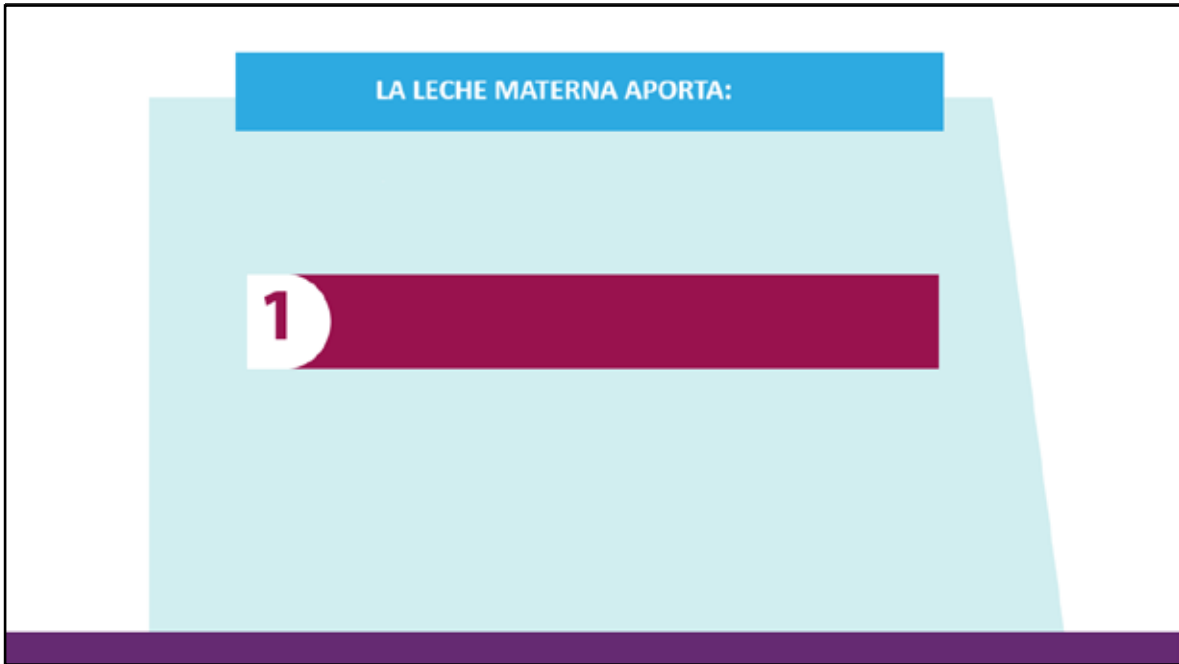
**Fig. 6.40** Se desvanece la ilustración para que aparezca el siguiente contenedor de información.



**Fig. 6.41** Cada punto tendrá un desplazamiento de izquierda a derecha para lograr un contraste en las animaciones anteriores.



**Fig. 6.42** Cada punto de información está sincronizado para que al llegar al lugar indicado continúe el otro.



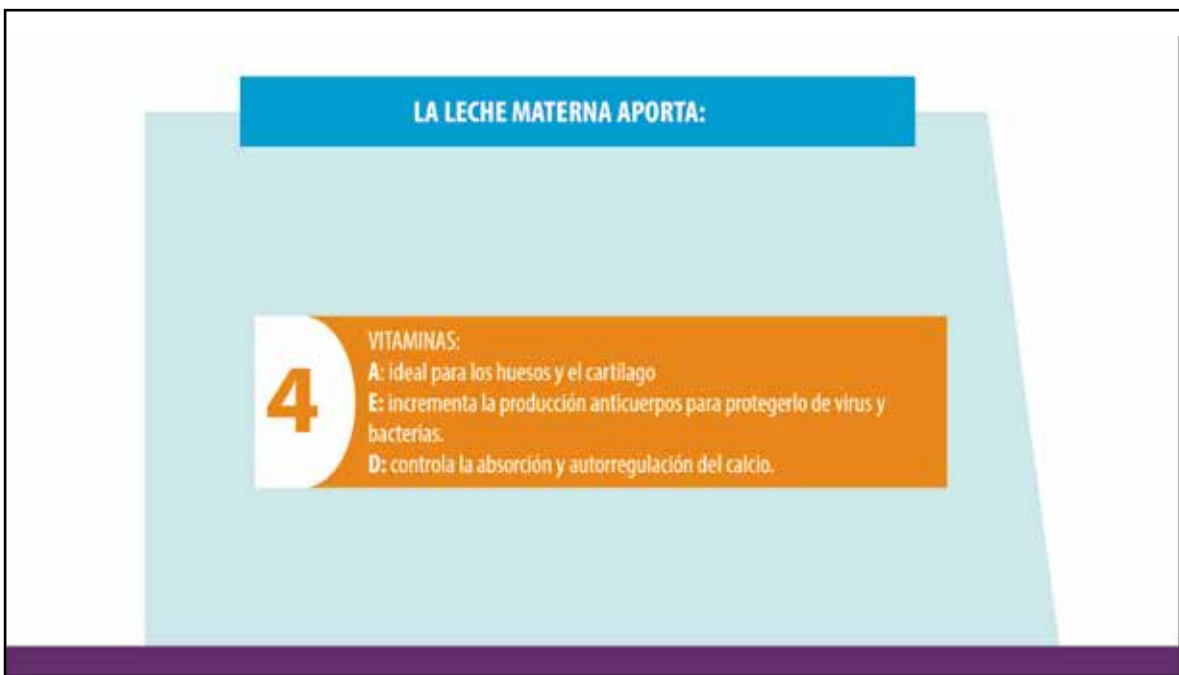
**Fig. 6.43** Para no saturar de elementos se decidió separar los puntos, y en la primera diapositiva solo colocar dos.



**Fig. 6.44** Al no saturar de texto es más fácil que termine de leer el receptor.



**Fig. 6.45** La animación utilizada para mostrar los gráficos y la información tienen diferentes efectos para hacerlo más dinámico.



**Fig. 6.46** Debido a que en esta diapositiva tiene más información, solo se colocó un punto para que el lector tenga tiempo para leerlo completo y mantener la limpieza en el diseño.





**Fig. 6.47** Al terminar la animación de la oración, comenzarán a aparecer las estilizaciones. Esto ayuda a que el diseño sea atractivo y complemente la información.



**Fig. 6.48** En el número uno, se diseñaron cuatro estilizaciones para complementar la información.



**Fig. 6.49** Se aplicaron los efectos de la diapositiva anterior, además que al enumerarlos facilita su continuidad.



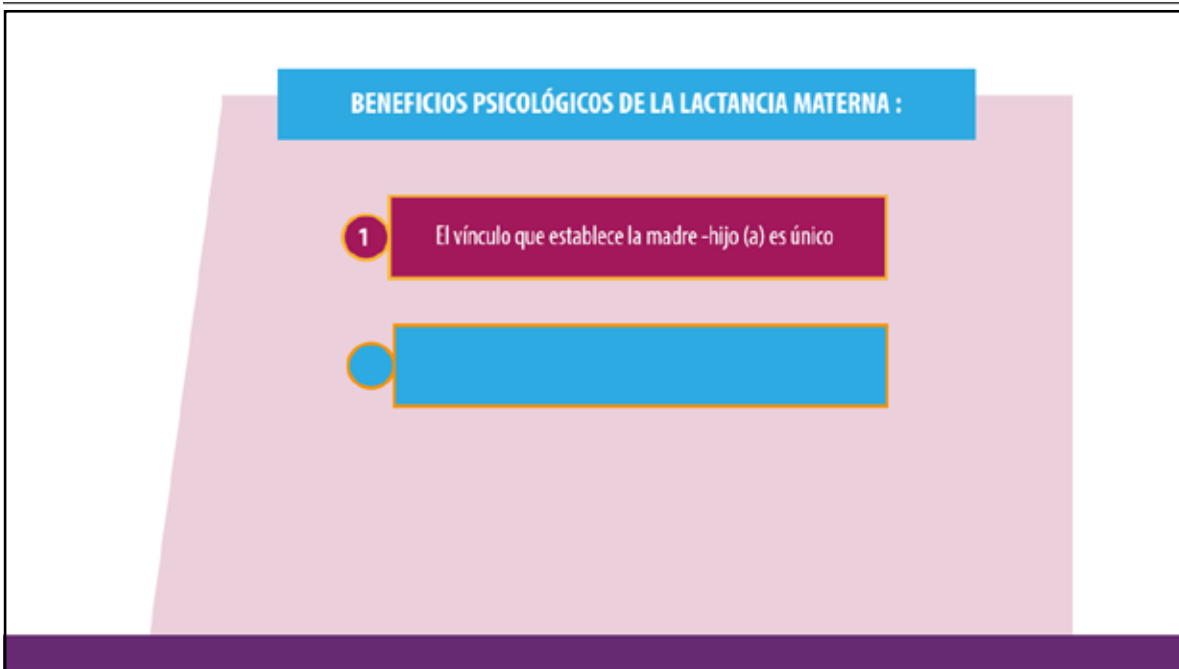
**Fig. 6.50** Al utilizar gráficos visualmente es más atractivo para el receptor.



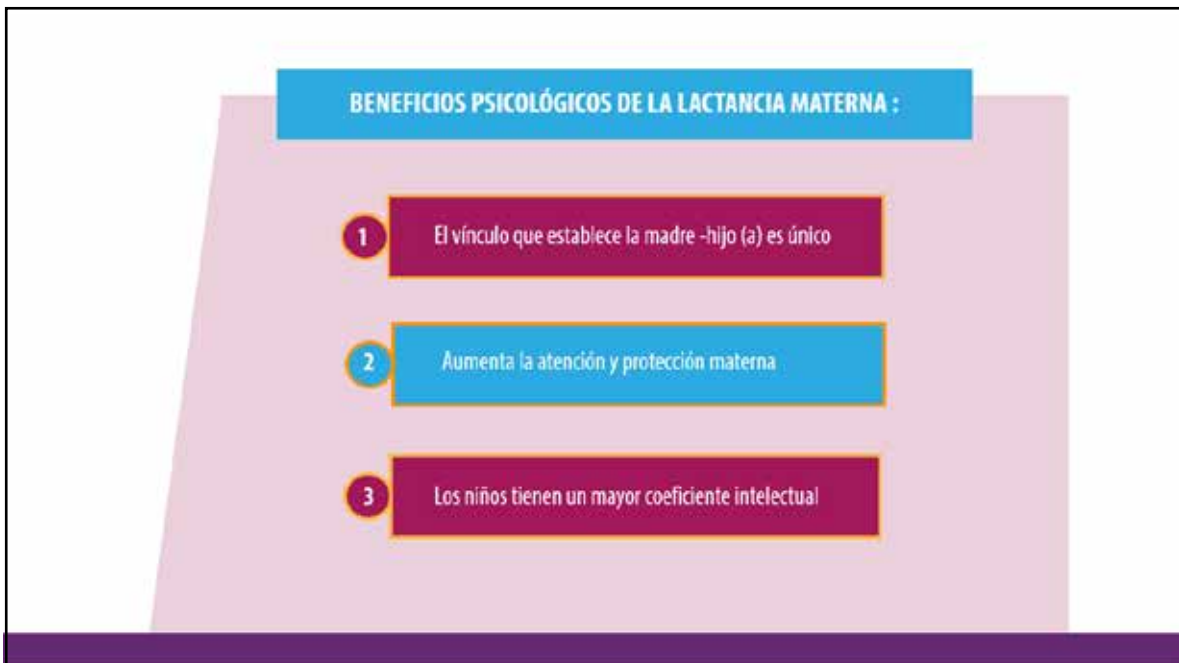
**Fig. 6.51** La aplicación de efectos se emplea para que el receptor lo encuentre atractivo y dinámico interesándose por continuar viendo la presentación.



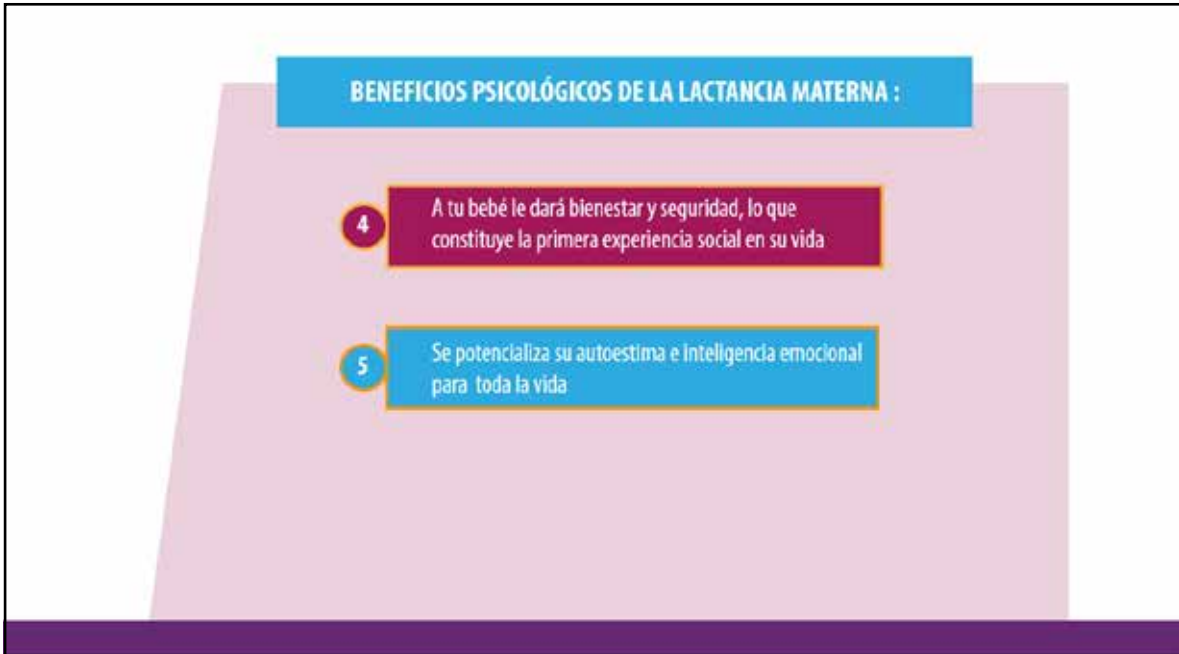
**Fig. 6.52** El texto debajo de la ilustración complementa el conocimiento del público meta.



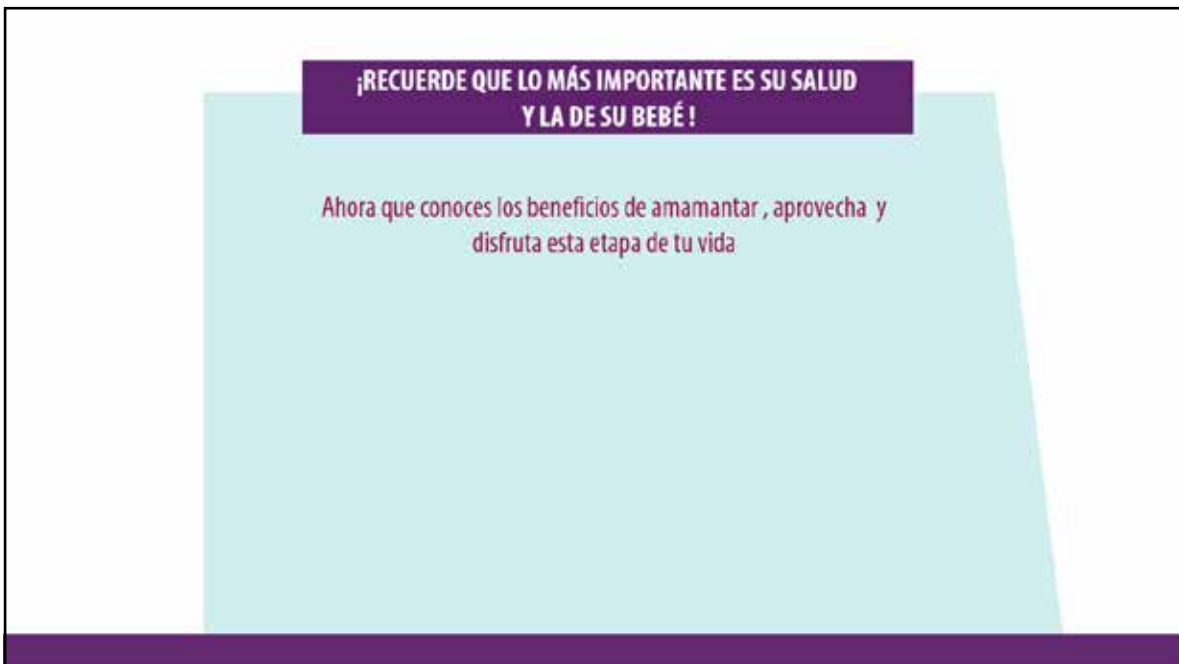
**Fig. 6.53** Al intercalar colores en los contenedores de información indica que son puntos consecutivos , además de que no se vuelve monótona la pantalla.



**Fig. 6.54** Es mejor colocar frases concretas porque agilizan su lectura.



**Fig. 6.55** Cuando los textos son más extensos se deja más tiempo la diapositiva para que se lea completa la información.



**Fig. 6.56** Para concluir con la presentación se colocaron dos frases que motiven a las madres a amamantar.



Fig. 6.57 Las frases se complementan con la ilustración, donde refleja la felicidad de la madre con su bebé.



Fig. 6.58 Al finalizar la presentación se cierra con la portada y los logotipos oficiales.

En seguida se colocarán las capturas de pantalla por diapositiva completa.



Fig. 6.59 Diapositiva 1



Fig. 6.60 Diapositiva 2



Fig. 6.61 Diapositiva 3

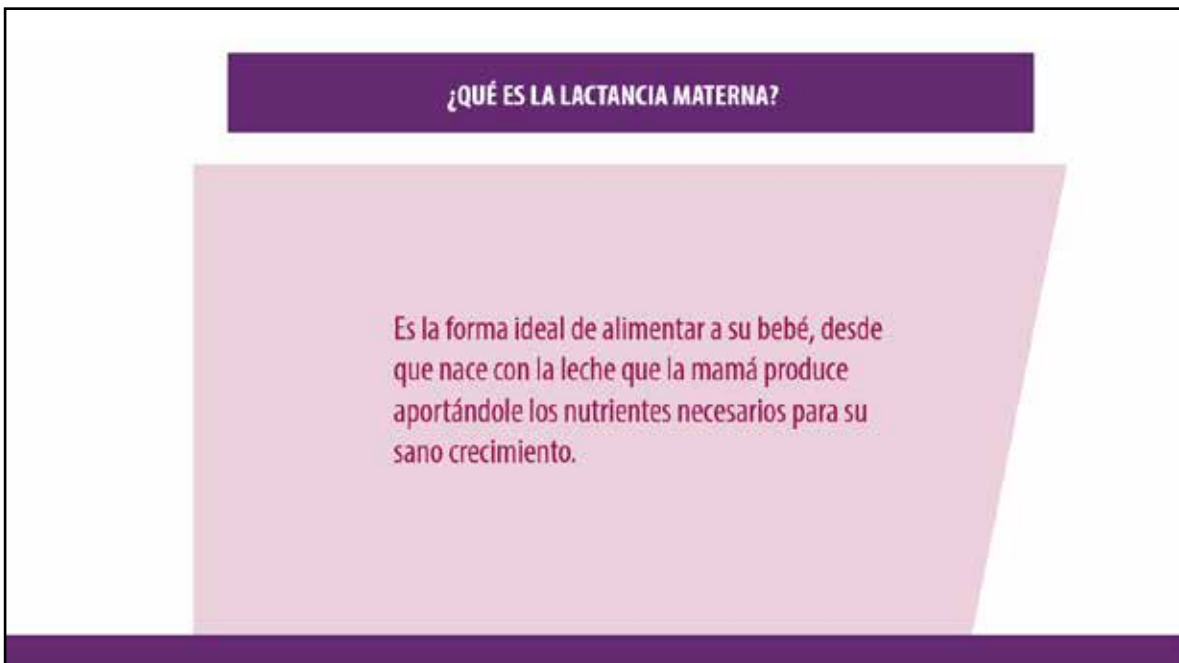


Fig. 6.62 Diapositiva 4





Fig. 6.63 Diapositiva 5



Fig. 6.64 Diapositiva 6



Fig. 6.65 Diapositiva 7



Fig. 6.66 Diapositiva 8

**BENEFICIOS DE AMAMANTAR PARA LA MADRE :**

- Le ayudará a recuperar el tamaño normal del útero y a disminuir el sangrado
- Tienen menos riesgo de padecer cáncer de mama y ovario
- Le ayudará a disminuir el peso más rápidamente
- El bebé llora menos y la madre tiene menor depresión post parto

Fig. 6.67 Diapositiva 9

**LA LECHE MATERNA APORTA:**

- 1** **LÍPIDOS:**  
Son la principal fuente de energía para el bebé.
- 2** **TRIGLICÉRIDOS:**  
Ayudan al crecimiento y desarrollo del cerebro, la retina y la audición.

Fig. 6.68 Diapositiva 10

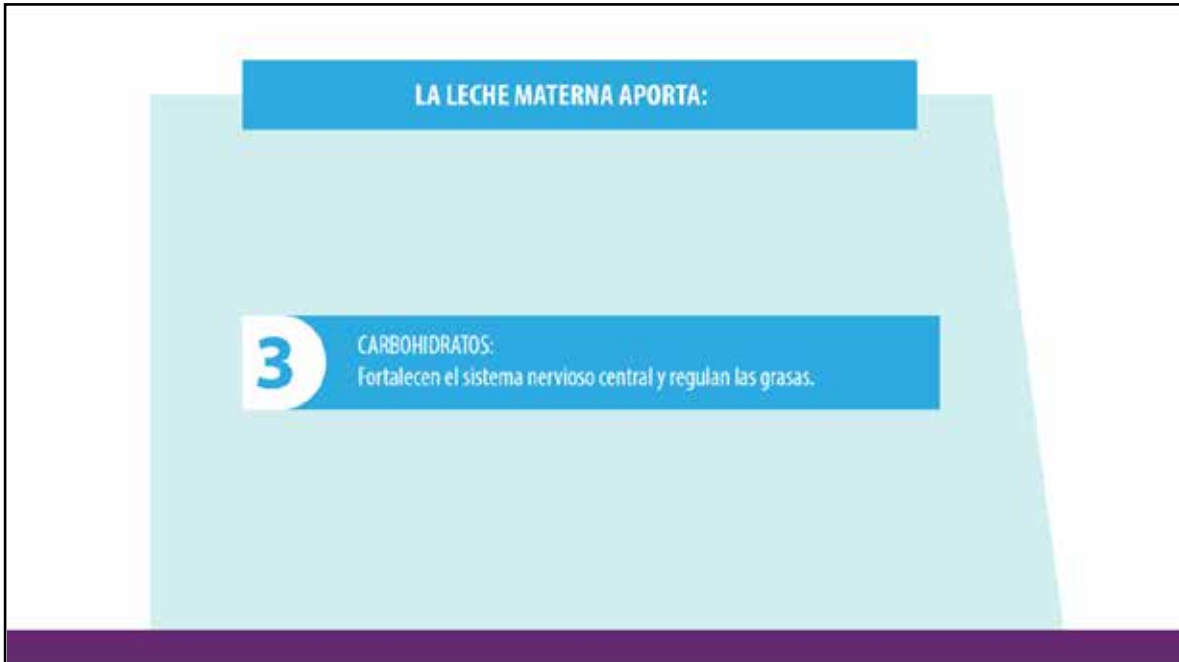


Fig. 6.69 Diapositiva 11

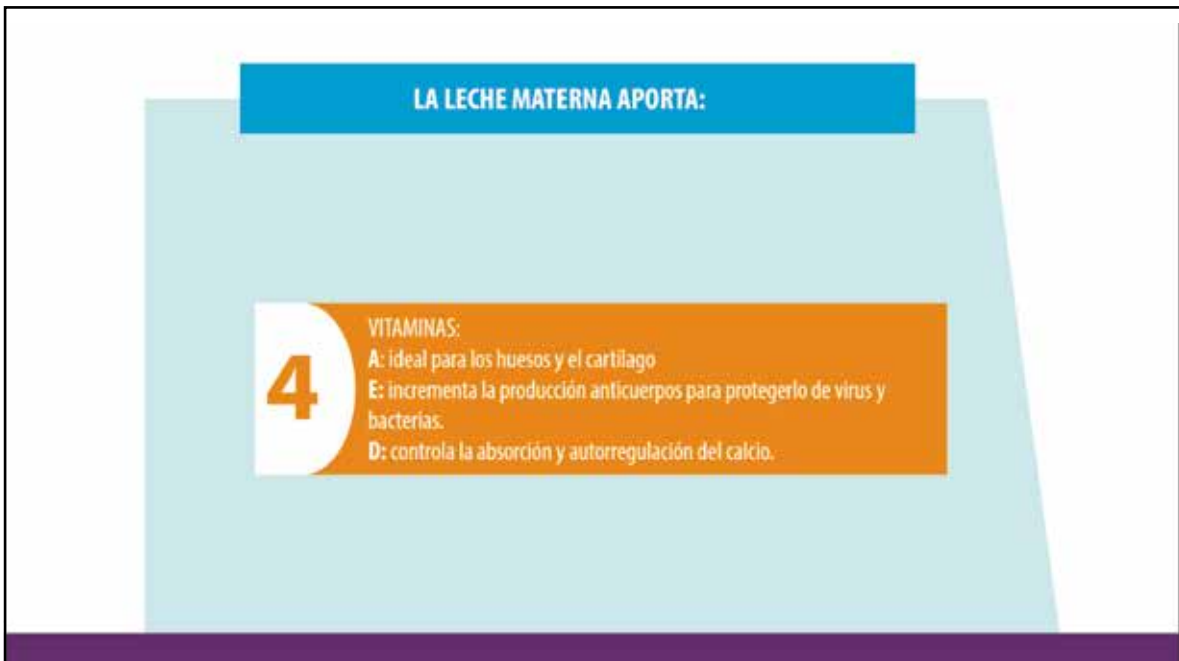


Fig. 6.70 Diapositiva 12



Fig. 6.71 Diapositiva 13



Fig. 6.72 Diapositiva 14



Fig. 6.73 Diapositiva 15



Fig. 6.74 Diapositiva 16

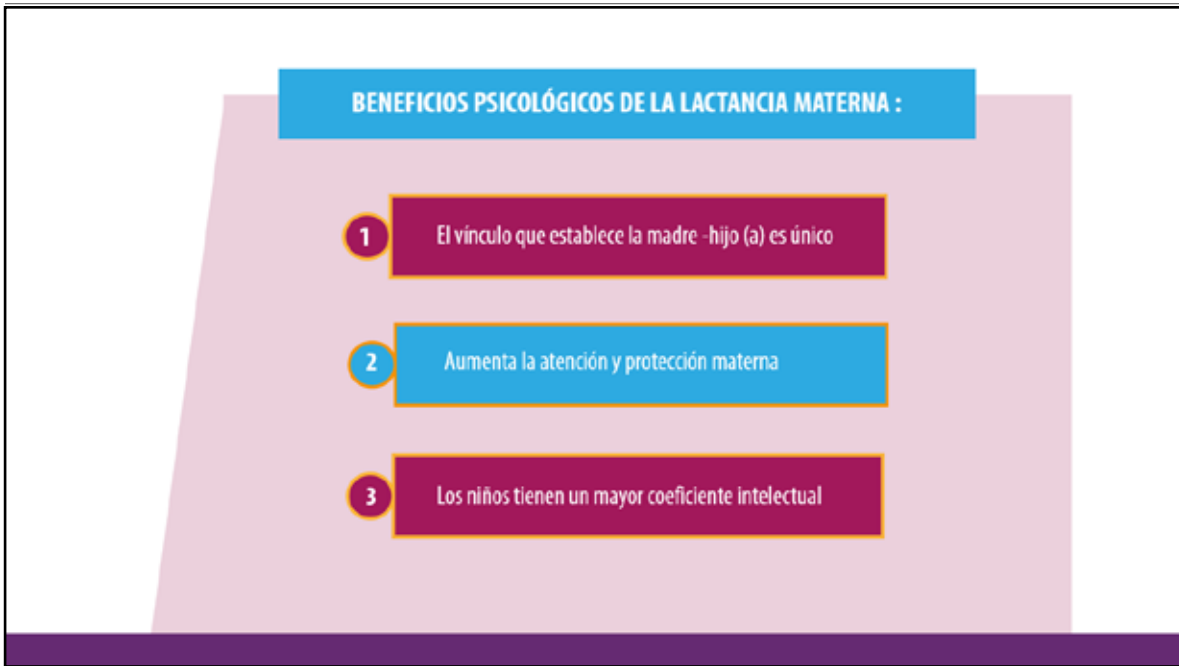


Fig. 6.75 Diapositiva 17

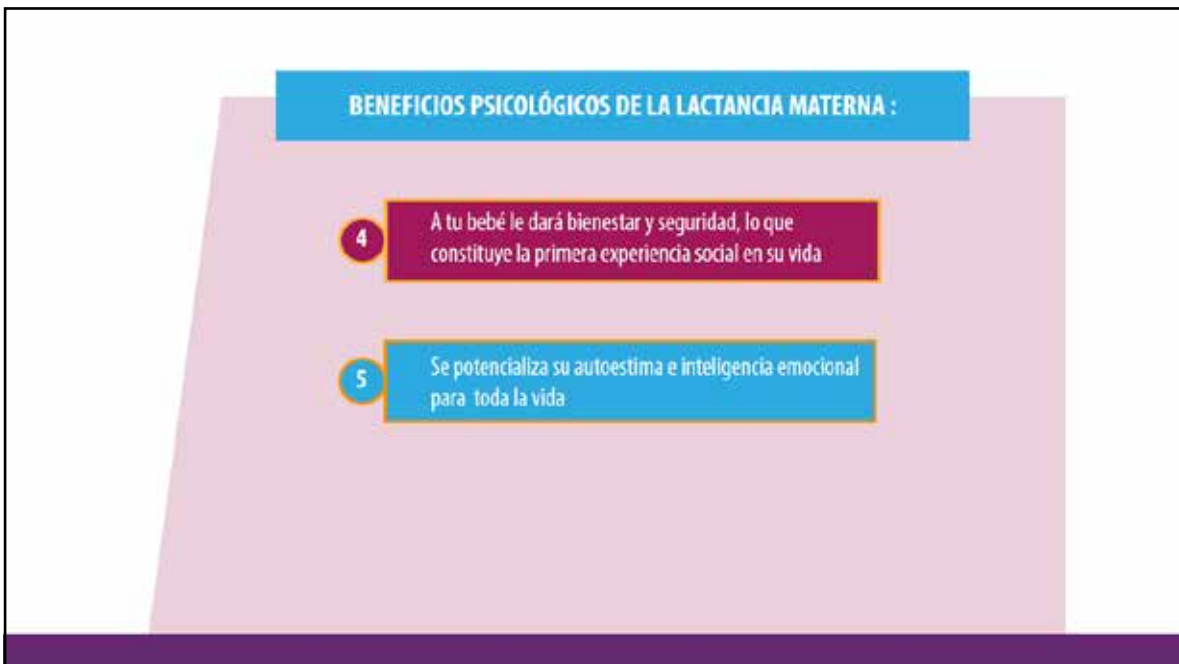


Fig. 6.76 Diapositiva 18



Fig. 6.77 Diapositiva 19



Fig. 6.78 Diapositiva 20



Al finalizar con la presentación audiovisual, también se exportará en archivo de MP4 (video) el cual se proyectará en la televisor que se encuentra al entrar al IMSS. Con ello su reproducción será continua y el público meta y las demás personas también podrán visualizarlo.

Presupuesto

8



Es necesario presentar el costo de impresión correspondiente a la solución gráfica del proyecto. Buscando el mejor lugar para conseguir los precios más accesibles.

#### IMPRESIÓN DE TRÍPTICOS:

Cantidad: 1 millar  
Tamaño: Tabloide (43x27.9 cm)  
Impresión offset : a una tinta  
Material: Couche 150 gr  
Costo: \$1200.00 pesos + IVA  
Precio unitario: \$1.2 pesos  
Proveedor: ABC de Michoacán, S.A de C.V ( Impresos Rodríguez)

#### IMPRESIÓN DE TRÍPTICOS:

Cantidad: 1 millar  
Tamaño: Tabloide (43x27.9 cm)  
Impresión offset : a una tinta  
Material: bond  
Costo: \$1100.00 pesos + IVA  
Precio unitario: \$1.1 pesos  
Proveedor: ABC de Michoacán, S.A de C.V, ( Impresos Rodríguez)

#### IMPRESIÓN DE TRÍPTICOS:

Cantidad: 1 millar  
Tamaño: Tabloide (43x27.9 cm)  
Impresión offset : a 4 tintas  
Material: Couche 150 gr  
Costo: \$1900.00 pesos + IVA  
Precio unitario: \$1.9 pesos  
Proveedor: ABC de Michoacán, S.A de C.V, ( Impresos Rodríguez)

#### IMPRESIÓN DE TRÍPTICOS:

Cantidad: 1 millar  
Tamaño: Tabloide (43x27.9 cm)  
Impresión offset : a 4 tintas  
Material: bond  
Costo: \$1800.00 pesos + IVA  
Precio unitario: \$1.8 pesos  
Proveedor: ABC de Michoacán, S.A de C.V. ( Impresos Rodríguez)

#### IMPRESIÓN DE TRÍPTICOS:

Cantidad: 1 millar  
Tamaño: Tabloide (43x27.9 cm)  
Impresión offset : a una tinta  
Material: Couche 150 gr  
Costo: \$1850.00 pesos + IVA  
Precio unitario: \$1.85 pesos  
Proveedor: Tinta Negra

#### IMPRESIÓN DE TRÍPTICOS:

Cantidad: 1 millar  
Tamaño: Tabloide (43x27.9 cm)  
Impresión offset : a 4 tintas  
Material: Couche 150 gr  
Costo: \$3500.00 pesos + IVA  
Precio unitario: \$3.5 pesos  
Proveedor: Tinta Negra

#### IMPRESIÓN DE TRÍPTICOS:

Cantidad: 1 millar  
Tamaño: Tabloide (43x27.9 cm)  
Impresión offset: a 4 tintas  
Material: Couche 150 gr  
Costo: \$2950.00 pesos + IVA  
Precio unitario: \$1.9 pesos  
Proveedor: Copy Color

URUAPAN, MICH., 13 de Noviembre de 2017

Por medio de la presente envié la siguiente cotización sobre los trípticos solicitados:

- 1 Millar con selección a color (1 tinta) en papel cuoche \$1200.00.
- 1 Millar con selección a color (1 tinta) en papel bond \$1100.00.
- 1 Millar con selección a color (4 tintas) en papel cuoche \$1900.00.
- 1 Millar con selección a color (4 tintas) en papel bond \$1800.00.

Cabe señalar que los precios mencionados anteriormente no llevan IVA. Por lo que si requiere factura seria aumentar este.

MARIO ALBERTO HERNANDEZ TUNGUI.

Tel. 523.44.23 Cerro No. 861  
Col. Lomas del Valle Norte Uruapan, Mich.

**Fig. 8.1** Hoja membretada con solicitud de cotización.

## IMPRESIÓN DE CARTELES:

Cantidad: 1 unidad  
Tamaño: 4 cartas ( 43.3 x 56.3 cm)  
Impresión digital : plotter  
Material: Couche 150 gr  
Costo: \$60 pesos  
Precio unitario: \$60 pesos  
Proveedor: Copy Color

Cantidad: 1 unidad  
Tamaño: 4 cartas ( 43.3 x 56.3 cm)  
Impresión digital : plotter  
Material: Couche 150 gr  
Costo: \$68 pesos  
Precio unitario: \$68 pesos  
Proveedor: Impress Digital

*HONORARIOS DEL DISEÑADOR*

DISEÑO BÁSICO E ILUSTRACIONES:  
\$ 12,000.00

DISEÑO DE TRÍPTICO:  
Tamaño: Tabloide por ambas caras incluyendo adaptaciones  
\$8000.00

DISEÑO DE CARTEL:  
Tamaño: 4 cartas  
\$4000.00

DISEÑO DE PRESENTACIÓN:  
\$10,000.00

ADAPTACIÓN A VIDEO:  
\$6000.00

Subtotal: \$40,000.00 + 20% ( Gastos operativos) = \$8,000.00

Total: \$48,000.00

# Conclusiones

9





Al concluir con la presente tesis me doy cuenta que el crecimiento que tuve no sólo fue académicamente sino personal también, por la interacción y comunicación que realicé, desde el momento en que fui a platicar con las encargadas de departamento, enfermeras y trabajadoras social del IMSS, al igual que en la investigación de campo aplicando encuestas y sondeos.

Además que al ir desarrollando cada capítulo, como el de Uruapan, Michoacán fortalecí los referentes que tenía de la ciudad, inclusive saber noticias sobre la situación actual de las mujeres uruapenses, su nivel educativo, actividad laboral, el número de nacimientos y madres que amamantan a sus hijos en promedio. De esta forma fue más preciso definir el lenguaje y tipo de gráficos que se emplearían al momento de bocetar y dar solución a la problemática planteada.

Como previamente se hizo mención, en el apartado del Instituto Mexicano del Seguro Social, se efectuaron múltiples visitas, desde plantear la situación para que autorizaran y poder entrar a las pláticas al igual que a los recorridos que aplican a las madres.

En este punto y en el siguiente donde abarco por completo el tema, me sentía más involucrada al proyecto, al ir descubriendo que en realidad a las mujeres les quedaban dudas sobre la importancia y beneficios que tenía amamantar, asimismo el poder contribuir con un diseño que fuera funcional para que apoyara y / o complementará sus conocimientos me generaba una gran motivación.

En el capítulo donde se expone lo referente al diseño gráfico, concluyo que este profesionista al contar con los conocimientos sobre las herramientas y sus áreas, pude aplicarlas a la solución de cualquier proyecto, creando una propuesta que estética y funcional.

En el siguiente capítulo, busqué e hice un análisis denotativo y connotativo de varios ejemplos locales, nacionales, incluso internacionales. De esa forma el enfoque que le aplicaría a la nueva propuesta estaría basado en un contenido, adecuación y coherencia, no solo con los textos sino con el público meta, un tiempo y lugar.

Cuando llegó el momento de examinar toda la información, elaboré un brief, donde incluí la metodología, propósitos, enfoques conceptuales, expresivos y funcionales. Con ello me di cuenta que al llevar un proceso o seguimiento facilita su ejecución, además que permite localizar los aspectos a mejorar y no perder de vista la necesidad principal.

Paralelamente al iniciar la lluvia de ideas, proceso de bocetaje, definición de estilos, fue un parteaguas porque ya tenía la referencia de las características o elementos que debía reflejar, como los conceptos de cariño y cuidado expresados a través de la composición de las ilustraciones y las gamas tonales, la limpieza al no saturar de elementos.

Cabe mencionar que la propuesta final no se obtuvo en un primer intento, sino que se realizaron varios cambios con justificación, en algunos casos para no sacrificar legibilidad, contraste o impacto. Para dar salida al diseño, se apli-

caron los conocimientos sobre métodos de impresión de esta manera se da cumplimiento a los enfoques funcionales.

Un aspecto que en cierto punto a un profesionalista le corresponde hacer, es solicitar cotizaciones y desglosar los honorarios, así que en este proyecto no sería la excepción. Así que corroboré varios costos para seleccionar el mejor proveedor de impresión y establecer el presupuesto del proyecto incluyendo los honorarios del diseñador.

Al final puse una sección de anexos en donde se encuentran los instrumentos y gráficas aplicadas en la encuesta - sondeos propios de la investigación de campo. De igual manera la bibliografía para dar crédito a los autores consultados.

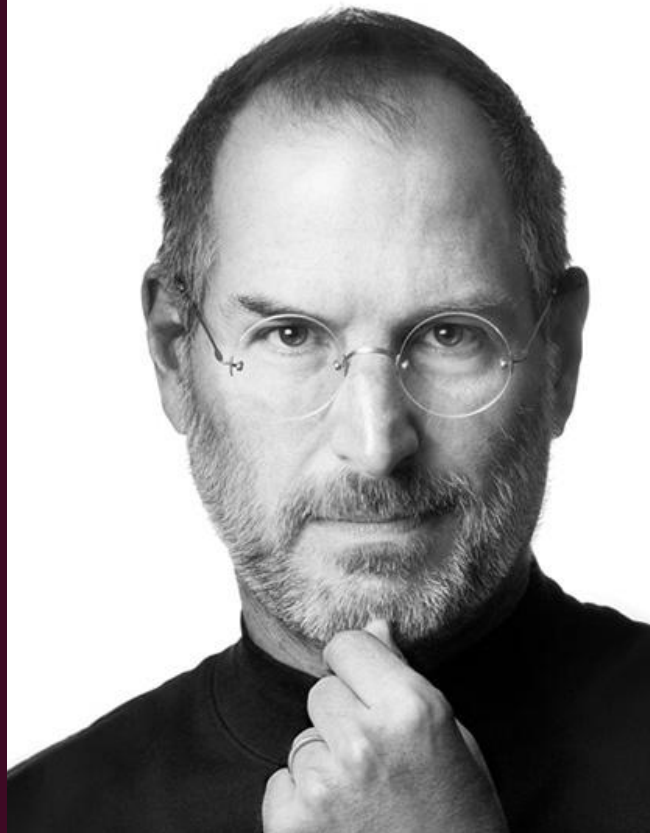
Para concluir, una vez que terminé el proyecto me percaté del arduo trabajo que implicó y el alcance que puede llegar a tener si se implementara en las demás dependencias, eso me generó mucha satisfacción al ver que haciendo una comparativa del diseño que utilizaban con la nueva propuesta sí hay una gran mejoría, pero sobre todo que tendrá un impacto positivo en las mujeres que se encuentren en una etapa de la vida tan especial, como es el ser madre y amamantar a sus hijos.

También me doy cuenta que la profesión que elegí tiene un campo de acción muy amplio y cada día se puede aprender más de las nuevas tendencias, materiales, técnicas, pero sobre todo que todos los conocimientos adquiridos durante la carrera nos abren el panorama para dar soluciones a diversos problemas

que requieran de un diseñador. Si bien es cierto la teoría es un saber adquirido invaluable, pero la práctica, errores y experiencias hacen que vayamos puliendo la calidad de nuestro trabajo.

*La mayoría de la gente cree que el diseño es algo decorativo. Para mí, nada es más importante en el futuro que el diseño. El diseño es el alma de todo lo creado por el hombre*

*(Steve Jobs)*





Anexos

10



En el siguiente apartado se colocó la encuesta aplicada correspondiente a la investigación de campo.

Algunas fotografías tomadas en la recorrido que realiza la trabajadora social después de terminar la plática con las mujeres embarazadas.

Posteriormente se encuentran los resultados en gráficas.



**Fig. 10.1** Fotografía de autor  
Investigación de campo



**Fig. 10 .2** Fotografía de autor  
Investigación de campo





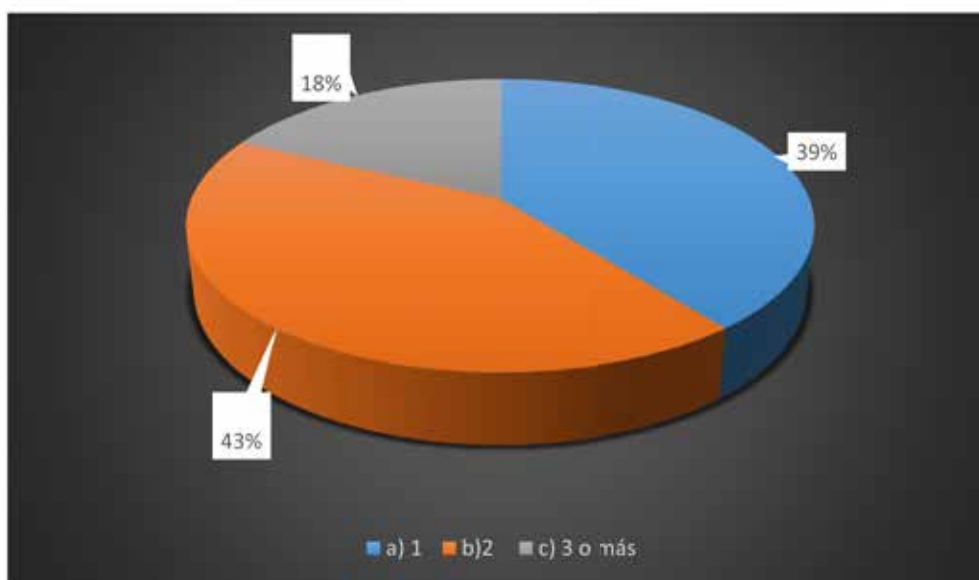
Una vez diseñado el instrumento para corroborar la necesidad detectada, los resultados analizados se muestran en las siguientes gráficas con sus respectivas conclusiones.

1.- ¿Cuántos hijos tiene?

a) 1

b) 2

c) 3 o más

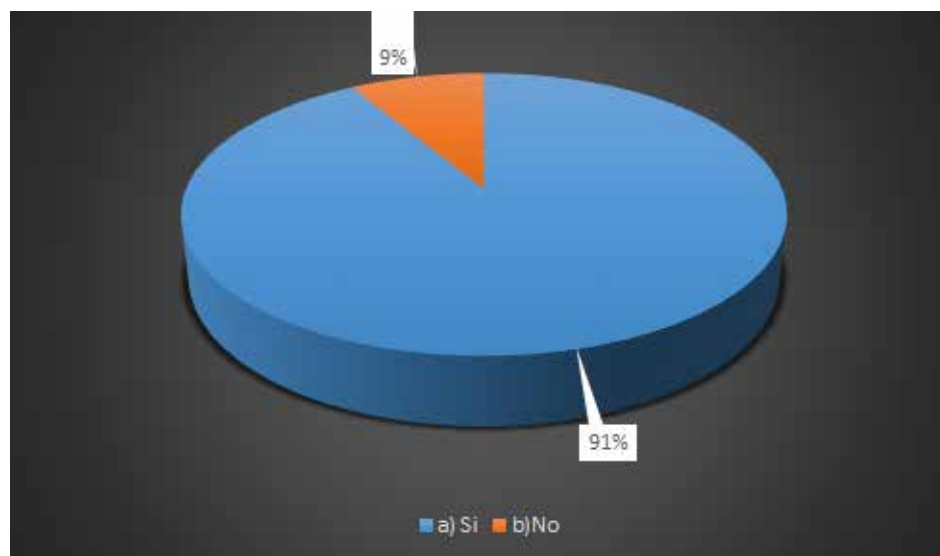


Tomando en cuenta los resultados, la respuesta con mayor porcentaje es el inciso b) con 43 %, lo que significa que la mayoría de las mujeres son madres de dos hijos. En segundo lugar, con un 39% tres o más hijos y el resto coinciden en un 18 %. Dando como resultado el 100% de la muestra poblacional.

2.- ¿Conoce el término amamantar?

a) Sí

b) No

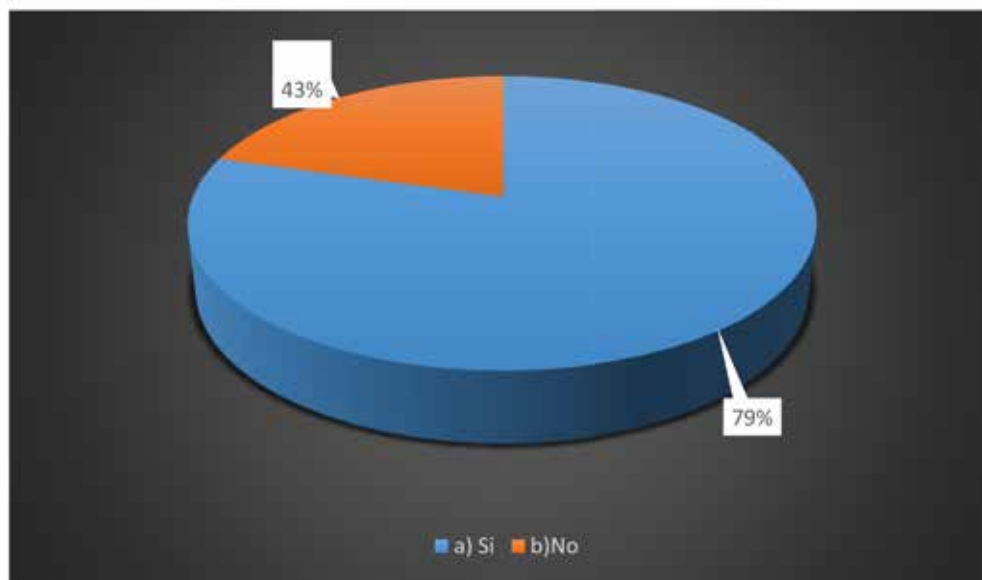


Los resultados indica que el 91% si conoce el término amantar, mientras que el 9 % restante lo ignora.

3.- ¿Los ha amamantado (Les ha dado pecho)?

a) Si

b) No



El 79% si les ha dado pecho a sus hijos, pero el 43% no lo hizo, por razones personales y/o de salud.

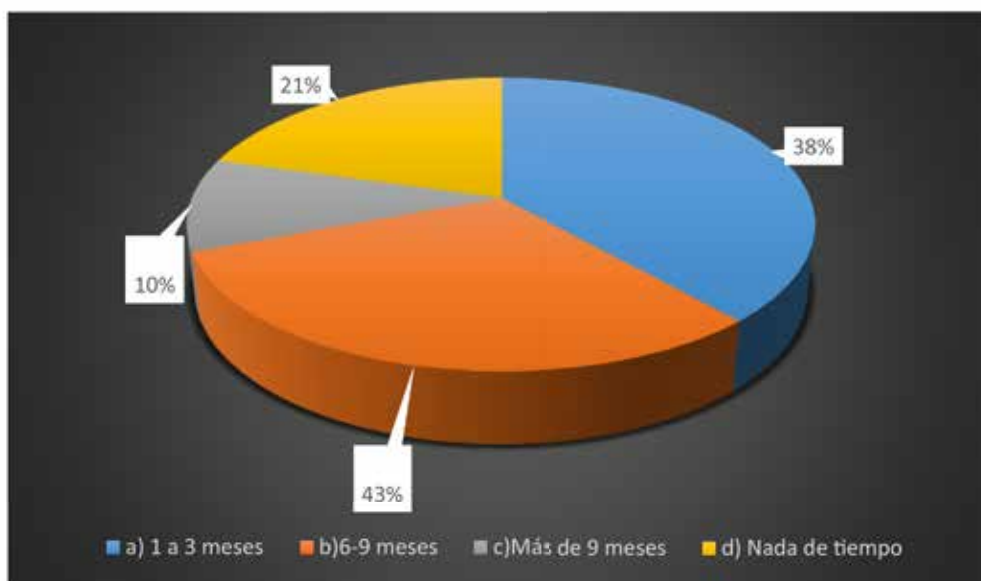
4.- ¿Durante cuánto tiempo amamantó a su bebé?

a) 1 a 3 meses

b) 6-9 meses

c) Más de 9 meses

d) 0 meses



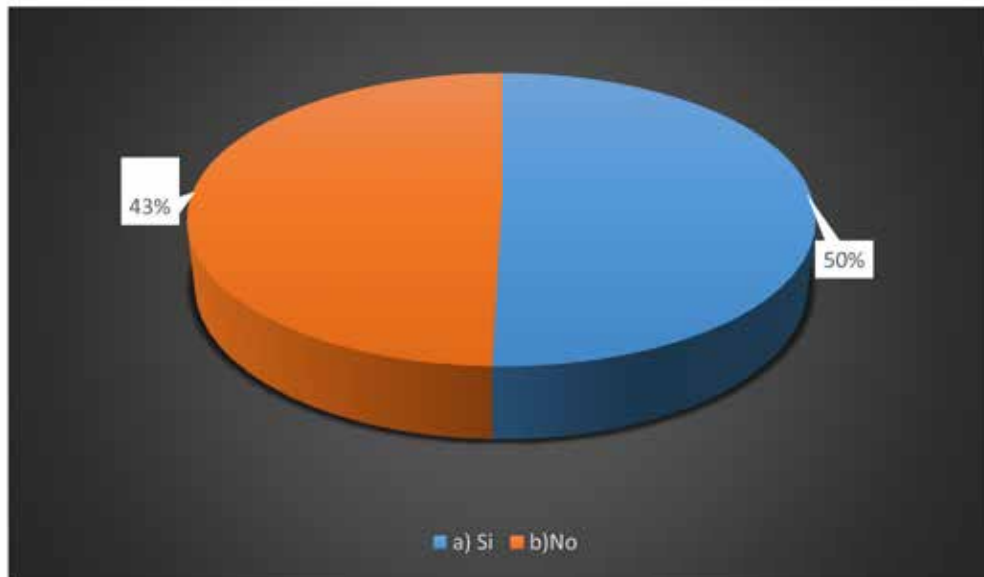
El 21 % indicó que por circunstancias ajenas, o de salud no pudieron amamantar a sus hijos, el 38% los lactó de 1 a 3 meses, el 43 % de 6-9 meses y en último lugar con el 10 % más de 9 meses.

5.- ¿Sabe los beneficios que tiene para usted y su bebé amamantar?

a) Si

b) No

¿Cuáles?

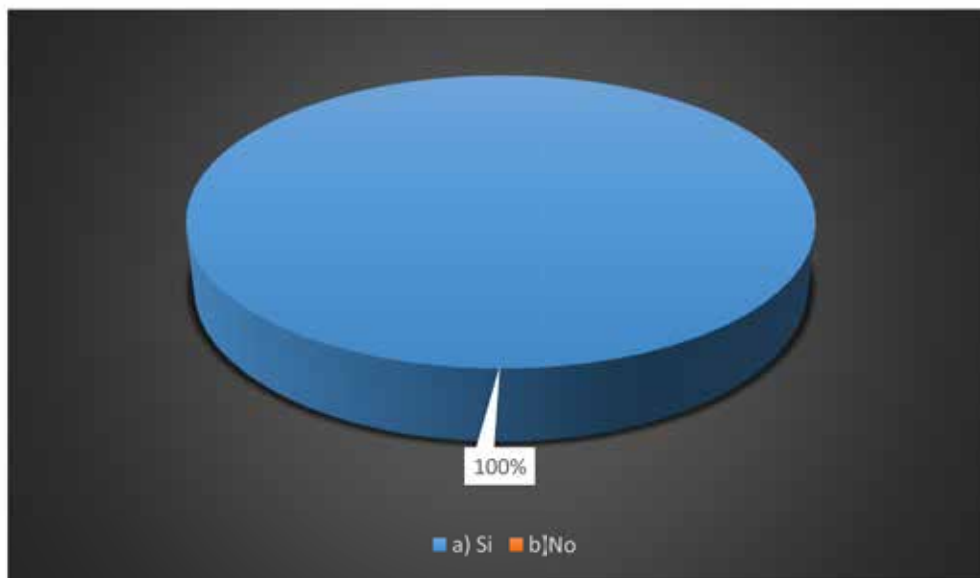


El 50% reveló que conoce algunos de los beneficios que tiene amantar tanto para la madre como para su hijo, pero en un 43% desconoce ésta información. Además de haber sido una pregunta abierta, los resultados que indican que si conocen los beneficios, no son en su totalidad y en algunos presentan irregularidades.

6.- ¿Le interesaría conocer acerca de la importancia y beneficios de la Lactancia Materna?

a) Sí

b) No



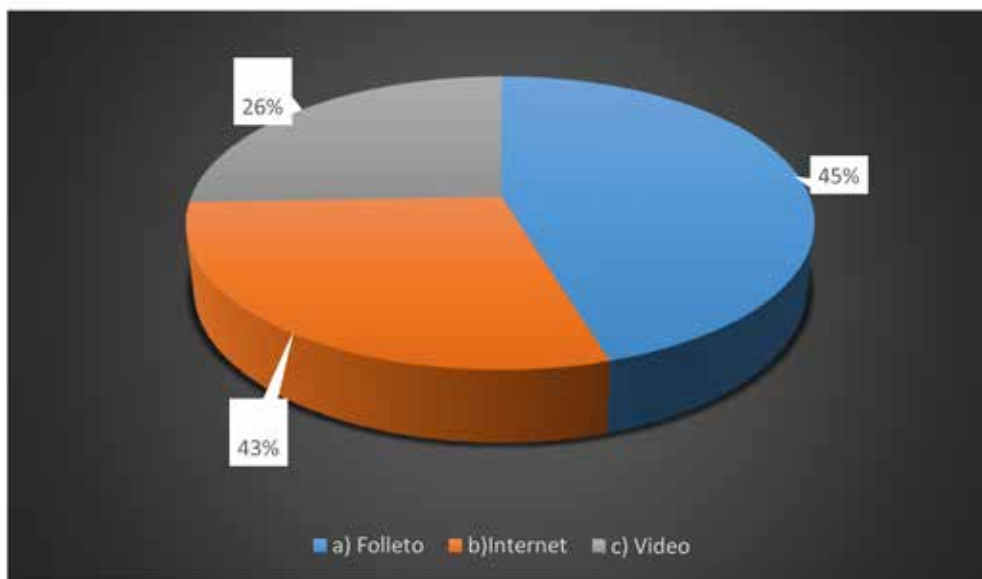
Al total de las mujeres encuestadas les interesa saber más sobre los beneficios de la Lactancia Materna.

7.- ¿Qué medio consideraría más adecuado para obtener información?

a) En un folleto

b) En internet

c) En un video



Con el 45% indicaron que el medio por el cual preferían obtener información sería en un folleto, con el 43% por medio de internet y finalmente con el 26% por medio de un video.


Al contemplar el análisis anterior, se fundamenta la problemática planteada. Con ello se corroboran también los medios por los cuales se dará a conocer la información para que cumpla con los objetivos.



Una vez que se tenía terminada la propuesta final del tríptico, se aplicó un sondeo para comprobar si funcionaba el diseño en su conjunto al igual que la información le quedara clara al público meta.

Es importante aclarar que el sondeo se le hizo a 62 personas, ya que es la mitad de la muestra poblacional de la encuesta anterior.

FECHA: \_\_\_\_\_

El objetivo del presente sondeo es: Corroborar sí la información sobre la "Importancia  que se muestra le ha quedado clara.

1.- ¿Lo que acaba de leer complementa sus conocimientos previos?

a) SI                                      b) No

2.- Si tu respuesta anterior fue no; que otra información le agregaría?

---

---

3.- ¿Le agradaron las imágenes?

a) SI                                      b) No                                      c) Más o menos

4.- ¿Le llama la atención para leerlo?

a) SI                                      b) NO

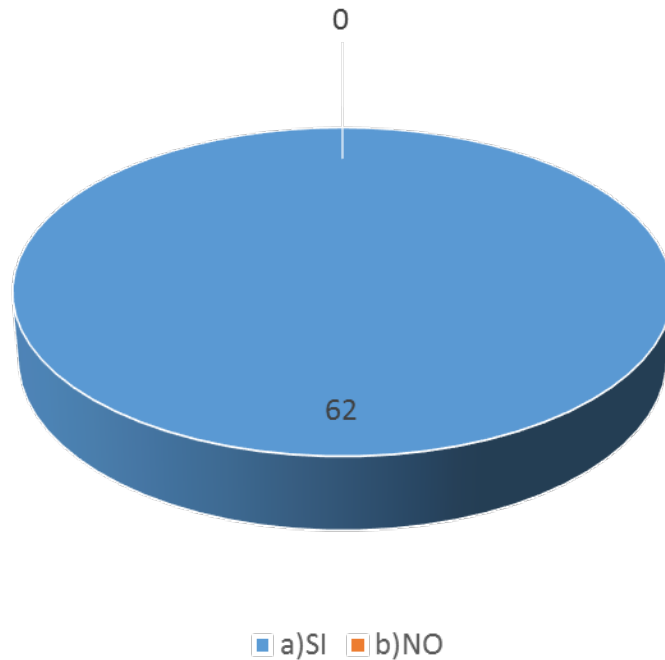
i Le agradezco por su apoyo!



**Fig. 10 .3** Fotografía de autor  
Investigación de campo  
Aplicación del sondeo al público meta.

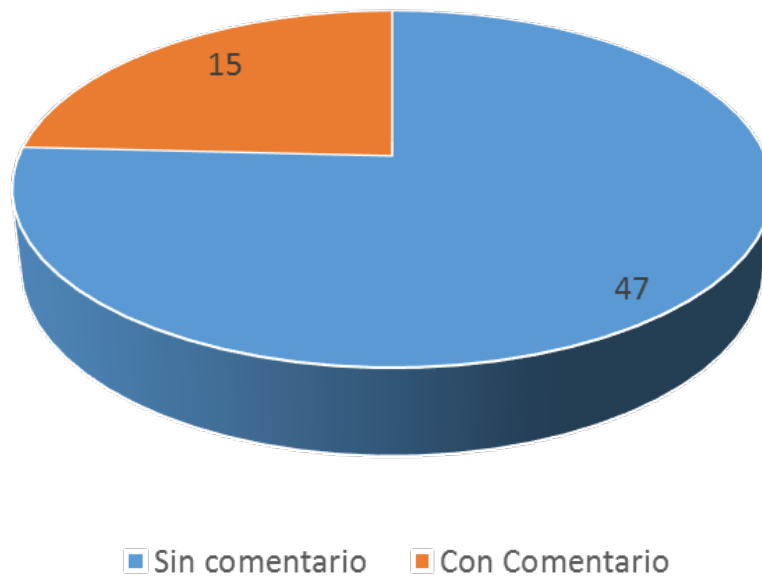
De igual manera los resultados arrojados del sondeo se graficaron y éstos fueron los valores y sus conclusiones.

1.- Lo que acaba de leer complementa sus conocimientos previos?



El 100 % indica que en realidad la información contenida en el tríptico sí complementa y aumenta sus conocimientos previos.

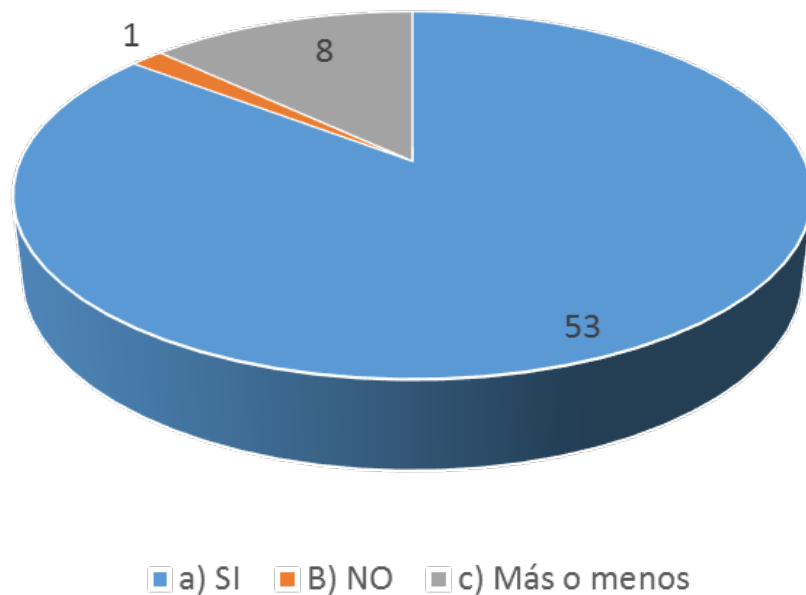
2.- Si su respuesta anterior fue no; que otra información le agregarías?



47 mujeres correspondieron que si era clara la información y no requerian aumentar más, sin embargo 15 de ellas comentaron que no sabían a qué se refería el término "ictericia".

Por lo tanto una de las modificaciones que se realizaron después fue poner entre paréntesis su significado, con ello ya no quedará esa duda cuando vuelvan a leerlo.

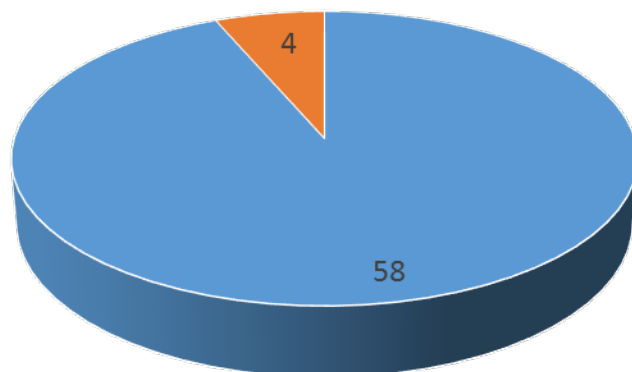
### 3.- ¿Le agradaron las imágenes?



53 mujeres respondieron que sí les gustaron las imágenes, 1 indicó que no y el resto que fueron 8 seleccionaron el inciso de más o menos.

Claramente debe existir un rango de error o desagrado, pero lo importante es el valor más alto; por lo tanto un 85% lo acepta.

4.- ¿Le llama la atención para leerlo?



■ a)SI ■ b)NO

En la última gráfica se puede apreciar que 58 mujeres respondieron que sí les llamaba la atención leerlo y solamente 4 que no.

Finalmente de esta parte se puede concluir que efectivamente la investigación de campo es un referente más cercano, debido a que se tiene la posibilidad de analizar el comportamiento, reacciones y características que tiene el público meta al aplicárseles los instrumentos de evaluación. Inclusive al presenciar toda la logística tanto de las pláticas y el recorrido mejora la sinergia del proyecto.

Además haciendo la valoración de los resultados en ambos casos, nos

hace corroborar su funcionalidad y también aspectos a mejorar y / o cambiar que posiblemente uno da por hecho, pero que en efecto al receptor no le queda claramente.

Uruapan Mich. A 30 de octubre de 2017

Por medio de la presente se autoriza hacer uso del tríptico, video y presentación, con tema de "**LACTANCIA MATERNA**". En las instalaciones de esta unidad, Hospital General de Zona n° 8 del Instituto Mexicano del Seguro Social, con el fin de fortalecer la Iniciativa Hospital Amigo del Niño y de la Niña.

Diseñado por la señorita

**ANA LAURA VILICAÑA MACIEL**, en la materia de taller integral de investigación y producción. Así mismo, este material será utilizado para resolver dudas en cuanto al tema.



HOSPITAL GRAL DE ZONA No. 8  
URUAPAN MICH.

  
**LIC. ENF. LOPEZ GUTIERREZ LOURDES**

JEFE DEPTO ENFERMERIA

## GLOSARIO

(Packaging) <sup>1</sup> Es un concepto utilizado para hacer referencia a los empaques, envases o embalaje de algo.

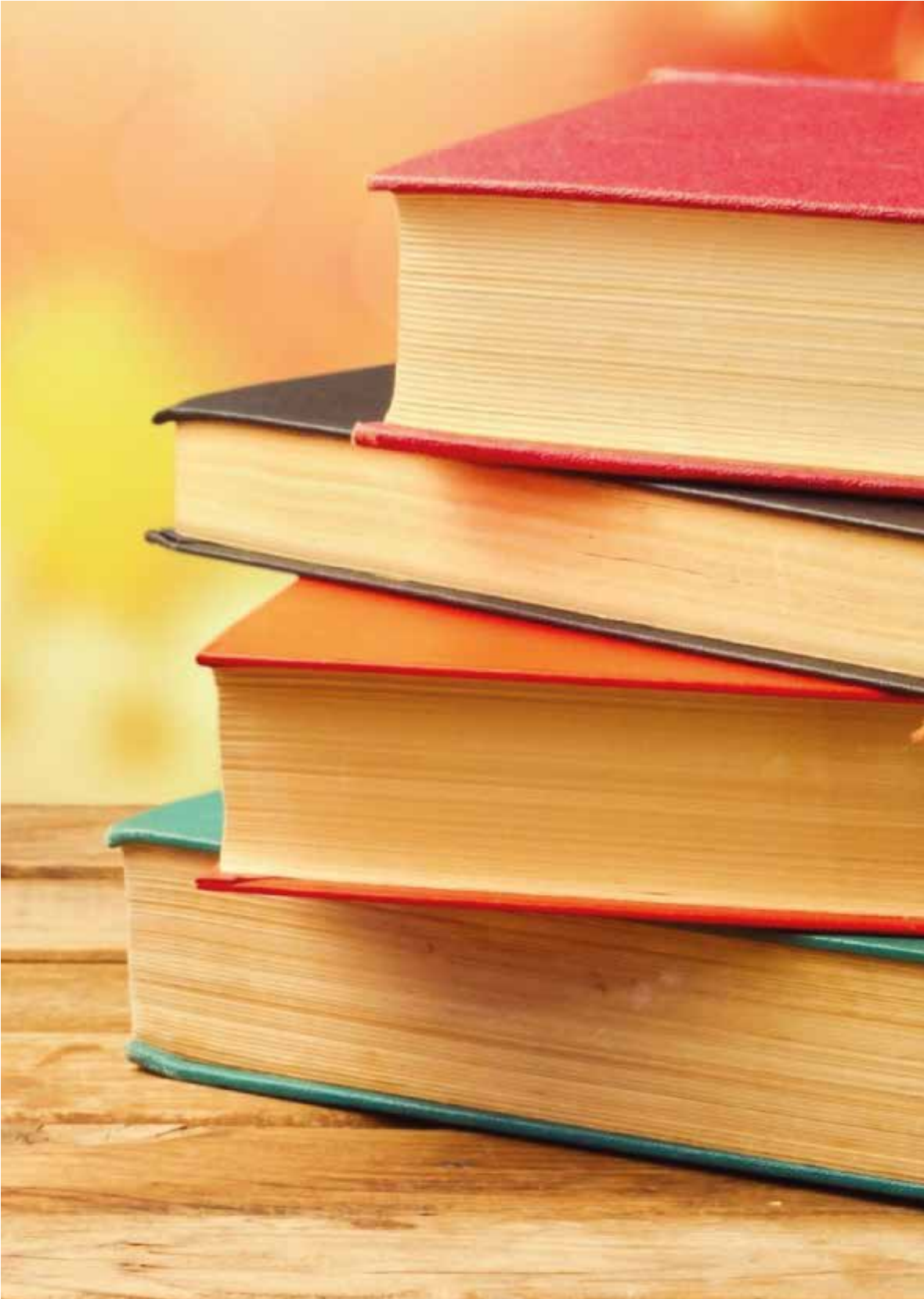
(Branding) <sup>2</sup> Es un anglicismo empleado en mercadotecnia para referirse al proceso de hacer y construir una marca.





Bibliografía

11



## Bibliografía

- Diccionario Geográfico Tarasco- Náhuatl, José Corona Núñez, Editorial: ED UNIVERSITARIA. Morelia, Michoacán, México, Edición: 1, 1993
- El suroeste de Michoacán, economía y sociedad, Gerardo Sánchez D., Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, Instituto de investigaciones Históricas, 1988
- El Michoacán antiguo, Beltrán Ulises, El Colegio de Michoacán; Gobierno del Estado de Michoacán, Zamora, Michoacán, 1994
- La Salud Pública en Michoacán, Juan José, Campero Calderón, Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, Morelia, Michoacán, 1983
- La biodiversidad en Michoacán, Estudio de Estado, Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad, Gobierno del Estado de Michoacán, Secretaría de Urbanismo y Medio Ambiente, Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo. 1er edición 2005
- Las mujeres en Michoacán y Ocampo, UNIFEM, INEGI, Gobierno del Estado de Michoacán 2008-2012

## Sitios web

- Páginas prodigy ( s.f.) “ Breve historia de la Ciudad de Uruapan ( del progreso) , Michoacán, México” , [ en línea] , disponible en : <http://www.paginasprodigy.com/jbcpub/uruapan.html> , recuperado: 07 de octubre de 2016
- Explorando México (s.f.), “Economía Michoacana”, [ en línea], disponible en: <http://www.explorandomexico.com.mx/state/15/Michoacan/economy/> , recuperado: 07 de octubre de 2016
- Inafed (s.f.), “ Enciclopedia de los Municipios y delegaciones del Estado, Michoacán” , [en línea], disponible en: <http://www.inafed.gob.mx/work/enciclopedia/EMM16michoacan/municipios/16102a.html> , recuperado: 07 de octubre de 2016
- Facultad de economía Vasco de Quiroga, (2007), [ en línea], disponible en: [http://www.economia.umich.mx/eco\\_old/publicaciones/EconYSoc/ES11\\_12.html](http://www.economia.umich.mx/eco_old/publicaciones/EconYSoc/ES11_12.html) , recuperado: 08 de octubre de 2016
- Infomania ( 2016), “ Entregaron cartillas de salud a jóvenes de Uruapan”, [ en línea], disponible en: <http://agenciainfomania.com/2016/09/entregaron-cartillas-de-salud-a-jovenes-en-uruapan/> , recuperado: 22 de septiembre de 2016

- INEGI (s.f), *“Educación”*, [ en línea], disponible en: <http://www.cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/mich/poblacion/educacion.aspx?tema=-me&e=16> , recuperado : 08 de octubre de 2016
- Gobierno del estado, ( s.f.), *“Uruapan”*, [ en línea], disponible en: <http://uruapan.gob.mx/index.php/2015/10/29/gran-afluencia-en-el-primer-encuentro-de-mujeres-uruapenses/> , recuperado: 08 de octubre de 2016
- Quadratín, (2012), [ en línea], *“ Presentan Morelia, Tarímbaro y Uruapan las tasas más altas de alfabetismo”*, disponible en: <https://www.quadratin.com.mx/sucesos/Presentan-Morelia-Tarimbaro-y-Uruapan-las-tasas-mas-altas-a-alfabetismo/>, recuperado: 07 se septiembre de 2016
- Quadratín, (2016), [ en línea], *“ Mejoran atención a mujeres embarazadas en Uruapan”*, disponible en: <https://www.quadratin.com.mx/regiones/Mejoran-atencion-mujeres-embarazadas-Uruapan/>, recuperado: 01 de mayo de 2016

### **Bibliografía**

- Instituto Mexicano del Seguro Social, Centro Médico Nacional, México D.F. , (1963) ,PAG. 8-40

### **Sitios web**

- IMSS, MÉXICO (s.f.) *“Información, trámites, servicios”*, [en línea], disponible en : <http://www.imss.gob.mx/> , recuperado: 07 de octubre de 2016
- Por Staff de Provincia, ( 22 de marzo del 2016 , 16:10 ). Concluyó IMSS Michoacán, obra de ampliación del Hospital General de Zona No. 9 de Uruapan. *PROVINCIA*. [ en línea], disponible en : [http://www.provincia.com.mx/web/Concluy%C3%B3\\_IMSS\\_Michoac%C3%A1n,\\_obra\\_de\\_ampliaci%C3%B3n\\_del\\_Hospital\\_General\\_de\\_Zona\\_No.\\_9\\_de\\_Uruapan-39888](http://www.provincia.com.mx/web/Concluy%C3%B3_IMSS_Michoac%C3%A1n,_obra_de_ampliaci%C3%B3n_del_Hospital_General_de_Zona_No._9_de_Uruapan-39888) , recuperado: 22 de marzo de 2016

## Bibliografía

- Clínicas de Lactancia en Hospitales Infantiles y Generales 2006 Secretaría de Salud Centro Nacional de Equidad de Género y Salud Reproductiva Homero No. 213, 7o piso Col. Chapultepec Morales, Delegación Miguel Hidalgo, C. P. 11750 México, D. F.

- Lactancia Materna UNICEF, 2012 Casilla: 134 CEQ 16 Dirección: Av. Amazonas #2889 y La Granja PBX: (593-2) 246 0330 / 246 0332 Fax: (593-2) 246 1923 Quito-Ecuador

- Tesis: Factores que influyen en la Lactancia Materna en Primigestas de 20-30 años, Universidad Autónoma de México, Facultad de Estudios Superiores de Iztacala, Licenciatura en Enfermería , Aguilar Rodríguez Emmanuel. Pág. 8-15

- Tesis: La educación para la Salud como un factor importante en el logro de una Lactancia Exitosa, Universidad Nacional Autónoma de México, Universidad Don Vasco, Licenciatura en Trabajo Social, Vega Sánchez Mónica Guadalupe, Pág. 25-45

- Tesis: Ilustración y diseño de folleto acerca de la lactancia materna para el Hospital Amigo del Niño y de la Madre , Universidad Nacional Autónoma de México, Ava Rebeca Salgado López, Pág. 10-18

## Sitios web

- <http://www.who.int/topics/breastfeeding/es/> OMS

- La leche lenguaje internacional (2008), *“Los beneficios de la lactancia para las madres, uno de los secretos mejor guardados”*, [ en línea], disponible en: [http://www.lili.org/lang/espanol/nc-vol14\\_1a\\_02.html](http://www.lili.org/lang/espanol/nc-vol14_1a_02.html) , recuperado : 17 de octubre de 2016

- Inatal (2012), *“¿Qué beneficios le aporta a la mamá amamantar a su bebé?”*, [en línea], disponible en: <http://inatal.org/el-parto/lactancia/66-lactancia-materna-por-que/394-que-beneficios-le-aporta-a-la-mama-amamantar-a-su-bebe.html> , recuperado : 17 de octubre de 2016

- babycenter ( s.f.) *“Alimentación para una mamá lactante saludable”*, [ en línea], disponible en: <http://espanol.babycenter.com/a900940/alimentaci%C3%B3n-para-una-mam%C3%A1-lactante-saludable> , recuperado : 17 de octubre de 2016

## Bibliografía

- Tesis: Concienciación sobre problemas sociales: Propuesta de campaña para modificar la calidad de vida de los animales de compañía en Uruapan, Mich. José Alejandro Campos Bolaños, 2010 Universidad Don vasco A, C.
- Historia del Diseño Gráfico, Philip B. Meggs, Alston W. Purvi, Editorial RM, Enero 2009. Págs. 15-24, 90-94, 175-185, 361-363
- El arte de la escritura, Biblioteca Francisco de Burgoa Macedonio Alcalá s/n Centro Cultural Santo Domingo, Col. Centro C. P. 68000 Oaxaca de Juárez, Oaxaca. México, Pág.
- El libro de Kells, Françoise Henry, Thames and Hutson 1976, Trinity College Dublin ,
- Qué es el Diseño Gráfico, Quentin Newark, Editorial Gustavo Gili, SA, Barcelona, 2002, Págs. 6, 74, 76

## Sitios web

- [http://www.nationalgeographic.com.es/historia/grandesreportajes/jeroglificos\\_7758](http://www.nationalgeographic.com.es/historia/grandesreportajes/jeroglificos_7758)
- <http://xn-diseocarteles-lkb.com/henri-de-toulouse-lautrec/>
- <http://mmh.ahaw.net/imprensa/index.php?iddoc=INTRODUCCION>
- 100 años. Diseño gráfico en México. 1900-2000. ( n.d..) [en línea], disponible en: <https://colectivovisual.wordpress.com/2011/02/09/100-diseno-grafico-en-mexico-1900-2000/> , recuperado en: 02 de noviembre de 2016
- History ( s.f.) “ *Se publica en México el primer periódico de América Latina*”, [ en línea], disponible en : <http://py.tuhistory.com/hoy-en-la-historia/se-publica-en-mexico-el-primer-periodico-de-america-latina> , recuperado: 02 de noviembre de 2016
- Fotonostra, (s.f.) “ *Fotografía digital*”, [ en línea], disponible en : <http://www.fotonostra.com/fotografia/fotodigital.htm> , recuperado : 05 de noviembre de 2016
- DefiniciónABC, ( s.f.) “ *Definición de animación*”, [ en línea], disponible en <http://www.definicionabc.com/general/animacion.php> , recuperado : 05 de noviembre de 2016



- G-Tech Desing Services, ( s.f.), “ *Herramientas imprescindibles para el Diseño Gráfico*”, [ en línea], disponible en: <http://gtechdesign.net/es/blog/herramientas-imprescindibles-para-el-dise-no-grafico> , recuperado: 05 de noviembre de 2016

- Proyecta color ( s.f.), “ *El color en el diseño*”, [ en línea], disponible en: <http://www.proyectacolor.cl/aplicacion-del-color/el-color-en-el-diseno/> , recuperado: 05 de noviembre de 2016

- LN Creatividad y tecnología, ( s.f.), “ *Identidad corporativa, Diseño de imagen de empresa, Creación de marcas, Branding, Logos de empresas*” [ en línea], disponible en: <http://www.luisan.net/identidad-corporativa/identidad-corporativa.html> , recuperado: 07 de noviembre de 2016

## ÍNDICE DE IMÁGENES / FOTOGRAFÍAS : CAPÍTULO 1

**Fig. 1.1** Parque Nacional Barranca del Cupatitzio, Uruapan, Michoacán.....18

Ted McGrath

Recuperado en: <https://i.pinimg.com/originals/04/b2/c8/04b2c89f7ef1a8720a78518166bd622d.jpg>

**Fig. 1.2** En México todos los estados y Ciudad de Mexico poseen un escudo de armas, que simboliza al estado.....19

Recuperado en : [http://4.bp.blogspot.com/\\_rU24KDnoCxQ/RpZSx6k80tI/AAAAAAAAAFY/f7zn3YcN1KI/s200/escudouruapan.gif](http://4.bp.blogspot.com/_rU24KDnoCxQ/RpZSx6k80tI/AAAAAAAAAFY/f7zn3YcN1KI/s200/escudouruapan.gif)

**Fig. 1.3** Antigua estación de Ferrocarril, Uruapan, Michoacán 1899 la cual propició un avance económico y comercial considerable.....20

Recuperado en: <http://agenciainfomania.com/2015/12/el-paraiso-perdido/>

**Fig. 1.4** Fotografía digital de autor .....21

**Fig. 1.5** El aguacate es un fruto de los más completos y saludables .....22

Recuperado en: <http://www.elciudadano.gob.ec/wp-content/uploads/2017/07/aguacate.jpg>

**Fig. 1.6** La sociedad femenina materna de Uruapan, Michoacán. ....24

Recuperado en : [https://nutricionembarazadas.files.wordpress.com/2015/06/gtres\\_a00313195\\_002.jpg](https://nutricionembarazadas.files.wordpress.com/2015/06/gtres_a00313195_002.jpg)

## ÍNDICE DE IMÁGENES / FOTOGRAFÍAS : CAPÍTULO 2

**Fig. 2.1** Instituto Mexicano del Seguro Social, México , 1943.....28

Recuperado en : [http://www.portalesmedicos.com/imagenes/publicaciones\\_2/0910\\_Centro\\_Medico\\_Nacional\\_Occidente/figura10\\_torre\\_especialidades.jpg](http://www.portalesmedicos.com/imagenes/publicaciones_2/0910_Centro_Medico_Nacional_Occidente/figura10_torre_especialidades.jpg)

**Fig. 2.2** Logotipo del Instituto Mexicano del Seguro Social, México , 1943.....29

Recuperado en: <http://www.itravel4health.com/wp-content/uploads/2015/04/IMSS-instituto-mexicano-seguro-social.png>

**Fig. 2.3** Cartillas de Salud del Instituto Mexicano del Seguro Social, México .....30

Recuperado en: <http://i2.wp.com/voxpopolislp.com/wp-content/uploads/2013/11/afiliaci%C3%B3n-imss.jpg?resize=590%2C256>

**Fig. 2.4** Hospital General IMSS, Zona #8 Uruapan, Michoacán, 2016 .....31

Recuperado en: <http://michoacantrespuntocero.com/wp-content/uploads/2017/03/Captura-de-pantalla-2017-03-28-a-las-3.10.17-p.m..png>

**Fig. 2.5** Investigación de campo

**Fig. 2.6** Investigación de campo

**Fig. 2.7** Investigación de campo, televisor dispuesto en la entrada del IMSS , Hospital General de zona #8, Uruapan, Michoacán.

**Fig. 2.8** Investigación de campo, televisor dispuesto en la entrada del IMSS , Hospital General de zona #8, Uruapan, Michoacán.

**Fig. 2.9** Investigación de campo, televisor dispuesto en la sala de espera para urgencias del IMSS , Hospital General de zona #8, Uruapan, Michoacán.

**Fig. 2.10** Investigación de campo, televisor dispuesto en la sala de espera para urgencias del IMSS , Hospital General de zona #8, Uruapan, Michoacán.

## ÍNDICE DE IMÁGENES/ FOTOGRAFÍAS: CAPÍTULO 3

- Fig. 3.1** La alimentación materna es un derecho tanto de la madre como de su hijo.....40  
Recuperado en: <http://www.redaccionaltagrancia.com.ar/wp-content/uploads/2017/08/lactancia-A.jpg>
- Fig. 3.2** La seguridad emocionales uno de los beneficios que reflejan los bebés que son amamantados. ....41  
Recuperado en: [http://probioticdigest.com/wp-content/uploads/2015/04/shutterstock\\_9243790.jpg](http://probioticdigest.com/wp-content/uploads/2015/04/shutterstock_9243790.jpg)
- Fig. 3.3** Si presenta irritación en el pezón y dolor en mamas, acuda a su médico. ....42  
Recuperado en: <https://www.breastfeedingbasics.com/wp-content/uploads/2011/08/bigstock-Breast-Self-Examination-71301967.jpg>
- Fig. 3.4** Esquema interno del seno femenino.....43  
Recuperado en: [https://cuidadoenfermerointegral.files.wordpress.com/2015/07/breast\\_female\\_anatomy-spanish-enlarge.jpg](https://cuidadoenfermerointegral.files.wordpress.com/2015/07/breast_female_anatomy-spanish-enlarge.jpg)
- Fig. 3.5** Existen bastantes posturas para amamantar de una forma más cómoda,tanto para la madre como para el bebé.....44  
Recuperado en: <https://gvlife.ru/wp-content/uploads/2017/01/poza-navisanie.jpg>
- Fig. 3.5** Mantener una dieta balanceada brindará a la madre y al bebé de los nutrientes necesarios que sus cuerpos necesitan. ....45  
Recuperado en : [http://www.hci.net.in/blog/wp-content/uploads/2417-shutterstock\\_341024249.jpg](http://www.hci.net.in/blog/wp-content/uploads/2417-shutterstock_341024249.jpg)

## ÍNDICE DE IMÁGENES/ FOTOGRAFÍAS: CAPÍTULO 4

- Fig. 4.1** Pinturas rupestres en las cuevas de Lascaux, Francia.....49  
Recuperado en: <http://www.lecaminel.com/wp-content/uploads/2013/12/fond-lascaux.jpg>
- Fig. 4.2** Jeroglíficos egipcios, datan aproximadamente del 3000 a.C.....49  
Recuperado en: <https://www.viajejet.com/wp-content/viajes/escritura-egipcia.jpg>
- Fig. 4.3** Escritura “cuneiforme”, los textos más antiguos son del 3000 a.C. ....49  
Recuperado en: [https://static-1.ivooxcdn.com/audios/1/0/6/0/1385330601\\_XXL.jpg](https://static-1.ivooxcdn.com/audios/1/0/6/0/1385330601_XXL.jpg)
- Fig. 4.4** Grabado, inicio de la imprenta por Johannes Gutenberg .....50  
Recuperado en: <http://www.bilgikosei.com/wp-content/uploads/2016/01/matbaa-nedir-nas%C4%B1l-basladi-genel-bilgiler-650x400.jpg>
- Fig. 4.5** Libro iluminado creado por los monjes medievales .....51  
Recuperado en: [http://www.vgesa.com/facsimil-CC\\_castillo\\_fama-alvarez.htm](http://www.vgesa.com/facsimil-CC_castillo_fama-alvarez.htm)
- Fig. 4.6** Ejemplo de un libro incunable, se aprecia los avances que comenzaba a tener la imprenta.....51  
Recuperado en: <https://elmundodelavida.wordpress.com/page/3/>
- Fig. 4.7** Publicación de William Thorowood : “ Nuevos Modelos de Tipos de Imprenta, 1803 .....52  
Libro: Historia del diseño gráfico, Philip B. Meggs, México- trillas
- Fig. 4.8** Thomas Cotterell, alrededor del año 1765, tipo de letra en 12 puntos. ....52
- Fig. 4.9** Papel tapíz “Strawberry Thief” William Morris, 1883 .....53  
Recuperado en: [https://www.finestwallpaper.com/store/p675/Morris\\_%26\\_Co\\_-\\_Strawberry\\_Thief\\_Wallpaper.html](https://www.finestwallpaper.com/store/p675/Morris_%26_Co_-_Strawberry_Thief_Wallpaper.html)
- Fig. 10** Bauhaus, primer escuela Alemana que unificó la arquitectura con las artes plásticas y el diseño.....52  
Recuperado en : [https://khalidabdigaheirual.files.wordpress.com/2015/10/img\\_20080715\\_111436\\_2393.jpg](https://khalidabdigaheirual.files.wordpress.com/2015/10/img_20080715_111436_2393.jpg)
- Fig. 4.11** Tipografía universal, Herbert Bayer.....53  
Libro : Historia del diseño gráfico, Philip B. Meggs, México- trillas
- Fig. 4.12** Bauhaus, Afiche de 1923, Joost Schmidt.....53  
Recuperado en: <http://www.togomeetings.com/84064/bauhaus-exhibition-poster.html/wonderful-bauhaus-exhibition-poster-and-cool-ideas-of-for-the-1923-by-joost-schmidt-posters-1>
- Fig. 4.13** Cover of the revue foto-QUALITAT László Moholy-Nagy 1931.....54  
Recuperado en: <https://userscontent2.emaze.com/images/22f0e4f4-274a-4b03-9e46-df3ba757ab-8b/13aac92a78eff9f228fef321bdea4d97.png>

## ÍNDICE DE IMÁGENES/ FOTOGRAFÍAS: CAPÍTULO 4

- Fig. 4.14** Paul Rand, está considerado como uno de los diseñadores norteamericanos más innovadores e influyentes del siglo XX.....54
- Fig. 4.15** Diseño de identidad corporativa para la empresa de IBM .....55  
Recuperado en: <https://i.pinimg.com/originals/e5/1e/aa/e51eaac1517b91eb2586acf4b4438bf7.png>
- Fig. 4.16** Los estilos posmodernistas .....56
- Fig. 4.17** Primer imprenta en México, Casa de Juan Cromberg .....56  
Recuperado en: [https://estanquillorcg.files.wordpress.com/2014/05/327f0-dsc\\_0519\\_sepia.jpg](https://estanquillorcg.files.wordpress.com/2014/05/327f0-dsc_0519_sepia.jpg)
- Fig. 4.18** El jarabe de ultratumba. José Guadalupe Posada.....57  
Recuperado en: [http://www.artoftheprint.com/artistpages/posada\\_jose\\_guadalupe\\_eljarabeenultratumba.htm](http://www.artoftheprint.com/artistpages/posada_jose_guadalupe_eljarabeenultratumba.htm)
- Fig. 4.19** Diseño de imagen para las Olimpiadas en México de 1968.....58  
Recuperado en: [https://www.google.com.mx/search?hl=en-MX&biw=1366&bih=608&tbm=isch&sa=1&ei=WhmxW83vI47fwAK384OQAg&q=logo+olimpiadas+68&oq=logo+olimpiadas+68&gs\\_l=img.3..0i30k1I2j0i8i30k1j0i30k1I7.23764.29149.0.29316.24.18.2.1.1.0.491.2230.2-1j3j2.6.0....0...1c.1.64.img..16.7.1394...0.0.gK-GaGI GyBs#imgrc=mujYzPUe9U9DdM:](https://www.google.com.mx/search?hl=en-MX&biw=1366&bih=608&tbm=isch&sa=1&ei=WhmxW83vI47fwAK384OQAg&q=logo+olimpiadas+68&oq=logo+olimpiadas+68&gs_l=img.3..0i30k1I2j0i8i30k1j0i30k1I7.23764.29149.0.29316.24.18.2.1.1.0.491.2230.2-1j3j2.6.0....0...1c.1.64.img..16.7.1394...0.0.gK-GaGI GyBs#imgrc=mujYzPUe9U9DdM:)
- Fig. 4.20** Diseño de iconografía para la primera línea del metro en la Ciudad de México.....58
- Fig. 4.21** Ejemplo: diseño tipográfico.....60  
Recuperado en: <http://www.xprinta.com/wp-content/uploads/2015/12/como-identificar-una-tipografia-4.jpg>
- Fig. 4.22** Ejemplo: diseño tipográfico.....60  
Recuperado en: <https://i.pinimg.com/736x/dc/82/bc/dc82bce0431cba7e81652f8d93d24124.jpg>
- Fig. 4.23** Ejemplo: diseño tipográfico.....60  
Recuperado en: [http://adcv.org/wp-content/uploads/imagen\\_PPB-adcv.jpg](http://adcv.org/wp-content/uploads/imagen_PPB-adcv.jpg)
- Fig. 4.24** Ejemplo: diseño identidad corporativa. Son los atributos y valores que distingue a una marca o empresa de su competencia .....61  
Recuperado en: [http://st26.stpulschen.ru/images/product/101/629/727\\_big.jpg](http://st26.stpulschen.ru/images/product/101/629/727_big.jpg)
- Fig. 4.25** Es precisamente el “Branding”1 el encargado de desarrollar el proceso de construcción de una empresa. ....62  
Recuperado en: [http://www.zentra.com.pe/wp-content/uploads/2015/04/identidad\\_corporativa\\_creativa\\_5.jpg](http://www.zentra.com.pe/wp-content/uploads/2015/04/identidad_corporativa_creativa_5.jpg)
- Fig. 4.26** Cada manual tiene sus características específicas que corresponden a los diferentes rubros...62
- Fig. 4.27** Ejemplo: diseño editorial. Se enfoca en mantener una armonía entre el texto y gráficos.....63  
Recuperado en: <http://www.iprintartigrafiche.it/images/pieghevoli.jpg?crc=221044969>

## ÍNDICE DE IMÁGENES/ FOTOGRAFÍAS: CAPÍTULO 4

- Fig. 4.28** Al igual que el periódico y la revista sigue teniendo presencia en el público, el internet ha aumentado sus adeptos gracias a su versatilidad. ....64  
Recuperado en: <http://i.ebayimg.com/images/i/162272043495-0-1/s-l1000.jpg>
- Fig. 4.29** Portada de periódico digital El Universal.....65  
Recuperado en: <https://lh3.googleusercontent.com/-bNmOOnbJGUA/TW5kxatXUqI/AAAAAAAAA-MA/6OuLwVeBLnE/s1600/universal.jpg>
- Fig. 4.30** Los flyers se remontan a los inicios de la aviación cuando desde estos se esparcían desde los aires anuncios de diferentes productos y eventos.....65  
Recuperado en: <https://image.shutterstock.com/z/stock-vector-dance-party-poster-template-night-dance-party-flyer-club-poster-design-template-on-dark-colorful-405017731.jpg>
- Fig. 4.31** Los folletos pueden ser un medio tanto publicitario como informativo y dependerá del “target” para seleccionar el contenido y las fotografías. ....66  
Recuperado en: <http://www.iprintartigrafiche.it/images/pieghevoli.jpg?crc=221044969>
- Fig. 4.32** Ejemplo: Diseño de envase y embalaje ,(diseño de packaging).....67  
Recuperado en: <https://i.pinimg.com/originals/af/be/6f/afbe6f9ea7a5454cf4b72dbbe4333108.jpg>
- Fig. 4.33** Diseño de Packaging creativo en presentaciones individuales. ....68  
Recuperado en: [https://www.google.com.mx/search?sa=G&hl=en-MX&q=ice+cream+brrr&tbm=isch&tbs=simg:CAQSIQEJXWwJXgkxzgcaiQELEKjU2AQaAggVDAAsQslynCBpiCmAIAxlo7AmgEZE-KpxeiEagX5AyyBZ8X\\_1xCNNNeo0qifpNO49mzWaLOAr6DSOJxowqRBZ7LnlapgFSO1t40ErL-iQm-EVY-nr8fy\\_1399mCc9WUo5aWtZTnsSMX\\_1Nc3hXSGIAQMCxCOrv4IGgoKCAgBEgSJTJZcDA&-ved=0ahUKewiAwNu\\_sOPdAhVQK1AKHfyoB-wQwg4IKigA&biw=1366&bih=608#imgrc=pQGzJ-4J22etMuM:](https://www.google.com.mx/search?sa=G&hl=en-MX&q=ice+cream+brrr&tbm=isch&tbs=simg:CAQSIQEJXWwJXgkxzgcaiQELEKjU2AQaAggVDAAsQslynCBpiCmAIAxlo7AmgEZE-KpxeiEagX5AyyBZ8X_1xCNNNeo0qifpNO49mzWaLOAr6DSOJxowqRBZ7LnlapgFSO1t40ErL-iQm-EVY-nr8fy_1399mCc9WUo5aWtZTnsSMX_1Nc3hXSGIAQMCxCOrv4IGgoKCAgBEgSJTJZcDA&-ved=0ahUKewiAwNu_sOPdAhVQK1AKHfyoB-wQwg4IKigA&biw=1366&bih=608#imgrc=pQGzJ-4J22etMuM:)
- Fig. 4.34** Los pictogramas son signos que, a través de una figura o de un símbolo, permiten desarrollar la representación de algo.....69  
Recuperado en: [https://lh3.googleusercontent.com/TCqyNSB8jIRRPzJ8DKF\\_IlvoTKU\\_zl-CsXrLPh5NISPxi-wacD6kUqPlCHZUNqfWtK6vXdQ0=s170](https://lh3.googleusercontent.com/TCqyNSB8jIRRPzJ8DKF_IlvoTKU_zl-CsXrLPh5NISPxi-wacD6kUqPlCHZUNqfWtK6vXdQ0=s170)
- Fig. 4.35** Ejemplo: diseño de señalética de la vía pública. ....70  
Recuperado en: <http://infusiongrille.com/gallery/7.png>
- Fig. 4.36** Ejemplo: El término de multimedia hace referencia a cualquier objeto o sistema que utiliza múltiples medios de expresión físicos o digitales para presentar o comunicar información.....71
- Fig. 4.337** Ejemplo: diseño de página web .Busca que la navegación, interactividad y usabilidad cumplan con las necesidades del usuario. ....72
- Fig. 4.38** Los videos buscan mejorar la calidad en imagen y sonido adaptándose a los diferentes formatos digitales. ....72  
Recuperado en: <https://www.facebook.com/forummineirodoaudiovisual/photos/a.372248059566486.1073741827.372245489566743/454689541322337/?type=3>

## ÍNDICE DE IMÁGENES/ FOTOGRAFÍAS: CAPÍTULO 4

- Fig. 4.39** El uso de presentaciones es una estrategia laboral que muchas empresas utilizan. ....72
- Fig. 4.40** El uso de material didáctico audiovisual es un área que los diseñadores actualmente explotan con mayor frecuencia, gracias a su impacto comunicativo. ....73
- Fig. 4.41** El diseño de infografías cada vez se populariza más para transmitir información y mensajes de forma atractiva y concisa. ....74
- Fig. 4.42** Las infografías se pueden categorizar según su objetivo o las ventajas que se pretende obtener de ellas. ....75
- Fig. 4.43** Fotografía digital de autor, tema naturaleza.....76
- Fig. 4.44** Fotografía digital de autor.....76
- Fig. 4.45** Animación 3D, Cada vez más se implementa en video juegos, películas, efectos visuales y recorridos virtuales.....76  
Recuperado en : [https://cdn.line.do/uploads/561c7f74688b50057f16bf45\\_1444863493280\\_480.jpg](https://cdn.line.do/uploads/561c7f74688b50057f16bf45_1444863493280_480.jpg)
- Fig. 4.46** Ilustración digital, diseño de autor.Realizada en el programa de Adobe Ilustrador.....77
- Fig. 4.47** Pablo Picasso. Estudio de formas diferentes del toro.Estilización.....77  
Recuperado en: <https://hominumsensus.wordpress.com/2017/09/04/abstraccion/>
- Fig. 4.48** Colores luz, son los empleados en monitores o versiones digitales. ....78  
Recuperado en : [https://tiposformales.files.wordpress.com/2010/09/023\\_nn\\_clarendon.jpg](https://tiposformales.files.wordpress.com/2010/09/023_nn_clarendon.jpg)
- Fig. 4.49** CMYK, por sus siglas en inglés, Cian, Magenta, amarillo y negro. ....78  
Recuperado en : <http://katiehiatt.com/wp-content/uploads/2016/08/3.jpg>
- Fig. 4.50** La psicología del color es aplicable a una infinidad de disciplinas, como lo es la arquitectura o el diseño de interiores. ....79  
Recuperado en : <http://architizer-prod.imgix.net/mediadata/projects/492011/56769c15.jpg?q=60&auto=format,compress&cs=strip&w=1680>
- Fig. 4.51** Se puede hacer un diseño creativo y funcional manejando los distintos pesos de una misma tipografía, por lo tanto hará un contraste. ....80  
Recuperado en : <https://i.pinimg.com/736x/bc/18/09/bc180904691e5530259b11983318b1a3.jpg>
- Fig. 4.52** Tipografía serif, es decir por lo remates en sus terminaciones. ....80  
Recuperado en : <https://i.pinimg.com/736x/bb/65/22/bb652242773ba8fbb69a4dfc5a8acd25--social-media-vs.jpg>
- Fig. 4.53** Tipografía sans serif,por no tener terminaciones en sus fustes.....80  
Recuperado en: <https://cmkt-image-prd.global.ssl.fastly.net/0.1.0/ps/68180/1160/772/m1/fpnw/wm0/1-.png?1390732137&s=87f49ce495a18a26099f52831b3a6f10>



## ÍNDICE DE IMÁGENES/ FOTOGRAFÍAS: CAPÍTULO 6

Luz del Carmen Vilchis Esquivel .....101  
Recuperado en: <http://imagenes.universia.net/gc/net/interviews/2016/10/9/fotoyotanis1-1145908.jpg>

Bruno Munari .....102  
Recuperado en : <https://static1.squarespace.com/static/5372d23ee4b0875c41445bd4/53a0fbe6e-4b017961ee240f6/53a0fc1de4b063c45914374d/1403059230831/BRUNO-MUNARI1.jpg?format=1000w>

