

U.D. DISEÑO GRÁFICO

Expresión Artística

4º ESO

1. ÁREAS Y FINALIDADES DEL DISEÑO GRÁFICO

Los diseñadores gráficos son profesionales cualificados que ponen al servicio de particulares y de empresas sus ideas, las transforman en diseño reales y mediante su divulgación buscan conectar con el público al que están destinadas. El interés y el impacto de un diseño gráfico reside en la **combinación de los signos, imágenes y tipografías**. La disposición y estructuración de estos elementos en el espacio, que juegan con el color y las cualidades de los soportes, dota a estos diseños de claridad y de fuerza.

A continuación se muestran dos ejemplos de diseños publicitarios realizados sobre productos similares. Observa cómo las técnicas y recursos empleados, así como el gusto estético, han evolucionado a lo largo de los años y han condicionado los resultados.



Cartel anunciador de los Juegos Olímpicos de 1920

El original de este cartel publicitario se realizó en la primera mitad del siglo XX. Estaba realizado con témperas de forma artesanal.



Cartel anunciador de los Juegos Olímpicos de 2016

Este cartel, a diferencia del anterior, está realizado con recursos fotográficos y tecnología digital. La tipografía ha evolucionado y todo se destaca con una mayor claridad.

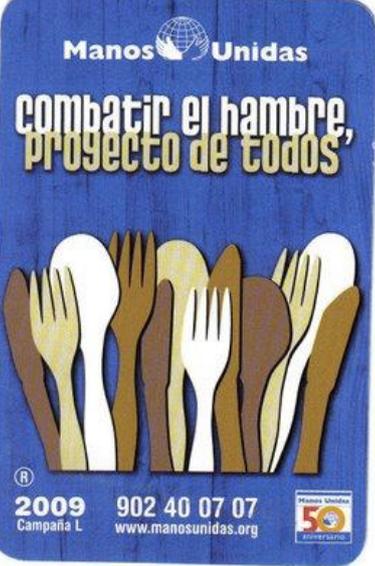
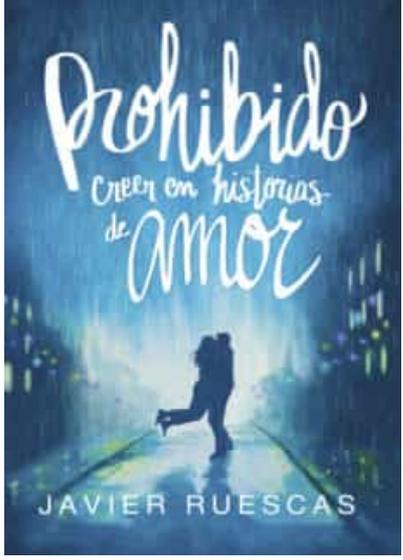
Áreas de aplicación del diseño gráfico

Las áreas de aplicación del diseño gráfico son diversas, y continuamente se producen cambios e innovaciones ante las nuevas necesidades que se demandan. En el siguiente cuadro puedes ver una clasificación de las principales áreas de aplicación del diseño gráfico.

Áreas del diseño gráfico	Imagen corporativa	Logotipos, símbolos, marcas.
	Empaquetado	Etiquetas, envases, papelería, cajas, embalajes.
	Comunicación visual	Señalizaciones, pictogramas.
	Diseño editorial	Libros, revistas, periódicos, carátulas.
	Tipografía	Fuentes tipográficas.
	Diseño publicitario	Anuncios, carteles, folletos, catálogos, tarjetas.
	Diseño de espacios	Telones, stands, expositores.
	Diseño web	Páginas web.
	Diseño multimedia	Vídeo, animación, interactivos, imágenes 3D.

Finalidades del diseño gráfico.

El diseño gráfico ha de atender a las demandas de los diferentes campos de aplicación que abarca. Entre sus **finalidades** destacan:

<p>Vender es la finalidad de folletos, catálogos, anuncios y carteles publicitarios de productos o servicios.</p>	<p>Avisar es la de los mensajes de texto y algunas señales indicativas.</p>	<p>Indicar, la de los pictogramas de señalización pública en espacios abiertos o cerrados.</p>
		
<p>Convencer o informar, la de campañas de concienciación, generalmente de servicios u organismos públicos.</p>	<p>Anunciar es la finalidad de carteles sobre diferentes campañas o eventos.</p>	<p>Expresar ideas, como hace el diseño decorativo y de investigación y las editoriales.</p>
		

Puedes ver el siguiente video para obtener más información sobre [¿Qué es el diseño gráfico?](#)

2. LA IMAGEN CORPORATIVA DE EMPRESA

Una de las finalidades fundamentales de una empresa es dar a conocer los productos que fabrica o distribuye y los servicios que oferta. Para ello utiliza signos distintivos que la diferencian de otras empresas. Estos signos son la marca o logotipo, la identidad corporativa y la imagen global.

La marca y su evolución estética.

La **marca** es la imagen de identificación adoptada por las empresas para diferenciar sus productos y distinguirse de otras empresas.

El desarrollo de la marca tuvo un gran impulso con la Revolución Industrial del s. XIX y con el nacimiento de la producción seriada y masiva de productos. Pero los distintivos o señales de identidad existen desde la Antigüedad, ya que los artesanos marcaban sus trabajos y los comerciantes, sus productos.

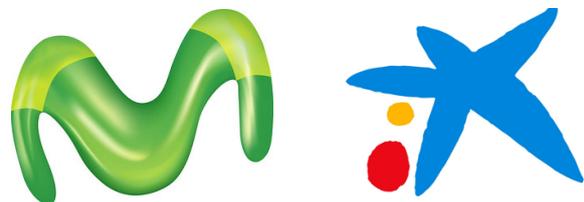
Las marcas industriales de finales del siglo XIX y primera mitad del siglo XX mostraban imágenes realistas y elaboradas, que requerían en la mayoría de los casos de los servicios de un especialista: ilustradores y /o rotulistas. Observa cómo la estética de estas imágenes y su tipografía se encuentra muy alejada de la geométrica y simbolismo de los diseños actuales.

Puedes ver ejemplos en el siguiente video:
[El arte del cartel del siglo XIX](#)



En la actualidad las marcas o distintivos de empresa se han simplificado hasta llegar, generalmente, a una imagen abstracta. Con la economía de datos visuales se pretende que el mensaje sea más funcional y directo, de forma que favorezca la retentiva visual.

Observa la simplicidad y dinamismo de algunas marcas actuales, debido fundamentalmente a la sencillez de las formas y al alegre colorido de sus logotipos.



Logotipos de empresas actuales



Logotipos de cadenas de televisión

En esta ilustración puedes ver la transformación sufrida por la marca de un empresa desde su inicio hasta la actualidad, adaptándose a los criterios de funcionalidad y economía de la imagen. Como puedes comprobar, la imagen actual es la que está más sintetizada.



Identidad corporativa

La **identidad corporativa** de una empresa hace referencia a los aspectos visuales de la imagen corporativa.

Incluye un **logotipo**, que es la firma de una empresa, asociación, etc., con el que se pueden representar y que se puede aplicar en toda clase de material. Es clave en la identidad visual de la empresa y factor determinante en su éxito en el mercado.

En un logotipo se diferencian dos entes:

El **icono (isotipo)**: es el símbolo visual gráfico.

El **nombre (logotipo)**: es la representación fonética de la marca.



Reebok

Puedes obtener más información en el siguiente video sobre [¿Qué es un logotipo?](#)

Y una serie de **elementos de soporte** en los que el diseñador gráfico aplicará una determinada paleta de colores, una tipografía y una organización espacial que faciliten el reconocimiento de la marca a través de todas sus manifestaciones.

Los soportes habituales de una imagen de empresa son:

- **Empaquetado:** etiquetas, envases, bolsas y embalajes.
- **Cartelería:** rótulos y carteles.
- **Señalizaciones internas:** anuncios. Indicadores, etc.
- **Material de oficina y correspondencia:** carpetas, blocs de notas, bolígrafos, sobres, papeles, carátulas de fax, tarjetas de visita, etc.



La **imagen global** de una empresa, además de la identidad corporativa, incluye el diseño de ambientes y estructuras físicas, así como de las funciones, las decisiones y las actuaciones de empresa, según una estrategia muy planificada.



Ejemplo de empresa con un diseño de ambiente estandarizado.

La mayoría de diseños de logotipos están basados en figuras geométricas:



Es fundamental también la tipografía utilizada y los colores.

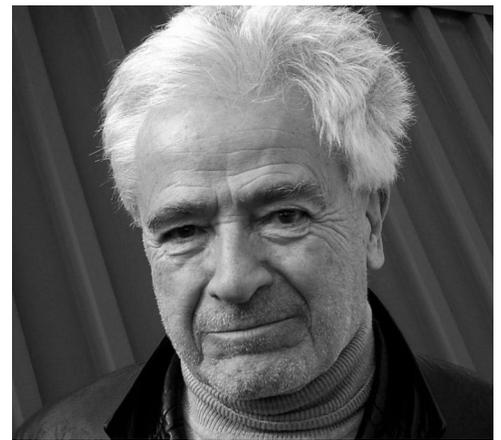
En el siguiente video puedes conocer el [significado del color para la creación de logos](#).



EL HOMBRE QUE DISEÑÓ ESPAÑA. José María Cruz Novillo

El maestro del diseño español, autor de los logotipos del PSOE, Correos, Renfe, Repsol entre otros, trabaja "día y noche" a sus 84 años. Su obra contribuyó a la modernización del país.

El autor de todas estas identidades corporativas es José María Cruz Novillo (Cuenca, 1936), diseñador gráfico, escultor y artista plástico con más de cinco décadas de trayectoria. Conocer su trabajo –atemporal y con una poderosa capacidad de comunicación y conexión con el espectador– se hace imprescindible para todo diseñador contemporáneo. Hoy hacemos un recorrido por su obra, un importante legado gráfico que funciona como una fuente de inspiración para jóvenes y no tan jóvenes.



Logotipos diseñados por José María Cruz Novillo

Es uno de los grandes pioneros del diseño gráfico en España. En activo desde los años 50, su trabajo configura un importante corpus que ha contribuido a la transformación de la industria gráfica española, especialmente en el área de la identidad corporativa.

'Diseñar es crear' ha sido su máxima a lo largo de su amplia carrera. Quizás por ello, y con el fin de trazar un discurso propio dentro del gran universo gráfico, desde hace décadas Cruz Novillo se ha servido del apoyo de la geometría más básica, especialmente el círculo y el cuadrado, que en sus manos han ido adquiriendo nuevas variantes, formas y significados. Así, a través de toda su obra, tanto en el apartado gráfico como en el ámbito de la escultura y como artista plástico, esas figuras básicas se han ido transformando en cilindros, prismas o esferas con un elevado potencial comunicativo.

Carteles de cine, cine de arte y diseño.



José María Cruz Novillo diseñó bastantes carteles promocionales de películas que realizó para los más prestigiosos cineastas del país entre los años 1964 y 2001. Novillo ha trabajado para Carlos Saura, Luis G. Berlanga, Víctor Erice, Montxo Armendáriz, o Fernando León de Aranoa entre otros.

Otro de sus trabajos memorables es la creación de los diseños de los billetes de pesetas. En 1978, el **Banco de España** le encarga uno de los trabajos más memorables y que sin duda dejaron una importante huella en la historia de España, el diseño de los billetes de 200, 500, 1.000, 2.000, 5.000 y 10.000 pesetas, y que estuvieron en circulación hasta la llegada del euro en el año 2000. La aportación de este diseño permitió **modernizar el papel moneda y crear una coherencia visual** y gráfica entre los distintos billetes emitidos, además se redujo y se normalizó su tamaño.



Billete de 1000 pesetas (6 €)

En el anverso figuraba el retrato del escritor Benito Pérez Galdós.

La imagen dedicada a Canarias en su reverso, muestra los Roques de García, destacando la silueta del Roque Cinchado y el pico del Teide al fondo. Se emitió entre los años 1982 y 1987. El tamaño era de 75 × 138 mm. Hasta el año 1992 no se editó una nueva serie con imágenes distintas en conmemoración del V Centenario del Descubrimiento de América.



Billete de 10000 pesetas (60 €).

En el anverso figuraba el retrato del actual Rey emérito Juan Carlos I y en el anverso, su hijo, el actual Rey Felipe VI. Se emitió entre los años 1982 y 1987.

3. DISEÑO DE EMBALAJES

El empaquetado de un producto incluye etiquetas, envases, bolsas y embalajes. Son los soportes habituales de una imagen de marca y participan de la identidad corporativa de una empresa, por lo que las mismas dan gran importancia a la forma de presentar sus productos ante el consumidor.

El empaquetado de los productos que consumimos responde a un proceso de diseño. Cristal, cartón, papel impermeabilizado o no impermeabilizado, plástico o aluminio suelen ser los materiales utilizados.



Observa distintos tipos de empaquetados, los hay frágiles o duros, transparentes u opacos, de plástico o de cristal. Las cualidades del producto a contener condicionan su envasado, y todos tienen en común que la imagen de la marca ha de ser visible y con la información que se considera necesaria para el consumidor. Los fabricantes saben que, en ocasiones, la elección de un producto está condicionada por el diseño de su recipiente o embalaje.

3.1.PACKAGING

¿Qué es el packaging? En su definición más estricta vendría a ser la ciencia, el arte y la tecnología de inclusión o protección de productos para la distribución, el almacenaje, la venta, y el empleo.

No obstante, el packaging tiene como objetivo primario de atraer la atención de los clientes y ser la principal ventana de comunicación hacia el consumidor. La presentación de un producto es fundamental, tanto, que puede determinar que el producto sea un éxito... o un fracaso. Por mucha publicidad que haga, y por mucho que su producto sea superior, el consumidor decide qué compra cuando está delante del producto, y en ese momento lo único que ve es la etiqueta, la caja, el envase con que lo presenta.

Un buen packaging es quizás el elemento que hace más perdurable la imagen de marca de un determinado producto. Aspectos como lo funcional, lo reutilizable que sea y que su diseño sea atractivo son esenciales para que el envase se convierta en un valioso añadido al producto final.

Este es el momento de establecer una comunicación directa con el consumidor, de mandarle un mensaje que le ayude a decidir en el instante crucial.

El packaging también se refiere al proceso de diseño, evaluación, y la producción de paquetes. Puede ser también descrito como un sistema coordinado de preparar mercancías para el transporte, el almacenaje, la logística, la venta y el empleo final por parte del cliente.

Para diseñar un embalaje hay que **tener muy en cuenta el producto para el que se diseña el packaging**. Las recomendaciones de la empresa deben ser seguidas con atención y valorar ciertos aspectos a la hora de diseñar:

- **Diseño de identidad.** Marca, logotipo de la compañía y otros elementos distintivos como puede ser el color corporativo, el estilo gráfico utilizado por la empresa, etc.
- **Diseño emocional.** Los colores y las formas también tienen la función de atraer la atención del cliente para lo que hay que desarrollarlas atendiendo a criterios de marketing.
- **Diseño de la información a contener.** El envase refleja gran cantidad de información sobre su contenido, ingredientes, origen, utilidad, instrucciones de uso, etc.



Miel de Klein Constantia Farm de AT/Pace.



Mermelada de piña 'La Vieja Fábrica'.



Mermelada de fresa 'La Vieja Fábrica'.



Funda de sandwich anti-robot. Asquerosamente efectivo, no falla.



Auriculares diseñados por Corinne Pant.

El diseño de envases tiene una doble faceta: **diseño gráfico y diseño estructural**.

El **diseño gráfico** comprende:

- Diseño de identidad. Marca, logotipo de la compañía y otros elementos distintivos como puede ser el color corporativo, el estilo gráfico utilizado por la empresa, etc.
- Diseño emocional. Los colores y las formas también tienen la función de atraer la atención del cliente para lo que hay que desarrollarlas atendiendo a criterios de marketing.
- Diseño de la información a contener. El envase refleja gran cantidad de información sobre su contenido, ingredientes, origen, utilidad, instrucciones de uso, etc.

Para desarrollar la **estructura del envase** hay que tener en cuenta:

- El producto que va a contener.
- Su naturaleza (composición).
- Su tamaño y forma.
- Su peso y densidad.
- Su fragilidad o resistencia.
- Su comportamiento ante cambios de humedad, presión, temperatura, etc.
- Su forma de presentación: líquido, en polvo, en tabletas, etc.



Aunque el diseño de un envase se realiza sobre una superficie plana, todos los envases son finalmente formas volumétricas, por lo que los diseñadores suelen elaborar maquetas tridimensionales que se presentan a los clientes para que visualicen mejor el posible acabado del producto.

Para esto resulta muy conveniente conocer los **desarrollos de cuerpos geométricos sobre el plano**. Estos desarrollos consisten en el trazado de la superficie del cuerpo extendido sobre un plano.



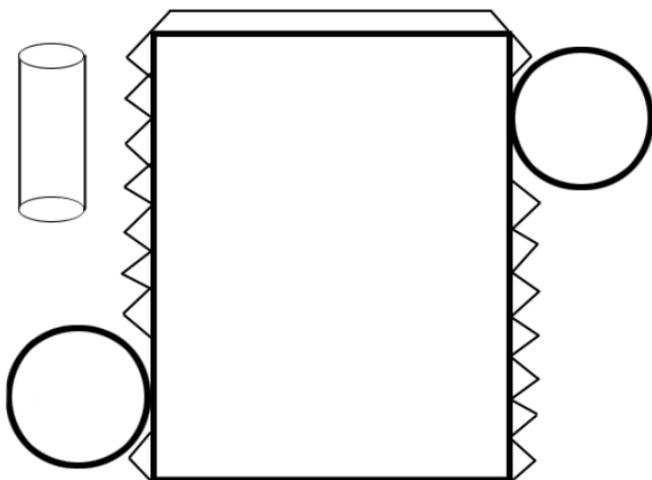
En la fotografía puedes ver el desarrollo del envase de un producto de cartón abierto y extendido. Además, combina su imagen de marca con colores y textos para presentarlo como un producto comercial.

A continuación, puedes ver el desarrollo de cuerpos redondos y de poliedros aplicados a diferentes envases de productos.

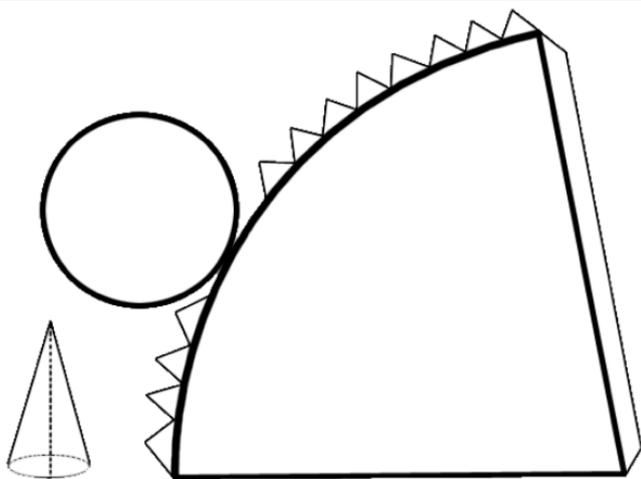
Desarrollo de cuerpos redondos

Los cuerpos redondos (cilindro y cono) se obtienen al girar una superficie plana alrededor de un eje, situado en el mismo plano.

DESARROLLO DEL CILINDRO



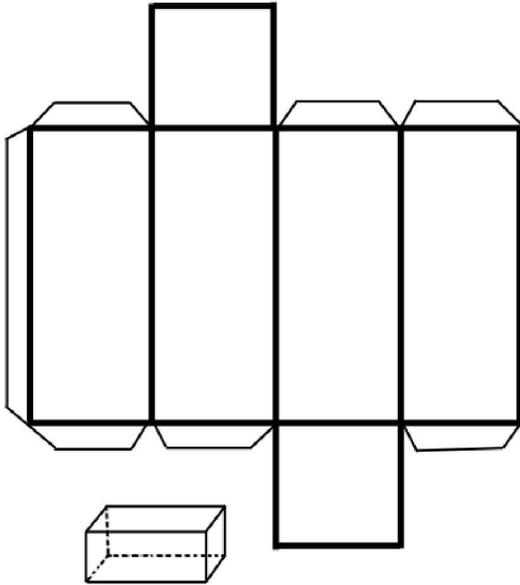
DESARROLLO DEL CONO



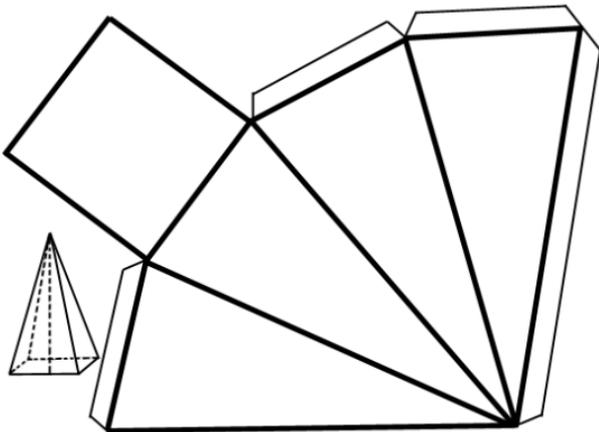
Desarrollo de poliedros

Se llama poliedro (prisma y pirámide) al cuerpo geométrico limitado por cuatro o más polígonos.

DESARROLLO DEL PRISMA CUADRANGULAR



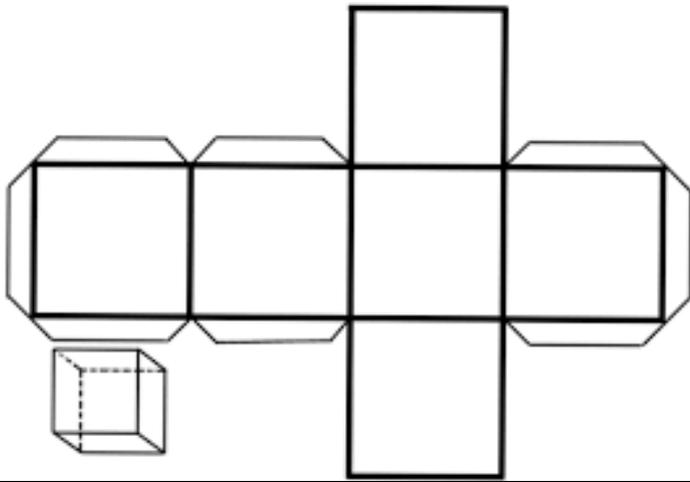
DESARROLLO DE LA PIRÁMIDE



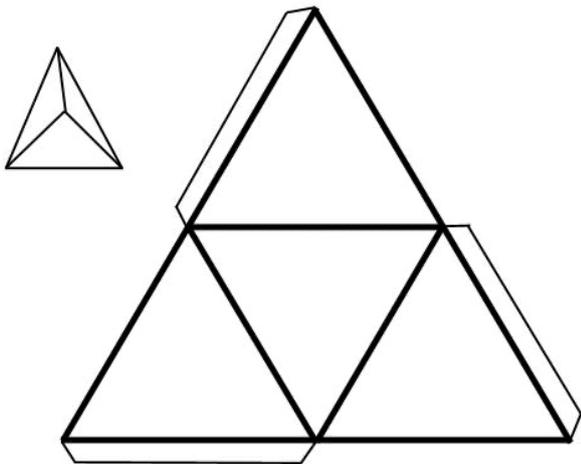
Los poliedros regulares (hexaedro o cubo, tetraedro, octaedro, dodecaedro e icosaedro) son aquellos cuyas caras son polígonos regulares, de modo que en cada vértice concurren el mismo número de caras.

DESARROLLO DE POLIEDROS REGULARES

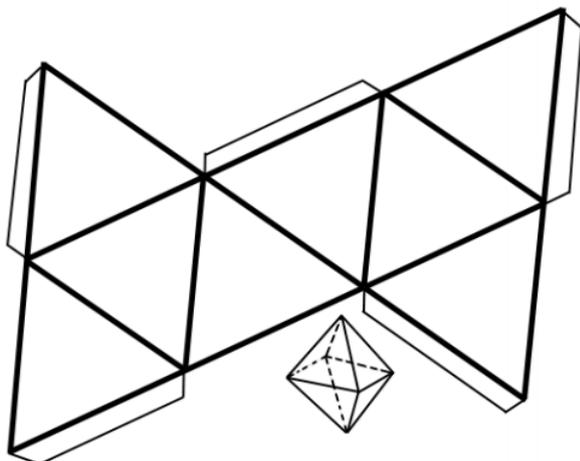
DESARROLLO DEL HEXAEDRO

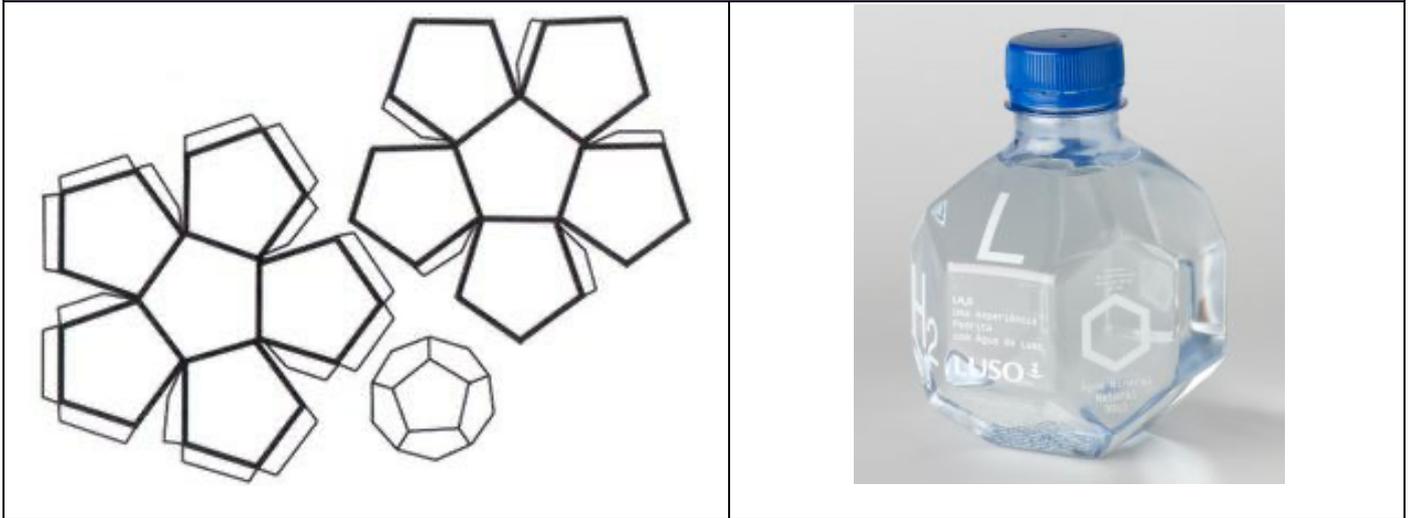


DESARROLLO DEL TETRAEDRO



DESARROLLO DEL OCTAEDRO





4. DISEÑO DE LOGOTIPOS: ESPIRALES, ÓVALOS Y OVOIDES.

Para analizar o realizar el dibujo de marcas o logotipos geométricos es necesario conocer las posibilidades que brindan las formas básicas del diseño, como el triángulo, el cuadrado y la circunferencia.

Pero existen otras estructuras que se adaptan perfectamente a la tendencia estética actual del diseño de logotipos, como las llamadas curvas técnicas: espirales, óvalos y ovoides.

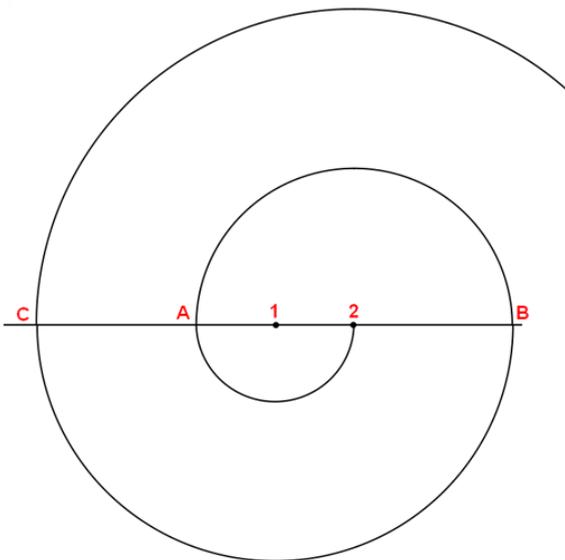
Observa en las siguientes imágenes ejemplos de logotipos de empresas que emplean en su diseño algunas de las formas geométricas citadas.



Espirales

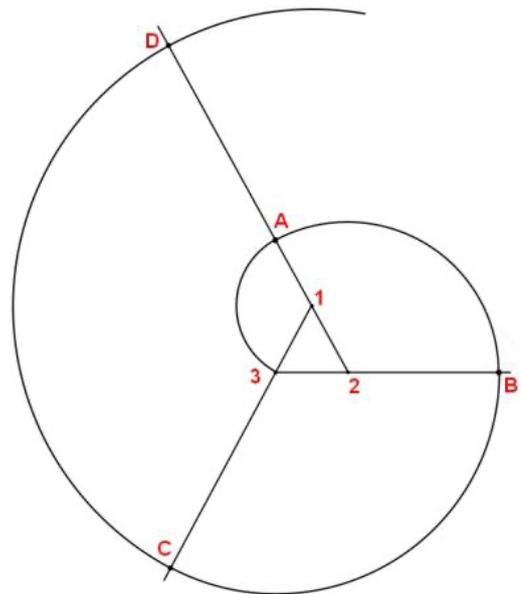
La espiral es una curva plana que se desarrolla en forma continua en torno a un núcleo central. Las espirales de centros se dibujan trazando arcos de circunferencia, con centros que van recorriendo cíclicamente los extremos de un segmento (espiral de dos centros) o los vértices de un polígono regular (espirales de tres, cuatro y seis centros).

Espiral de dos centros



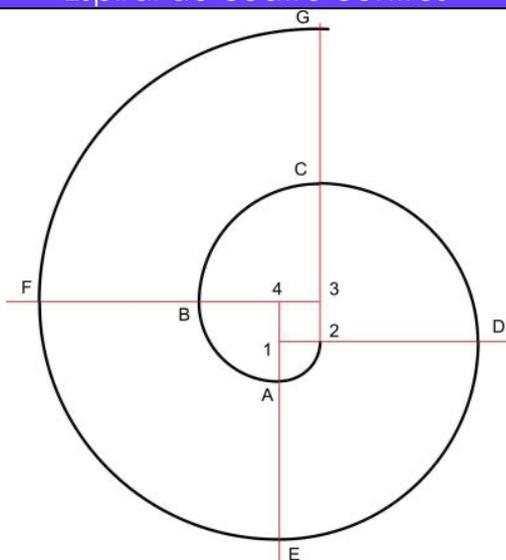
Explicación de su construcción en el siguiente enlace:
<https://www.youtube.com/watch?v=teCQ9vG6Aek>

Espiral de tres centros



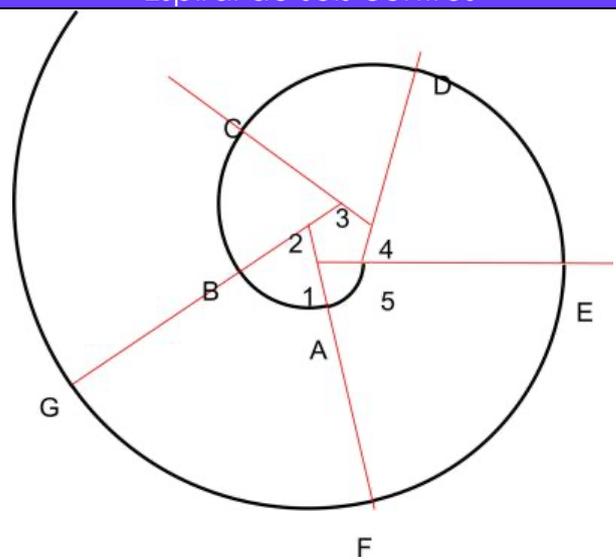
Explicación de su construcción en el siguiente enlace:
<https://www.youtube.com/watch?v=mqbmFi-hiu8>

Espiral de cuatro centros



Explicación de su construcción en el siguiente enlace:
https://www.youtube.com/watch?v=_8gi36UdF1s

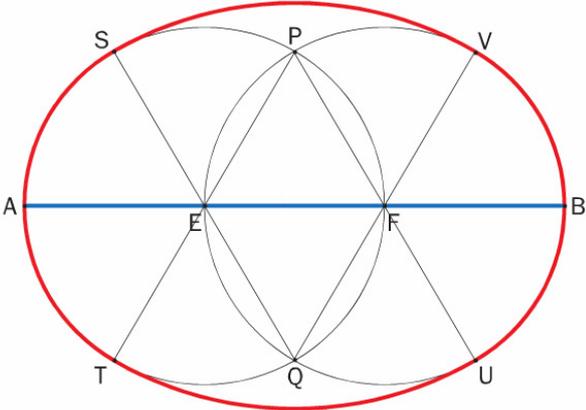
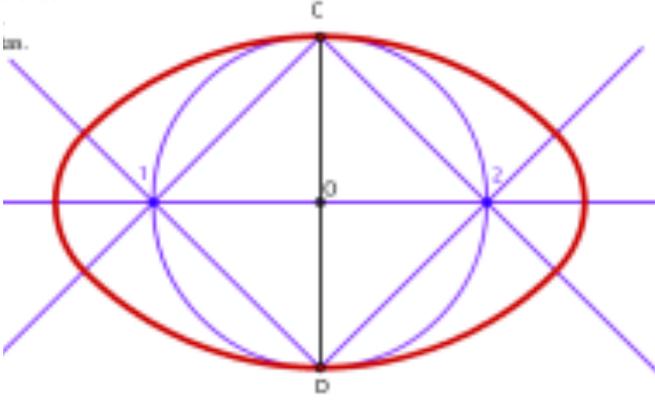
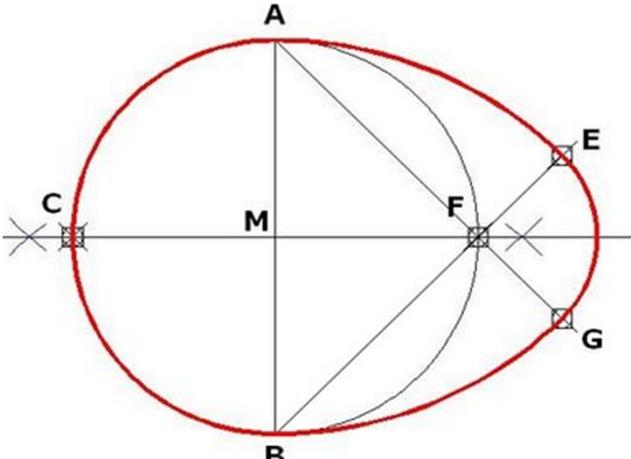
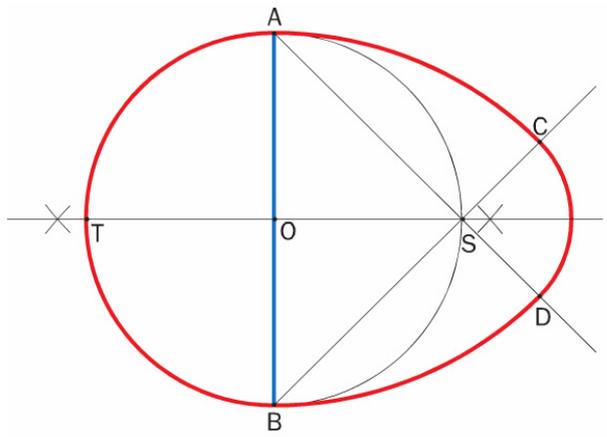
Espiral de seis centros



Explicación de su construcción en el siguiente enlace:
https://www.youtube.com/watch?v=9B5C8tk_1AE

Óvalos y ovoides

Los óvalos y ovoides son curvas planas con simetría axial, formadas por enlaces de arcos de circunferencia.

TRAZADO DEL ÓVALO CONOCIDO EL EJE MAYOR	TRAZADO DEL ÓVALO CONOCIDO EL EJE MENOR
	
<p>Explicación de su construcción en el siguiente enlace: https://www.youtube.com/watch?v=Xv_xYp6T7HY</p>	<p>Explicación de su construcción en el siguiente enlace: https://www.youtube.com/watch?v=JyZgCNZshww</p>
TRAZADO DEL OVOIDE CONOCIDO EL EJE MENOR	TRAZADO DEL OVOIDE CONOCIDO EL EJE DE SIMETRÍA
	
<p>Explicación de su construcción en el siguiente enlace: https://www.youtube.com/watch?v=fB-yPE3eVqg</p>	<p>Explicación de su construcción en el siguiente enlace: https://www.youtube.com/watch?v=BMFLq4_i_W4</p>