

“Las ideas y conclusiones aportadas en el trabajo de grado [gráficaexpuesta](#) galería virtual, son responsabilidad exclusiva de la autora Artículo 1 del acuerdo No 324 de octubre 11 de 1966, emanado del honorable consejo directivo de la **Universidad de Nariño**”

# Nota de aceptación

---

---

---

---

---

# Resumen

[graficaexpuesta](#) se desarrollará como un espacio cultural alternativo que da cabida y oportunidades a nuevos diseñadores gráficos, nuevas ideas y nuevas formas de divulgación del diseño y la cultura, se presenta como un proyecto sin ánimo de lucro abierto a todos aquellos creativos que quieran difundir su trabajo más allá del espacio académico además de promocionar del talento del diseñador gráfico nariñense.

El uso de nuevas tecnologías para la comunicación unidas al diseño gráfico, hará posible que cualquier persona, ubicada en cualquier punto del mundo, ingrese a este espacio, permitirá interactuar con un cúmulo de datos, información e imágenes atractivas que incluso en algunos casos tal vez no se logre en una visita real. La galería de exposición virtual se implementará con un costo significativamente menor ya que se accederá a través de internet y su montaje no implicara los mismos gastos de una galería de exposición física, además de solucionar problemas de logística presentados en este tipo de eventos dentro de la universidad.

# a b s t r a c t

virtual gallery [gráficaexpuesta](#) Bets on new structural and conceptual challenges in the field of audiovisual communication. Is a product of digital graphic design web and new technologies of communication that draws from the prolific work of graphic design students, their function is to systematize, exhibit through virtual brochures, exhibitions and graphic resume half as the Internet. virtual gallery [gráficaexpuesta](#) addresses a particular topic in the new museum and the role of a graphic designer in the field of creative graphic conservatorship.

[gráficaexpuesta](#) galería virtual le apuesta a nuevos retos estructurales y conceptuales dentro del campo de la comunicación audiovisual. Es un producto de diseño gráfico digital web y nuevas tecnologías de la comunicación que se nutre de la prolífica obra de los estudiantes de diseño gráfico, su función es sistematizar, exhibir a través de folletos virtuales, exposiciones colectivas y hojas de vida gráficas en un medio como el internet. [gráficaexpuesta](#) galería virtual aborda un tema en particular el de la nueva museología y el papel del diseñador gráfico en el campo de la curaduría gráfica creativa.

**Titulo:** gráficaexpuesta

**Tema:** Diseño Web Editorial de una galería virtual de exposiciones para el programa de diseño de la Universidad de Nariño.

**Área de diseño:** Diseño gráfico digital

Trabajo de grado como requisito para optar el título de diseñadora gráfica.

**Estudiante:** Aylén A. Pabón.

**Asesor:** Omar Franco

Universidad de Nariño

Facultad de Artes

Departamento de diseño

Diseño gráfico

San Juan de Pasto, 2010

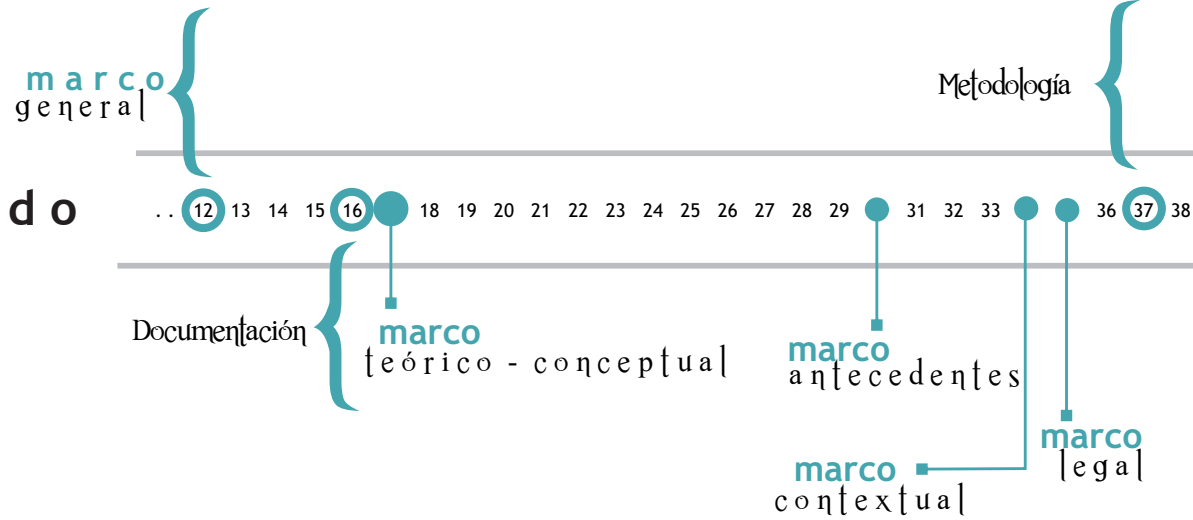




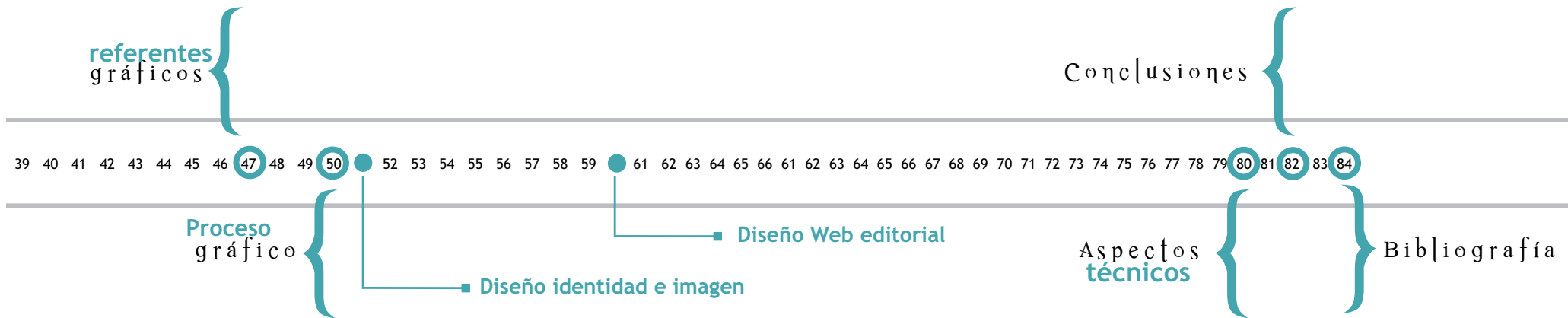
el lado virtual de los gráficos

# gráfica expuesta

## Contenido









# gráfica expuesta

## Introducción

**gráficaexpuesta** galería virtual le apuesta a nuevos retos estructurales y conceptuales dentro del campo de la comunicación audiovisual. Es un producto de diseño gráfico digital web y nuevas tecnologías de la comunicación que se nutre de la prolífica obra de los estudiantes de diseño gráfico, su función es sistematizar, exhibir a través de folletos virtuales, exposiciones colectivas y hojas de vida gráficas en un medio como el internet.

**gráficaexpuesta** galería virtual aborda un tema en particular el de la nueva museología y el papel del diseñador gráfico en el campo de la curaduría gráfica creativa.

# 1.

## marco general

### 1.1 Título

**gráficaexpuesta** - galería virtual

### 1.2 Tema

Diseño Web editorial de una galería virtual de exposiciones para el programa de Diseño gráfico de la Universidad de Nariño.

### 1.3 Formulación del problema de diseño

¿Cómo intervenir gráficamente una galería virtual de exposiciones para el programa de Diseño gráfico de la Universidad de Nariño?

### 1.4 Descripción del problema

Es necesaria la intervención del diseño gráfico en el contexto virtual de la universidad de Nariño, y el abordar proyectos que solucionen problemas comunicacionales y de proyección del diseño desde el espacio universitario

Los estudiantes del programa de diseño gráfico de la Universidad de Nariño son generadores de una gran producción gráfica, estos productos originales son el resultado de la investigación y experimentación en los distintos campos del diseño gráfico dentro de la academia, parte de esta producción gráfica se ha presentado en algunas exposiciones temáticas, realizadas por docentes a cargo de talleres de diseño, y en diferentes espacios como el Centro Cultural Palatino, Centros Comerciales y el Hall de la Facultad de Artes, cabe resaltar que las pocas exposiciones que se han llevado a cabo tuvieron mucho éxito, contaron con gran afluencia de público, aportaron una gran carga visual, conceptual y estética, además de contribuir desde la academia a la cultura del diseño en la región.

Aunque estas exhibiciones fueron exitosas es importante mencionar algunos inconvenientes que presentan este tipo de muestras gráficas dentro de la universidad.

#### El lugar de exhibición

La Universidad de Nariño brinda la posibilidad de disponer del Centro Cultural Palatino, y el Hall de la Facultad de Artes, lastimosamente este tipo de espacios solo ofrecen una exhibición tipo temporal.

### La búsqueda de un espacio adecuado

Dentro del programa de diseño gráfico de la Universidad de Nariño, se generan proyectos de tipo exhibición colectivo audiovisual y de instalación, estos eventos requieren la exhibición en espacios acordes, en la Facultad de Artes actualmente se dispone de cuatro salas físicas de audiovisuales además de un lugar que facilita a los estudiantes el prestamos de materiales técnicos, tales como video beam, parlantes, computadores etc, pero la cantidad de estos materiales y su disponibilidad, hace que su adquisición pase por tramites de reservas, solo para algunos estudiantes y por pocas horas, limitando a breves minutos la visualización de este tipo de exhibiciones y manteniendo un grado de recordación solo para sus propios autores.

### Trámite de permisos.

Teniendo en cuenta el campo temático abordado dentro de las áreas del diseño y el aporte a la región, se ha visto la necesidad de hacer exposiciones fuera de las instalaciones de la Universidad de Nariño, e involucrar a otro tipo de público, esto conlleva a algunos tramites legales y de manejo de espacio publico.

### Cruce con exhibiciones de otras carreras.

La mayor producción de material grafico dentro del programa de diseño de la Universidad de Nariño, se genera al final de cada semestre, y teniendo en cuenta que dentro de la facultad de artes las carreras como arquitectura, diseño industrial, artes visuales, exponen sus proyectos finales en las mismas fechas y en el mismo

espacio “el hall de facultad de artes”.

El manejo del espacio se presenta como un problema a la hora de realizar instalaciones por parte de los estudiantes quienes se ven obligados a ubicarse en cualquier lugar y de cualquier forma.

### Manejo del material de exposición.

Después de cada exhibición llevada a cabo en los talleres de diseño, mucha de la producción gráfica que se ha exhibido por breves minutos, en ocasiones registrada fotograficamente realizado por los docentes a cargo del taller, ya que les facilita el analisis de las piezas y su correcta calificación, despues de la exhibición ante el docente, algunas de las piezas son guardadas por sus autores y otras en cambio desechadas o abandonadas.

### Costos de exhibición.

El montaje de una exhibición de trabajos de diseño requiere recursos económicos para la difusión, instalación, el lanzamiento y adecuación de la exposición, factores que garantizan el éxito de este tipo de eventos. Cuando los estudiantes diseño grafico de la universidad de Nariño realizan muestras de trabajo, además de invertir en la impresión y montaje de sus piezas, se ven en la necesidad de contribuir económicamente para un montaje colectivo, de parte de la universidad hay un aporte desde el Centro de Publicaciones CEPUN, oficina que promocionan el servicio de impresión de algunas piezas promocionales.

# objetivos

comunicacionales

## General

Aplicar conceptos del diseño gráfico digital en la creación de una galería virtual de exposiciones para el programa de Diseño gráfico de la Universidad de Nariño.

## Específicos

Usar la comunicación visual y el manejo de herramientas tecnológicas para el diseño digital e interactivo de **gráficaexpuesta**.

Realizar una curaduría creativa de la producción gráfica de los estudiantes del programa de diseño gráfico de la Universidad de Nariño.

Construir gráficamente **gráficaexpuesta** **galería virtual** a través del diseño de interfaces o folletos digitales temáticos que interactúen con un claro código de comunicación entre la galería, la pieza expuesta y el espectador.

Fomentar a través de **gráficaexpuesta** **galería virtual**, el uso y registro de hojas de vida gráficas de los estudiantes de diseño gráfico de la Universidad de Nariño.

Preservar el acervo gráfico de los estudiantes de diseño a través de un soporte digital permanente.

## Justificación

La construcción visual de **gráficaexpuesta** como una **galería virtual** acusa la necesidad de investigar y aplicar conceptos claros de diseño gráfico digital, diseño web editorial y de herramientas TIC's, con el fin de apostarle a la creación de un producto de diseño integral estético y funcional que brinde un aporte social y contribuya a las nuevas formas de divulgación de la cultura, el diseño y la educación en la región.

Combinar el diseño gráfico con las nuevas tecnologías de la comunicación brinda un comportamiento diferente a la acción del diseño en el nuevo campo de lo virtual ya que la construcción visual de **gráficaexpuesta**, tendrá implícito dentro de su diseño de interfaces visuales, el concepto de folletos digitales o colecciones gráficas como un nuevo código de comunicación que permite la interactividad entre la galería virtual, la pieza expuesta y el espectador.

La universidad de Nariño, cuenta con un espacio de difusión en internet, el portal de la Universidad de Nariño Virtual que actualmente es uno de los pio-

neros en desarrollar proyectos relacionados con las nuevas tecnologías de la información en la región, [www.udenarvirtual.edu.co](http://www.udenarvirtual.edu.co), se presenta al público cibernauta a través de entornos virtuales sencillos, **gráficaexpuesta galería virtual** hará parte de este entorno virtual, y contribuirá de paso a generar conciencia de la importancia del diseñador gráfico en diseño visual de este tipo de ambientes virtuales, desde el campo del diseño gráfico digital web se intentará generar entornos más interactivos, amigables y funcionales al público visitante.

El montaje de **gráficaexpuesta** tendrá un costo significativamente menor ya que se alojara en internet a través de la universidad de Nariño virtual, no implicará los mismos gastos del montaje de una galería de exposición física, solucionará problemas de logística presentados en anteriores exposiciones dentro de la Universidad, permitirá el acceso libre, fácil y directo a las exposiciones en cualquier momento y desde cualquier parte del mundo.

# 2. Documentación

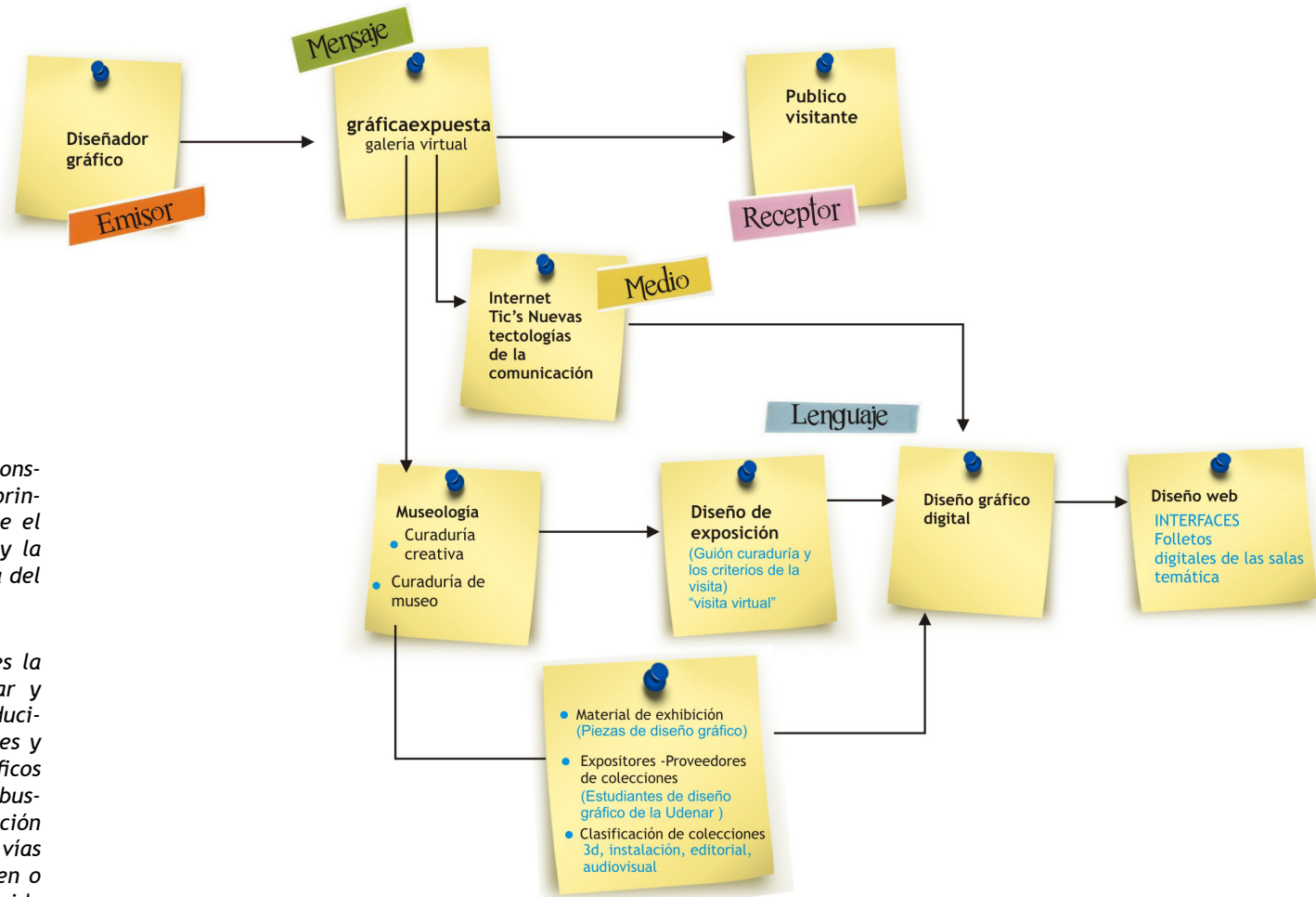
galería virtual



## Comunicación

Según Joan Costa: “La comunicación no constituye una parte de la psicología, sino el principio mismo que rige las relaciones entre el hombre y el mundo, entre el individuo y la sociedad, determinando la fenomenología del comportamiento humano”.

El diseño gráfico visto como actividad, es la acción de concebir programar, proyectar y realizar comunicaciones visuales, producidas en general por los medios industriales y destinados a transmitir mensajes específicos a grupos determinados. El diseño gráfico busca maximizar el impacto de una comunicación entre un emisor y un receptor, por las vías conjugadas del texto escrito, de la imagen o del signo. Su capacidad comunicativa se mide por la influencia que ejerce en el público y por la eficacia de los medios utilizados para difundir esos mensajes. (FRASCARA.1996:38)



Aplicando a el proyecto gráficaexpuesta el clásico modelo de comunicación de Shannon y Weaver

### Tic's tecnologías de la información y la comunicación

Las nuevas tecnologías se refieren a los desarrollos tecnológicos recientes. Son un factor principal en el desarrollo de la actual economía global y en la producción de cambios rápidos en la sociedad. En las últimas décadas, las nuevas herramientas de las TIC han cambiado fundamentalmente el procedimiento en el cual las personas se comunican.

*“El surgimiento, especialmente internet está transformando las posibilidades de acceso a la información en el mundo entero, cambiando nuestra manera de comunicar y también las rutinas diarias en los ámbitos de trabajo. Las ventajas que ofrecen las Tics son: Comunicación fácil y a bajo costo, Espacios de difusión, Mayor respuesta y velocidad a sus fines, Coordinación central y distribuida para mejor toma de decisiones, Mayor impacto, Mejor respuesta”.*  
(CORONADO, JUAN JOSE.1992:64)

**Espacios virtuales** *“Hacen parte de las nuevas tecnologías de la información y de las comunicaciones, estas redes digitales hacen parte de ese cambio social, que manejan una estructura que parte de prototipos de entornos reales o naturales y urbanos, en donde tradicionalmente se ha desarrollado la vida social, son las nuevas unidades básicas de un sistema educativo, que incluye al diseño en la construcción de nuevos escenarios que permiten la interrelación humana, la elaboración de instrumentos informativos electrónicos y la enseñanza en un nuevo espacio social”* (GARCÍA CANCLINI, Néstor, 2007)

**Virtual** Un término que para esta investigación no recurrimos a su significado estrictamente etimológico ya que para este caso es pertinente expresar definiciones más próximas.

*“El concepto de lo virtual como La realidad virtual, que presenta como medio a determinadas interfaces que colocan al individuo dentro de una experiencia parecida a la vida misma, persuadiendo los sentidos, cuando alguien accede a internet se encuentra en un punto, el cual le servirá de “Portal” hacia la información que desea buscar, el sistema se establece por medio de vínculos en especial en el sistema Web, dichos vínculos se denominan “links”” .* (VELEZ Jahn, Gonzalo.1990:28).

*Este tipo de tecnologías virtuales han intervenido a los museos en muchos de sus campos, administración, gestión etc., pero también en su propia estética y están permitiendo un mayor acercamiento de los museos a la sociedad y, sobre todo, el que estén consiguiendo cumplir de forma más extensa su propósito de instituciones educativas, gracias al desarrollo de las nuevas tecnologías de la comunicación y de la información de los últimos años, se han establecido como nuevos escenarios con un despliegue de recursos nunca antes imaginados...* (CATELLANOS N. P. 1998:4)

## Museografía

La museografía da carácter e identidad a una exposición, permite la comunicación hombre / objeto; es decir, propicia el contacto entre la pieza y el visitante de manera visual e íntima, utilizando herramientas arquitectónicas y museográficas y de diseño gráfico e industrial para lograr que ésta tenga lugar. Se trata de la puesta en escena de una historia que quiere contar el curador (quien organiza la exposición), por medio de los objetos disponibles (la colección).

Tiene como fin exhibir el testimonio histórico del ser humano y de su medio ambiente para fines de estudio y/o deleite del público visitante.

### Museo - Galería - Sala

Espacios dedicados específicamente a exposiciones. Desde una concepción museológica más rigurosa la definición mas acertada es la siguiente.

*ICOM (Internacional Council Museums) consejo internacional de los museos, dependiente de la UNESCO, creado en París en 1947 por Mr. J. Chaucey Hamlim, director del museo de Ciencias de Buffalo, y Georges H. Riviere, su primer director, consideran que las galerías y/o salas de exposición entran en la definición de Museo como institución permanente, sin finalidad lucrativa al servicio de la sociedad y de su desarrollo, abierto al público, que adquiere, conserva, investiga, comunica y exhibe para fines de estudio, educación y deleite testimonios materiales del hombre y su entorno. (FER-NANDEZ LUIS ALFONSO.1999:185)*

**Museo virtual** Es aquel que se encuentra expuesto en internet y es interactivo con el usuario de la red. Presenta una colección de objetos digitales lógicamente relacionados compuestos de una variedad de medios, y, debido a su capacidad de proporcionar conexiones y varios puntos de acceso, se presta a trascender los métodos tradicionales de comunicación y la interacción con el usuario es flexible en relación a sus necesidades e intereses; no posee lugar o espacio real, sus objetos y la información relacionada pueden diseminarse a través de todo el mundo.

*Dentro de las redes de telecomunicaciones nos encontramos con dos tipos de museos virtuales: aquellos museos que han transferido su catalogo de piezas de museo real a un sistema apoyado en las nuevas tecnologías. Fundamentalmente reproducen un "Catalogo virtual" del museo, donde se pueden ver piezas, datos, imágenes, biografías y otras información que nos ayuda a obtener una acceso a texto bastante completo sobre la colección del museo. Pero también nos muestra información sobre la historia del museo, sobre el edificio que alberga el museo, sus horarios de visita, etc. Se caracteriza por tener una escasa interactividad, al basarse en una colección de páginas web basadas en la linealidad. La visita del usuario tiene un principio y un fin. generalmente nos permite acceder a visitar un museo de otro lugar del mundo sin tener que desplazarnos. Aquellos museos espectáculo que intentan que la visita del usuario se base en impactos emocionales e intelectuales a través del uso de diferentes*

*recursos (audiovisuales, imagen fija y móvil, fotografías y pinturas a gran resolución, recursos auditivos, experimentos y demostraciones, visita virtual con animaciones, etc) . En ellos se intenta potenciar la participación utilizando grupos de discusión, listas de distribución, espacios para dejar opiniones y experiencias propias, correo electrónico... (SERRAT, N. 2000:29-39).*

*La aplicación de nuevas tecnologías informáticas y de comunicación ha potenciado la función difusora de los museos, además de desarrollar dos nuevas tipologías: los museos virtuales que exponen obras de arte convencional digitalizadas permitiendo el acercamiento de estas creaciones al espectador que desde un lugar remoto puede acceder a ellas incrementando su interés por visualizarlas directamente; y los museos o galerías digitales, que son museos sin sede física que solo existe en el medio electrónico y que albergan exclusivamente ciberarte, es decir, se constituyen como las únicas herramientas de difusión de un nuevo tipo de arte contemporáneo, la cibercreación, cuya razón de ser esta en la propia red. (BELLIDO GANT, M. L. 1999:87)*

**Curaduría** procede de curador, del latín curaor, que tiene cuidado de alguna cosa. Curador procede a su vez de cura, del latín cura, cuidado, solicitud. Inicialmente al curador se le llamó conservador porque tenía por misión “conservar con cuidado escrupuloso las imágenes de Dios”.

En la historia existe un tránsito en la profesión del conservador al curador. El concepto de conservador ha evolucionado de manera que en la actualidad pasa de cuidar imágenes religiosas a seculares y más que un guardián de tesoros, el curador es hoy quien comunica historias a través de los objetos que cuida.

La curaduría tiene dos aspectos:

La la curaduría de museos y la curaduría creativa. La primera se define a partir de la triada que soporta un museo:

- Conservar (coleccionar es uno de los pasos de este proceso)
- Estudiar (investigar y describir)
- Comunicar (exhibir y difundir son su extensión)

Además reporta dos niveles de beneficios: uno directo para la comunidad porque procura la preservación del patrimonio cultural por medio de actividades tales como:

- Coleccionar
- Catalogar
- Conservar

y otro para el visitante individual a través de:

- La exhibición
- La interpretación

**La curaduría creativa** se define a partir del discurso que concibe el curador con base en objetos creados por otros. A través de esos objetos y de un espacio, llámese museo, galería o sala de exposición, los curadores representan, simbolizan o expresan una idea. Saben que ese es el lenguaje con el que se tienen que dirigir al público, aunque ese lenguaje no les pertenece, ha sido inventado por otro, llámese obrero, artista, arquitecto, artífice o artesano. El curador se apropia del objeto y del espacio y con ellos crea otras cosas relacionadas con el arte.

**Exposición** La exposición es un texto, es decir, un mensaje que se expresa en términos visuales. El montaje de una exposición puede, a través de recursos museográficos tales como el color, la disposición de paneles, la iluminación y la escenografía museal, generar un clima que condicione y comunique la muestra.

*Un planteamiento bastante original es el Belcher. 1994: 56-57) que compara las exposiciones con las esculturas, pues son composiciones tridimensionales que reconocen la importancia de las formas sólidas y de los vacíos y luchan por unas relaciones espaciales satisfactorias. Son un tipo de escultura en el que se anima a la gente no sólo a que la vea, sino también a que la explore y la pasee. Es un arte medioambiental que ofrece una gama de experiencias que puede estimular los sentidos. Utiliza no sólo la forma y el espacio, sino también el contorno, el color, la luz, la textura, al igual que otros componentes como el sonido, y de hecho cualquier otro elemento básico del Arte y del Diseño*

**Las principales características de una exposición serían:**

1. El objetivo de la presentación es que el visitante aprecie los objetos seleccionados para la exposición.
2. Para alcanzar ese objetivo debe existir interferencia visual, diseño gráfico, y todos tipo de aspectos interpretativos que pudiera haber, estos elementos de ninguna manera habrán de competir con los objetos.
3. El diseño de la presentación, es decir el entorno de la exposición y de todos sus componentes, es compatible con el objetivo y se recrea un ambiente estético (Belcher.1994: 78-79).

*Aunque todas las exposiciones son en sentido general educativas e instructivas no son un asunto que concierna solamente a los objetos sino que son asumidos por los medios interpretativos. Según Dana (1927: 16-22) los objetos son silenciosos. A través de guías, catálogos y epígrafes deben hablar de sí mismos, de su origen, de su propósito, de suposición relativa en el desarrollo de su clase y de un incontable número de detalles.*

## Tipos de exposición

La clasificación más extendida es la que distingue entre: emotivas, didácticas y las de divertimento o entretenimiento.

- **Las emotivas** son aquellas diseñadas para provocar un sentimiento. Pueden ser estéticas, ideadas para que el visitante contemple la belleza del objeto mediante la creación de un ambiente estético donde existan elementos interpretativos.
- **Las didácticas** son exhibiciones dirigidas a la transmisión de información. Tienen como fin la instrucción y la educación, presentando el objeto con informaciones complementarias.
- **Las de divertimento o entretenimiento.** En ellas predomina el carácter participativo e interactivo. Se intenta involucrar al espectador en actividades relacionadas que impliquen una acción tanto intelectual como física.

En ellas no se busca sólo la contemplación sino que el visitante participe a través del sentido del tacto. Se presentan bajo formas diversas que van desde las muestras interactivas, basadas en el ordenador, hasta las actividades “hágalo-usted-mismo” en las que se anima a los visitantes a participar.

**Material de exposición** Hace referencia al material que dentro de la galería virtual se va a exponer y que representan una expresión. Ahora bien el hecho de exhibir, presentar y difundir “piezas de diseño” no solamente implica un mero acumular “piezas muestrarías”, sino que implica un estudio a priori, su correcta ubicación espacio tiempo y su correspondiente conservación.

**Colecciones y exhibiciones en línea** El concepto de permanencia y preservación de los objetos nos lleva directamente al de archivo colección digital, donde la digitalización no se limita a imágenes, sino se extiende a texto, información tridimensional, sonidos y video. Estas colecciones en línea suelen disponer de mecanismos de búsqueda vinculados a bases de datos y permiten el flujo de navegación desde la colección general, pasando por una versión reducida del objeto hasta una imagen ampliada del objeto acompañado de una leyenda o explicación.

**Visitantes o espectadores** Hay tres tipos básicos de visitantes a los museos: el que desea tener una visión global del conjunto, el que se guía por impulsos visuales y realiza una visita discontinua, y el que sigue la lógica del guion. La disposición debería permitir las tres lecturas, y en todos los casos (inclusive para aquellos que prefieren visitar la exposición en “desorden”) deben quedar claros los puntos de iniciación y finalización de la exposición. Toda exposición debe permitir al menos tres lecturas: para especialistas, para el público general y para el público infantil. La redacción de los textos debe ser clara y su vocabulario accesible.

**Visita virtual** Es una experiencia mediática en donde el visitante no tiene que seguir una lectura lineal, como un libro, sino que puede saltar de una pantalla o de un contenido concreto a otro, sin que ello suponga perder el contenido del sitio actual. Se puede decir que la visita virtual diferencia a los espacios virtuales ya que reside en la capacidad de establecer vinculaciones entre los objetos, da la oportunidad al visitante de concentrarse en sus tópicos de interés y establece un dialogo interactivo.

*Las visitas virtuales se podrían clasificar según tres tipos. El primero, más sencillo y asequible, estaría constituido por un conjunto de páginas web de forma lógica y con el objeto de proveer una visita guiada a las instalaciones de la galería.*

*El segundo tipo utilizaría ambientes en 3d navegables, por ejemplo utilizando la tecnología Quicktime VR y que proporciona una sensación mínima de presencia pero que resulta en una experiencia solitaria para el visitante. Por último, una visita virtual en un ambiente de simulación ofrecería una ampliación del real permitiendo al visitante un mayor grado de libertad y que este interactúe con modelos y objetos, “tocando libremente”, y con la posibilidad de interacción con otros visitantes virtuales. El grado máximo de visita virtual vendría en cuenta este tipo de ambientes permitiera la interacción en tiempo real entre los visitante virtuales. BARBIERI, T., Paolini, P. 2000:47)*

## El diseño de exposiciones

Se refiere específicamente a la forma en que se exhiben colecciones, objetos y conocimiento, tiene como fin la difusión artística - cultural y la comunicación visual. Parte de la elaboración de una propuesta para el montaje de una exposición que interprete la visión que el curador ha plasmado en el guion. Esto se logra por medio de elementos museográficos (recorrido, circulación, sistemas de montaje, organización por espacios temáticos, material de apoyo, iluminación, etc.) y valiéndose de distintas estrategias para garantizar la efectiva función de la museografía como sistema de comunicación.

El diseñador gráfico de exposiciones puede hacer parte de la curaduría creativa dentro de la museología, el diseño gráfico identifica claramente para este campo el estilo de la tipografía, la ilustración, y la fotografía, además de los procesos necesarios para elaborarlas, es función del diseñador gráfico, desarrollar un documento global de especificaciones como presupuesto para el montaje, vistas de zonas claves de exposición, aspectos del grafismo, documentación de especificaciones técnicas, además de llevar un seguimiento de cada uno de los componentes del diseño.

Hoy es frecuente considerar la exposición como un medio de comunicación de masas que tiene que llegar a un público cada vez más amplio. Una de las partes implicadas (el visitante o espectador) está presente, mientras que el otro (el equipo que prepara la exposición) está ausente. Hay pocas oportunidades para modificar el mensaje de los objetos expuestos según la respuesta del visitante.

En una exposición intervienen tres factores importantes:

- El efecto producido por los objetos expuestos.
- El tratamiento de la temática de la exposición tanto en su totalidad, como en cada uno de sus elementos constitutivos
- El ordenamiento de la exposición mediante la aplicación de los conocimientos museológicos, es decir el discurso expositivo.

*Se pueden adoptar algunas medidas para incrementar la comunicación y el uso de las exposiciones, utilizando distintos niveles de texto, imágenes, actividades interactivas, objetos que se pueden tocar, audiciones, vídeos, etc. para que el público disponga de varios medios de obtención de información (Hooper-Greenhill, 1998: 120).*

**El lenguaje de los textos** La elección de un tema para una exposición, y las características del lenguaje usado para presentarlo, crean y sacan a la luz una interpretación particular de la experiencia. En las exposiciones los mensajes se transmiten mediante una combinación de palabras, imágenes y objetos.

*Los mensajes que están incluidos en las palabras para la exposición deben prepararse durante las primeras fases, pues personifican la actitud ante el tema principal que es el fundamento de la muestra. Los textos de una exposición pueden ser títulos y títulos secundarios, paneles introductorios, comentarios de grupo, paneles interpretativos y comentarios de los objetos. (Hooper-Greenhill, 1998: 157-158).*

Los mensajes o puntos esenciales de la exposición están comprendidos en los textos, combinados con imágenes representadas por fotografías y dibujos, así como otros medios interpretativos como mapas, gráficos, pósters, etc. También hay mensajes menos explícitos en el color, los materiales utilizados y otros aspectos del diseño. Los paneles introductorios determinan la relación de contenidos para la exposición e informan al público acerca de las expectativas que pueden tener.

*Uno de los aspectos más difíciles en la elaboración de un texto consiste en decidir la jerarquía de la información. El texto para la exposición, los paneles y los rótulos explicativos forman parte de un todo de información y conocimiento. Si se considera este texto como una simple parte de un todo, será más fácil evaluar lo que iría mejor en un catálogo o guía. Los textos que se utilizan en las exposiciones deben tener una lectura fácil, y quizás su función debería parecerse más a un diálogo en una obra de teatro, para abrir paso al efecto emotivo de la exposición (Hooper-Greenhill, 1998: 177).*

**La iluminación** es un componente importante de la exposición, pues como ésta es esencialmente una experiencia visual, la luz, que es uno de sus componentes fundamentales, habrá de ser un factor clave en cualquier esquema. Y se trata a la iluminación al igual que la forma, color, espacio y textura, como uno de los elementos de diseño básicos. Es también uno de los más complejos ya que implica una comprensión de la psicología del comportamiento y de la percepción, lo mismo que de la estética. La iluminación, además de facilitar la visión, puede ofrecer también una experiencia estética que puede repercutir sobre el visitante de muchas formas, incluyendo la creación de diferentes “atmósferas”.

Algunos objetos, como las pinturas y obras gráficas, exigen una distribución uniforme de la luz sobre la superficie y en una exposición basada solamente en ellas, el objetivo previsto puede ser conseguir la uniformidad de la iluminación en toda la exposición o simplemente centrar la iluminación sobre los objetos concretos.



El **color** es un elemento que contribuye de forma significativa a la atmósfera que se crea en una exposición. A la hora de diseñar un esquema de color adecuado las dos consideraciones más importantes serán los objetos a exponer (especialmente si su color es un factor significativo) y la atmósfera que se quiere conseguir en el ambiente de la exposición.

En los últimos años ha aumentado la popularidad del color blanco plano como fondo sobre el que se muestran las obras de arte moderno. Entre las razones aducidas se encuentra la de que el blanco se cree que no interfiere con los valores de color de las obras e ilumina el espacio de la exposición, a la vez que absorbe radiación ultravioleta. Muchas salas sin embargo, en la actualidad, prefieren para sus cuadros fondos de tonalidades grises. Estas reducen el contraste y el brillo del blanco liso, a la vez que mantienen los valores del color.

**Objetos** sobre la colocación de los objetos en las exposiciones se debe tener presente que un diseño de exposición satisfactorio trata de ser un diseño pensado en la gente y no en los objetos expuestos.

*Se observa en muchas ocasiones que se intentan aislar los objetos, tanto en términos visuales como en términos contextuales, situándolos en un entorno neutro. Una alternativa al aislamiento de un objeto es intentar recrear el entorno del que ha salido. También se crean contextos y asociaciones agrupando objetos. Esta relación puede utilizarse para ilustrar desarrollos, hacer comparaciones y así sucesivamente, dependiendo de la intención de quien hace la selección (Belcher, 1994: 181-182).*

La colocación de las piezas está condicionada tanto por la tipología de la sala como por las alternativas (distancia del objeto, densificación de público) que le ofrece al visitante el circuito de la muestra. Se deben tener presentes las diversas posibilidades que ofrece el cono de visión humana, en el que intervienen: a) las magnitudes de las obras (altura, anchura, profundidad); b) situación de la obra en su concreta instalación respecto del nivel del suelo; c) distancia del espectador respecto de la obra instalada; d) campo de visión autónoma del objeto (relación con los contiguos), etc.

*Los objetos tridimensionales presentan en cuanto a su instalación problemas añadidos a los bidimensionales, requieren un espacio autónomo, casi siempre en su derredor, a veces soportes o ámbitos especiales, y sobre todo una protección espacial y un trato lumínico más complejos en razón de su corporeidad y situación en las salas (Alonso Hernández, 1993: 252-253)*

*La obra tiene que ser capaz de captar la mirada, mostrar buena apariencia y atrapar la atención, y en este sentido son perfectamente lícitas las repercusiones de las modernas técnicas teatrales en la concepción del espacio de exhibición (Fernández Lara, 2000:23).*

## Diseño gráfico digital

Campo originado no por el desarrollo del ordenador en si mismo, sino de la Interfaz gráfica del usuario” (GUI Graphical User Interface), el medio a través del cual el usuario puede interactuar con símbolos gráficos en una pantalla. Donde la gran parte de la responsabilidad sobre los aspectos de producción de diseño se han trasladado a un escritorio informático.

### Diseño web

Desde el punto de vista del diseño gráfico es conferir a las páginas una estructura visual adecuada, aplicando elementos fundamentales de diseño como composición, color, tipos e imágenes con naturaleza de aplicación para pantalla.

**Folletos virtuales** El termino parte de un medio preexistente, se presenta como un folleto de divulgación tradicional, solo que para este caso se habla de su diseño de interfaz, en donde los textos de apoyo tienen la función de explicar, describir e ilustrar las ideas y conceptos que el curador proponga y realizar su maquetación para que funcione en internet. Se utilizan al principio

de una exposición para presentarla, e igualmente al comienzo de los temas que la componen para introducirlos y explicar algunas cosas en relación con los objetos que se exhiben. Hay textos introductorios que proporcionan información general sobre el contenido, procedencia y otros datos de la muestra. Los apoyos de texto de los diferentes temas que hacen parte de la exposición, describen y explican estos temas, están acompañados de imágenes ilustrativas y su función es la de informar al visitante en torno a un tema específico, y en el caso del folleto virtual debe informar además de poseer una forma bastante adaptable para representarse en la web.

**Tipografía y web** Para lograr una composición tipográfica adecuada, es necesaria una correcta selección de las familias tipográficas a utilizar, teniendo en cuenta su legibilidad, sus proporciones, el contraste entre los trazos gruesos y delgados, la existencia del remate o su falta, su inclinación y su forma.

En una composición gráfica o página web cualquiera, los contenidos textuales son los principales responsables de la transmisión del mensaje al espectador final.

En este entorno, la tipografía la materia que intermedia entre el receptor y la información. Los caracteres matizan las palabras y le aportan o refuerzan el sentido. La mala selección de esas formas puede interferir negativamente en la comunicación. Junto con el color, la tipografía puede alterar por completo el significado que asociamos a un diseño. Todo diseñador debe tener la habilidad de analizar, explorar y reconocer las características conceptuales, formales, históricas y técnicas de los diferentes tipos de letras. Cada familia tipográfica tiene sus propias características y su propia personalidad, que permiten expresar diferentes notas visuales, unas más fuertes y otras más sutiles, unas más refinadas y otras más toscas, unas más geométricas y otras más orgánicas, por lo que la selección de las familias tipográficas a usar en una composición debe hacerse con un amplio sentido de la responsabilidad.

**Legibilidad** El factor más determinante en la web sobre la elección de una fuente debe ser su legibilidad, propiedad derivada del diseño mismo de los tipos de letra, especialmente importante para textos largos. Para bloques de texto más cortos tenemos mayor libertad de elección. Para la pantalla, algunas fuentes ofrecen óptima legibilidad. Las fuentes ornamentales o caligráficas no deben emplearse más allá de unas pocas líneas, puesto que serían causa inmediata de fatiga visual. Un concepto relacionado con la legibilidad, pero independiente del mismo, es el de la comprensión de un contenido textual, las capacidades del mismo de ser o no interpretado. Hay una diferencia importante entre legibilidad y comprensión. Mientras que la legibilidad se refiere a la facilidad con la que los lectores pueden decodificar la información en un documento, la comprensión se refiere al contenido del mismo. Las dos tienen un

efecto importante en el éxito o fracaso de la lectura del documento; la comprensión no puede ser adquirida sin la legibilidad.

**Color y web** Dentro del mundo digital se puede definir el color según su tono, saturación y brillo estableciendo en una escala informática de 0 a 255, determinado por un espacio de color de sRGB. El color en la visualización de datos en pantallas es un elemento básico en el momento de elaborar un mensaje visual, incluso es necesario considerar el color del entorno donde se colocará ese mensaje, así como la reflexión u opacidad de los materiales y de las superficies.

**Ergonomía visual** *El rendimiento visual en el trabajo se centra en la optimización de las capacidades visuales de los individuos en su entorno laboral y determinado por el campo visual. Para el diseño gráfico en actividades tan comunes como la visualización de datos en dispositivos informáticos o bien, la colocación de señales, la presentación de cualquier información dirigida a los usuarios como son, pendorones, cédulas informativas, y un sinnúmero de tipos de comunicación que se utilizan para hacer participar a los receptores.*

*El ser humano tiene la capacidad de adaptarse al medio donde vive y trabaja, pero uno de los factores que más influencia tiene sobre su estado de ánimo, la fatiga y bienestar en general es la "luz". La visión es el principal sentido por el que se recibe información del medio, es entonces prioritario considerar el nivel y tipo de iluminación en el diseño y la distribución física de las señales. Asimismo es imprescindible un buen nivel de iluminación para distinguir el color, la tridimensionalidad y formas de los objetos. Las pantallas de visualización de datos son un elemento indispensable en la mayoría de trabajos actuales ya que actúa como interfaz entre el trabajador y el ordenador. Estos dispositivos electrónicos son medios*

de interacción sensorial con el sistema visual, ya sea a nivel lúdico como el teletexto y los videojuegos, o a nivel laboral con la ofimática, tele-venta, entre muchos otros. Las pantallas de visualización de datos tienen su base tecnológica en tubos de rayos catódicos (CRT), plasma (PDP) y transistor de película delgada (TFT). Pero ¿Qué consideraciones debemos procurar? Insistir en las múltiples opciones de legibilidad que se requiere en cualquier elemento de diseño visual, algunos de los factores de ergonomía visual que deben tenerse en cuenta en este tipo de tareas son: tamaño y geometría de la pantalla, resolución, frecuencia de refresco y tiempo de respuesta. SÁNCHEZ, David/ CÁRCAMO, Ernesto, 1994:)

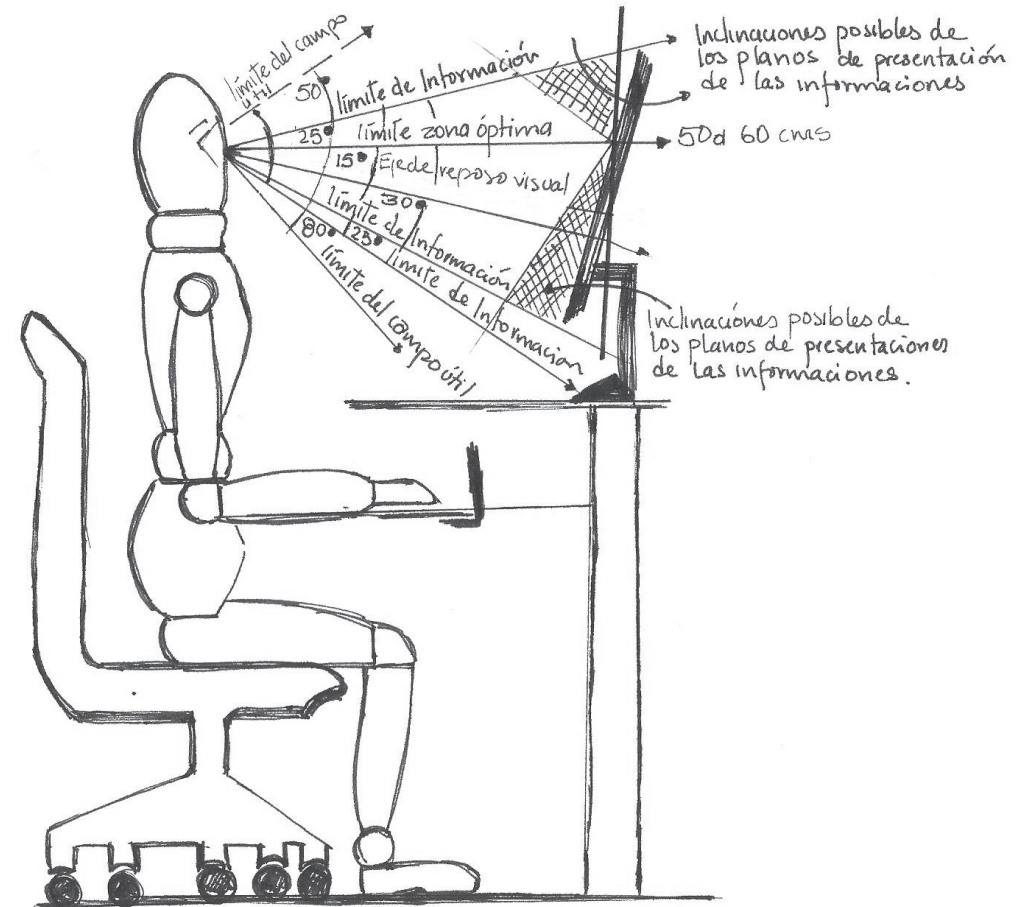
### Factores de ergonomía visual

**Tamaño de la pantalla.** En las pantallas de CRT, el tamaño va directamente proporcional con el peso, lo que no se presenta en las de PDP las cuales ocupan mucho menos espacio y son más ligeras. Además de debe de tomar en cuenta la geometría de las pantallas para evitar una distorsión de la imagen.

**La resolución.** Sirve para describir el nivel de detalle espacial en una pantalla y esta se especifica en píxeles por unidad de longitud tanto vertical como horizontal, obvio es que esta se deberá adecuar al tipo de tareas que se realicen. La resolución máxima se da cuando el tamaño de los píxeles es el más pequeño posible.

**Frecuencia de refresco.** Es el número de veces que se dibuja la imagen por segundo, si esta frecuencia no es lo suficientemente elevada se observa un efecto de parpadeo de la imagen y muchos investigadores lo relacionan con la fatiga visual porque los músculos oculares trabajan más cuando existe parpadeo.

**Tiempo de respuesta.** Es aquel tiempo necesario para que un píxel se encienda y se apague, por lo tanto, en aquellas tareas en las que se requiere que los cambios de pantalla sean rápidos, que se trabaje con secuencias de



*imágenes como la industria del videojuego o tareas de edición de video se tiene que elegir una pantalla con mayor definición que las que se pudieran utilizar para trabajos de oficina. (Padilla, Alfredo. Centro nacional de condiciones de trabajo).*

**Interactividad** La interactividad además de ser el principio fundamental de la comunicación en el mundo digital, es un elemento crucial en cualquier sitio web ya que el aporta dinamismo al diseño y anima a visitar cualquier clase de contenido en pantalla casi sin excepción.

*Una de las características que las nuevas tecnologías han aportado a los museos, es la interactividad, desde el momento en que el público no sigue una exhibición de manera lineal. A esto ayuda la implementación de los sistemas multimedia en los museos para presentar información de lo que en ellos se ve o para ampliar la información de la exhibición. (CATELLANOS N. P., 1998:)*

**Multimedia en la web** La multimedia ayuda a los sitios web a potenciar su carácter didáctico y educativo. Se denomina multimedia a la forma de presentación de la información con los términos hipertexto e hipertexto, ofrece la posibilidad de permitir al usuario que interactúe con el medio, que escoja el camino de la narración, ya sea de una forma libre o semilibre, en función de quienes idean o realizan el diseño de navegación.

Concepto muy ligado al diseño gráfico y la comunicación visual a través del manejo de herramientas tecnológicas para lograr un diseño digital que interactúe con el espectador, busca a través de diferentes medios audio, imagen, video, animación, programación e interactividad en diversos soportes digitales y medios desarrollar piezas visuales integrales.

## Herramientas digitales para el diseño para internet

Es el software específico para trabajo y diseño para web, entre los que se destacan:

**Editores de página web:** Como Macromedia Dreamweaver, Adobe GoLive, Microsoft FrontPage, NetObjects Fusion y SoftPress Freeway. entre los que se califica a Dreamweaver como la solución más desarrollada, capaz de generar páginas compatibles y que siguen todos los estándares.

**Software de apoyo a diseño:** Programas dedicados a contenido gráfico, es el caso de Photoshop, que incluye ImageReady optimizador de imágenes para uso en la web, Adobe Illustrator, Flash Mx y otros.

**Software libre:** Denominación del software que respeta la libertad de los usuarios sobre su producto adquirido y, por tanto, una vez obtenido puede ser usado, copiado, estudiado, cambiado y redistribuido libremente.

# marco

antecedentes

## El coso de ilustradores

Link: <http://cosodeilustradores.blogspot.com>

Tipo: Blog

Lugar de encuentro virtual que presenta una temática de ilustración infantil a través de exposiciones de trabajos de ilustradores, este blog busca ser el punto de encuentro de colegas del diseño gráfico que se encuentran en distintas partes del mundo y promueven su talento a través de internet.





### Memoria chilena

link: <http://www.memoriachilena.cl/>

Tipo: Website

El portal Memoria Chilena ha sido reconocido y premiado como uno de los aportes más importantes a la difusión del patrimonio histórico chileno de los últimos 10 años. Constituye un gigantesco reservorio de documentación, archivos y material histórico digitalizado, hasta ahora de difícil acceso. Por otra parte, posee un interesante sistema de organización, que agiliza la interrelación con la enorme cantidad de información que posee. El equipo de Memoria Chilena actualiza constantemente sus contenidos, enriqueciendo las colecciones en línea y siguiendo así la idea bastante ambiciosa de convertirse en la “Memoria de Chile”, es decir, un verdadero archivo digital vivo, abierto a todo el público.

BIENVENIDOS AL...  
**MUSEO VIRTUAL**  
de la *historieta*  
**COLOMBIANA**



Salta una selección de



**Museo virtual de la historieta colombiana**

Link: <http://www.facartes.unal.edu.co/muvirt/cibercomic/index.html>

Tipo: Website

Página diseñada a modo de gaceta web, proyecto de diseño gráfico de la Universidad Nacional de Colombia, sitio que ofrece una muestra en el ciberespacio de trabajos de estudiantes de la electiva de narración gráfica.



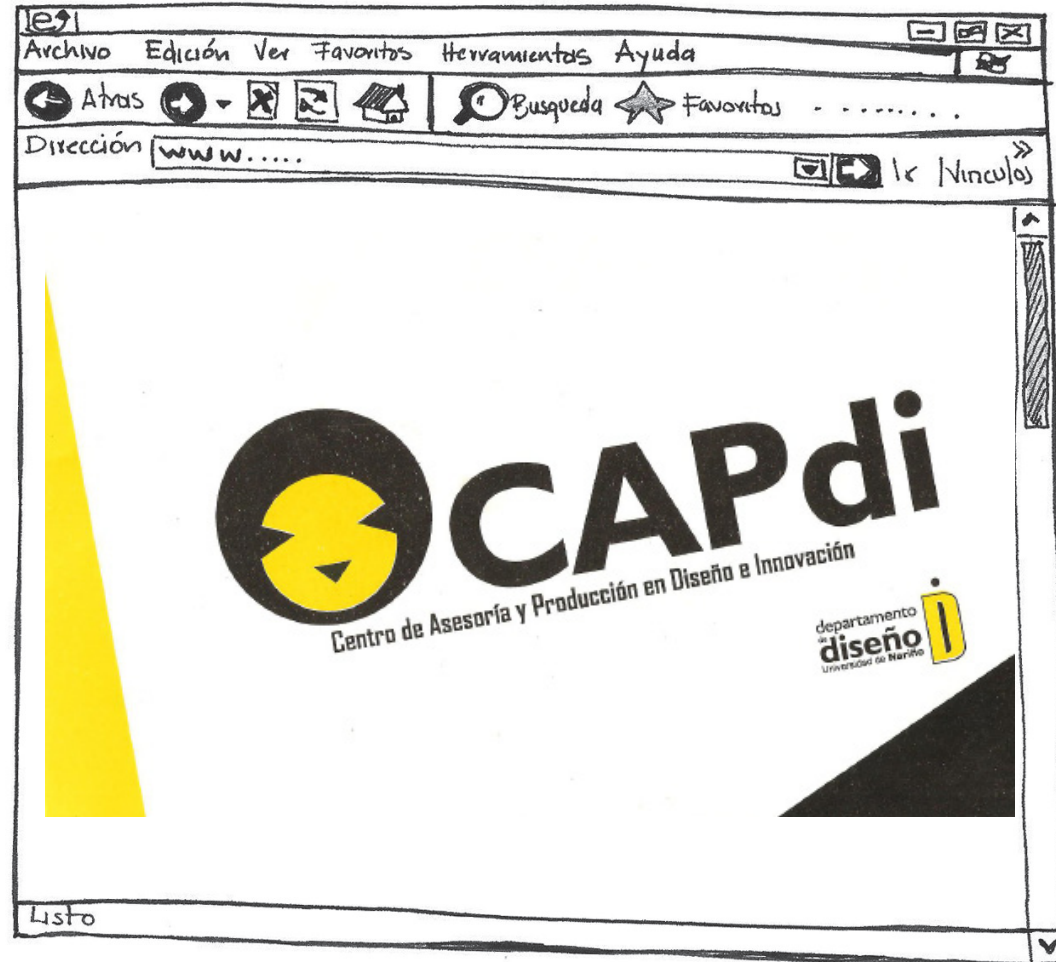
**CAPdi**

<http://udenardesing.blogspot.com>

Tipo: Blog

CAPdi centro de Asesoría y producción en diseño e innovación, promovido por el departamento de diseño de la Universidad de Nariño

Función: Experimentación y producción de Objetos físicos y virtuales con propósito de vincular la innovación como factor estratégico de proyección social de los programas de diseño de la Universidad de Nariño.



# marco

contextual

## La universidad de Nariño y su espacio virtual lugar de alojamiento de gráficaexpuesta.

Un lugar de encuentro construido en el Ciberespacio cultural, abierto a todas las personas interesadas en la formación, entendida como la construcción de sentidos de vida, la validación de los saberes, la investigación científica, tecnológica y estética es la universidad de Nariño Virtual, un espacio metafórico, no es por lo tanto, un espacio que se puede reconocer con los signos convencionales con que se reconoce un espacio de la “realidad”. Es ante todo, un espacio de comunicación abierto por la interconexión mundial a través las tecnologías de la Información y la Comunicación, pero, fundamentalmente, la Red.

La plataforma CAMPUS VIRTUAL-UDENAR de la Universidad de Nariño, se esta desarrollando con las características filosóficas de un “software libre” capaz de implementarse en entornos virtuales de manera cooperativa para su desarrollo y consolidación. Se aspira a que la plataforma virtual se convierta en el potencializador de la “visión-mundo” que superando las barreras geográficas y construya verdaderas comunidades de conocimiento en el ciberespacio educativo.



[http://virtual.udenar.edu.co:](http://virtual.udenar.edu.co)

## Normatividad de la red nacional de museos en Colombia

Por primera vez en la Legislación Cultural Colombiana los artículos 49 a 55 de la Ley General de Cultura se refieren en forma específica a los museos.

**Artículo 49.** Fomento de museos. Los museos del país, son depositarios de bienes muebles, representativos del Patrimonio Cultural de la Nación. El Ministerio de Cultura, a través del Museo Nacional, tiene bajo su responsabilidad la protección, conservación y desarrollo de los Museos existentes y la adopción de incentivos para la creación de nuevos Museos en todas las áreas del Patrimonio Cultural de la Nación. Así mismo estimulará el carácter activo de los Museos al servicio de los diversos niveles de educación como entes enriquecedores de la vida y de la identidad cultural nacional, regional y local.

**Artículo 50.** Investigación científica e incremento de las colecciones. El Ministerio de Cultura y las entidades territoriales, crearán programas de estímulo a la investigación y catalogación científica de los bienes muebles de patrimonio cultural existentes en todos los museos del país, a través de convenios con las universidades e institutos dedicados a la in-

vestigación histórica, científica y artística nacional e internacional, y fomentará el incremento de las colecciones mediante la creación y reglamentación de incentivos a las donaciones, legados y adquisiciones.

**Artículo 51.** Especialización y tecnificación. El Ministerio de Cultura, mediante convenios internacionales en coordinación con el Ministerio de Relaciones Exteriores, impulsará la especialización de los recursos humanos encargados de los museos del país y la tecnificación de las exhibiciones permanentes y temporales, así como la creación de programas de intercambio y cooperación técnica internacional en esta área.

**Artículo 52.** Protección y seguridad de los museos. El Gobierno Nacional reglamentará la aplicación de normas mínimas de seguridad para la protección y resguardo del patrimonio cultural que albergan los museos en todo el territorio nacional, con el fin de fortalecer las disposiciones regionales y municipales que sean implantadas en esta área.

**Artículo 53.** Conservación y restauración de las colecciones y sedes de los museos. El Ministerio de Cultura fomentará y apoyará programas de conservación y restauración de las colecciones que albergan los museos del país, así como en los casos que sea necesario, programas de conservación, restauración, adecuación o ampliación de los inmuebles que les sirven de sede, a través de los organismos especializados en el área. Para ello creará y reglamentará las instancias de consulta, aprobación y control necesarias para su desarrollo y procurará la vinculación de entidades y gobiernos departamentales y municipales.

**Artículo 54.** Desarrollado por la Ley 932 de 2004. Control de las colecciones y gestión de los museos públicos y privados. El Ministerio de Cultura, a través del Museo Nacional, reglamentará la sistematización y control de los inventarios de las colecciones de todos los museos del país. Así mismo, desarrollará programas permanentes de apoyo a la gestión de los museos, y procurará la creación de incentivos a las donaciones y contribuciones de mecenazgo para el funcionamiento y desarrollo de los museos públicos y privados.

**Artículo 55.** Generación de recursos. El Estado, a través del Ministerio de cultura, estimulará y asesorará la creación de planes, programas y proyectos de carácter comercial, afines con los objetivos de los museos, que puedan constituirse en fuentes de recursos autónomos para la financiación de su funcionamiento.

[www.museoscolombianos.gov.co](http://www.museoscolombianos.gov.co)

# 3.

## metodología gráfica expuesta

### Tipo de investigación

El proyecto de **gráfica expuesta** maneja un enfoque **teórico social**, en donde la comunicación es un asunto metodológico en la **investigación participativa**. Se asienta en las combinaciones creativas de la comunicación escrita, oral y visual para el diseño, ejecución y documentación de la investigación. Está centrada en las personas en la medida que son ellas quienes brindan información durante el proceso de averiguación crítica y responde a las experiencias y necesidades de las personas involucradas, en este caso estudiantes de diseño gráfico de la Universidad de Nariño. La investigación no se realiza tan sólo para generar hechos, sino para desarrollar comprensión de las personas y su contexto.

## Público objetivo

Los sujetos comunicacionales de **gráficaexpuesta - galería virtual**, lo constituyen millones de personas por considerar como visitantes potenciales a todas la personas con acceso a internet.

De este gran público es pertinente delimitar el público objetivo de acuerdo al grado de percepción en grupos mas próximos como:

Estudiantes de ultimo grado de bachiller, visitantes de la feria de universidades, quienes están en búsqueda de alternativas para elección de carreras, ademas, interesados en visualizar el campo de aplicación del programa de diseño gráfico que presenta la Universidad de Nariño.

Estudiantes del programa de diseño gráfico y egresados, interesados en proyectar sus propuestas gráficas a través de los espacios digitales de **gráficaexpuesta**.

Personas que no tienen acceso a un sitio físico de exposiciones y que encuentran en el link de **gráficaexpuesta** la mejor opción de llegar una muestra de piezas gráficas.

Docentes que busquen a través de las exhibiciones temáticas graficas, complementar la cátedra dictada.



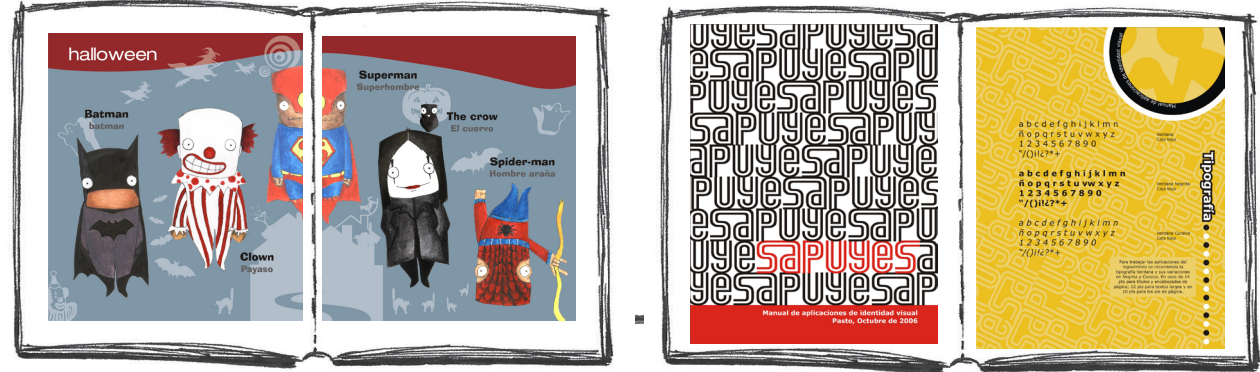
## Recolección de información

Recopilación de información y consignada en un diario de campo, con soporte fotográfico y videográfico

Por: Fredy Portilla  
Técnica: Ilustración  
Asignatura: Diseño editorial  
Paginas: Libro didactivo para niños, para aprender el idioma ingles

Por: Camilo Villota  
Asignatura: Identidad corporativa  
Paginas: Manual de estilo identidad corporativa municipio de Sapuyes.

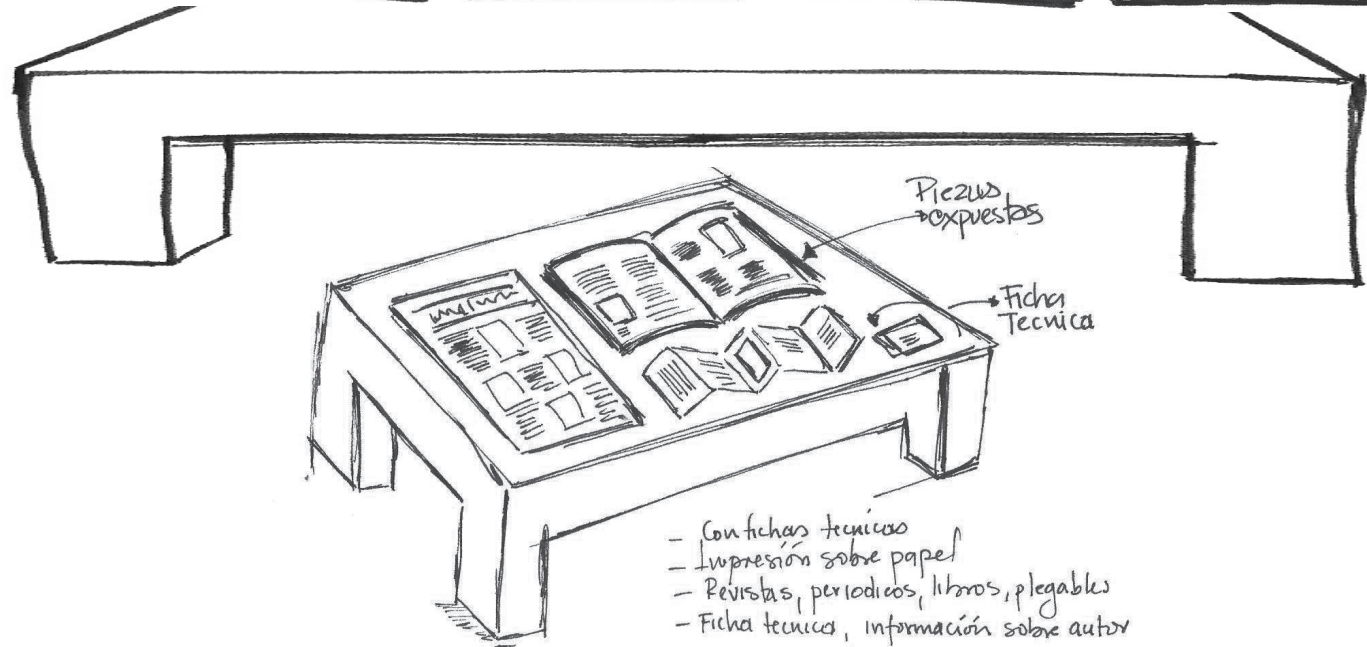
a) Seguimiento a los procesos de exposición dentro de la facultad de artes de la Universidad de Nariño.

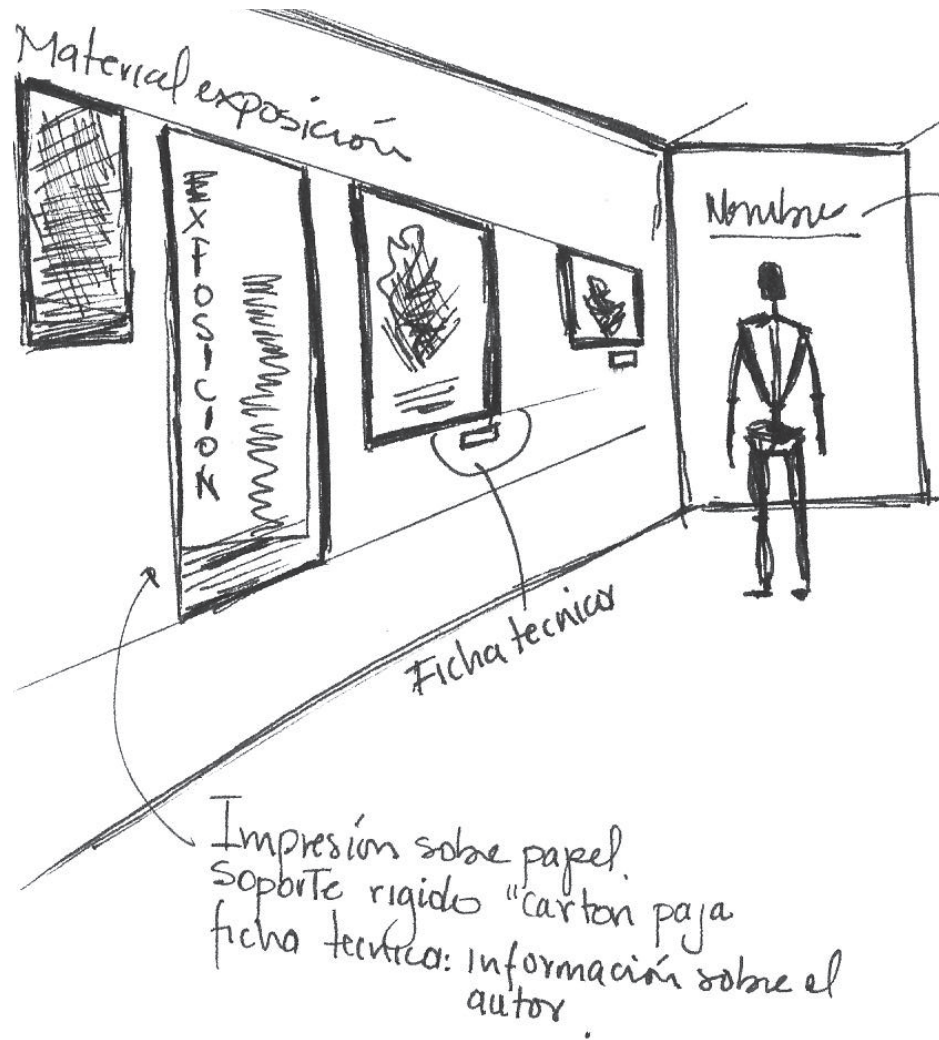


¿Como se exhiben y aprecian los piezas editoriales?

Esta exhibición es el resultado de investigación en asignaturas como diseño editorial, en donde se abordan tematicas en cuanto a la maquetación y composición de publicaciones tales como revistas, periódicos, libros, plegables, manuales de estilo, diseño de portadas, carátulas etc

El sistema de montaje de este material editorial se hace utilizando una mesa que puede ser, las encontradas en las aulas o las dispuestas para el Hall de la Facultad de Artes, las piezas editoriales son ubicadas sobre las mesas y a un lado la información del autor contenida en una ficha técnica.





Por: Roller Ramirez  
Técnica: Ilustración  
Asignatura: Libre



Por: Aylen Pabón  
Técnica: Tipografía -Ilustración  
Asignatura: Expresión  
Cartel sobre los derechos humanos



Por: Samir Basante  
Técnica: Fotografía  
Asignatura: Semiótica  
Personaje: Doña Chava

## ¿Como se aprecian las muestras colectivas?

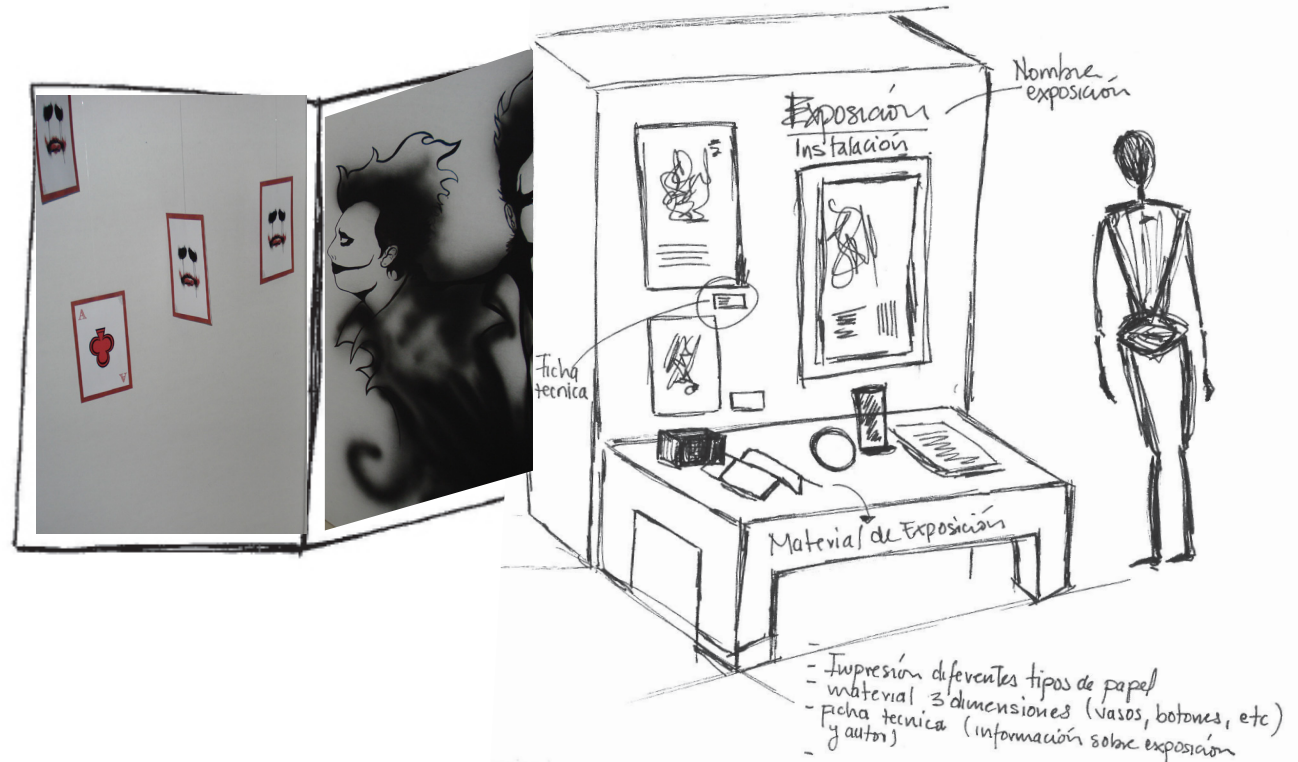
Las exhibiciones de tipo colectivo se han llevado a cabo en el Hall de la Facultad de Artes de las Universidad de Nariño, se cuenta en este espacio con modulos tipo pared en donde se puede pegar las piezas a exhibir, este tipo de material cuenta dentro de su montaje con un soporte rígido, adicional una ficha tecnica con información de su autor y tema de exposición.

Otras exposiciones se han llevado a cabo en centros comerciales como el Centro comercial Valle de Atriz, en donde el sistema de montaje es a través de caballetes propiedad de la facultad de artes, estos son ubicados en corredores asignados por la logistica del centro comercial El material de exhibición de esta sala proviene de asignaturas como Expresión, Semiótica, Fotografía y con la aplicacion de variadas tecnicas.



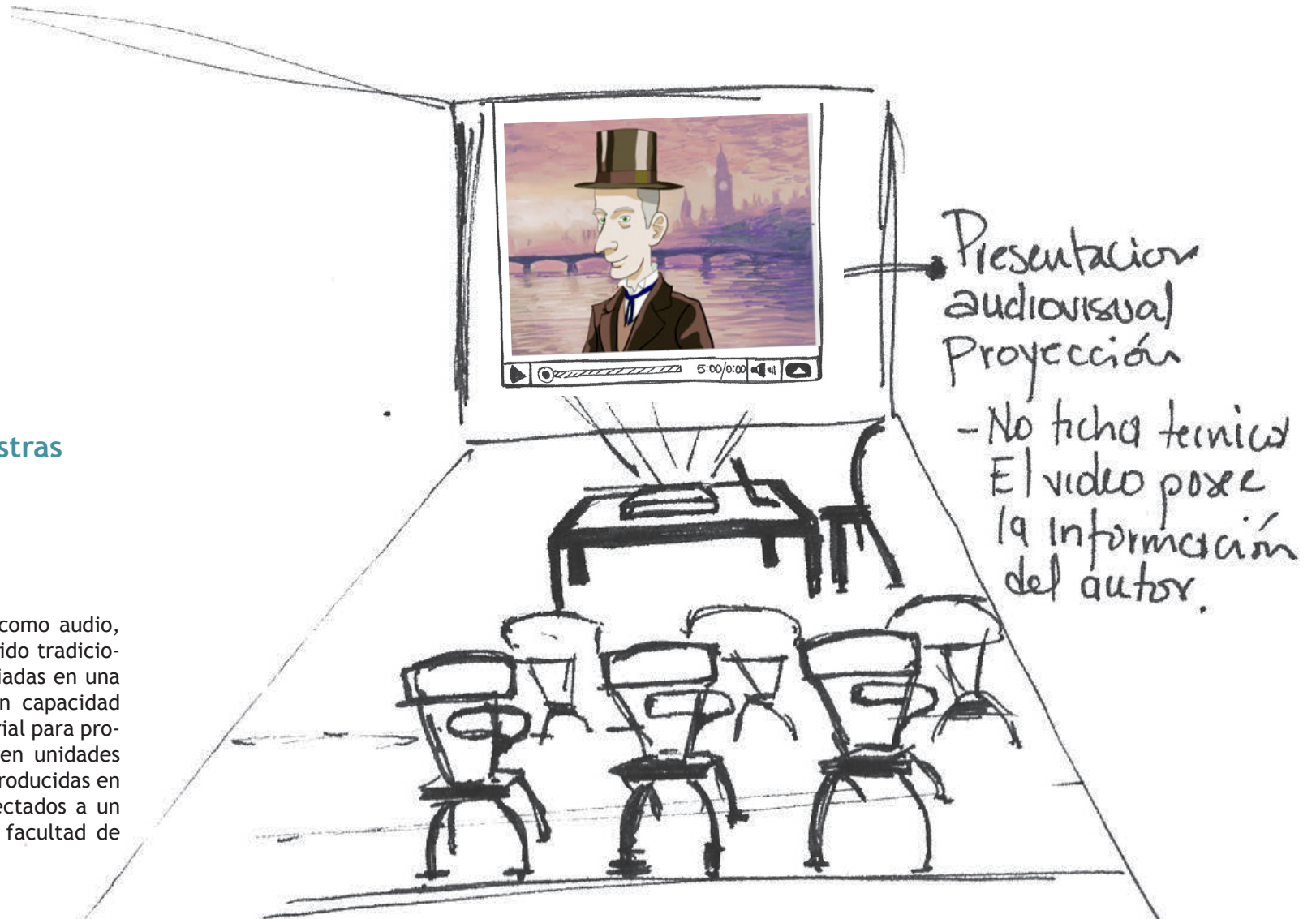
## ¿Como se aprecian las exposiciones de tipo instalación?

Las exhibiciones de tipo instalación que presentan material en 2d y 3d, resultado de asignaturas tales como publicidad, diseño multimedial, identidad corporativa, utilizan para el montaje de exposición los paneles encontrados en el Hall de la Facultad de Artes, además de unas mesas que acompañan a cada modulo, estos elementos permiten recrear la instalación tipo stan para exhibición. Otras instalaciones requieren un espacio mas amplio, por lo que los estudiantes utilizan las aulas, esto dependiendo de la magnitud de la instalación a exponer.



## ¿Como se aprecian las muestras audiovisuales?

Exhibiciones de contenido interactivo como audio, video y animación, así como en contenido tradicional como texto y fotografía, son apreciadas en una sala de proyecciones audiovisuales con capacidad para 25 personas, las archivos del material para proyectar es llevado por los estudiantes en unidades extraíbles como usb, o CD, para ser reproducidas en equipos portátiles o de escritorio conectados a un dispositivo de proyección facilitado la facultad de artes.



b) Seguimiento a exposiciones físicas realizadas por estudiantes del programa de diseño gráfico de la Universidad de Nariño.



## Punctum

Es una exposición sin especulación alguna, que muestra interpretaciones de futuros diseñadores gráficos, que conciben en la fotografía un recurso vivo y valioso; en una profesión que cada vez más se consolida en nuestra región.

**Expositores:** Estudiantes de 4°. 6° y 8° semestre de diseño gráfico

**Dirección de exposición:** Omar Franco

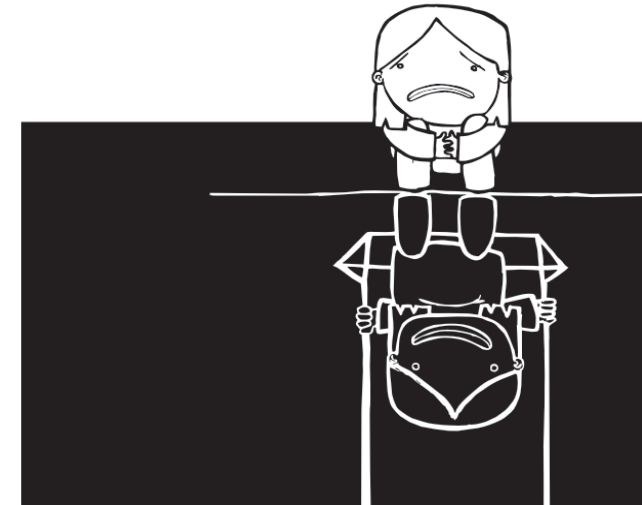
**Asignatura:** Semiótica

**Espacio de exhibición:** Hall de la Facultad de Artes.

**Sistema de montaje:** Fotografías sobre soporte rígido, ubicadas en paneles.

**Rotulación:** Título de la exposición entrada principal, fichas técnicas por cada pieza con información de expositor.

**Medios de difusión:** Folleto de la colección fotográfica de exposición, información a medios regionales de comunicación. Evento de apertura.



## Exposición de expresión.

Exhibición que se ha llevado a cabo desde hace 3 años, el material de exposición lo conforman carteles resultado de la experimentación en la asignatura de expresión que aborda diferentes estéticas.

**Expositores:** Estudiantes de 7° semestre de diseño gráfico

**Espacio de exhibición:** Centro comercial Valle de Atriz, segundo piso, área corredores.

**Sistema de montaje:** Carteles ubicados en caballetes  
**Rotulación:** fichas técnicas por cada pieza con información de expositor, e imagen de la exposición.

**Medios de difusión:** Afiche promocional con temática de la exposición, evento de apertura.

## Curaduría

### Registro del primer material susceptible de ser expuesto.

Se realizó dentro de las instalaciones de la facultad de artes de la Universidad de Nariño, una pequeña convocatoria para todos aquellos estudiantes de diseño gráfico que quisieran exhibir de forma libre las piezas de diseño gráfico en gráfica expuesta - galería virtual.

La siguiente es una tabla de clasificación y registro de las primeras colecciones que alojará **gráficaexposita - galería virtual**.

La información aquí consignada servirá de apoyo, para iniciar un proceso de registro del material de exposición y su historial.

Fuente: Esta investigación

Cant	Tipo	Formato		Tipo de muestra		Soporte de pieza de exhibición			Editorial
		Tipo	digital	Individual	Grupo	Base	pered caballete	Proyección	
10	libros	pdf	x	x		x			x
38	Ilustraciones	jpg	x	x			x		
10	Animaciones	swf, avi	x	x				x	
183	Fotografías	jpg	x		x		x		
58	Carteles	jpg	x		x		x		

## Análisis de la información

Teniendo en cuenta los procesos llevados a cabo para la recolección de información se realiza la siguiente clasificación:

### Por visualización

Se destacan 4 tipos de montajes que realizan los estudiantes de diseño gráfico para exponer sus piezas de diseño dentro de la facultad de artes de la Universidad de Nariño, por consiguiente los ambientes para exposiciones dentro de gráficaexpuesta - galería virtual serán:

1. *Espacio para visualización de material de tipo editorial*
2. *Espacio para visualización de material de tipo tridimensional*
3. *Espacio para visualización de material audiovisual*
4. *Espacio para visualización de instalaciones*

### Por numero de expositores

Dentro del programa de diseño gráfico se realizan exhibiciones tipo:

1. Colectivo
2. Individual

### Por información

En cuanto al diseño de exposición de las exhibiciones colectivas y abiertas a público realizadas por los estudiantes de diseño grafico de la Universidad de Nariño se encontró que:

1. Hay material se apoyo como rotulación (**ficha técnica**) con información de la pieza expuesta, el expositor, y la **imagen visual de la muestra**.
2. En cuanto a la información de la temática de la exposición, es presentada a través de un afiche promocional cuya **imagen del evento** promueve el exposición incluye el **nomre de la exposición**, a demás de **fecha de apertura y clausura**, hora y el **lugar de exhibición**.

## 4

referentes  
gráfica expuesta

## ● Gráficos

## Wim Crowel

Es diseñador, artista, profesor y director de museos. de su trabajo se destaca:

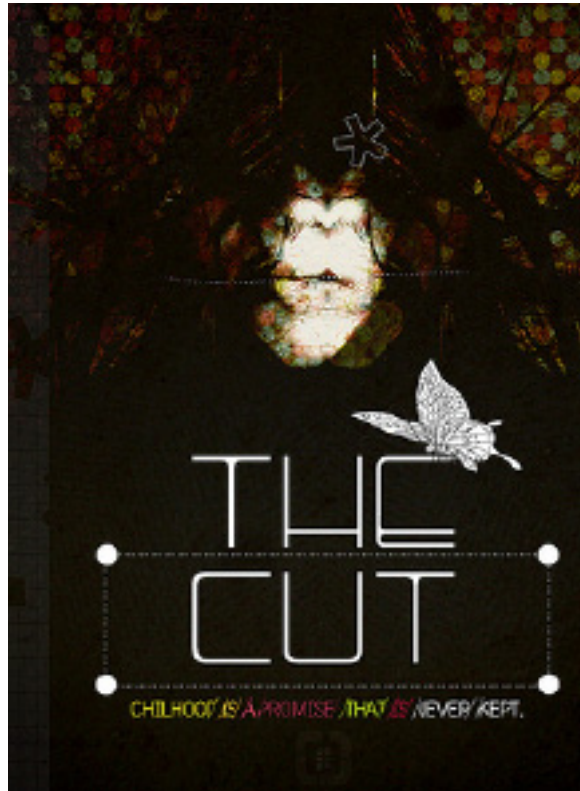
Es el responsable de multitud de posters, catálogos de la Van Abbe Museum (Eindhoven), así como del Stedelijk Museum (Amsterdamm) entre el 1956 al 1982.

Crowel co-fundó “Total Design”, el primer estudio pluri-disciplinar en Holanda, este mismo se confirmó en la fuerza del diseño Holandes. Crowel y sus colegas crearon una fuerte influencia en la cultura e identidad nacional.

En 1967 Crowel diseñó el famoso “New Alphabet”; amplió la retícula para convertirse en una matriz donde los diseños se formaban en unidades dentro una retícula, ello permitía adaptarse mejor al mundo digital de la impresión. Crowel sigue como diseñador, grandes exhibiciones de arte como la “Vereniging Rembrandt exhibition” en el van Gogh Museum en Amsterdam que también se inaugura este Octubre de este año 2008, es una de sus últimas direcciones.

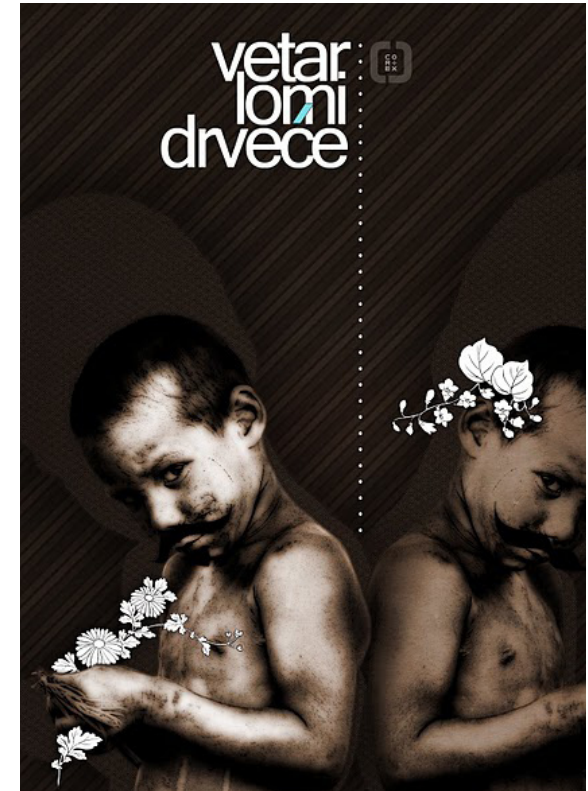


## Estéticos



### Jana Jelovac

De Belgrado, Serbia. Está graduada en Arquitectura de interiores, pero se dedica únicamente al diseño gráfico. En su trabajo es muy característico el uso de texturas. se desarrolla actualmente en el campo de la ilustración digital domina una amplia gama de técnicas de ilustración convencionales, digitales y mixtas.



## Pepa Prieto

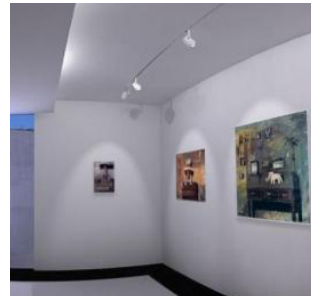
Pintora y diseñadora. Ella desata toda su fantasía en un trabajo lleno de frescura, representando un mundo onírico marcado por el toque naïf de su paleta y por la amalgama de personajes que en él habitan. Sus pinturas recuerdan a los dibujos adolescentes de trazo sencillo, pero a la vez de gran complejidad en la composición. Además, nos habla de los sentimientos más profundos, a parte de las representaciones naïf de la naturaleza. Su obra está relacionada con tendencias americanas actuales, la cultura del skate y el folk.

Como artista multifacética su trabajo abarca diferentes campos: ilustración, diseño gráfico, pintura, instalaciones y trabajos comerciales para marcas como MTV, Vueling, Element Skateboards, Accessorize, Orange Telecom, Salomon Snowboards, The Body Shop, Caja Madrid, Kielhs, Accordion Apparel, Rossignol, Carhartt, Poketo, Little Otsu, Stone Designs...





# De interfaz



American Museum of Photography			
<a href="http://www.photographymuseum.com/main/html">http:// www.photographymuseum.com/main/html</a>			
Servicios ofrecidos (virtuales)	Profundidad de búsqueda	Recursos de Interacción	Compromiso con lo virtual
Tour guiada	4 niveles	Navegación 2d	Total. No existe contraparte real
Galerías			Tampoco arquitectura
Orientación y Curadores			el ámbito tridimensional se sugiere
Tienda y librería			mediante metáforas
Centro de investigaciones			
Enlaces			

Museo de Arte moderno del Uruguay			
<a href="http://www.diarioelpais.com/muva">http:// www.diarioelpais.com/muva</a>			
Servicios ofrecidos (virtuales)	Profundidad de búsqueda	Auto - navegación	Total. No existe contraparte real
Orientación básica	Aparte de la exploración	espacial (3 - D) mediante	La arquitectura virtual posee forma
Exposiciones	espacial, un solo nivel de	HTML	y es navegable y sugiere 3D sin
	búsqueda de obras		requerir realidad virtual.

The Exploratorium			
<a href="http://www.exploratorium.org/">http:// www.exploratorium.org/</a>			
Servicios ofrecidos (virtuales)	5 niveles	Auto navegación especial	Hibrido. El museo virtual alojado
Galerías y actividades		3d utilizando software	en el museo real complementa
Biblioteca digital / Búsqueda		de apoyo de visualización	los servicios prestados por este
Experimentos		QTVR	No posee forma propia.
Juegos		Shockware	
Tienda			

# 5.

## proceso gráfico galería virtual

### Decisiones de diseño

El proceso gráfico de grafica expuesta se divide en dos subprocesos

1. El diseño de la imagen corporativa de la galeía de exposición virtual.
2. El diseño web editorial de los portafolios digitales de la galería virtual

## 1. La identidad e imagen de **gráficaexpuesta**

**Palabras claves:** Exposición, exhibición, virtual, diseño gráfico, ambiente, espacio, productos, colección, expositores, grupos, redes.

Selección del nombre adecuado de la galería, un nombre que comunique inmeditamente el objetivo de este sitio y de facil recordación.

Toma de decisiones del mejor nombre para la **galería virtual**.

Galeríagráfica, Webgráfica, *Quipugráfico*, Redgráfica, *Espaciográfico* **infográfica**,... **gráficaexpuesta**

## Proceso de bocetación

Teniendo en cuenta que **gráficaexpuesta** será un espacio virtual en internet, que tomara colecciones físicas y las agrupará en colecciones digitales, expondrá piezas de una gran variedad de formatos, y además el grupo proveedor de contenido lo conforman estudiantes de diseño gráfico, un sitio que debe permitir 3 tipos de lecturas: para especialistas, público en general, público infantil. Con manejo de textos claros y vocabulario accesible.







Búsqueda tipográfica para **gráficaexpuesta**



Propuesta de logo gráficaexpuesta  
de la idea al boceto



## Logo simbolo



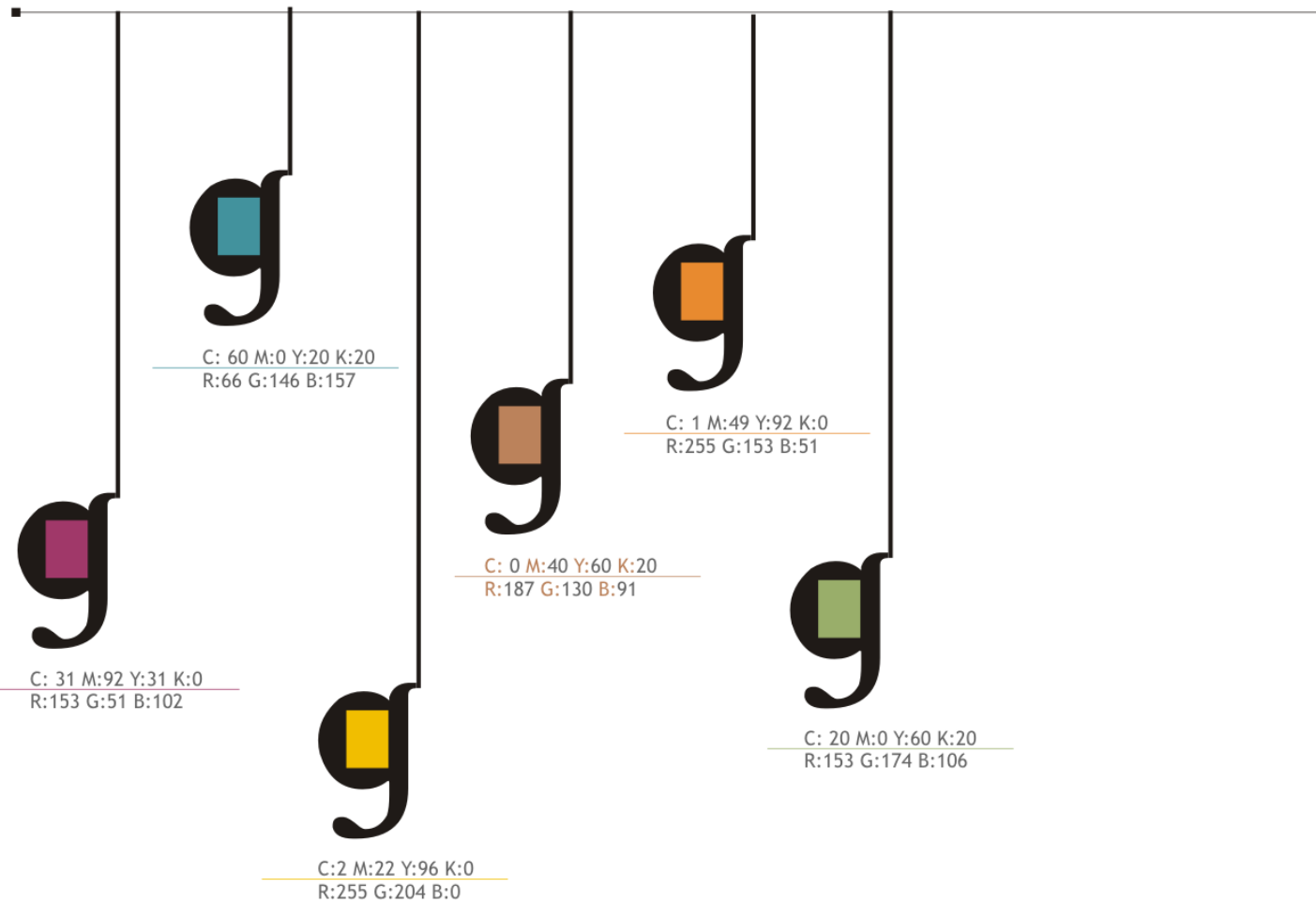
Tipografía  
Romance Fata| Serif

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ

1234567890|@#~!”•\$%&/()=?;¨Ç\*^} {ç

paleta de color CMYK - RGB



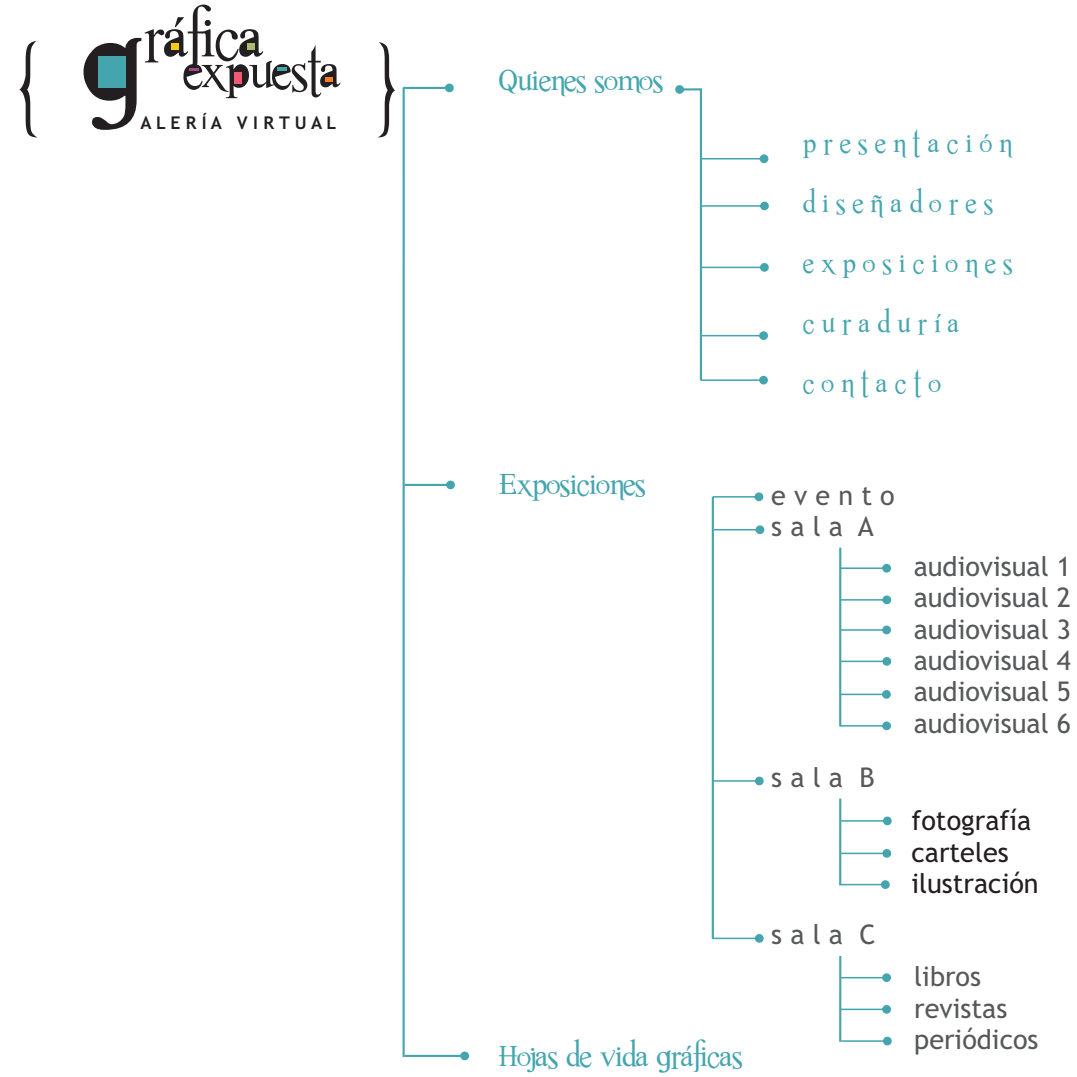
2. Diseño web - editorial  
gráficaexpuesta



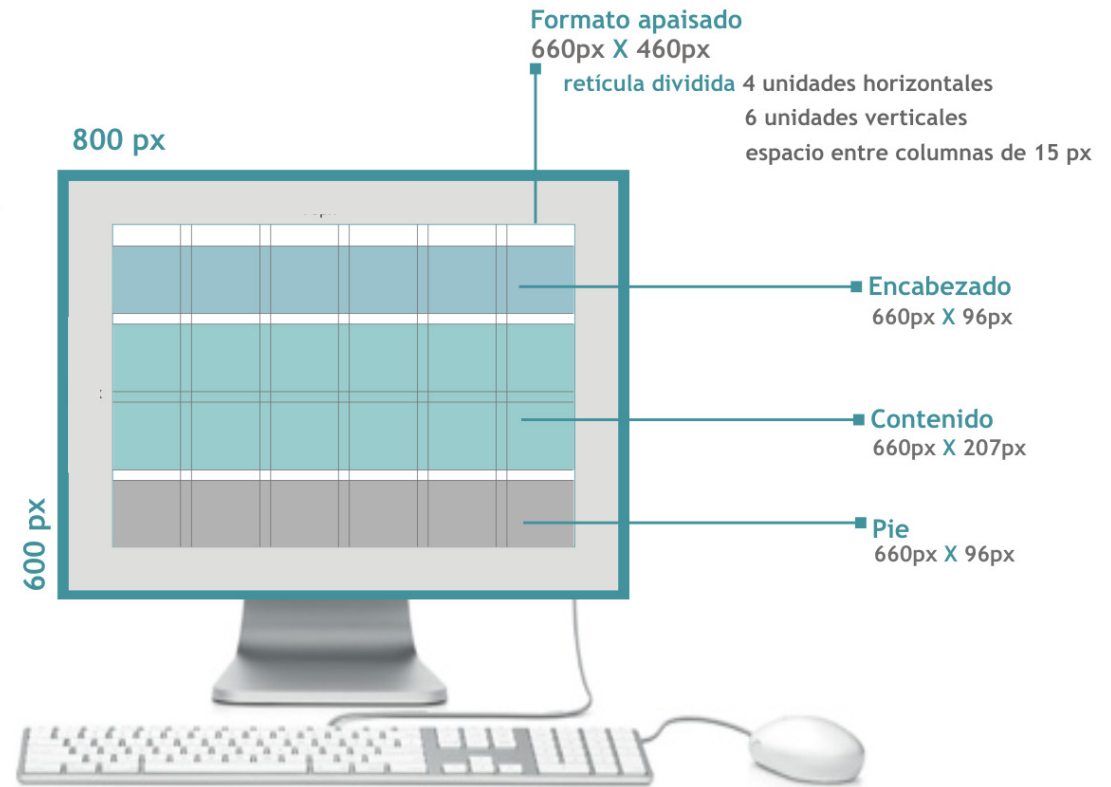
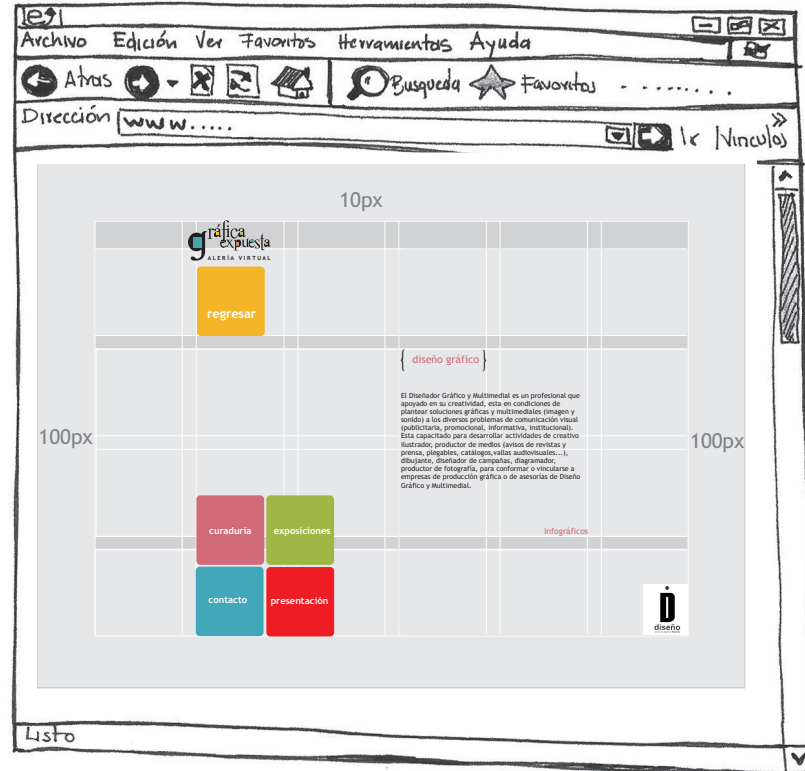
ingresar



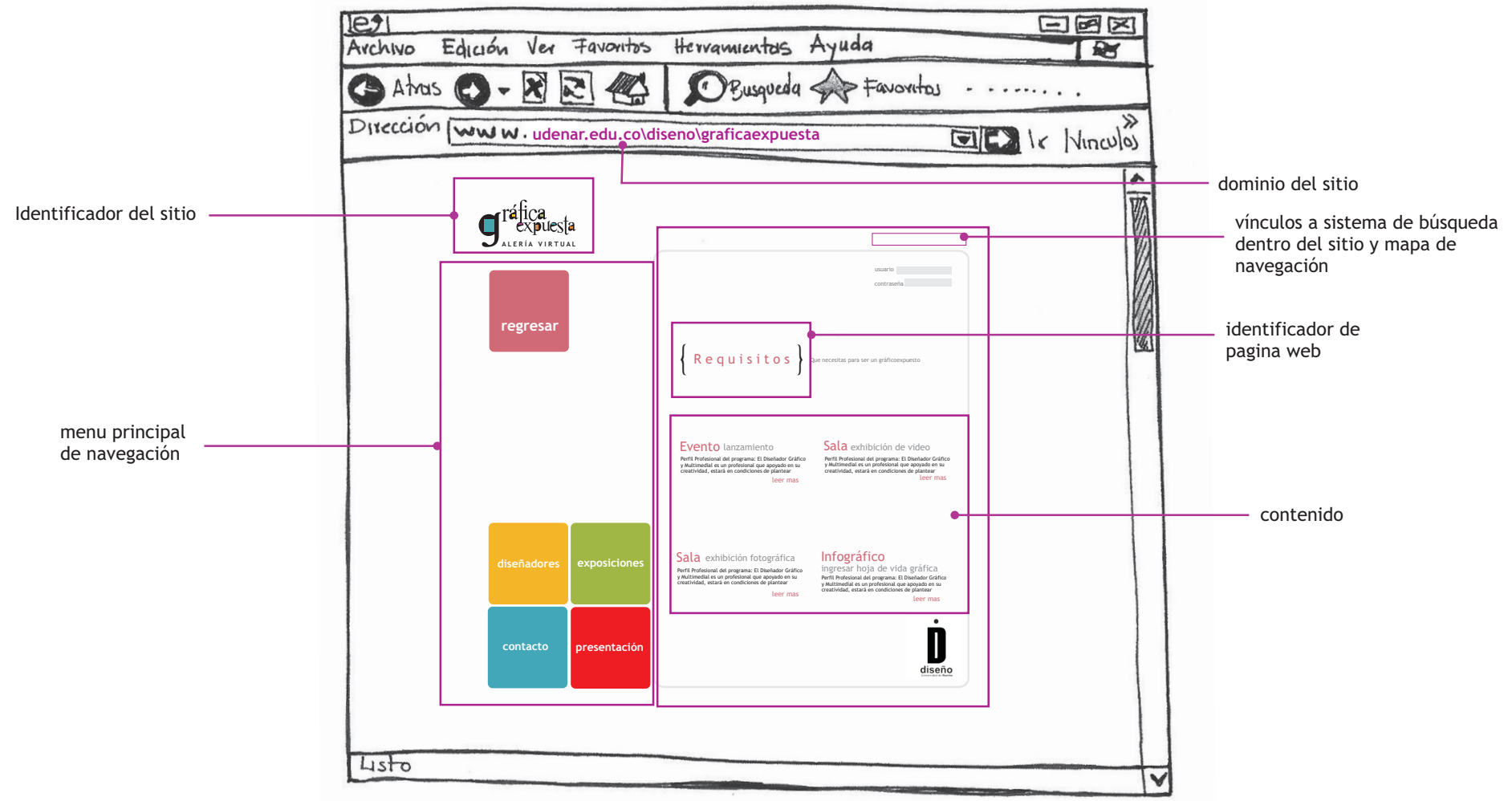
# Mapa del sitio



## Retícula digital



# La galería virtual y la anatomía del sitio



# La galería virtual y la anatomía del sitio

menu de retorno

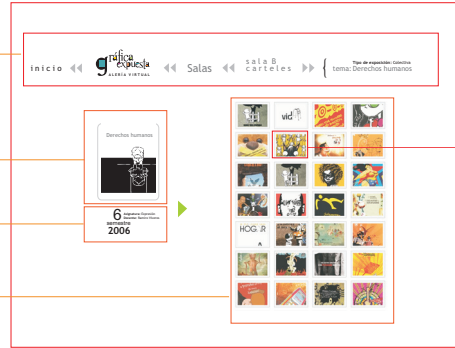
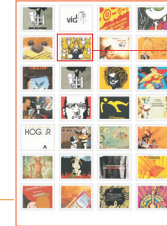


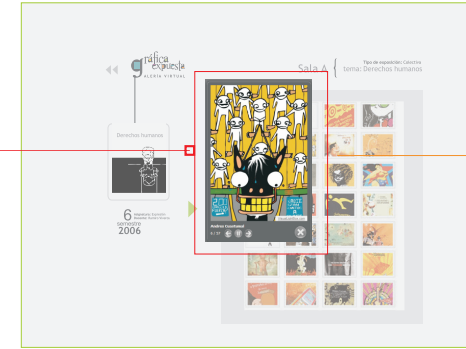
imagen de la exposición



ficha técnica exposición

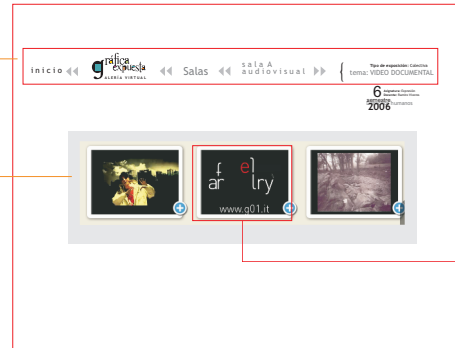


menu de selección  
de imagen e inicio de  
exposición

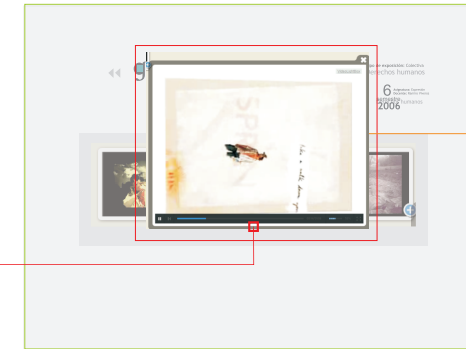


visualización  
de imagen

menu de retorno



menu de videos



visualización  
de video

menu de retorno



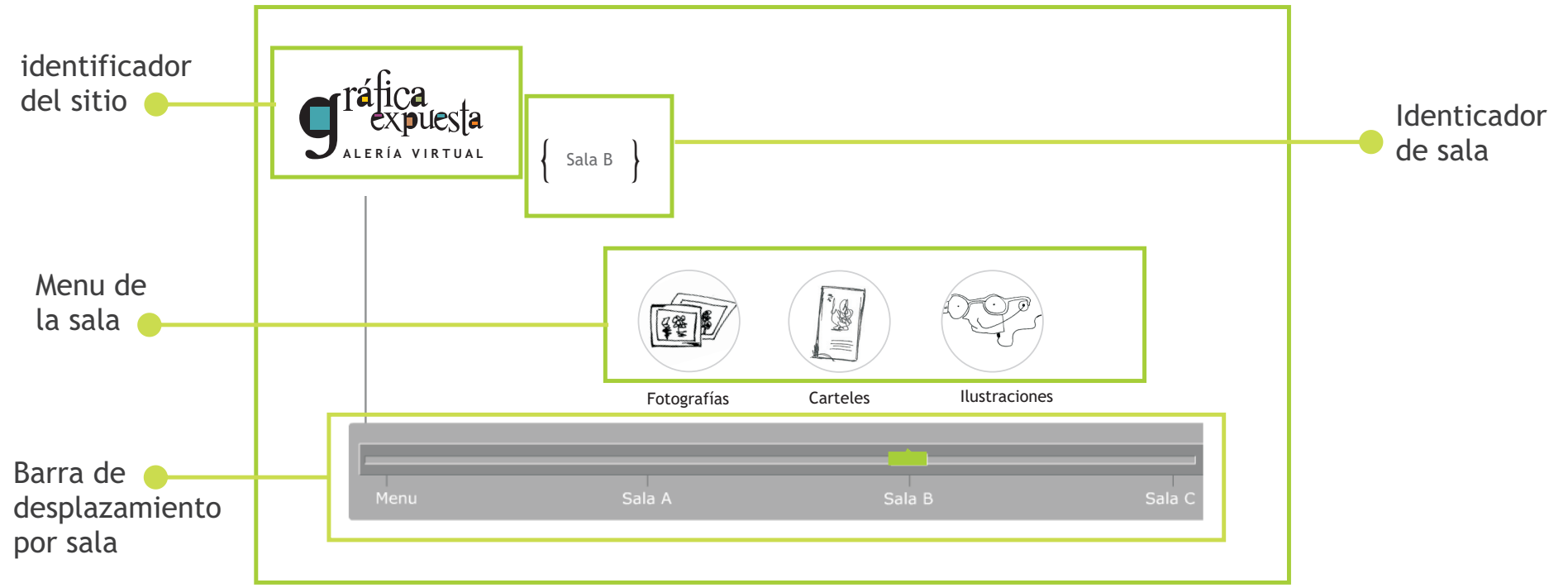
sistema de menu  
hojas de vida  
gráfica

datos de contacto  
del diseñador gráfico

vista de trabajos  
del diseñador gráfico



link: Exposiciones  
anatomía de menu



# La galería y Tipografía para web

Sala A

Tipo de exposición: Colectiva

Tema: Derechos humanos

**Requisitos**

Evento

lanzamiento

Perfil Profesional del programa: El Diseñador Gráfico y Multimedial es un profesional que apoyado en su creatividad, estará en condiciones de plantear

[leer mas](#)

[regresar](#)

## Tipografía Trebuchet MS (True type)

ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890"!'.-;\$/([)=?\_@#|\{

ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890"!'.-;\$/([)=?\_@#|\{

ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890^)!'.-;\$/([)=?\_@#|\{

ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890^)!'.-;\$/([)=?\_@#|\{

### características

#### “Hinting”

Mg

ijl

1, l, l, i y J

fi fl ff

Característica de tipografías digitales que permite la impresión en soportes de media o baja resolución conservando su legibilidad y características esenciales.

Reminiscencia de la Futura de Paul Renner

Detalles distintivos son las pequeñas serifas de la “i” y la “j” minúscula y la terminación inferior curvada de la “l” minúscula.

Un cuidado especial han tenido los caracteres “1”, “l”, “i” y “J”, de modo de no ser confundidos.

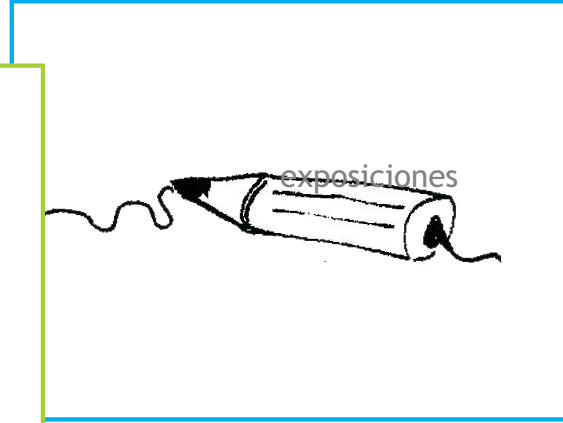
Estas combinaciones, están diseñadas de modo que no se tocan entre sí, evitando así las manchas en pantalla situación que perjudican la legibilidad.

# Ilustración portafolios digitales

exposiciones

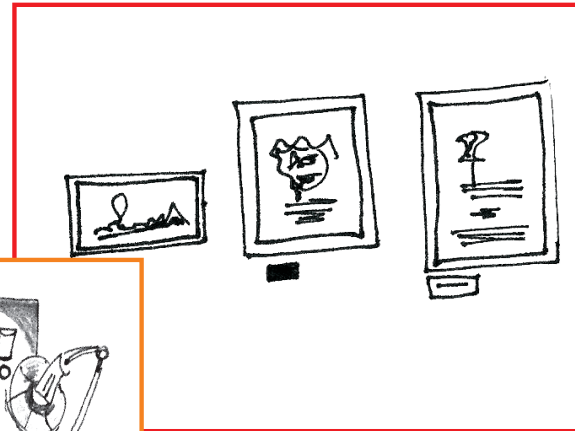


contacto

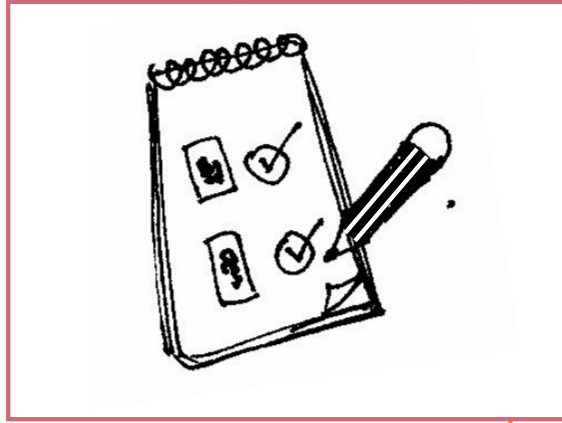


exposiciones

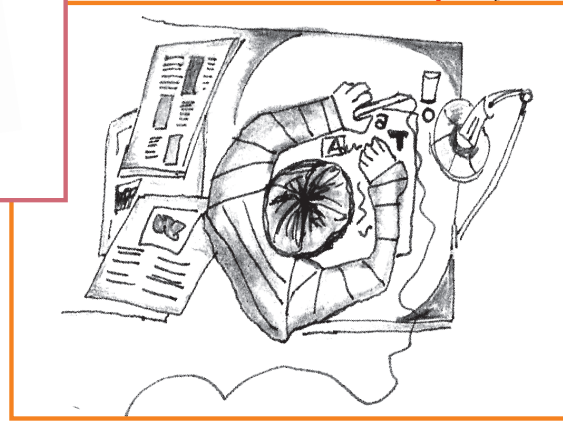
presentación



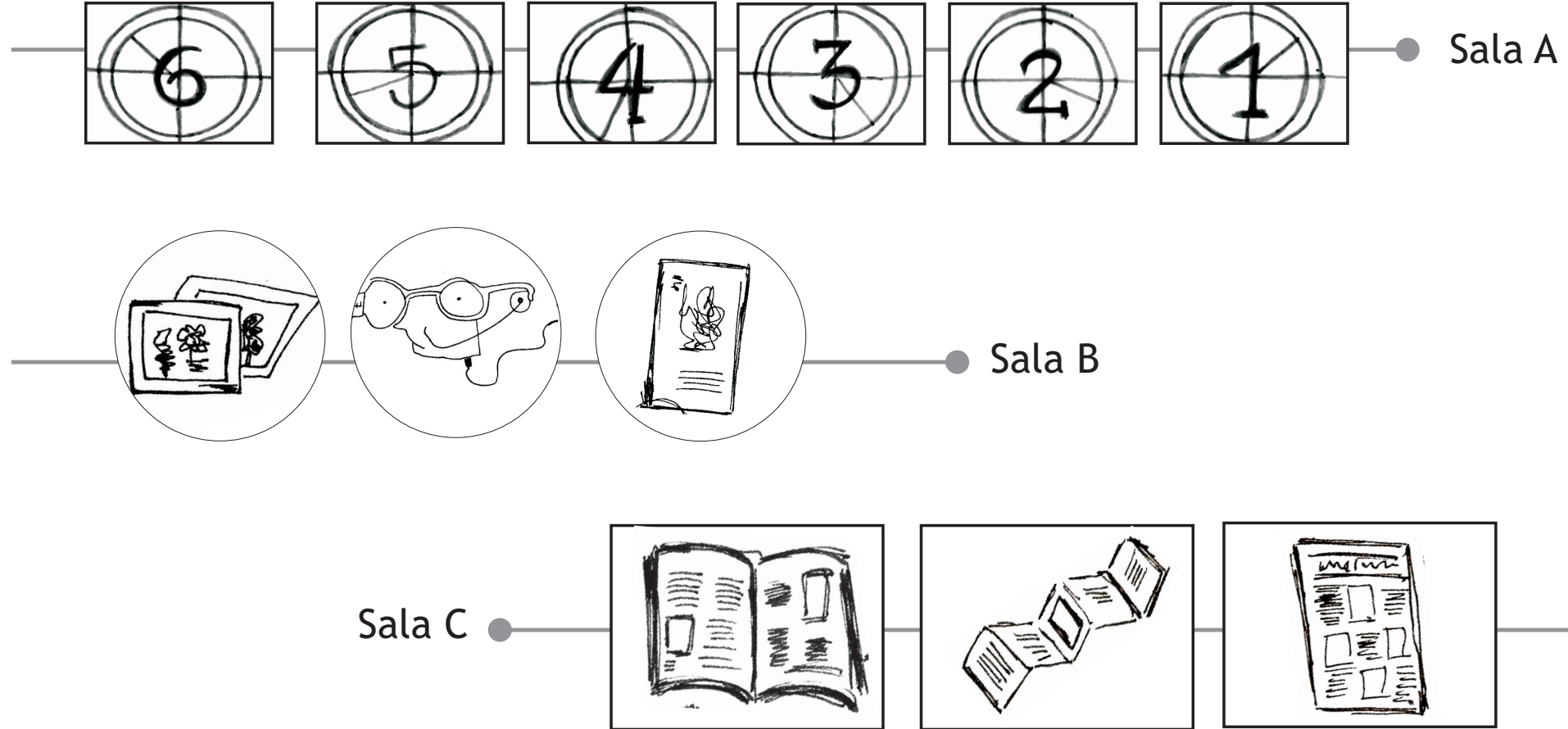
curaduría



diseñadores



# Ilustración sistema de menu por sala



Mapa de navegabilidad



# La galería el menú principal



# Link: presentación

**gráficaexpuesta**  
ALERÍA VIRTUAL

regresar

**La galería**

gráficaexpuesta - galería virtual le apuesta a nuevos retos estructurales y conceptuales dentro del campo de la comunicación audiovisual y la nueva museología. Es un producto de diseño tipo editorial - web y las TIC's nuevas tecnologías de la comunicación.

Nuestra galería virtual se nutre de la prolífica obra de los estudiantes del programa de diseño gráfico de la Universidad de Nariño, su función es sistematizar, exhibir y proyectar a través de folletos virtuales, exposiciones individuales y colectivas.

gráficaexpuesta permite la visualización de hojas de vida gráficas de los estudiantes de diseño gráfico para ser accedidas en cualquier momento, además de presentar piezas de diseño gráfico publicitario, diseño editorial, diseño de identidad corporativa, diseño web, diseño tipográfico, cartelería, señalética y diseño multimedia, entre otros.

infográficos    exposiciones

curaduría    contacto

Universidad de Nariño    ficartes    diseño

# Link: exposiciones

gráfica  
expuesta  
GALERÍA VIRTUAL

regresar

infográficos

curaduría

contacto

presentación



© SALAS

Sala A { La sala relacionada con el diseño gráfico multimedial ,  
espacio para la difusión de piezas audiovisuales  
individuales como colectivas

Sala B { La sala recopila colecciones de piezas  
de diseño como carteles, fotografías, ilustraciones

Sala C { La sala exhibe piezas de diseño editorial como  
libros, revistas, periódicos.

diseño



# Link: contacto

The screenshot shows the 'contacto' page. At the top left is the logo 'gráfica expuesta ALERÍA VIRTUAL'. Below it is a blue 'regresar' button. The main content area is titled 'Departamento de diseño' and includes contact information: 'Director de área: Ramiro Viveros', 'Tel: (011) 21 51 90 89 ext. 103', 'e-mail: [diseño@sumar.edu.co](mailto:diseño@sumar.edu.co)', and 'Calle 46da, Universidad Simón Bolívar'. A decorative graphic separates the title from a contact form with fields for 'nombre', 'institución', 'telefono', 'e-mail', and 'mensaje'. A red 'enviar/cancelar' button is at the bottom right of the form. A 'diseño' logo is in the bottom right corner. A sidebar on the left contains four colored buttons: 'infográficos' (orange), 'exposiciones' (green), 'curaduría' (purple), and 'presentación' (red).

# Link: curaduría

The screenshot shows the 'curaduría' page. At the top left is the logo 'gráfica expuesta ALERÍA VIRTUAL'. Below it is a red 'regresar' button. The main content area features a login form with 'usuario' and 'contraseña' fields. Below the login form is a 'Requisitos' section with a checklist icon and the text 'Que necesitan para ser un gráfico/quinto'. There are three event listings: 'Evento lanzamiento', 'Sala A', and 'Sala B', each with a 'leer mas' link. Below these is an 'Infográfico' section with the text 'Ingresar hoja de vida gráfica' and a 'leer mas' link. A 'diseño' logo is in the bottom right corner. A sidebar on the left contains four colored buttons: 'diseñadores' (orange), 'exposiciones' (green), 'contacto' (blue), and 'presentación' (red).

## Link: diseñadores

gráfica  
exposita  
GALERÍA VIRTUAL

regresar

curaduría

exposiciones

contacto

presentación

{ diseño gráfico }

El Diseñador Gráfico y Multimedial es un profesional que apoyado en su creatividad, esta en condiciones de plantear soluciones gráficas y multimediales (imagen y sonido) a los diversos problemas de comunicación visual (publicitaria, promocional, informativa, institucional).

Esta capacitado para desarrollar actividades de creativo ilustrador, productor de medios (avisos de revistas y prensa, plegables, catálogos, vallas audiovisuales...), dibujante, diseñador de campañas, diagramador, productor de fotografía, para conformar o vincularse a empresas de producción gráfica o de asesorías de Diseño Gráfico y Multimedial.

infográficos ▶▶

D  
diseño

La galería  
El sub menu por contenido

**g**ráfica audiovisual ( animación, video..).

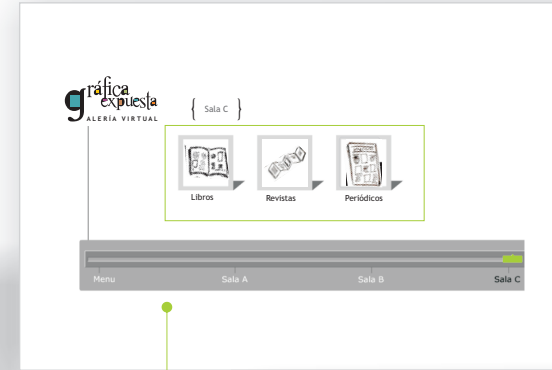
**g**ráfica de instalación ( montajes tridimensionales)

**g**ráfica editorial ( libros, revistas, periódicos...)

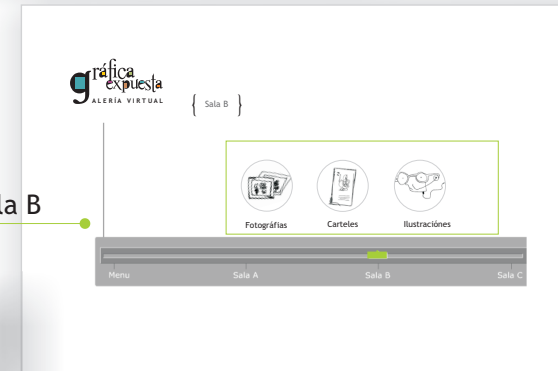
**g**ráfica X ( para quien quiere exponer piezas experimentales)

info **g**ráficos ( hojas de vida gráficas )

# Link: Exposiciones La galería virtual

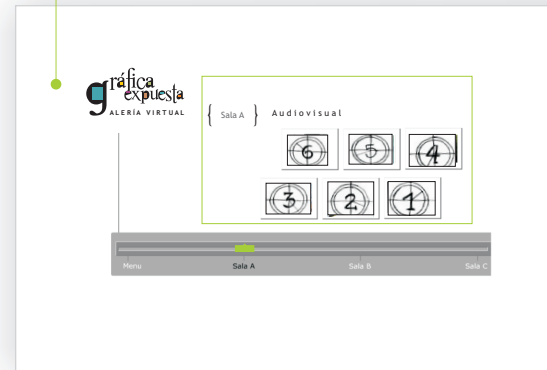


Sala C



Sala B

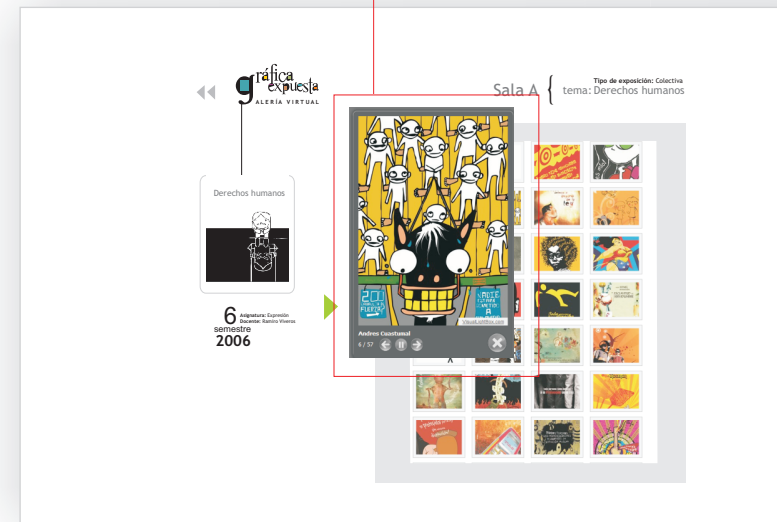
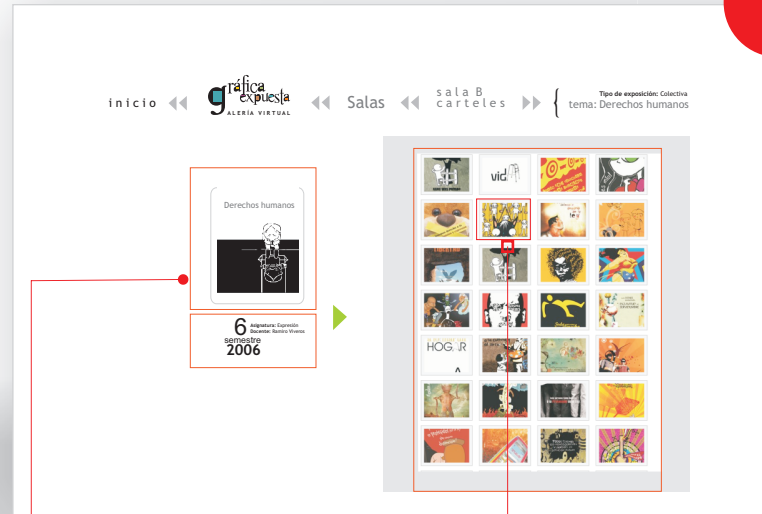
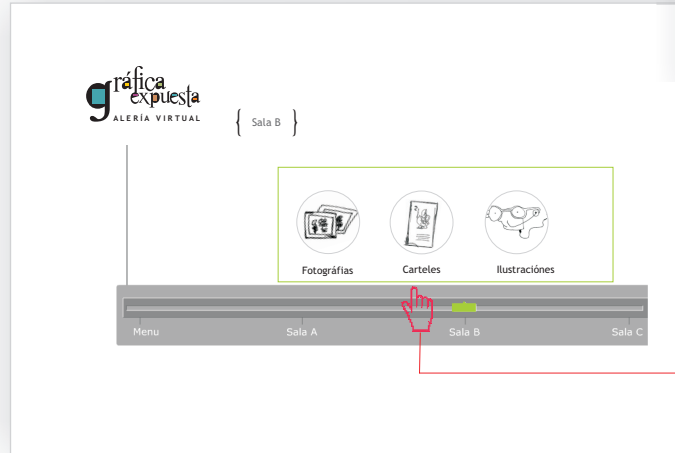
Sala A



# de las salas a las colecciones

1

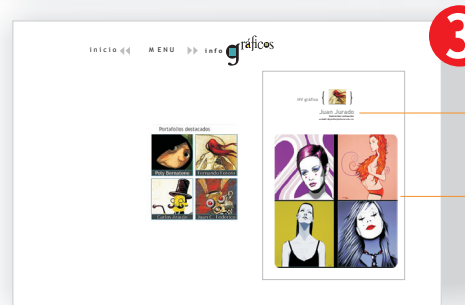
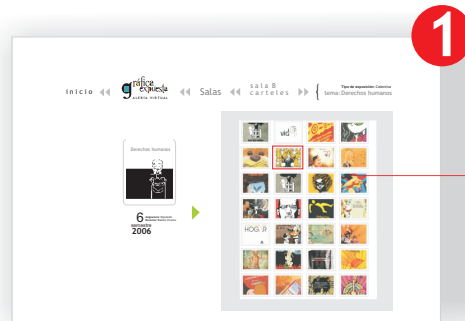
## Sala B



{ La exposición }  
pieza por pieza

## Colecciones y exposiciones

{ 3 tipos de visualización }  
plantillas fijas que el estudiante elije según el montaje de exposición



{ La exposición }  
pieza por pieza



visualización de imagen

visualización de video

datos de contacto del diseñador gráfico

vista de trabajos del diseñador gráfico

# link: Diseñadores anatomía de menu

## diseñadores



datos de contacto  
del diseñador gráfico

vista de trabajos  
del diseñador gráfico

# 6.

## aspectos técnicos software de apoyo al diseño

Adobe Photoshop Cs4  
Adobe Illustrator Csx34  
Adobe Dreamweaver Cs4  
Adobe Flash Cs4  
Corel draw X3  
Adobe Indesing Cs4  
Aleo software  
Videolingtbox  
Visuallingtbox





# conclusiones

El diseño web fomenta la creatividad y permite llegar a nuevos mercados (el mundo) con nuevos productos (distintos tipos de ver el diseño gráfico). La modernización favorecerá la eficiencia y la reducción de costos y una correcta implementación de procesos de edición digital permitirá la reutilización de contenidos.

La usabilidad y legibilidad son fundamentales en entornos electrónicos y el diseñador debe tenerlo en cuenta y pensar en diseños que se visualizarán se deberán integrar en el diseño de las páginas web con lo editorial (el diseño es comunicación) los diseñadores estamos llamados ahora a conocer los aspectos técnicos de los libros electrónicos o portafolios digitales y estar a la vanguardia en medios masivos como la internet tampoco explotada desde nuestro campo.



# bibliografía

## gráfica expuesta

BARBERI, T., Paolini, P. (2000). *Cooperative visit for the museum WWW sites a year later: evaluating the effect. Museums and the Web 2000. Selected papers. Pittsburgh: Archives and Museum Informatics.*

BELLIDO GANT, M. L. (1999). *Museos virtuales y digitales: Nuevas estrategias de difusión artística. Conferencia en el VII Encuentro de Bibliotecas de Arte de España y Portugal.* Santander.

BONSIEPE Gui. (1999). *Del objeto a la Interfase Mutaciones del diseño.* Argentina: Ediciones infinito

CANCLINI, Néstor García. (2007), *Entrevista “soy un extranjero en la era digital”.* Revista Ñ. 11.8.

CATELLANOS N. P. (1998). *Los museos como medios de comunicación: museos de ciencia y tecnología.* Revista LATINA de comunicación social, No 7. Pág. 4, [www.ull.es/publicaciones/latina/a/71mus.htm](http://www.ull.es/publicaciones/latina/a/71mus.htm)).

CORONADO, Juan Jose. (1992). *La Comunicación interpersonal. Más allá de la apariencia,* Guadalajara, México: ITESO, .

DABNER David. (2005). *Diseño, Maquetación y composición comprensión y aplicación.* Barcelona: Natural. S.A. Editado por Blume.

FERNANDEZ, Luis Alonso. (1990). *Introducción a la nueva museología.* Madrid: Alianza Editorial, S. A.

FRASCARA Jorge, (1996). *Diseño gráfico y comunicación,* Buenos aires, Editorial Infinito.

GORDON Bob, Gordon Maggie. (2007) *Manual del diseño gráfico digital.* Barcelona: Editorial Gustavo.

LYNCH Patrick J., HORTON Sarah, CABRE Toni. (2000). *Manual de estilo Web, Principios de diseño básico para la creación de sitios web:* Editorial Gustavo Gili, SA, 1ra Edición.

SÁNCHEZ, David, Carmano Ernesto. (1994). *Curso de Ergonomía. Escuela de Diseño, Universidad de Guanajuato.*

ROCA, José Ignacio. *Proceso de concepción y realización de un proyecto Museográfico. S.f.*

SERRAT, N. (2000). *Museos virtuales. Nuevos entornos de aprendizaje. Comunicación y Pedagogía*, No. 170, p 29-39.

VALDÉS Sagués, María del Carmen.(1999) La difusión cultural en el museo: servicios destinados al gran público. Pág.191.Ediciones TREA, S.L.

VELEZ Jahn, Gonzalo.(1990). *“Realidad Virtual: aplicaciones, Ponencia, 3a jornada de informática como apoyo a la docencia y a la investigación, Universidad central de Venezuela, Caracas.*

WONG Wucius, WONG Benjamin Wong. (2004).*Diseño gráfico digital*, Barcelona: Gustavo GILI, SA.

([www.mtas.es/insht/ntp/AGpvd.htm](http://www.mtas.es/insht/ntp/AGpvd.htm) NTP 678. Pantallas de visualización: tecnologías (I). Ministerio de Trabajo de Asuntos Sociales de España. Instituto Nacional de Seguridad e Higiene en el Trabajo. Ing. Ind, ÁLVAREZ Padilla, Alfredo. Centro nacional de condiciones de trabajo).



# gráfica expuesta glosario

**Abstracción** Proceso de representación estilizada o simplificada de imágenes u objetos de manera que siga siendo reconocible a pesar de enfatizar sus aspectos formales o expresivos. Grado de menor similitud entre una imagen y lo que ésta representa. || Simplificación de una realidad tangible a un mínimo de elementos que permita su reconocimiento (Consuegra, 1976)

**Abstracto** Forma sugerida por una imagen irreal sin ninguna relación con algo conocido (De la Piedra).

**Acabado** Tratamiento superficial, posterior a la impresión, que dota al impreso de mayor resistencia física y química, al tiempo que optimiza su presentación en términos de brillo y calidad (Andigraf, 1994).

**Accesibilidad** Término usado para describir la facilidad con que una página web puede ser accesada por cualquier persona.

**Acceso** Cada vez que alguien entra a una página Web. Los cantidad de accesos aumentan la popularidad de una página.

**ADSL** (Asymmetric Digital Subscriber Line). Línea digital asimétrica. Tecnología usada para crear una conexión de gran amplitud de banda a través de una línea telefónica.

**Afiche** Pieza publicitaria impresa para utilización en POP. Su tamaño está basado en el pliego y los sistemas de impresión son muy variados (De la Piedra).

**Alojamiento web** Sinónimo de hospedaje, hosting, web hosting. Servicio por el cual se alquila un espacio específico en un servidor externo, para alojar un sitio web con información y ponerlo a disposición de otros usuarios en la red.

**Alto contraste** Grado de inclinación de la curva debido al revelado, en la reproducción fotográfica. Diferencia notable entre claros y oscuros de una imagen (Andigraf, 1994).

**Altura x** Altura de los caracteres de una familia tipográfica sin tener en consideración sus rasgos ascendentes y descendentes. Véase ojo.

**American Institute of Graphic Arts (AIGA)** Sigla del Instituto Americano de Artes Gráficas (American Institute of Graphic Arts) Institución norteamericana sin ánimo de lucro establecida en 1914 para servir los intereses de la profesión del diseño gráfico. El AIGA promueve la excelencia y el avance a través de concursos, exhibiciones, actividades educativas, publicaciones y “archival resources”. Se encuentra ubicada en 1059 Third Avenue, New York, NY 10021.

**Ancho** Medida de la columna, que por lo general se realiza en cíceros (cotton, 1994).

**Ángulo \_ de visión:** Ángulo que tiene un objetivo de una distancia focal concreta. Por ejemplo un objetivo de 35 mm muestra 46p, y uno de 28mm 74p. || \_ de trama: Inclinación de las líneas de la retícula empleada para reproducir imágenes de medio tono. Giro que se le da a la trama para lograr la posición exacta que evite el muaré (Andigraf, 1994).

**Animática** Animación preparada partiendo de visuales en rotulador y otro original sin terminar, para la que se utiliza una camera rostrum. Utilizada para probar ideas de storyboard, para anuncios de acción en vivo, antes de la producción de una película o un video (Cotton, 1994).

**Apaisado/a.** Se refiere a la página que está orientada de forma que el borde más largo es el horizontal. || Alternativa horizontal de un formato rectangular (Andigraf, 1994).

**Apariencia** Lo que está al alcance de la vista. Conjunto de elementos que conforman la fisonomía de un total orgánico o creado por el hombre (Consuegra, 1976).

**Applet.** Pequeño programa ejecutable, escrito en lenguaje de programación Java, que opera a través de navegadores y permite dinamizar páginas web.

**Apostilla.** Nota colocada al margen de una página.

**ASCII.** (American System Code for Information Interchange) Conjunto de caracteres, números, letras y símbolos utilizados en todas los computadores de cualquier país e idioma. Permite una base común de comunicación.

**Asimetría** Estructuración particular de un total or-

gánico o plástico cuyos elementos constitutivos no permiten ningún análisis por mitades del total en cuestión (Consuegra, 1976).

**B2B** “Business to Business”. Interacción de empresas por medio de Internet.

**B2C** “Business to Consumer”. Transacciones entre empresas y consumidores finales.

**B2I** “Business to Investor”. Transacciones entre empresas e Inversionistas.

**Banner** Aviso gráfico con objetivo publicitario en una página web, generalmente rectangular y con texto animado.

**Barra (T)** Es el rasgo horizontal en letras como la A, la H, f o la t. También llamada asta transversal.

**Binario** Que contiene códigos y caracteres que sólo pueden ser utilizados por tipo específico de software. Los más comunes son los archivos ejecutables, gráficos y documentos con formato.

**Bit (Binary DigIT).** Unidad mínima de almacenamiento de la información. Su valor puede ser 0 ó 1 ó verdadero o falso.

**Bitmap** Imagen creada a partir de una cuadrícula de píxeles, como una foto.

**Boceto.** Dibujo inicial que se usa para trabajar sobre una idea y exponerla. || Trazo o dibujo a mano de la idea de una pieza gráfica, anterior al arte final, con las características claras para su aprobación por parte del cliente (De la Piedra). || Dibu-



jo preliminar de cualquier expresión artística, sea pictórica, gráfica o volumétrica (Consuegra, 1976).

**Briefing.** Conjunto de datos sobre la empresa, sus objetivos, su estrategia...que sirven de base al consultor o diseñador para plantear la comunicación corporativa. Término inglés que engloba a las instrucciones que el cliente da a su proveedor para que de acuerdo con ellas desarrolle la campaña de Marketing Directo desde la idea global hasta el envío del mailing.

**Byte** Unidad de información equivalente a un conjunto de 8 bits. Suele representar un valor asignado a un carácter. arcaico y en otros sistemas de escritura antiguos.

**Cabecera.** Nombre o logotipo de un periódico o revista. También se refiere a los nombres de las secciones cuando se destacan tipográficamente.

**Caché** Área de memoria donde se guarda información de páginas web, una vez que ha sido descargada en el navegador. Cuando se vuelva al sitio, el navegador puede mostrar la página con mayor rapidez desde el caché.

**Calle.** Coincidencia de espacios entre palabras en varias líneas de un párrafo. Véase: Ríos y calaveras.

**Caricatura** Deformación de la realidad sobre la base de aumentar los rasgos fundamentales y más reconocibles

**Cartel** Pieza gráfica cuyo diseño permite la lectura a distancia. Es un material gráfico que transmite un mensaje, está integrado en una unidad estética formada por imágenes que causan impacto y por

textos breves. Ha sido definido por algunos estudiosos como “un grito en la pared”, que atrapa la atención y obliga a percibir un mensaje. También puede definirse como un susurro que, ligado fuertemente a las motivaciones e intereses del individuo, penetra en su conciencia y le induce a adoptar la conducta sugerida por el cartel. En conclusión, es un material gráfico, cuya función es lanzar un mensaje al espectador con el propósito de que éste lo capte, lo recuerde y actúe en forma concordante a lo sugerido por el propio cartel.

**CGI** (Common Gateway Interface) Es una interfaz que permite el envío de información entre la Web y otro software y bases de datos. Los programas CGI pueden estar escritos en lenguaje Perl, PHP, C, etc.

**CMYK** Siglas en inglés de los colores Cian, magenta, amarillo y negro que son las cuatro tintas utilizadas en el proceso de impresión por cuatricromía. La combinación de estos colores en diferentes proporciones da como resultado todos los colores y matices.

**Código** En un sistema de lenguaje –oral, escrito, visual, audiovisual–, el código es el conjunto de conocimientos, signos, señales y símbolos, así como sus reglas funcionales de aplicación (leyes de ensamblaje), por medio de los cuales se articulan y formalizan los mensajes. Sistema convencional de signos o de símbolos que permite transmitir e interpretar una información.

**Collage** Proceso de pegar objetos o fragmentos de objetos encontrados –papel, cuerda, tela, letras, fotografías, etc.) para formar composiciones con efectos simbólicos y visuales. Esta técnica fue po-

pularizada por los cubistas sintéticos y después explorada por los futuristas, dadaistas y surrealistas. (Carter, 1993) || A work made by pasting various scraps or pieces of material--cloth, paper, photographs--onto the surface of the composition. Combinación de diversos elementos, normalmente en capas superpuestas, para crear una composición.

**Comunicación** Término que deriva del latín commune y del sufijo ie-, similar a fie-, que significa hacer, es decir, realizar la transmisión de información o de conocimiento entre una persona y otra del modo más exacto posible. Es hacer común un significado a una comunidad con el fin de que toda ella pueda comulgar en la comprensión del mismo (Zimmermann, 1998). || Proceso por el cual una fuente emisora influye sobre un sistema receptor a través de la manipulación de signos (creatividad, combinatoria, codificación), configurando mensajes y circulando éstos a través de determinados canales físicos.

**Connotación** Valor intuitivo de un signo o de una secuencia de signos desde el punto de vista de la interpretación, es decir, en tanto que significante. Es el conjunto de resonancias y de sentidos (que no están en el diccionario) por los cuales la imagen tiene, para un individuo en un contexto dado, un valor singular. Es todo lo que una imagen puede evocar, sugerir, excitar o implicar, ya sea de una forma neta o vaga en el individuo.

**Contraste** Las diferencias en tono entre las zonas más oscuras y las más claras de una imagen. Grado de diferenciación entre una forma y el espacio que la rodea. || Graduación de tono entre blancos y sombras en un original o una reproducción (De la Piedra). Relación de tonos entre claros, mediodo-

nos y sombras en un original o una reproducción (Andigraf, 1994).

**Cookie** Fichero que se envía a un navegador por medio de un servidor web, para registrar las actividades que realizan usuarios en un sitio.

**Copyright** Derechos de reproducción o copia. Conjunto de derechos garantizados por la ley a los autores de obras literarias, artísticas, dramáticas, musicales, etc. contra explotaciones no autorizadas (De la Piedra).

**Cornisa** Jerarquía tipográfica que en los libros, generalmente indica la sección o capítulo correspondiente a la página en que se encuentra ubicado.

**Creatividad** Actividad creadora o capacidad imaginativa de hallar soluciones nuevas o ideas originales. La creatividad es la aptitud del ser humano para la combinatoria, es decir, la combinación de formas y mensajes nuevos a partir de combinaciones originales de signos (véase heurística).

**Cúspide** Punto superior de encuentro de los trazos de un carácter tipográfico que forman un ángulo menor a 90°. En el alfabeto, por lo general las letras A, M, N y W tienen cúspides.

**Degradé** Transición gradual entre dos colores o tonos de un color. Antes de la “era digital” los degradados sólo se podían realizar con el aerógrafo. Actualmente los programas de ilustración y maquetación incluyen la posibilidad de realizar degradados lineales, centrales, circulares, etc. || Fondo desvanecido de oscuro a claro o viceversa (Andigraf, 1994).

**DHTML** (Dynamic HTML) Es la combinación de HTML con lenguajes para crear páginas web animadas.

**Diagramación** Distribución u organización de los elementos de un mensaje bimedia (texto e imagen) en un espacio bidimensional mediante criterios de jerarquización de la información buscando funcionalidad del mensaje (fácil lectura) bajo una apariencia estética agradable.

**Diapositiva** Imagen positiva en blanco y negro o a color cuya base es una película transparente y que se puede observar proyectada o con luz transmitida.

**Digital (tipografía)** Tipografía codificada digitalmente como un número específico de puntos sobre una retícula. Las fuentes son almacenadas electrónicamente como instrucciones digitales para computador. Debido a la fenomenal velocidad de la composición digital de textos y el continuo mejoramiento de la calidad, la tipografía digital ha revolucionado la industria de la composición tipográfica. (Carter, 1993).

**Dimensión** Cualquiera de las tres medidas: alto, ancho y profundidad, con las que se puede dar valor cuantitativo a algo tangible (Consuegra, 1976).

**Diseño gráfico** Véase también Dwiggin, William Addison. El diseño gráfico es una actividad intelectual, técnica y creativa involucrada no solamente con la producción de imágenes sino con el análisis, la organización y los métodos de presentación de soluciones visuales a los problemas de comunicación. La información y la comunicación son las bases de una vida interdependiente alrededor del mundo, ya sea en las esferas del intercambio eco-

nómico, cultural o social. La tarea del diseñador gráfico es la de proveer las respuestas correctas a los problemas de comunicación visual de cualquier orden en cualquier sector de la sociedad.

**Diseño** Organización de materiales y procesos de la forma más productiva, en un sentido económico, en un equilibrado balance de todos los elementos necesarios para cumplir una función (L. Moholy Nagy, 1938). Es la integración de requerimientos técnicos, sociales y económicos, necesidades biológicas, con efectos psicológicos y materiales, forma, color, volumen y espacio, todo ello pensado e interrelacionado.

**Disposición** Manera como están ordenados los elementos componentes de un total (Consuegra, 1976).

**DNS** (Domain Name System) El sistema de nombres de dominio es el medio a través del cual los nombres de dominio se traducen a direcciones de protocolo de Internet.

**Download** Término del inglés que se refiere a la acción de copiar (bajar) un archivo desde un servidor remoto de Internet al disco duro de un computador.

**E-Commerce.** Es la compra-venta de productos, servicios e información a través medios electrónicos.

**Emisor** Fuente de un mensaje. Organismo productor del mensaje o de la señal en dirección al receptor.

**Emotícono** Signo tipográfico que consiste en reproducir con letras caras con distintas expresiones. Utilizado en el correo electrónico, chat y servicios de mensajería instantánea para dar sentidos a los mensajes.

**Encabezado** Título, cabeza o parte superior de una información (De la Piedra).

**Escala de grises** En impresión, escala de tonos de gris usada en la reproducción fotomecánica para verificar los tiempos correctos de exposición y revelado. En sistemas computerizados, la forma de determinar una gama de brillo para cada pixel en el monitor, desde el negro (=0) hasta el blanco (=255) (Cotton, 1994).

**Escaner** Dispositivo fotoelectrónico para convertir imágenes y transparencias de arte plano en código digital (de ordenador) (Cotton, 1994).

**Escorzo** Representación en perspectiva de personas u objetos, las cosas se muestran cada vez mas pequeñas cuanto mas se alejan del ojo del espectador. (Terra) Modo de representar la figura o el objeto formando un ángulo con el plano del cuadro, mediante los recursos de la perspectiva, de manera que el espectador reconstruya el objeto en sus proporciones correctas.

**Estilo Tipográfico** Internacional Estímulo En la teoría de la comunicación, un estímulo es cualquier tipo de señal exterior capaz de excitar la sensación o la atención de un individuo (umbral de sensibilidad). Sería el inicio del proceso de percepción, pues el estímulo es una señal sensorial pura (estímulo luminosos, en los fenómenos de percepción visual), es decir, independientemente de la información o del significado que pueda transportar.

**FAQ** (Frequently Asked Questions) Es un conjunto de preguntas y respuestas más frecuentes sobre un tema.

**Flash**, Macromedia Es un programa para crear texto o películas animadas. Creado por Macromedia, es compatible con todos los navegadores y plataformas.

Free Lance Modalidad de trabajo a destajo, realizado por fuera de tiempo, ejecutado por cualquier profesional de la publicidad a un cliente o agencia (De la Piedra).

**FTP** (File Transfer Protocol) Protocolo que permite copiar, renombrar o borrar archivos de un servidor remoto accesible desde Internet. Se utiliza tanto para subir documentos web de un computador a un servidor, como para bajar (download) archivos del servidor al computador.

**Gateway** Dispositivo que permite conectar dos o más redes entre sí con un protocolo diferente, actuando de traductor para permitir la comunicación.

**GIF** (Graphics Interchange Format) Es uno de los formatos gráficos más utilizado en Internet, junto con el formato JPEG, para la creación de archivos gráficos. Sus principales características son su alta compresión, el uso de un máximo de 256 colores y la posibilidad de crear animaciones.

**Grafismo** Perteneciente o relativo a la imagen gráfica. Aplicado a las descripciones y demostraciones que se representan por medio de figuras y signos (De la Piedra).

**GTDL** (Generic Top Level Domain) Identifica a que

grupo pertenece un dominio en la Web. Por ejemplo: .com (comercial), .net (comunicaciones), .gov(organismos gubernamentales) .cl (sitios comerciales chilenos), etc.

**Guión** Plan a escala reducida de un libro o una secuencia cinematográfica, utilizado principalmente para anticipar y planificar un diseño con muchas etapas.

**Hardware** Son los componentes físicos del computador. Por ejemplo: el monitor, el teclado, la placa de memoria, la impresora, el scanner, etc.

**Hexadecimal** Sistema numérico con base 16 y que permite especificar valores de color en HTML. Los caracteres son del 0 al 9 y de A a F.

**Hipertexto** Serie de elementos de información (desde fragmentos hasta documentos completos) que se relacionan entre sí. El autor de un hipertexto crea los nodos y los enlace, y el lector del hipertexto puede “viajar” activando los nodos.

**HTML** (HyperText Markup Language) Lenguaje estándar usado para crear páginas web y que permite combinar texto, imágenes y enlaces.

**HTTP** (HyperText Transfer Protocol) Protocolo encargado del intercambio de información que constituye la base de la World Wide Web.

**Icono** Signo visual poco abstracto. Signo que sustituye algo tomando de éste sus rasgos pertinentes. Posee alguna semejanza o analogía con su referente pero no tiene propiedades en común con el objeto, sino con el modelo perceptivo del mismo (comic, mapa, un retrato fotográfico) (Veraldi-Scherman, 2004).

**Identidad corporativa** Es el conjunto coordinado de signos visuales por medio de los cuales la opinión pública reconoce instantáneamente y memoriza a una entidad o un grupo como institución.

**Identidad visual** Sistema de signos que se compone de logotipo, símbolo y gama cromática (Costa).

**Ilustración** Expresión gráfica de una idea, plasmada en un papel como boceto o arte final para su aplicación en cualquier medio de comunicación visual. Las técnicas de ilustración son ilimitadas y muchas veces van de acuerdo al estilo del ilustrador. (De la Piedra).

**Ilustrador** Profesional especializado en la creación y realización de ilustraciones para la producción de piezas gráficas (De la Piedra).

**Imagen corporativa** O Imagen global, es la imagen psicológica que una sociedad se representa mentalmente de una institución. Por consiguiente, a la imagen corporativa la configura todo el conjunto variado de actuaciones y mensajes de la institución a lo largo del tiempo.

**Impresión** Reproducción en cualquier soporte, por presión, calor o salpicadura, de lo grabado en un molde o plancha entintada.

**Índice** Relación esquemática del contenido del libro. Puede ir al principio o al final (en las obras científicas al principio y en las literarias al final). Los índices cronológicos, geográficos, de láminas etc. suelen ir al final de la obra.

**Información** Se entiende comúnmente por información la noticia, es decir, el mensaje ligado al

contenido de una cosa significada. Sin embargo, la acepción dada a este término en la teoría matemática de la comunicación (o de la información) es la que adoptamos en este libro. El término información tiene un sentido muy preciso a partir de los trabajos de Shannon y Weaver, expresando matemáticamente la cantidad de información —o la cantidad de novedad— transmitida en un mensaje. En este sentido, información es lo contrario de lo redundante, de lo ya conocido.

**Internet** Red mundial de redes de computadores. Nació como un experimento del Ministerio de Defensa de Estados Unidos y se expande con su difusión en el ámbito científico. Actualmente es de acceso al todo el mundo. No existe una autoridad central que regule Internet. Sin embargo, se utiliza una serie de normas de interconexión mediante protocolos TCP/IP.

**Interfaz** Sistema de comunicación de un programa con su usuario. La interfaz comprende las pantallas y los elementos que informan al usuario sobre lo que puede hacer, o sobre lo que está ocurriendo.

**IP** Dirección o número de identificación único de cada computador en Internet.

**ISP (Internet Services Provider)** Proveedor de servicios de internet.

**Java** Lenguaje de programación desarrollado para dar mayor funcionalidad a las páginas web en internet.

**JavaScript** Lenguaje desarrollado por Netscape, que viaja por la Web insertado dentro del código HTML de las páginas web. Sirve para realizar

acciones como pedir datos, confirmaciones, enviar mensajes, etc.

**JPEG (Joint Photographic Experts Group)** Formato gráfico utilizado mayoritariamente para la inserción de fotografías e imágenes de calidad en los documentos HTML. A diferencia del formato GIF admite paletas de color RGB.

**LAN (Local Area Networks)** Red de área local, es decir, computadores conectados entre sí dentro de una oficina o empresa.

**Legibilidad** Característica gráfica que hace de los elementos entidades diferenciables y reconocibles unos de otros dentro de un contexto dado.

**Login** Procedimiento de seguridad que exige a un usuario que se identifique con un nombre (UserID) y una clave (Password), para poder acceder a un computador o servidor remoto.

**Logotipo** Es la forma de escritura característica con que se representan las nomenclaturas: razón social o nombre legal, nombre comercial, nombre de grupo, etc. Representación tipográfica particular del nombre de una institución. Representación gráfica de una palabra —nombre o sigla de una entidad— que sirve como medio de identificación de un grupo, cualquiera que sea su género. || Marca en la cual la palabra funciona como imagen (Veraldi-Scherman, 2004).

**Lpp** Líneas por pulgada. Medida de resolución de una trama (Cotton, 1994).

**Magenta** Uno de los colores primarios substractivos. Una de las cuatro tintas empleadas para la impresión en policromía (Andigraf, 1994).

**Maqueta** Boceto de un folleto o libro, elaborado con pastas y páginas para dar la idea más aproximada posible al ejemplar final. Dummy (De la Piedra). || Boceto preliminar que define el tamaño, contorno, conformación y estilo general del proyecto gráfico (Andigraf, 1994). || Reproducción del diseño final creada con materiales baratos para comprobar la colocación y el tamaño.

**Marca** Expresión gráfica de un oficio mediante el determinado carácter que se le da al trazo de una o más iniciales de una persona o una entidad. Está subordinado a que las letras que la constituyen no ofrezca ninguna posibilidad de lectura como palabra, en cuyo caso tomaría la forma de un logotipo. Signo sensible que distingue una cosa de otra para reconocerla, denotar su origen, calidad, etc. Morfológicamente, es una combinación de tres modelos distintos, pero simultáneos, de expresión; una superposición de tres mensajes distintos: uno semántico (lo que dice), uno estético (cómo lo dice) y uno psicológico (lo que evoca).

**Marca-símbolo.** Aquella que teniendo como in la figuración, emplea el trazo de la letra como base para conformarse.

**Mb (Megabyte)** Es la unidad de medida que se utiliza para medir la cantidad de memoria de un computador o unidades de almacenamiento. Un megabyte corresponde a 1024 kilobytes.

**Mensaje** Serie organizada de signos según un código, con la intención de comunicar. En la teoría de la comunicación, un mensaje es una serie de información seleccionada y codificada por un emisor, transmitida por un soporte y difundida a través de un canal, destinada a un receptor capaz de decodificarla y reaccionar.

**Merchandising** Vocablo inglés que designa la parte del marketing que tiene como fin lograr que el producto aparezca en el mercado en las mejores condiciones posibles, así como obtener el mayor nivel de ventas en el menor tiempo posible. Esta actividad se ocupa del diseño del producto, empaquetado, publicidad, distribución, promoción de ventas, servicio al cliente, fijación de precios, asesoría al comerciante y al consumidor.

**Meta Tags Etiquetas HTML** que describen información de una página web. Las etiquetas Meta contienen palabras clave, título, descripción y otros: Esta información es extraída por los motores de búsqueda al indexar un sitio.

**Minimalismo** A style of art, predominantly American, that dates from the mid-20th century, characterized by its rejection of expressive content and its use of 'minimal' formal means. || Denominación para una corriente artística contemporánea que reduce su repertorio de composiciones a unos pocos determinantes que fijan el espacio, de tal manera que la apariencia del espacio aparece ejemplarmente como una relación de proporciones manipulable.

**Módem (Modulador / Demodulador)** Dispositivo que se utiliza para realizar la comunicación del computador con la línea telefónica, mediante la cual se conectará a un servidor remoto. La velocidad de transmisión de datos se mide en baudios (bits por segundo). Ejemplos de velocidades obtenidos por los distintos tipos de módems son los 33.600 bps de un módem de segunda generación, los 56.000 de un módem de tercera generación, o los 64.000 de un módem RDSI\*.

**Monograma** Sigla o abreviatura formada por las letras o sílabas iniciales del nombre completo de una persona o razón social, que se colocan enlazadas o acopladas, a menudo se combinan con dibujo o elementos decorativos. Dibujo caligráfico de las iniciales de una persona. Efectuado por ella misma elude las dificultades propias de las diferencias de personalidad entre ella y el diseñador. Forma gráfica que toma una palabra escrita cuando ésta se construye entrelazando rasgos de unas letras con otras, e incluso suprimiendo las letras que en una palabra se repiten. Una misma A, por ejemplo, hace las funciones de las demás A que figurarían en una determinada palabra.

**MP3 (MPEG Layer 3)** Formato de audio dotado de una elevada compresión de datos sin resultar a cambio ninguna reducción apreciable en la calidad del archivo final. Esta característica lo ha convertido en un formato muy utilizado, al permitir la transferencia de archivos de audio con un tamaño en bytes relativamente pequeño.

**Navegador** Programa que permite leer documentos en Internet y seguir los enlaces dentro de ellos. Los más extendidos actualmente son Microsoft Internet Explorer y Netscape Navigator, en sus distintas versiones. Tiene una limitada capacidad multimedia.

**Negativo** Imagen sobre fondo negro o más oscuro que ella. || Película fotográfica en la cual se ha grabado la imagen del original, presentándola con tonos opuestos: las áreas de no imagen aparecen oscuras y las áreas de imagen son transparentes (Andigraf, 1994).

**Negrta** Versión de trazos más gruesos que el tipo normal de la misma fuente cuya apariencia es más negra o pesada.

**Ojo** Espacio en blanco contenido en la forma de una letra. Véase también Altura-x

**Opacidad** Propiedad del papel que impide ver a través del mismo la imagen impresa en el reverso (Andigraf, 1994). || Calidad del papel que determina en qué medida el material impreso en un lado de la hoja se transparenta o no del otro lado. Calidad de las tintas de impresión que determinan en qué grado oscurecerán el material coloreado sobre el cual están impresas (Cotton, 1994).

**Op-Art** Abreviación de **Optical art**, tendencia que explota las posibilidades de la modulación dinámica luz/color. Hay que diferenciar entre el Op art cinético de los espacios y cuerpos lumínicos móviles y el Op art pintado sobre lienzo. El Op art pintado se vale de la inercia de la retina humana que percibe ciertas estructuras de series de color policromas como una monocromía plástica irisada.

**Página** Cada una de las caras de una hoja o pliego de papel. De derechos o legal: es la que ocupa el reverso de la portada y en ella figuran los derechos de la obra.

**Paginación** Numeración de las páginas de un libro. Véase Folio.

**Palo seco** Un tipo sin serifa. Véase sans serif (Cotton, 1994).

**Pangrama** Frase o fragmento de texto que contiene todas las letras del alfabeto, como "The quick brown fox jumps over the lazy dog".

**Password** Palabra clave o contraseña que se utiliza para validar un acceso.

**Patrón** Motivo o diseño repetitivo.

**Percepción** Último proceso de la cadena de comunicación con un receptor humano. Este proceso constituye la decodificación, al pasar del reconocimiento de los signos al nacimiento en el cerebro de ideas o de imágenes. La percepción sigue a la sensación para dar lugar a formas mentales en el cerebro: ideas, en la comunicación por signos y por la palabra; imágenes, en la comunicación visual; formas sonoras en la música, etc. (Moles).

**Perceptor** Sistema (hombre o máquina) destinatario de la información o mensaje, y susceptible de decodificarlo. En el proceso de comunicación interpersonal, emisor y receptor devienen alternativamente lo uno y lo otro, por medio del diálogo y los contenidos de los mensajes intercambiados (feed-back).

**Pica** Unidad de medida tipográfica igual a 12 puntos o 1/6 de pulgada. Véase Cíbero. || Unidad de medida tipográfica equivalente a 1/6 de pulgada (4.2 mm) (Andigraf, 1994). || Medida tipográfica de los países de habla inglesa, de 1/6 de pulgada. Mide 4.233 mm.

**Pixel** De picture element, mínimo elemento constitutivo de la imagen generada por medio electrónico. Difiere del punto de mediotono por cuanto éste se compone precisamente de píxeles (Andigraf, 1994).

**Plegable** Pieza de comunicación gráfica, impresa en un solo papel sin cortar páginas, que solo utiliza pliegues o grafas. (De la Piedra).

**Pliego** Tamaño completo del papel entregado por el fabricante.

**Plug-In** Software desarrollado para ser acoplado a los navegadores y aumentar las capacidades multimedia de éstos. Normalmente son ofrecidos por sus fabricantes en forma gratuita a los usuarios desde sus respectivos sitios web. Uno de los más extendidos en la actualidad es Flash Player de Macromedia.

**PMT** Prueba de material terminado, en papel fotográfico y obtenida de un original tramado o finalizado (Andigraf, 1994).

**Policromía** Procedimiento para reproducir imágenes de tono continuo a todo color, mediante la impresión sucesiva de cuatro tintas: amarilla, magenta, cian y negra (Andigraf, 1994).

**POP** Protocolo de comunicación utilizado en los computadores para manejar el correo entrante.

**Pop-up** Es una página de contenido que se muestra en una nueva ventana flotante, distinta al navegador y que se activa automáticamente. Son usadas generalmente con fines publicitarios.

**Portada** La página derecha del frente de un libro que contiene el título, el nombre del autor y del editor, y a veces la fecha y el lugar de publicación.

**Posición** Manera como un elemento es colocado (al derecho, al revés, de arriba hacia abajo, o de abajo hacia arriba, diagonalmente, etc.) (Consuegra, 1976).

**Postscript** Lenguaje de descripción de página que se usa para decirle a una máquina destinada a imprimir cómo y qué debe imprimir. John Warnock y Charles Geschke, fundadores de Adobe fueron los inventores del PostScript. Apple lo lanza al mercado en 1985. || Lenguaje de descripción de página. Software que convierte datos de pantalla de maquetado y composición tipográfica para impresión de copia dura, mediante impresora o filmadora láser (Cotton, 1994).

**Ppi** Puntos por pulgada. Indica la mayor o menor resolución de una imagen impresa por láser o filmadora (Cotton, 1994).

**Process** Tintas estándar para la impresión en policromía (Andigraf, 1994).

**Protocolo** Es un conjunto de reglas que permiten el intercambio de información entre computadores y servidores.

**Publicidad** Proceso y acción de comunicación que se difunde a través de los medios de comunicación colectiva, siendo el término genérico de anuncio su contenido específico. La publicidad pretende dar a conocer un producto, una idea, un servicio, una imagen, sobre el público consumidor, para influir en su compra y aceptación. La publicidad es uno de los factores sociales de mayor importancia en el mundo moderno, impulsa el mercado en el sentido que el anunciante desea, provoca una aceleración del consumo, como acción de comunicación basada en la información, en la persuasión y en la sugerencia.

**Punto** Unidad de medida tipográfica estándar en Gran Bretaña y Estados Unidos equivalente a 1/72 de pulgada.

**Resolución** Nivel de detalle de una imagen; bajas resoluciones sólo permiten ver los rasgos o características grandes, mientras que resoluciones altas muestran muchos detalles pequeños. || Grado de definición de una imagen. En papel fotográfico o película se mide en puntos de trama. En pantallas de monitor en líneas y píxeles (Cotton, 1994).

**Retrato** Imagen humana o animal en escultura, pintura o fotografía.

**Rotulación** Acción de titular, dibujar y componer títulos y textos de manera artística, en letras especiales (De la Piedra).

**RDSI** (Red Digital de Servicios Integrados) Sistema de telefonía basado en la transmisión de datos de manera digital, permitiendo una transmisión más rápida al no verse afectada por las interferencias de las líneas análogas.

**Sangrar** Las ilustraciones que llegan hasta el borde de la página y no dejan márgenes se denominan “a sangre”. || O sangrado. Espacio agregado en un fondo, dibujo, diseño o fotografía, de su tamaño final, para que al ser refilado quede completo en la pieza gráfica terminada. Las áreas sangradas rebasan el tamaño final entre 3 y 5 mm y se indica con las guías de corte o de troquel (De la Piedra).

**Sangría** Espacio no impreso insertado a comienzo de una línea (más frecuentemente al comienzo de un párrafo) (Cotton, 1994).

**Semántica** Ciencia que estudia los significados de las palabras en su desarrollo y cambios dentro de una sociedad determinada.

**Semiótica** Del griego semeion, que significa señal, y logos, que significa tratado o teoría, la semiología o semiótica es la ciencia que estudia la vida social de los signos.

**Sentido** Fuerza balanceada. Movimiento con doble dirección (opuesta una ala otra). Representado gráficamente por la línea, puede ser vertical, horizontal o diagonal. (Consuegra, 1976).

**Señal** Elemento indicativo de una acción. || Signo que aporta una información tendiente a promover una conducta, a determinar una reacción en el receptor. Es intencional, premeditada (semáforo, barrera, señal de contramano). (Veraldi-Scherman, 2004).

**Serifa (T)** Trazo terminal de un asta, brazo o cola. Es un resalte ornamental que no es indispensable para la definición del carácter, habiendo alfabetos que carecen de ellos.

**Sigla** Conjunto de iniciales que no permiten su lectura como secuencia, sino que han de ser deletreadas (IBM, RCA, NCR, TWA).

**Signatura** En impresión de libros, la letra y/o número impresos al pie de la primera página de cada cuadernillo, de modo que éstos puedan encuadernarse en el orden correcto (Cotton, 1994).

**Signo** Unidad perceptible, componente de un código determinado (signos alfabéticos, signos musicales, aritméticos, cromáticos, etc.). Un signo es la unidad de sentido mínima e irreductible. Signos de identidad. Elementos simples de la identidad corporativa. Los signos de identidad se dividen en 3 grandes clases: lingüísticos, visuales y sonoros.

**Simbolismo** Modo de expresión opuesto al realismo y consistente en sugerir ideas o emociones a partir de imágenes en vez de describirlas.

**Símbolo** En la identidad visual, el símbolo es un grafismo distintivo que posee tres clases de funciones: simbólica, identificadora y estética. Se llama símbolo porque: “es un signo convencional, que está en el lugar de otra cosa no presente, a la cual representa”. Esta “cosa no presente” es el propio grupo y cada una de las entidades que lo integran. El símbolo las representa por medio de un proceso constante de implantación que se basa en la asociación mental entre el símbolo y lo que éste representa. La función identificadora es consecuencia de dicha asociación. Identificar significa reconocer y distinguir una cosa entre muchas otras. Significa, por tanto, recordar, memorizar y asociar correctamente. La función estética del símbolo visual de identidad posee una importancia fundamental, dada la naturaleza emocional del elemento simbólico. Esta función estética es esencial para que el símbolo sea aceptado y memorizado. El componente estético es, de hecho, un valor que se superpone a la función semántica; es decir, a lo que el símbolo significa se incorpora lo que connota: es el qué se expresa” y el cómo se expresa”. || Signo que representa de modo rápido a una realidad habitualmente más compleja. Así, una bandera representa a un país completo con toda su superficie geográfica, su gente, su historia, su capacidad económica, su cultura, etc. La señal de la cruz simboliza al cristianismo. La cruz gamada a los nazis, etc.

**Simetría** Equilibrio armónico consistente reflejar la misma imagen a izquierda y derecha de un eje imaginario (a un lado y al opuesto de un eje ima-

ginario). || Estructuración particular de un total orgánico o plástico que permite un análisis por mitades (Consuegra, 1976).

**SMTP** Protocolo de comunicación de correo utilizado para intercambiar mensajes de correo electrónico.

**Software** Programas o aplicaciones que se ejecutan en el computador.

**Spam** Envío de correo electrónico masivo (miles), no deseado por los destinatarios. Por lo general puede contener pornografía e información basura.

**SSL** (Secure Sockets Layer) Protocolo para transmisión de información en forma segura a través de Internet. Es utilizado para obtener información de tarjetas de crédito

**Story board** Narración provisional que presenta un boceto previo a la elaboración definitiva de un anuncio publicitario. || Expresión gráfica o boceto de la idea de un comercial, dibujada cuadro a cuadro en planos simulando una pantalla de televisión. La cantidad de dibujos debe ser promediada con el argumento o idea y el texto para que sea clara y completa. En el story board debe detallarse las características de audio y video, tomas de cámara, efectos, créditos, títulos y demás elementos relevantes en la fase de producción (De la Piedra).

**Subtítulo** Frase que sigue al título principal, a menudo para ampliar la información del título. También es un título al principio de una división de texto.

**Supersigno** Conjunto normalizado de signos elementales diversos que son aceptados en la memoria perceptiva como un todo. Un supersigno es susceptible de ser designado por un signo memorizante. En identidad visual, el identificador (conjunto de logotipo, símbolo y color) es un supersigno de identidad.

**Tamaño Medida.** Espacio determinado para la producción o publicación de una pieza gráfica. En los medios impresos el tamaño está establecido por su propio formato, siendo página, media página, doble página, etc. En los medios impresos sueltos como afiches, volantes, plegables, folletos, calcomanías, etc. el tamaño debe ser establecido en proporción a la cabida en un pliego (De la Piedra).

**TCP/IP** (Transmission Control Protocol / Internet Protocol) Lenguaje de comunicación o protocolo de Internet destinado a unificar el estándar de comunicación entre computadores, entre los cuales se encuentran el HTTP, FTP o SMTP.

**Tesis** Proposición gráfica, escrita u oral cuya finalidad es probar un punto de vista (Consuegra, 1976).

**Textura** Urdimbre y trama de los telares. Por extensión, mayor o menor rugosidad de una superficie, a su riqueza al tacto. La textura está compuesta por una serie más o menos persistente de pequeñas formas planas o en relieve. Su condición depende de la proximidad visual que tengamos con la superficie. Así, los árboles de un bosque aparecen como una textura si miramos desde un avión. || Repetición de una unidad donde la lectura del conjunto predomina sobre la lectura de la unidad (Consuegra, 1976).



**Tipografía** Representación gráfica del lenguaje. || Disciplina que rige el diseño de caracteres unificados por propiedades visuales uniformes. || Sistema de impresión basado en la composición de textos con caracteres móviles de plomo. || Sistema de impresión mediante tipos en relieve (De la Piedra).

**Tricromía** Impresión con tres tintas diferentes planas o separadas o con tramas y su fusión (De la Piedra). || Impresión a color basada en tres tintas: amarillo, magenta y cian (Andigraf, 1994).

**Troquel** Montaje de láminas de acero sobre un soporte de madera que produce cortes al ser presionado contra el sustrato, recortando o en su defecto perfilando para su desprendimiento posterior figuras previamente diseñadas (Andigraf, 1994).

**Troquelado** Proceso de postimpresión por el cual se recortan áreas del impreso previamente establecidas, lográndose formas irregulares (difíciles de conseguir mediante procedimientos manuales) (Andigraf, 1994). || Corte en el papel producido por una matriz diseñada para ese modelo concreto, básicamente por una cuchilla moldeada con la horma solicitada por el cliente.

**Upgrade** Proceso de actualización o mejora de un programa o aplicación.

**URL** Del inglés “Uniform Resource Locator” (Localizador de Recursos Uniforme). Dirección electrónica de un recurso web que especifica el protocolo de transmisión y la dirección de un sitio para poder acceder a él, desde cualquier computador conectado a Internet. Por ejemplo: <http://www.google.com>.

**Usabilidad** Término que refiere a las características de diseño que permiten que un sitio web sea fácilmente navegable.

**Username** Nombre de usuario, que se distingue de los demás por su relación con una clave de acceso o password.

**Vínculo** Conexiones dentro de un documento web hacia otro documento, gráfico, o archivo. El objeto destino del enlace puede pertenecer al mismo sitio web o a otros sitios existentes en la World Wide Web.

**Viñeta** Dibujo explicativo de un detalle de un producto, generalmente dispuesto en línea y que se destaca en el diseño de un aviso gráfico (De la Piedra). || Dibujo generalmente elaborado en tinta, sin matices (Andigraf, 1994). || Plancha grabada de tal manera que sus bordes se desvanecen gradualmente en un fondo blanco (Cotton, 1994).

**Viuda** Línea corta de una o dos palabras que queda colgando de un párrafo o encabezado de columna (Cotton, 1994).

**Webmail** Página Web dentro de un sitio, que ofrece el servicio de envío y recepción de correo electrónico.

**Webmaster** Persona encargada de la administración y/o autor de un sitio Web.

**WWW** Del inglés “World Wide Web”. (Telaraña de ámbito mundial) Denominación utilizada para referirse a la gran red de Internet. Interfaz de comunicación en la Internet, que hace uso de enlaces

de hipertexto en el interior de una página, o entre distintas páginas o distintos sitios.

**XML** (Extensible Markup Language) Lenguaje para la estructuración de documentos, que permite crear colecciones de etiquetas personalizadas haciendo que el contenido funcione como una base de datos.