

An aerial photograph of a Mayan archaeological site, likely Chichén Itzá, showing the Temple of Warriors, the Great Ballcourt, and the central Plaza de los Jueces. The scene is set against a backdrop of rugged mountains under a clear sky. The architecture features intricate carvings and hieroglyphs. People are seen walking through the site, providing a sense of scale.

punto y
línea

Año 13 | Número 1 | Agosto-Septiembre de 2024

DISEÑO EN MÉXICO

EL ARTE QUE LE DA VIDA A UN PAÍS.

Misión

Fomentar la cultura del diseño gráfico en nuestra sociedad mediante la investigación y el trabajo en equipo, con artículos que promuevan la creatividad y la retroalimentación, de forma que permita a los alumnos aplicar sus conocimientos en la práctica profesional.

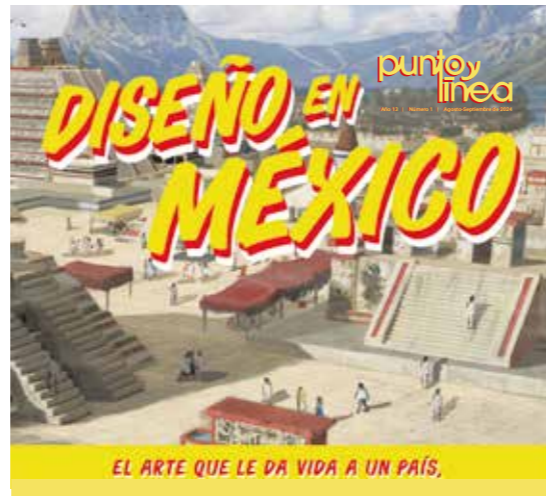
Visión

Ser reconocida como la mejor revista de diseño gráfico a nivel universitario, en diseño, impresión y contenido, y que sea la plataforma para el desarrollo de talento de los estudiantes de la División de Humanidades y Bellas Artes de la Universidad de Sonora.

Año 13, No. 1, Agosto-Septiembre de 2024

Publicación trimestral editada por la Universidad de Sonora, a través del Departamento de Arquitectura y Diseño Gráfico. Blvd. Luis Encinas y Rosales s/n. Col. Centro. C.P. 83000, Hermosillo, Sonora. Tel. 259-21-78 y 80. Impreso en los talleres del Departamento de Arquitectura y Diseño de la Universidad de Sonora. Este número se terminó de editar el 30 de octubre del 2024. Tiraje: 150 ejemplares.

Comentarios y colaboraciones al celular 662 149 87 55 con Andrés Elizalde o al correo andres.elizalde@unison.mx



Diseño de Portada: Daniela Sanchez Sanchez

Directorio de la Revista

RESPONSABLE DE PROYECTO

M.E. Andrés Abraham Elizalde García

DISEÑO URBANO

Betancourt Villalobos Melany Athziri
Garza Arvayo Camila
Rodríguez Moroyoqui Carolina
Sanchez Sanchez Daniela

HISTORIA

Aguilar Murrieta Roxana
Burrola Vargas Alejandra
Perez Torres Alejandra
Segura Ramos Pedro Sebastian

ARTE

Rivera Enriquez Isac
Rodríguez Pacheco Jocelyn

DISEÑO INDUSTRIAL

Aguilar Murrieta Roxana
Burrola Vargas Alejandra
Perez Torres Alejandra
Segura Ramos Pedro Sebastian

TEXTIL

Rivera Enriquez Isac
Rodríguez Pacheco Jocelyn

GRÁFICO

Arvizu Diaz Itzy Danae
Barraza Garcia Ramon Iram
Carranza Santillanes Jessica Riley
Hernandez Quijada Ruben Francisco
Preciado Robles Cecilia

DISEÑADORES

Arvizu Diaz Itzy Danae
Barraza Garcia Ramon Iram
Carranza Santillanes Jessica Riley
Hernandez Quijada Ruben Francisco
Preciado Robles Cecilia

EDITORIAL

Avila Silva Azul Lilian
Juzaino Camacho Nadia Gabriela
Moreno Gracia Paulina Sarahi
Rivera Toledo Ana Valeria
Ruelas Garcia Yuritzí Guadalupe

MERCADO ACTUAL

Betancourt Villalobos Melany Athziri
Garza Arvayo Camila
Rodríguez Moroyoqui Carolina
Sanchez Sanchez Daniela



1 URBANO

3

ROTULOS
NEGOCIOS
ANUNCIOS
GRAFITI



2 HISTORIA

5

METRO
OOPP68
REVOLCIN



3 ARTE

9

PINTURAS
MURALES
ILUSTRACION



4 INDUSTRIAL

13

MUEBLES
MECANICA
ARTESANIAS



5 TEXTIL

17

BORDADOS
MODA
TINTES NATURALES

ÍNDICE

6 GRÁFICO



CORPORATIVO
VIDEOJUEGOS
ANIMACION
PELICULAS

21

7 DISEÑADORES



VIEJOS
NUEVOS
LOCALES
RECONOCIDOS
INTERNACIONALMENTE

25

8 EDITORIAL



PERIODICO
FOTORAFIA
DISEÑO EDITORIAL

29

9 MERCADO ACTUAL



OPORTUNIDADES:
Locales, internacionales
y nacionales
PORTAFOLIO
¿COMO BUSCAR TRABAJO?

33



RÓTULOS

UN POCO DE MÉXICO

En México los rótulos se encuentran por todas partes, son letreros realzados por pintores populares con el objetivo de dar identidad y presencia a todo tipo de establecimientos. Se caracterizan por su colorido, inventiva y gracia, son una muestra de las expresiones gráficas del entorno urbano con las que se pretende “invitar a la clientela mostrando la mejor cara posible: taquerías, fondas y restaurantes donde se come como rey; cantinas y pulquerías llenas de buen humor; tiendas que facilitan la vida cotidiana; talleres, refaccionarias, peluquerías, cerrajerías o zapaterías que componen, mejoran, alivian y embellecen; pero también anuncios de bailes y conciertos, funciones de lucha libre, o corridas de toros”.

* **“ORISIS COLORIDO DE PERSONAJES SIMPÁTICOS Y FRASES INGENIOSAS”** *

El rotulismo se puede remontar al oficio conocido como “pintor de letreros”, surgido a lo largo del siglo XVII en numerosas ciudades europeas y en la América colonial”. Las letras ornamentales se complementaron con paisajes y elementos decorativos pintados a mano para identificar un negocio local. Los pintores de letras también ofrecían sus servicios para mantas y lonas que se utilizaban en manifestaciones públicas. Los pintores de barrio creaban escenografías en carpas, teatros y vodeviles, fondos para retratistas e incluso intervenían camiones, fletes u organillos.

* **Mucho del trabajo realizado por rotulistas fue reemplazado por las lonas impresas en vinil realizadas por técnicos o profesionistas del diseño gráfico**



La palabra graffiti y su historia es un tanto corta, pero ha sido reconocida por bastantes partes del mundo. Las letras principalmente buscaban predominar en el graffiti, pero actualmente se han ampliado a diversas formas y han comenzado a reproducir personajes, símbolos y abstracciones. Se han recuperado varios estilos que México nos brinda

Acomunchi

Se inspiran en gran medida en la cultura underground de la frontera norte entre México y Estados Unidos, así como en el movimiento punk. Los primeros dibujos con plantilla. (Gerardo Yépiz).

Tats Cru

Se utilizan para promover el graffiti como una forma viable de arte para aquellas empresas que buscan métodos nuevos, distintos e innovadores con los que presentar sus productos al público de una forma atractiva.

Does

Combina elementos de la artesanía brasileña, la caligrafía india y la decoración árabe.

Buff Monster

Aparece en diversas formas, todas con el mismo objetivo: limpieza o

destrucción del dibujo. Al principio, el inconfundible y pequeño monstruo se infiltraba en la superficie de viejos botes de spray aplastados clavados en los postes eléctricos, pero ahora aparece también en grandes cajas grises y en las paredes de toda la ciudad.

Cattle

Los intentos de cubrir los throw-up o tags de sus paredes por parte de los propietarios. Escrituras en las paredes hacen resaltar el proceso de envejecimiento del edificio; con propietarios que se oponen activamente al graffiti, sus intentos de cubrir las marcas con penosos parches de color, en realidad, realzan la presencia de los graffiti.

Street Art

Es mucho más que un elemento de estética urbana: es una herramienta de comunicación que permite transmitir un mensaje y que dice mucho sobre una sociedad.

* PUBLICIDAD EN MÉXICO *

La publicidad en México se remonta a la época prehispánica del país, siendo su primera aparición por parte de los comerciantes del imperio azteca. Ellos se enfocaron en conocer a sus consumidores junto con sus necesidades para aprovecharlas y así vender sus productos de manera más eficiente. Sin embargo, su método de anuncio no era precisamente gráfica, sino vocal.

No fue hasta 1850 con la Gaceta Mexicana que se comenzaron a publicar anuncios y campañas publicitarias, dando paso a un nuevo modelo de negocio basado en influenciar al consumidor.

Características

Desde entonces, la publicidad en México solo ha crecido, y a su vez va estableciendo un estilo concreto. Este se caracteriza por:

Un lenguaje cómico y relajado que juega con expresiones coloquiales y retóricas gráficas.

Su logística maneja una distribución visual agradable con imágenes o ilustraciones tradicionales.

Y por último, su universalidad la cual se refiere a su objetivo de ser comprendida por todo público.

La publicidad normalmente es agrupada en periodo de tiempos y temas, a los cuales se les conoce como campañas publicitarias. En México, algunas campañas a destacar son:

Comparte una Coca Cola

Durante el 2014 la marca internacional de gaseosas, Coca Cola, sacó al mercado lotes de latas y botellas de su bebida más popular con nombre y apodos comunes dentro de la población mexicana. Esta campaña fue conocida como Comparte una Coca Cola y tuvo como propósito fomentar la pro-



moción y venta del producto a través de la familiaridad y el espíritu de individualidad del público.

Sin lugar a duda, la idea fue un rotundo éxito ya que se lograron aumentar en un 2% las ventas y en un 51% el amor por la marca.

HOLA LOCA PEGA DE LOCURA

Otra campaña publicitaria muy conocida en México es por parte Kola Loca. En el 2006 la marca lanzó una serie de comerciales llenos de hipérbole y humor absurdo los cuales tenían el objetivo de llamar la atención del público hacia el producto y el nuevo eslogan de la campaña. A través de dichos comerciales y carteles, la marca logró destacar entre el mercado, siendo memorable para el público

Recuérdame Gansito Marinela

En el 2004, Marinela tomó referencia de un eslogan pasado de la década de los 80 y lo revivió con su nueva imagen gráfica complementada de las nuevas tecnologías del milenio. A través de esta nueva ola de anuncios la marca logró mantener la consistencia en la marca, identificación de la mascota y refuerzo del mensaje. "Recuérdame" sin duda fue una campaña que nunca se olvidó.

* NEGOCIOS EN MÉXICO *

El comercio ambulante en la Ciudad de México tiene sus raíces en el tianquiztli, el mercado azteca, donde se realizaban intercambios en un espacio organizado con fines económicos, políticos y religiosos. Tras la llegada de los españoles, el comercio se transformó en plazas coloniales, dando lugar al buhonero, antecesor del vendedor ambulante actual.

PUESTOS DE COMERCIO AMBULANTE

Son puestos para vender mercancías que las personas colocan provisionalmente en la calle o acera, durante cierta parte del día. En algunos casos los productos se colocan sobre el suelo o en bancos de sostén o mesas, pero también se usan carretas o triciclos para facilitar el desplazamiento hacia otras calles.

Se incluyen los tianguis o puestos temporales, los vendedores de cruceo cuyos clientes son los automovilistas que van pasando

¿POR QUÉ HAN VUELTO LOS NEGOCIOS INFORMALES RENTABLES EN MÉXICO?

Los negocios informales en México se han vuelto rentables debido a varias ventajas, como no requerir vestimenta formal ni equipos tecnológicos costosos, y a menudo no tener contratos rígidos. En ciudades grandes, estos negocios, especialmente los de comida rápida, pueden generar ingresos considerables. En México, las ventas de comida callejera alcanzan cifras similares a las de otros países, como Estados Unidos. La comida rápida es el negocio más rentable debido a la constante demanda, especialmente en áreas turísticas.

* EJEMPLOS DE NEGOCIOS *

CHURRERÍA EL MORO

Los churros son un dulce tradicional en toda España, especialmente en Madrid, donde solían venderse fuera de las fábricas. Francisco Iriarte llevó esta tradición a México en 1930, tras migrar debido a la Guerra Civil Española. Comenzó vendiéndolos en el Zócalo de la Ciudad de México con un carrito, y su éxito le permitió abrir un local en la avenida San Juan de Letrán, hoy conocida como Eje Central Lázaro Cárdenas.

LA MICHOACANA

El concepto de la taquería surgió en México en el siglo XIX, inicialmente como puestos callejeros donde vendedores ambulantes ofrecían tacos al instante. Estos lugares se volvieron populares y con el tiempo evolucionaron en locales fijos con mesas y una estructura más formal, ofreciendo una mayor variedad de tacos y otros platillos mexicanos.



DIEGO RIVERA

Pintor mexicano, considerado uno de los principales muralistas de su país. Era comprometido políticamente, reflejó su compromiso a la causa socialista en sus propias obras murales y fue uno de los fundadores del Partido Comunista Mexicano.

JOSÉ CLEMENTE OROZCO

Era un muralista mexicano influido por Guadalupe Posada. En sus murales critica los errores del marxismo y usa figuras famélicas y hambrientas. Orozco retrata la condición humana de forma apolítica; se interesa por valores universales y no en valores nacionales, de ahí que sus imágenes comuniquen la capacidad del hombre de controlar su destino y su libertad ante los efectos determinantes de la historia, la religión y la tecnología.

DAVID ALFARO SIQUEIROS

Fue el muralista más activo, en cuanto a política. Siqueiros fue encarcelado unas siete veces y otras exiliado, a causa de sus creencias Marxista-Stalinistas. Entre los elementos que más lo caracterizaron en sus trabajos, están las perspectivas muy dramáticas, las figuras robustas, el uso audaz de color y frecuente surrealismo.

REVOLUCIÓN MEXICANA

La Revolución mexicana, que comenzó el 20 de noviembre de 1910 y se prolongó durante una década, es reconocida como la primera gran revolución política, social y cultural del siglo XX. La Revolución Mexicana dio origen a una variedad de nuevas corrientes artísticas en la plástica, la literatura y la música. En el caso específico de las artes plásticas, quizás la expresión más destacada sea el movimiento muralista con pinturas de la revolución mexicana.

El recién elegido presidente, el general Álvaro Obregón, nombró a José Vasconcelos secretario de educación pública. Vasconcelos tenía un serio desafío: lograr educar a la gente de un país en el que la inmensa mayoría eran analfabetas. El arte público iba a ser parte de la solución. Entre los muralistas más importantes se encuentran “Los tres grandes”: Diego Rivera, José Clemente Orozco y David Alfaro Siqueiros.

MOVIMIENTO MURALISTA

El movimiento muralista duró aprox. medio siglo, desde principios de la década de 1920 hasta la de 1970. A través de él, tanto el arte como la cultura de México se pusieron al servicio de la sociedad y los ideales de la Revolución mexicana.



M HISTORIA

METRO

El 4 de septiembre de 1969 inició la historia del Sistema de Transporte Colectivo Metro (STC) en la Ciudad de México. El gran “gusano naranja” cruzó la ciudad de oriente a poniente, conectó la periferia con el centro y desahogó el tránsito, que ya en esos años agobiaba a la capital del país. No obstante, antes de que el Metro fuera una realidad, se presentaron serios obstáculos para la construcción de sus vías, pues como bien señaló Vicente Leñero, el entonces Distrito Federal “dilató carretadas de tiempo para tener su Metro”.

En los años 50, la compañía Ingenieros Civiles Asociados (ICA) presentó un anteproyecto de tren subterráneo para mejorar la movilidad de la ciudad que fue rechazado en reiteradas ocasiones por múltiples motivos; el principal era que la ciudad se encontraba en una zona sísmica, su suelo era pantanoso y susceptible a inundaciones. Estos argumentos sustentaban la negativa para oponerse a la magna obra del entonces regente de la ciudad, Ernesto Uruçurtu, conocido como el “regente de hierro”.

Sin embargo, la verdadera razón por la cual Uruçurtu se opuso tenazmente al subterráneo fue evitar que la ciudad creciera sin control pues, como supuso y después sucedió, se fueron poblando los lugares por donde pasaba el Metro. Tres años después “llegó, como del cielo, nuestro anhelado tren metropolitano”.

La primera etapa de construcción del STC consistió en levantar las líneas 1, 2 y 3. Estas edificaciones transformaron patrones económicos y culturales, acortaron distancias al conectar los centros productivos, de servicios y habitacionales, y resolvieron, de manera momentánea, la necesidad de movilidad de la población de forma segura, rápida, eficaz, masiva y económica.

Existen antecedentes poco documentados sobre las propuestas de trenes metropolitanos en la Ciudad de México: estudiantes de la Universidad Nacional Autónoma de México, en 1958, presentaron el proyecto de un monorriel para la Ciudad de México como tema de tesis; en 1960, Vicente S. Pedrero y Ramón C. Aguado presentó al Departamento del Distrito Federal estudios de factibilidad para la construcción de un monorriel, y en 1965, José María Fernández desarrolló un proyecto para la construcción de un sistema de transporte elevado y subterráneo.

El 4 de septiembre de 1969, Gustavo Díaz Ordaz y Alfonso Corona del Rosal, Regente del Distrito Federal de 1966 a 1970, inauguraron formalmente el servicio entre las estaciones Chapultepec y Zaragoza. Un tren construido por la compañía francesa Alstom, modelo MP-68, decorado con franjas tricolores y el escudo nacional mexicano a sus costados, realizó el recorrido inaugural entre las estaciones Insurgentes y Zaragoza.¹⁶ El metro entró en operaciones un día después, el 5 de septiembre de 1969 a las 5:58 horas.

MATANZA DE TLATELOLCO

El 2 de octubre de 1968, en la Ciudad de México, ocurrió una terrible matanza en Tlatelolco, en la Plaza de las Tres Culturas, donde más de 300 personas fueron acribilladas. Esta fue la culminación de varios delitos que podrían considerarse de lesa humanidad, los cuales fueron perpetrados por el gobierno de México en contra del movimiento social estudiantil.

El año de 1968 se caracterizó por las detenciones masivas, arbitrarias e ilegales, así como por la planificación detallada y el alto grado de entrenamiento de las fuerzas represivas que participaron en los hechos. Así lo han calificado los sobrevivientes de ese movimiento, quienes exigen que a los responsables se les juzgue por el acto de genocidio.

La masacre del 2 de octubre fue cometida por el Ejército Mexicano y el grupo paramilitar Batallón Olimpia en contra de una manifestación pacífica. Inicialmente, la presencia de este batallón en el lugar de los hechos fue negada por el presidente de México, Gustavo Díaz Ordaz (1964-1970), quien encubrió a ese grupo con el argumento de que su función era custodiar las instalaciones para los Juegos Olímpicos

Aquel día, miles de personas se reunieron en la Plaza de las Tres Culturas, donde arribó también el ejército con

el pretexto de vigilar la seguridad ante el temor de una disputa. Los miembros del Batallón Olimpia, para no ser detectados, vistieron de civiles y portaron un guante o pañuelo blanco en la mano izquierda para identificarse. Su objetivo era infiltrarse en la manifestación.

Minutos antes de las 6 de la tarde de ese día, el mitin estaba casi por finalizar cuando un helicóptero comenzó a sobrevolar la plaza. Desde él se dispararon bengalas, señal para que los francotiradores del Batallón Olimpia comenzaran a abrir fuego sobre los estudiantes, madres, hijos, profesores, obreros entre otros.

En medio del caos, la población civil reunida corrió por la Plaza de las Tres Culturas y las inmediaciones del edificio Chihuahua para protegerse. Algunos manifestantes lograron escapar del tiroteo y se refugiaron en los departamentos de los edificios cercanos, pero esto no los salvó del ejército.

El número oficial de muertos por la masacre ascendió a 30 decesos. En los hospitales se reportaron 53 heridos graves; no obstante, se calculó que el número de detenidos en el Campo Militar Número Uno llegó a 2,000 mil. Con el paso de los años y gracias a diversos testimonios, la apertura de archivos y expedientes sobre aquel movimiento se conocieron otras cifras.



Una de las ideas principales que Wyman usó para el desarrollo de la imagen gráfica, fue reflejar la riqueza de la cultura mexicana en vez de usar elementos gráficos que estuvieran de moda, y para esto se hizo un estudio exhaustivo de elementos prehispánicos y del arte popular mexicano. El resultado fue una combinación de motivos huicholes con tendencias hacia el pop art, como podemos ver por la repetición de líneas múltiples que forman patrones, complementándolo con el empleo de colores brillantes, los cuáles Wyman consideraba característicos de la cultura mexicana.



La ciudad de México en el tiempo

OLIMPIADAS 1968

Los Juegos Olímpicos de México 1968, oficialmente conocidos como los Juegos de la XIX Olimpiada, fueron un evento multideportivo internacional, celebrado en la Ciudad de México, México, entre el 12 y el 27 de octubre de 1968.

Los Juegos de México fueron los primeros organizados por un país en vías de desarrollo, por una nación hispanohablante y los primeros realizados en Latinoamérica. Fueron también los terceros celebrados en otoño y los primeros con controles antidopaje y de sexo.

La serie de pósters de estos juegos fue fruto de la colaboración de tres artistas: Pedro Ramírez Vázquez, arquitecto y presidente del Comité Organizador de los Juegos, Eduardo Terrazas (MEX) y Lance Wyman (USA), quien diseñó el logo de 'México 68'. Luego lo desarrollaron para crear el póster en blanco y negro, que recuerda los patrones de los huichol.

México creó una de las identidades olímpicas más originales e, incluso, más trascendentales, considerada hoy en día un hito del diseño mexicano.

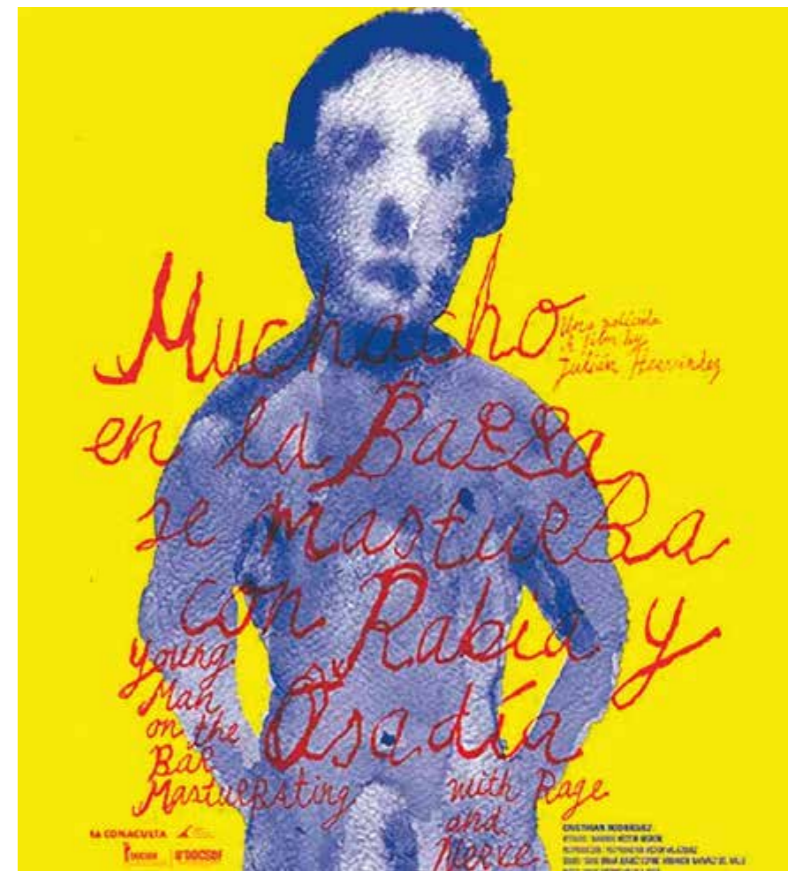
Para los trabajos de diseño visual y gráfico —los cuales reunieron unas 400 personas, entre artistas, escritores, fotógrafos, diseñadores, traductores y arquitectos—, Pedro Ramírez Vázquez, director del Comité Organizador de los Juegos de la XIX Olimpiada, creó el Departamento de Publicaciones

Este nutrido equipo dio un carácter especial a la identidad de la Olimpiada de 1968, al insertar en los diversos elementos visuales para el evento (carteles, programas, publicaciones, boletines, símbolos y pictogramas para la señalización) una perceptible identidad norteamericana. Eduardo Terrazas y el diseñador gráfico norteamericano Lance Wyman, tomaron la idea de Pedro Ramírez de combinar el arte óptico, propio de aquella época, con rasgos del arte de la cultura huichol, para diseñar el logotipo de México 68.

BONO

La ilustración en México ha crecido de la mano de un nuevo enfoque en el diseño gráfico y la creación visual. Desde las obras icónicas de José Guadalupe Posada, que utilizó la ilustración para criticar la injusticia social a través de la representación de "calaveras", hasta los ilustradores contemporáneos como Alejandro Magallanes y Cecilia Rébora, el arte de la ilustración en México sigue siendo una forma de expresión relevante.

Hoy, los ilustradores mexicanos combinan técnicas tradicionales con medios digitales, creando piezas que navegan entre lo folclórico y lo moderno, y exportando la esencia del diseño mexicano al mundo entero. Esta mezcla de lo tradicional con lo contemporáneo ha posicionado a la ilustración mexicana como una de las más influyentes en la escena internacional.



y la cultura de México, transformando espacios públicos en lienzos que narran el pasado y proyectan el futuro. Este arte monumental aún sigue inspirando nuevas generaciones de artistas que exploran la identidad mexicana.

MURALES

El muralismo mexicano no solo es conocido por sus dimensiones, sino por su impacto en la conciencia colectiva. Inspirado por las ideas revolucionarias del post-revolucionario México, el muralismo se convirtió en una herramienta de comunicación visual que buscaba educar y empoderar al pueblo. La monumentalidad de los murales permitió que el arte saliera de las galerías elitistas para ser accesible a todos, transformando el espacio urbano en un museo al aire libre.

Hoy, esta tradición de arte público continúa con intervenciones de muralistas contemporáneos que integran temáticas actuales como los derechos humanos, la equidad de género y la ecología. Artistas como Jorge Tellaeche y Saner han llevado el muralismo mexicano a nuevas fronteras, fusionando influencias globales con estilos locales.

COLOR, CULTURA Y CREATIVIDAD



México es un país con una rica tradición artística que ha evolucionado a lo largo de los siglos, destacándose en disciplinas como la pintura, los murales y la ilustración. Cada una de estas formas de expresión ha sido influenciada por la herencia cultural, la identidad nacional y los movimientos sociales que han dejado una huella en el arte mexicano.

PINTURA

La pintura en México tiene raíces profundas que se remontan a las civilizaciones prehispánicas. Los antiguos pueblos mesoamericanos, como los mayas y aztecas, desarrollaron un estilo distintivo, caracterizado por colores vibrantes y representaciones simbólicas de deidades, naturaleza y rituales. Estos primeros ejemplos han influenciado profundamente el arte moderno y contemporáneo mexicano.

Durante el siglo XX, la pintura mexicana alcanzó un nuevo auge con el surgimiento del muralismo, un movimiento artístico impulsado por pintores como Diego Rivera, David Alfaro Siqueiros y José Clemente Orozco. A través de sus murales, estos artistas retrataron la lucha social, la historia





La ilustración en México es un vasto campo que refleja la rica diversidad cultural y la complejidad social del país. Desde las antiguas civilizaciones hasta la era contemporánea, la ilustración ha servido como una forma de expresión artística, y también como un medio para comunicar ideas, narrar historias y criticar realidades.

RAÍCES HISTÓRICAS

La tradición de la ilustración en México se remonta a las culturas prehispánicas donde códices, murales y demás eran documentales de la vida, la religión y la historia de los pueblos indígenas. Estos documentos visuales eran muy esenciales para la transmisión del conocimiento y la cultura. Con la llegada de los españoles, la ilustración adquirió nuevas dimensiones, fusionando estilos y técnicas europeas con las tradiciones oriundas de las religiones conquistadas.



Los movimientos artísticos del Renacimiento y el Barroco trajeron consigo un enorme florecimiento de la ilustración en libros y obras de arte. Artistas como José de Ibarra y Miguel Cabrera produjeron obras que no solo deleitaban la vista, sino que también eran grandes herramientas de catequización y propaganda religiosa.



EL SIGLO XIX Y LA MODERNIDAD

El siglo XIX fue crucial para la evolución de la ilustración en México. Con la independencia y la llegada de nuevas ideas políticas y sociales, la ilustración se volvió un vehículo para la crítica y el debate. La obra de José María Morelos, con sus ilustraciones y los grabados de los artistas como José Guadalupe Posada, relajaron la realidad social y política del momento. Posada, conocido por sus calaveras, usó la ilustración para satirizar la corrupción y las injusticias de su tiempo. Su estilo marcó un hito, estableciendo un precedente para que los ilustradores posteriores utilizaran el arte como herramienta de crítica social, el especial durante la época del porfiriato.

La ilustración en México no es solo una forma de arte, sino también un reflejo de la identidad nacional. A través de sus diversas manifestaciones, se pueden observar las luchas, sueños, esperanzas y aspiraciones de un pueblo en constante transformación. La capacidad de la ilustración para capturar la esencia de la realidad social y política la convierte en una herramienta poderosa para el cambio. La inclusión de voces diversas, que representan a las diferentes comunidades del país, es fundamental para enriquecer el

panorama de la ilustración. La fusión de estilos, influencias y técnicas da lugar a un diálogo visual que no solo celebra la riqueza cultural de México, sino que también la cuestiona y la redefine.

LA ILUSTRACIÓN CONTEMPORÁNEA

Hoy en día la ilustración en México sigue evolucionando. El auge de las redes sociales ha permitido a muchos ilustradores emergentes compartir su trabajo con audiencias globales. Esta democratización del arte que ha dado voz a nuevas narrativas, amplió el espectro de lo que puede considerarse ilustración. Temas como la identidad, migración y la lucha por la justicia social son ahora recurrentes en las obras de artista jóvenes.





DISEÑO INDUSTRIAL

ARTESANÍAS

México es un país que cuenta con una de las culturas más abundantes y destacadas en América Latina, exhibiendo sus tradiciones y costumbres que relatan las narrativas de sus distintas comunidades.

Estas tradiciones suelen manifestarse a diario en varias de las artesanías locales, ya que el trabajo manual de los propios artesanos se distingue por brindar singularidad, hermosura natural y características propias en cada uno de los objetos que producen; como en productos de piel, tal como llaveros de cuero o exhibir ese aspecto cultural incluso en adornos más sofisticados que podrían ser útiles como obsequios corporativos.

BARRO COCIDO

El barro es una de las técnicas más comunes en México, ya que varios estados muestran este tipo de labor; especialmente en Guanajuato, región donde se encuentra un elevado número de trabajadores manuales en donde se utiliza este valioso material para fabricar complementos de diversa índole; como por ejemplo, macetas, cántaros, utensilios de cocina y como una amplia variedad de los

objetos ornamentales con diseños y tonalidades que son características de cada zona.

Este tipo de producto es popular entre los visitantes que desean comprar un recuerdo, debido que esta artesanía en específico tiene una larga tradición que se remonta a la época prehispánica y forma parte de la historia.

ALEBRIJES

Las artesanías conocidas como alebrijes tienen su origen en el pueblo de San Martín Tilcajete, ubicado en el estado de Oaxaca. Estos objetos culturales son la representación de criaturas fantásticas combinando diferentes especies animales; al inicio fueron creados con cartón por Pedro Linares, quien los llamó "alebrijes". Conforme pasaba el tiempo, los artesanos empezaron a adaptar las figuras hechas en madera, con el fin de aumentar su durabilidad.

PIÑATAS

Una piñata colorida es algo muy tradicional en cualquier celebración. Inicialmente, estas piezas fueron fabricadas con un conjunto total de siete extremos, en alusión a los siete pecados mortales establecidos por la fe católica.

En aquel momento, las piñatas eran rellenas con fruta en lugar de las golosinas que se usan actualmente en las celebraciones.

Aunque la costumbre de elaborar piñatas con picos de colores persiste, hay fabricantes de piñatas que se han ajustado a los tiempos modernos creando piñatas con personajes animados o diseños comerciales, disponibles en cualquier localidad que se visite.

GUERO

Los artesanos mexicanos que fabrican productos de piel hechos a mano son también una parte importante de la cultura local, ya que utilizan sus habilidades para manipular, tratar y transformar el cuero en objetos auténticos y de alta calidad, como por ejemplo llaveros, correas, chaquetas, carteras, riñoneras de cuero y otros accesorios prácticos. Esta es una de las zonas más atractivas para los visitantes.

PLATERÍA

La actividad más demandada en este país es la joyería. Debido a las abundantes reservas minerales presentes en México, los artesanos tienen la capacidad de crear una amplia variedad de joyas utilizando oro, plata y gemas como el ámbar y la jadeita. Además, también pueden dedicarse a diseñar diferentes tipos de estuches para joyas con el fin de proteger las piezas.

Estas piezas suelen encontrarse en Hidalgo o en Taxco, Estado de Guerrero, donde los artesanos locales fabrican diversos tipos de joyas, como aretes, collares, pulseras y anillos elaborados con plata de excelente calidad.

TALAVERA POBLANA

Proveniente de Puebla, la Talavera poblana es una cerámica única, creada por habilidosos artesanos locales, que integraron aspectos de la cultura europea tras la llegada de los españoles.

El trabajo realizado en estas piezas implica la ornamentación de las baldosas de cerámica con un tono azulado característico y diferentes diseños.

Como resultado, se crean pinturas ilustradas que se pueden admirar en artículos como platos, jarrones, cuencos y diversas otras utilidades.

SOMBRERO DE CHARRO

Este artículo experimentó una transformación con la contribución de ciertos materiales y bordados realizados a mano con fibras de hilo de colores, convirtiéndose en una obra de arte en lugar de simplemente un sombrero ordinario. Las diferencias de este complemento fueron tan grandes, que en la actualidad se le considera un símbolo de la identidad cultural, siendo identificado en todas partes del mundo como un sombrero de charro mexicano.



AUTOMOTRIZ

En México y en otras naciones manufactureras, la industria automotriz es considerada un pilar estratégico económico en virtud de los diferentes beneficios que trae consigo la generación de empleos a gran escala debido a su alta demanda de trabajo y producción.

Las recaudaciones fiscales derivadas de las operaciones comerciales de la industria, la capacitación del personal, el desarrollo de proveedores locales y la modernización son factores que influyen en el mundo de la industria automotriz y que son consideradas como características elementales e importantes en ello.

Aunque en México, tradicionalmente se ha mantenido dentro del grupo de los países líderes en la producción mundial de vehículos y ha sido desplazado paulatinamente por la incursión de naciones emergentes hasta ocupar la posición #11 desde el año 2004.

El mercado local de la comercialización de vehículos, no logra repuntar como se esperaba que lo hiciera con la entrada del nuevo siglo.

SU INICIO

Al primer trimestre del año 2006, se encontraban instaladas ya a nivel nacional diez compañías ensambladoras de vehículos como lo son:

- Toyota
- Ford
- GM
- Renault
- BMW
- Mercedes benz
- Volskvagen
- Honda
- Nissan
- Chrysler

Hasta el día de hoy se tiene registrado un incremento en el desarrollo automotriz en el lado de producción con un porcentaje del 60% más que cuando se inició.

INFRAESTRUCTURA Y DESARROLLO

La producción y exportación de vehículos ligeros en México comenzó el año con el pie derecho. En enero de 2024, se registró el mejor nivel de producción en los últimos cinco años, con un total de 307,069 unidades fabricadas. Este incremento representa un crecimiento del 9.6 % en comparación con enero de 2023, reportó el INEGI.

Por otro lado, las exportaciones de vehículos ligeros también alcanzaron cifras récord. En el primer mes del año, México envió al extranjero un total de 254,367 autos, lo que representa un aumento del 6.8 % en comparación con el mismo período del año anterior.

EL DISEÑO GRÁFICO EN LA INDUSTRIA AUTOMOTRIZ.

Como ya sabemos, el diseño automotriz es la profesión que mezcla disciplinas artísticas con diseño industrial para lograr el diseño estético y estructural de un futuro automóvil. Si tienes habilidades artísticas y eres un apasionado de los automóviles esta puede ser tu carrera.

Con el pasar de los años el diseño gráfico e industrial ha sido un objetivo elemental para la innovación de las marcas e incluso para los diseños de automóviles que nos acompañan desde 1965 hasta hoy. Que si bien, para ejercer esta carrera se necesita contar con el título de "Diseño industrial" o "Diseño automotriz", aunque el diseñador gráfico puede acompañarse de bocetajes, ideas y nuevas innovaciones en el desarrollo estético.

Tiene la responsabilidad de realizar y supervisar el diseño de un producto. Es, por consiguiente, quien se encarga de conceptualizar, dar forma y formular ideas en objetos tangibles de múltiples características, como envases, maquinaria o edificios, entre muchas otras posibilidades.



promover las técnicas ancestrales. Estos diseñadores colaboran estrechamente con artesanos locales, creando un puente entre la moda de alta costura y las tradiciones indígenas. Además, su trabajo apoya la sostenibilidad y el comercio justo, reconociendo el valor del trabajo artesanal en la cadena de producción textil.



TINTES NATURALES

El uso de tintes naturales en la creación de textiles mexicanos es una tradición que data de tiempos prehispánicos. Plantas, insectos y minerales se utilizan para extraer pigmentos que dan vida a las telas. El rojo intenso del carmín, extraído de la cochinilla, o los tonos azulados de la añil son solo algunos ejemplos de los colores obtenidos mediante métodos naturales y sostenibles.

Hoy en día, los tintes naturales no solo son apreciados por su conexión con la naturaleza, sino también por su bajo impacto ambiental. En un mundo cada vez más consciente de la sostenibilidad, estos tintes se han convertido en una opción preferida por diseñadores comprometidos con la moda ética.

El arte textil en México es un reflejo de su pasado y su presente, una fusión de lo ancestral y lo contemporáneo que sigue evolucionando y adaptándose a los tiempos. Ya sea a través de un exquisito bordado o una prenda de alta costura, los textiles mexicanos continúan siendo una poderosa expresión de identidad cultural.



BORDADOS, MODA Y LOS COLORES DE LA TIERRA

El arte textil en México es un testimonio viviente de su diversidad cultural y su conexión con la naturaleza. Desde las montañas de Chiapas hasta los valles de Oaxaca, las comunidades indígenas han perfeccionado técnicas ancestrales de tejido y bordado, usando materiales y procesos que reflejan la sabiduría transmitida de generación en generación.

BORDADOS

Los bordados mexicanos no son solo decorativos; son narraciones visuales que transmiten la cosmovisión, mitos y tradiciones de cada comunidad. En lugares como Oaxaca, Puebla y Chiapas, los motivos bordados en las prendas suelen representar elementos naturales, animales y escenas de la vida cotidiana. Estos bordados, realizados a mano con hilos de algodón o lana teñidos naturalmente, son verdaderas obras de arte que requieren de una gran habilidad y paciencia.

El estilo de bordado varía significativamente según la región. Por ejemplo, el bordado tenango de Hidalgo es conocido por sus figuras geométricas y colores vibrantes, mientras que el huipil de Oaxaca destaca por sus intrincados patrones florales. A pesar de la globalización y la llegada de técnicas industriales, los bordados

tradicionales siguen siendo valorados tanto en México como en el extranjero, donde se han convertido en piezas codiciadas por diseñadores y coleccionistas.



MODA MEXICANA

En las últimas décadas, la moda mexicana ha evolucionado, integrando elementos tradicionales con propuestas contemporáneas. Diseñadores como Carla Fernández y Armando Takeda han encontrado en los textiles indígenas una fuente de inspiración para crear piezas únicas que resaltan la belleza de los tejidos artesanales y los bordados a mano.

El uso de textiles tradicionales no solo es una declaración estética, sino también un esfuerzo por preservar y

Tintes Naturales Para Textiles:

Una Vuelta a lo Esencial

En un mundo donde la moda rápida y los productos sintéticos dominan el mercado, los tintes naturales para textiles emergen como una opción sostenible y ética. Esos tintes, obtenidos de fuentes orgánicas como plantas, frutas, flores y minerales, no solo ofrecen una paleta rica y vibrante, sino que también promueven un enfoque más consciente hacia la producción textil.



HISTORIA Y TRADICIÓN

El uso de los tintes naturales tiene raíces antiguas. Civilizaciones como los egipcios, los romanos y los pueblos indígenas de América han utilizado estas técnicas durante milenios. A lo largo de la historia, los tintes naturales han sido valorados no solo por sus colores, sino también por muchos significados culturales y espirituales. Cada color extraído de la naturaleza cuenta con historia, reflejando el entorno y las tradiciones de las comunidades que los utilizan.

BENEFICIOS AMBIENTALES DE LOS TINTES

Una de las principales ventajas de los tintes naturales es su menor impacto ambiental. A diferencia de los tintes sintéticos que a menudo contienen compuestos químicos dañinos, los tintes naturales son biodegradables y menos contaminantes. Además, la producción de estos tintes puede llevarse a cabo de manera local, reduciendo la huella de carbono asociada al transporte.

Los tintes naturales también fomentan la biodiversidad. Al utilizar plantas y recursos locales, se promueve la conservación de especies y ecosistemas, creando una conexión más profunda entre el productor y el entorno. Este enfoque no es beneficioso para el medio ambiente, sino que también apoya las economías locales.

ESTÉTICA Y ORIGINALIDAD

Los tintes naturales ofrecen una gama de colores únicos e impredecibles que no se pueden replicar con tintes sintéticos. Cada lote de tinte puede variar, lo que resulta en textiles con carácter y una historia propia. Desde el amarillo brillante de la cúrcuma hasta el azul profundo del índigo, la riqueza de la naturaleza se traduce en una paleta diversa que invita a la creatividad y la experimentación.



RETOS Y OPORTUNIDADES

A pesar de sus numerosas ventajas, el uso de tintes naturales enfrenta desafíos. La disponibilidad de las materias primas, la consistencia de los colores y la durabilidad de los tintes son algunas de las varias cuestiones que los productores deben considerar. Sin embargo, estos retos a su vez presentan varias oportunidades para la innovación. Investigadores sobre nuevas técnicas de extracción y fijación de color están en curso, abriendo camino hacia una producción más eficiente y sostenible.



EL FUTURO DE LA MODA

A medida que los consumidores se vuelven más conscientes de sus elecciones, la demanda de productos sostenibles y éticos está en aumento. Los tintes naturales no solo satisfacen esta necesidad, sino que también contribuyen a un cambio en la narrativa de la moda. Al elegir textiles teñidos de manera natural, los consumidores no solo están optando por un producto más saludable para ellos y el planeta, sino que también están apoyando un modelo de producción que prioriza la sostenibilidad y la equidad.



DISEÑO GRÁFICO

IDENTIDAD CORPORATIVA EN LAS GRANDES EMPRESAS MEXICANAS

Grupo Jumex

Inició con el proceso de durazno envasado en una latita de 150 ml, no tenía litografía, solo tenía una etiqueta con la marca de Frugo.

Se registró la marca “JUMEX” con el eslogan de “la latita azul”.

Se cambió de imagen de la marca, con nuevo eslogan: “Jumex: La Bebida del Futuro”.

En 1979 se crea un nuevo eslogan:

“Jumex: Fruta fresca nada más”.

En 2013, renueva su imagen, presenta un logo con líneas más modernas y limpias, manteniendo la tradición y colores de la identidad original.

Caffenio

Fue fundado por Don José Díaz Díaz en 1923, en la ciudad de Chihuahua con el tostado del café.

En 1980 abrieron su primera planta de elaboración de café instantáneo, buscando complacer más segmentos del mercado.

En 2000 se lanza al mercado Kfreeze, el sabor joven del café. El siguiente año nace Estación Café, un concepto diseñado para la venta de café preparado en vaso cercanos al cliente.

Aunque probablemente el punto de inflexión de este negocio fue la creación de Andatti, para las tiendas Oxxo.

La marca se renueva y es así cuando la empresa recibe el nombre de Caffenio, su primer punto de venta Caffenio, estaba situado a la entrada de la planta en la ciudad de Hermosillo.



EL DISEÑO EN EL CINE

A lo largo de más de 100 años ha vivido etapas de gran crecimiento y proyección internacional, y otras de debilidad y grandes retos. Factores políticos, nacionales e internacionales, la creciente globalización de la industria y el surgimiento constante de nuevas tecnologías han tenido un fuerte impacto en la industria mexicana.

EL CINE DE ORO

Entre 1936 y 1956 la industria cinematográfica en México alcanzó uno de sus mejores momentos, considerado como la Época de Oro del cine mexicano.

La promoción de las películas durante ese periodo se caracterizó por carteles con intensos acentos de color, altos contrastes y gran expresividad en los rostros de los protagonistas.

CINE DE FICHERAS

Se caracterizó por los desnudos femeninos y albueros. Los carteles reflejaban temas que el gobierno buscaba

ocultar como pobreza, desigualdad, delincuencia, violencia, machismo, misoginia, racismo y clasismo. De igual manera el cartel adoptó la manera de hablar en el barrio, en especial la jerga del albur que pasó de la palabra a la imagen dentro del afiche.

EL NUEVO CINE MEXICANO (90'S)

En los carteles se puede ver las ilustraciones, hechas mayormente digitales, se manejan ya sea en un contexto totalmente plano, o con la incursión de elementos en 3D, dándole un giro diferente del que se tenía acostumbrado.

EL CINE MEXICANO EN EL SIGLO XXI

Las producciones mexicanas consolidaron su influencia internacional, siendo el momento más exitoso de la historia del cine nacional desde el final de la Época de Oro. Gran parte de esta buena imagen, influencia, presencia y éxito comercial internacional fue debido a los directores Alfonso Cuarón, Alejandro González Iñárritu y Guillermo del Toro.



ANIMACIÓN

La animación en México ha crecido notablemente desde sus primeros experimentos en las décadas de 1910 y 1920 hasta convertirse en una industria relevante. Sus inicios estuvieron marcados por producciones experimentales y de bajo presupuesto, como *Mi Sueño* (1917) de *Miguel Ángel Acosta*, una de las primeras películas animadas del país.

Pioneros y primeras producciones

En los años 70, la industria animada mexicana comenzó a consolidarse, destacándose *Los Tres Reyes Magos* (1976), el primer largometraje animado producido en el país por *Fernando Ruiz y Adolfo Torres*. Poco después, *Katy la Oruga* (1984) se convirtió en un éxito nacional e internacional, marcando el camino para futuras producciones.

El resurgimiento en el Siglo XXI

Estudios como *Anima Estudios* y *Huevocartoon* marcaron una nueva era con producciones como *La Leyenda de la Nahuala* (2007) y *Un Día de Huevos* (2006). La digitalización facilitó el acceso a tecnologías de animación, y plataformas como Netflix y YouTube han impulsado la expansión de la animación mexicana a audiencias internacionales.

Influencia cultural

La animación mexicana ha jugado un papel crucial en la preservación y promoción de la cultura. Producciones como *La Leyenda de la Nahuala* y *Las Leyendas* se basan en mitos y tradiciones locales, mientras que películas como *Coco* (2017) reflejan la importancia de representar adecuadamente la cultura mexicana a nivel global.

Katy, La Oruga,
1984.



Rocky, La Ardilla Voladora,
1959.



VIDEOJUEGOS

VIDEOJUEGOS EN MÉXICO

Los inicios de la historia de videojuegos surgió a partir de los mercados grises y la piratería debido a la falta de mercados minoristas en el país. Debido a esto no había quien vendiera videojuegos o consolas de otra manera.

Las Máquinas de Arcade

Las máquinas de arcade, conocidas como "maquinitas", jugaron un papel clave en la popularización de los videojuegos en México. Mientras en Estados Unidos estas máquinas empezaban a perder popularidad en los años 90, en México se volvieron muy comunes, llegando incluso a zonas rurales sin telefonía móvil.

Inicios en México

En 1973, Morris Behar lanzó la consola NES-Pong, inspirada en el popular juego Pong. Aunque tuvo éxito en América Latina, la empresa cerró por problemas financieros. En 1980, el Atari 2600 fue introducido en México a través de acuerdos comerciales, pero su alto costo y la necesidad de comprar juegos

adicionales limitaron su éxito, siendo superado por el mercado negro o "fayuca". Durante este tiempo, personas como Abraham Bautista y Teruhide Kikuchi impulsaron la venta formal de videojuegos, sentando las bases para tiendas como Game Planet y Game Express.

Videojuego del Día

Uno de los títulos más recientes es *Mariachi Legends*, desarrollado por Halbert Studios en Guadalajara. Este juego de estilo Metroidvania está inspirado en la cultura mexicana y sigue la historia de Pablo Cruz, un detective reclutado por la Muerte para restaurar el equilibrio entre la vida y la muerte.



M DISEÑADORES

AMIGOS

VICENTE ROJO (1932 - 2021)

Vicente, originario de España y naturalizado mexicano, fue un destacado diseñador gráfico, pintor y escultor que desempeñó un papel crucial en el desarrollo del diseño en México y Latinoamérica. Estudió en La Esmeralda y bajo la tutela del pintor Arturo Soto, explorando la conexión entre diversas disciplinas como la pintura, el diseño editorial y la escultura. Su obra, que se enfoca en el abstraccionismo, se distingue por su renovación constante en forma y color, presentando variaciones sobre un mismo tema que mantienen una coherencia estética.

Vicente fue un mentor fundamental para jóvenes diseñadores a partir de 1960, guiándolos en el oficio y colaborando en sus proyectos. Su legado se traduce en una referencia indispensable para artistas y diseñadores, destacándose por su disciplina, pasión y rigor creativo.



RAFAEL LÓPEZ CASTRO (1946)

Rafael es un destacado diseñador gráfico que ha sabido transmitir la tradición del arte plástico popular mexicano en su trabajo. Estudió en la Escuela Nacional de Artes Gráficas y comenzó su carrera como asistente en el Taller de Diseño Gráfico de Carlos Flores Heras. Desde 1969, se dedicó a diseñar para revistas comerciales, empresas disqueras y agencias de publicidad. Junto a Vicente Rojo, formó parte de la icónica *Imprenta Madero* donde se revolucionó el diseño gráfico nacional a través de carteles, portadas de libros, entre mucho más.

Sus imágenes logran un equilibrio perfecto con la tipografía, creando un contexto histórico y contemporáneo que resalta la cultura mexicana del siglo XX. Su trabajo se caracteriza por propuestas provocativas, llenas de humor y colores vibrantes, que evocan y transgreden, a menudo incorporando una ironía refinada y elementos surrealistas en su composición.



NUEVOS

Carlos Lerma:

Es un ilustrador, nacido en la ciudad de Cancún en 1981. Estudió diseño gráfico en la Universidad Iberoamericana del Noroeste de Guanajuato y ha estado ilustrando desde la infancia, inspirándose en el cubismo.



Adriana Escalante

Su amor por el arte comenzó con una chispa de inspiración en su infancia. Comenzó su carrera como ilustradora en el año 2010 y desde entonces ha participado en exposiciones tanto nacionales como internacionales. Matriculada de la prestigiosa escuela de diseño gráfico, School of Visual Arts de Nueva York.



Edgar Flores Saner:

Es un artista visual, ilustrador y diseñador gráfico cuya obra ha sido exhibida y reconocida internacionalmente. Su trabajo está fuertemente influenciado por el folclor, las tradiciones mexicanas y la cultura pop.

Luis Torres (Mr.Flama):

Luis Torres, también conocido como Mr. Flama, ha recibido varios reconocimientos nacionales e internacionales por su trabajo a lo largo de su carrera. Formó su propio estudio de animación y diseño, "La Flama" con 10 años de trayectoria tanto en el mercado nacional e internacional, pero en el año 2017 se separó de esta para seguir su proyecto personal de Mr. Flama como ilustrador, diseñador y motion designer.



LOCALES

Sonora no esta exento de tener talento diseñador e ilustrador y muchos de ellos son reconocidos tanto nacional, como internacionalmente. Quien sabe, tal vez seas el próximo en aparecer en estas páginas.

Yanin Rubial:

Nacida en Tijuana, Baja California, pero criada en Hermosillo, Sonora. Desde muy joven se interesó por la pintura y comenzó a tomar clases a los cinco años. Inició sus estudios en la Universidad de las Américas Puebla para después trasladarse a la Universidad de Sonora.



Carlos Villa:

Famoso ilustrador hermosillense, estudió diseño gráfico en la Universidad del Noroeste. Comenzó trabajando en la sección de espectáculos en el periódico expresso, pero desde hace años mantiene un contrato de exclusividad con la compañía de comics Marvel.



DISEÑADORES RECONOCIDOS INTERNACIONALMENTE

Rafael Mayani

Este famoso diseñador es director de arte del estudio canadiense Giant Ant e ilustrador de libros, revistas y pósters. A partir de su interpretación de los personajes de Disney en 2013, Mayani ha creado una gran reputación internacional.

Su trabajo se divide principalmente en diseño editorial, ilustraciones y murales. En estas tres facetas su estilo es muy marcado y guarda una línea estética constante, lo que hace que su trabajo sea fácilmente reconocible.

Ha trabajado con grandes marcas como Google, creando el Doodle para el día de la independencia de México, Airbnb,



múltiples libros para niños y dirigiendo el nuevo intro de la serie animada Pinky y Cerebro, entre muchos más trabajos editoriales y colaboraciones fantasía y la música.

Andonella

Andrea Arsuaga, conocida como Andonella, es una ilustradora mexicana con estilo irreverente y humorístico, lo cual la llevado trabajar con marcas internacionales como Nike, H&M y Pictoline. En 2018 publicó #AmigaDateCuenta junto con Editorial Planeta, un libro con temática feminista para América Latina.

EDITORIAL

PERIÓDICO

La historia de la editorial “Periódico” está íntimamente ligada al desarrollo de la prensa escrita y al rol fundamental que ésta ha jugado en la configuración de la opinión pública a lo largo de los siglos. Aunque el término “periódico” se refiere a cualquier publicación periódica que informe sobre eventos recientes, muchas editoriales han adoptado este nombre en distintos contextos y países, destacando por su labor informativa y analítica.

El surgimiento de las editoriales de periódicos se remonta al siglo XVII en Europa, cuando la invención de la imprenta revolucionó la manera en que se producían y distribuían las noticias. La capacidad de imprimir masivamente transformó el acceso a la información y permitió que los ciudadanos estuvieran más al tanto de los acontecimientos locales, nacionales e internacionales. Este fenómeno fue un paso clave en la democratización del conocimiento y en la creación de un espacio para el intercambio de ideas y el debate público. Los primeros periódicos desempeñaron un papel fundamental en la formación de la opinión pública y en el desarrollo de una ciudadanía más informada y crítica.

A lo largo del siglo XIX, las editoriales de periódicos crecieron considerablemente, aprovechando los avances en las tecnologías de impresión y distribución. La prensa escrita se consolidó como un medio influ-

yente, no solo para la difusión de noticias, sino también como una herramienta de reflexión crítica y análisis. En este periodo, muchas editoriales comenzaron a lanzar múltiples publicaciones con el objetivo de llegar a diferentes segmentos de la población, adaptándose a los intereses y preocupaciones de audiencias diversas. Los periódicos se convirtieron en una fuente confiable de información y, al mismo tiempo, en un espacio para la discusión de temas políticos, sociales y económicos.

Con el paso del tiempo, y particularmente en el siglo XX, la industria de los periódicos experimentó una expansión sin precedentes. Surgieron grandes conglomerados mediáticos que controlaban múltiples títulos, lo que permitió la consolidación de grandes imperios de medios de comunicación. Durante este tiempo, los periódicos comenzaron a tener una influencia notable no solo en la vida cotidiana de sus lectores, sino también en la esfera política y social. Las editoriales jugaron un rol clave al servir como una plataforma para expresar las opiniones del medio sobre los temas más relevantes del momento.

La importancia de la sección editorial en los periódicos no debe subestimarse. Aunque muchas veces es vista como un simple apartado de opinión, la editorial representa mucho más. Es, en esencia, la voz institucional del periódico, el lugar donde se sintetizan y analizan los hechos más relevantes desde una perspectiva particular. A través de la editorial, los periódicos pueden orientar y enmarcar la percepción pública de los acontecimientos actuales.



FOTOGRAFÍA

La fotografía en México y las editoriales de los periódicos comparten un origen común: ambos buscan documentar y reflejar la realidad de su época. La fotografía mexicana comenzó a principios del siglo XIX con experimentos científicos, y en 1839 Gabriel Lico publicó el primer daguerrotipo del Palacio Nacional, marcando la entrada oficial del país en este campo. Los primeros fotógrafos, como Julio Anaya, capturaron paisajes y retratos con cámaras de gran formato, reflejando la esencia del entorno mexicano.

Al igual que las editoriales en los periódicos de la época ofrecían análisis sobre acontecimientos relevantes, los fotógrafos contribuían visualmente a la documentación de la realidad. A finales del siglo XIX, la fotografía mexicana desarrolló su estilo propio, influenciado por el arte y el paisaje del país, explorando nuevos géneros como el retrato y el fotoperiodismo.

Los primeros estudios fotográficos en México, asociados con periódicos y revistas, se convirtieron en centros de documentación visual, retratando tanto a la élite como a la vida cotidiana. Esta democratización de la imagen fue clave para el crecimiento de la fotografía en México.

Durante el siglo XX, figuras como Lola Álvarez Bravo alcanzaron reconocimiento internacional, contribuyendo a la consolidación de la fotografía mexicana en el ámbito global. Al igual que las editoriales de los periódicos, su obra ofrecía una mirada crítica sobre los cambios sociales y políticos del país.

Hoy en día, México alberga una comunidad vibrante de fotógrafos que siguen

explorando nuevos enfoques y técnicas. Los fotógrafos mexicanos contemporáneos, al igual que las editoriales de los periódicos, documentan y reflexionan sobre la realidad de su país, utilizando la imagen como una herramienta crítica para interpretar su cultura y sociedad.

Tanto la fotografía como las editoriales han mantenido su relevancia en la era digital, adaptándose a las nuevas tecnologías sin perder su esencia reflexiva. Ambos medios son fundamentales para entender y representar la realidad mexicana, contribuyendo a la formación de una ciudadanía informada y consciente.

A medida que la fotografía y las editoriales de los periódicos han evolucionado en México, ambos medios han sabido integrarse a las transformaciones tecnológicas que el siglo XXI ha traído. Las redes sociales y las plataformas digitales han abierto nuevas posibilidades tanto para fotógrafos como para periodistas, permitiendo una difusión más amplia y rápida de su trabajo. Sin embargo, esta misma velocidad de distribución ha generado nuevos desafíos. En un entorno saturado de imágenes e información, tanto las editoriales como los fotógrafos deben destacar por su profundidad, originalidad y capacidad crítica para seguir capturando la atención y la reflexión del público.

Además, la influencia de la fotografía y las editoriales en la sociedad mexicana va más allá del ámbito informativo. Ambos medios tienen el poder de influir en debates políticos y sociales, fomentar cambios de actitud y, en algunos casos, impulsar movimientos culturales. La fotografía y las editoriales no solo documentan la realidad, sino que también la interpretan y, a veces, la transforman.

politana (UAM) y la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), permitió que más diseñadores se formaran en el país, contribuyendo al crecimiento y profesionalización del sector.

En este periodo, publicaciones icónicas como la revista Vuelta, fundada por Octavio Paz, y la revista cultural Nexos marcaron un hito en el diseño editorial mexicano. Estas revistas no solo destacaron por su contenido intelectual y literario, sino también por su diseño limpio, atractivo y cuidadosamente elaborado, que incluía tipografías modernas y un uso estratégico de la fotografía y las ilustraciones.

Hoy en día, el diseño editorial en México continúa evolucionando con la llegada de nuevas tecnologías y el crecimiento del ámbito digital. El país cuenta con una comunidad vibrante de diseñadores editoriales que trabajan tanto en medios impresos como en plataformas digitales. A través de libros de arte, literatura, revistas independientes, y publicaciones digitales, el diseño editorial mexicano sigue jugando un papel crucial en la manera en que se presentan las ideas y los contenidos.

Publicaciones como Letras Libres, Gatopardo y la revista de diseño Elementos son ejemplos de cómo el diseño editorial ha mantenido una alta calidad estética y funcional en el país. En el ámbito digital, plataformas como Meow Magazine y Punto de Partida han innovado en el uso de interactividad y multimedia, ampliando los límites de lo que puede ser el diseño editorial en el siglo XXI.

imprentas trajeron consigo la necesidad de organizar y presentar la información de manera efectiva. Con el tiempo, las publicaciones mexicanas comenzaron a adoptar estilos más definidos, con influencias de movimientos artísticos como el muralismo y las vanguardias artísticas del siglo XX. Artistas y diseñadores como Diego Rivera, David Alfaro Siqueiros, y José Clemente Orozco influyeron en la estética editorial del país, donde las ilustraciones y composiciones gráficas eran una parte esencial de las publicaciones.

Un ejemplo claro de esta influencia artística en el diseño editorial fue la revista Taller, en la década de 1930, que combinaba poesía, arte gráfico y un enfoque moderno del diseño. También se destacan publicaciones como El Machete, que, en los años 20 y 30, utilizaba el diseño editorial como herramienta de crítica social y política, influyendo tanto en el contenido como en la presentación visual.

Durante el siglo XX, el diseño editorial en México se consolidó con el auge de las editoriales, que no solo publicaban libros, sino también revistas culturales y de noticias. A partir de los años 60 y 70, se comenzó a profesionalizar la disciplina del diseño gráfico y, con ello, el diseño editorial. La creación de instituciones académicas especializadas en diseño, como la Universidad Autónoma Metro-



DISEÑO EDITORIAL

El diseño editorial es una rama del diseño gráfico enfocada en la creación, planificación y presentación visual de publicaciones impresas o digitales, como revistas, libros, periódicos, folletos y sitios web. Su objetivo principal es organizar el contenido de manera atractiva, funcional y fácil de leer, combinando texto, imágenes, tipografía, colores y otros elementos gráficos para mejorar la experiencia del lector y comunicar de manera efectiva el mensaje del contenido.

Este tipo de diseño abarca varios aspectos clave:

1. MAQUETACIÓN

Es la disposición de los elementos gráficos y de texto en la página. Un buen diseño editorial organiza la información para guiar la atención del lector de manera natural, equilibrando el uso de espacios en blanco y el contenido visual.

2. TIPOGRAFÍA

La elección de las fuentes tipográficas es crucial para el diseño editorial. Un tipo de letra bien seleccionado mejora la legibilidad y transmite el tono adecuado de la publicación.

3. IMÁGENES E ILUSTRACIONES

Las imágenes juegan un papel importante en el diseño editorial, ya que refuerzan o complementan el contenido escrito. Su correcta integración con el texto es esencial para lograr un diseño visualmente armonioso.

4. COLORES

La paleta de colores debe estar bien equilibrada, de modo que refuerce la identidad de la publicación y sea coherente con el tema o mensaje que se quiere transmitir.

5. JERARQUÍA VISUAL:

Consiste en destacar ciertos elementos del contenido, como títulos, subtítulos o citas destacadas, para que el lector pueda escanear la página y captar fácilmente los puntos más importantes.

editorial, más allá de ser estético, es una herramienta estratégica para mejorar la comunicación y crear un impacto emocional en el lector.

EN MÉXICO

El diseño editorial en México tiene una rica trayectoria que refleja la evolución de la cultura visual y editorial del país. A lo largo de los años, México ha sido un espacio donde el diseño editorial ha florecido, influenciado por factores históricos, políticos, sociales y artísticos. Desde las publicaciones impresas en la época colonial hasta las innovadoras revistas y libros contemporáneos, el diseño editorial mexicano ha sido fundamental para la difusión de ideas, la educación y la creación de una identidad cultural.

La influencia histórica y artística del diseño editorial en México se remonta a los tiempos de la prensa colonial, cuando las primeras

MERCADO ACTUAL

¿CÓMO CREAR * *— PORTAFOLIO?

Para comenzar debemos preguntarnos, ¿Qué es un portafolio?

Se le conoce como portafolio a una colección de los mejores trabajos que exhibe los esfuerzos y procesos del autor a futuros clientes. A diferencia de un currículum vitae, un portafolio muestra el desarrollo y métodos empleados por el individuo.

Para garantizar un portafolio se debe seguir los siguientes 3 pasos.

Analizar el Propósito y Objetivo

Se refiere a lo que se busca de un portafolio y el fin con el que se realiza. ¿Es para un artista plástico que quiere vender sus obras? ¿O un arquitecto que está aplicando para un nuevo despacho? O incluso, ¿un chef que busca presentar sus platillos? No importa el medio ni el tipo de artista que el autor sea, primero se debe definir el propósito de un portafolio para construir en base a eso.

Selección de trabajos

Un portafolio está conformado por diversos trabajos realizados por el autor. Estos no son necesariamente los mejores, sino los que representan diferentes aspectos de su trabajo. Esto para evitar saturar de información al lector. Debe de haber un

balance entre cantidad y calidad. Para esto se recomienda no solo incluir trabajos terminados, sino también procesos, diferentes escalas, complejidades y estilos que el autor maneje. Así se logrará tener un portafolio diverso y completo.

Separación por Secciones

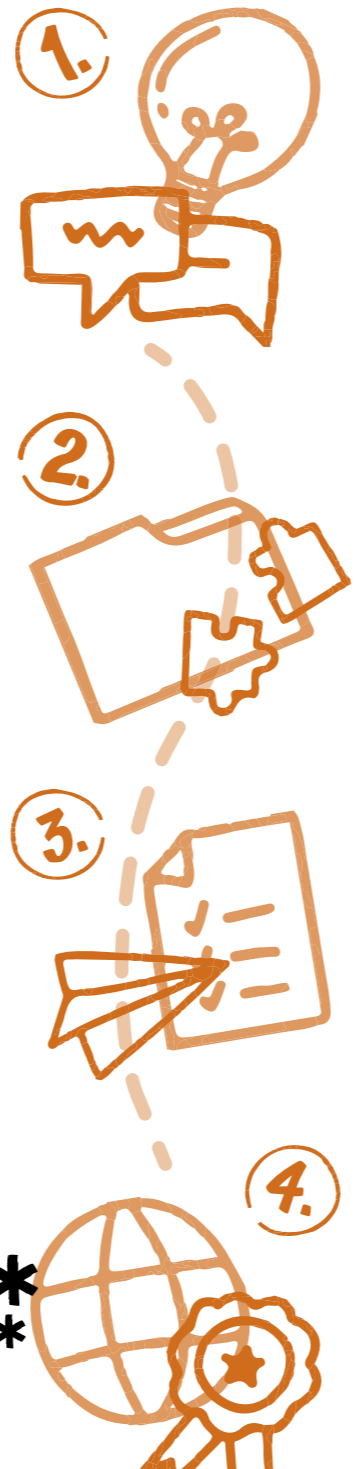
Cuando se esté armando el documento es importante tener en mente una separación a lo largo de este para no confundir al lector. Estas secciones se pueden crear físicamente como separadores o puede expresarse al colocar trabajos en un orden donde se incrementa la complejidad a lo largo del portafolio. El orden creará una armonía visual que complementará y dará espacio para apreciar el trabajo del autor.

De igual manera las separaciones más recomendadas son:

1. Portada.
2. Índice.
3. Hoja de Vida o Currículum Vitae.
4. Trabajos sencillos y de menor escala.
5. Trabajos de mediana escala y mediano nivel de dificultad.
6. Trabajos de mayor escala y gran nivel de dificultad.
7. Breve despedida.

Los últimos pasos deben de ser complementados con una línea gráfica original y que y represente su trabajo.

*** * ILISTO! AHORA YA PUEDES * *
* * COMENZAR TU PROPIO PORTAFOLIO. * ***



¿Cómo encontrar * * UN TRABAJO?

Dentro de los puestos para un diseñador gráfico se encuentran Diseñador Senior (lideran), junior bajo (bajo supervisión), branding, packing, publicidad, UX, etc.

Es muy importante fijarse en el puesto que vamos a pedir y fortalecerlo con nuestro portafolio. Un buen trabajo para el diseñador puede ofrecer sueldo de hasta \$60,000.00 al mes.

Y para lograr asegurar un buen puesto es necesario saber estos puntos importantes:

PORTAFOLIO

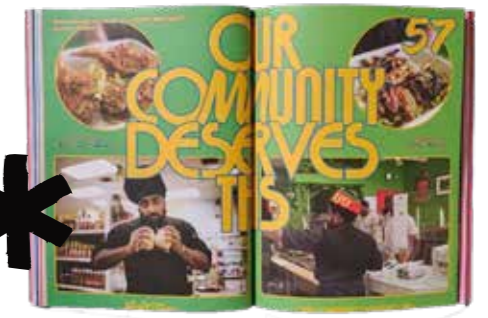
Existen varias plataformas populares donde puedes buscar empleo de diseño gráfico. Aquí hay algunos de los mejores portales de empleo en los que puedes encontrar oportunidades laborales usando tu portafolio;

1. Behance
2. LinkedIn
3. Dribbble
4. Infojobs
5. Infoempleo
6. Fiverr

TIPS

Incluye un enlace al portafolio en el correo, no direcciones separadas.

1. Sé breve en el correo de presentación.
2. El CV es el primer trabajo que verán.
3. En tu CV, haz hincapié en tus fortalezas, en lo que realmente sabes hacer.
4. Evita los gráficos de barras en tu CV.
5. No incluyas versiones de software, sino lo que puedes hacer con él. Evita quedar desactualizado.
6. Colaborar en proyectos conjuntos.
7. Presencia en plataformas pros.
8. Oportunidades de networking.
9. Prepara tu portafolio digital.
10. Prepárate con una buena entrevista.



OPORTUNIDADES INTERNACIONALES

Por fortuna, podemos decir con seguridad que hay muchas oportunidades laborales para el diseñador gráfico talentoso, el mundo actual está lleno de posibilidades. Se pueden desempeñar en agencias y empresas con áreas de: diseño, publicidad, branding, marketing, comunicación, medios, diseño web, ilustración, editorial, edición de fotos, diseño de empaques y otros más en donde la comunicación visual sea lo primordial, donde puedes trabajar desde casa.

Hoy en día, ¿qué hay en el mundo que no necesite acompañarse de fuertes mensajes visuales? Casi todo lo exige con el fin de atrapar más a los espectadores. También, existe la posibilidad de ser un diseñador gráfico independiente, que no tenga que atarse a una empresa y pueda desarrollar un negocio propio.

*En Hermosillo, Sonora,

los diseñadores tienen acceso a herramientas como Indeed, Jooble, Glassdoor y Computrabajo, que permiten buscar ofertas de empleo locales y ajustar filtros según el tipo de puesto, nivel de experiencia y modalidad de trabajo, ya sea remoto, presencial o híbrido.

Esto ha facilitado una búsqueda más personalizada y eficiente, optimizando el tiempo de los profesionales. En Hermosillo, los diseñadores gráficos pueden encontrar trabajo en diversos sectores.

Desde agencias de publicidad y marketing, donde pueden crear campañas visuales y estrategias de branding, hasta empresas de diseño gráfico que necesitan profesionales para empaques, logotipos, material promocional y contenido digital.

Los medios locales, como periódicos, revistas y estaciones de televisión, también buscan diseñadores gráficos para desarrollar contenido visual.

O de igual manera, en consultorías, en las mismas áreas mencionadas anteriormente. Claro cabe mencionar que las oportunidades llegan a partir de un buen portafolio...



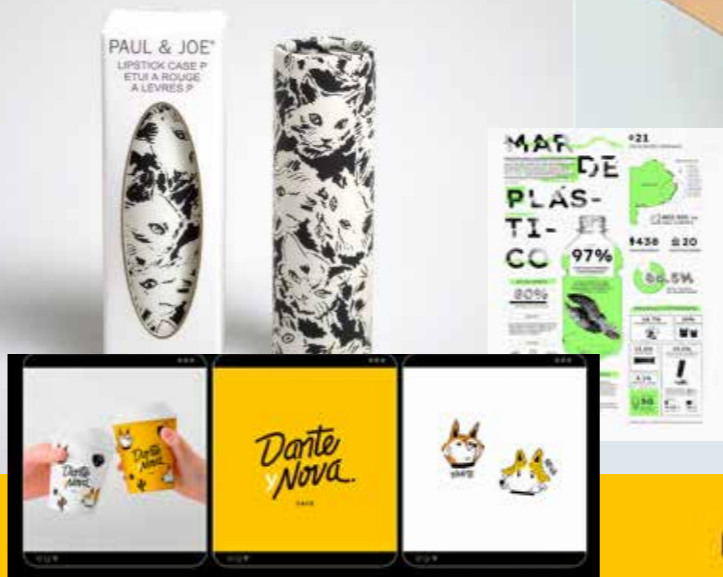
OPORTUNIDADES LOCALES

El auge de las plataformas de búsqueda de empleo en línea ha transformado significativamente la manera en que los diseñadores gráficos acceden al mercado laboral, creando un escenario lleno de opciones y posibilidades.

Además, en un mundo digital, los diseñadores con habilidades en diseño web y UX/UI tienen grandes oportunidades, ya que muchas empresas buscan profesionales para crear interfaces atractivas y funcionales.

También pueden trabajar en diseño editorial e impresión, colaborando con editoriales y empresas de impresión para catálogos, revistas y otros materiales. Incluso instituciones gubernamentales y educativas requieren diseñadores gráficos para crear campañas de comunicación y materiales informativos. El impacto de estas plataformas en la búsqueda de empleo ha sido revolucionario. Los diseñadores ya no dependen de métodos tradicionales, sino que ahora tienen una ventana directa al mercado laboral, lo que les permite postularse y destacarse en un entorno competitivo.

Gracias a estas herramientas, la visibilidad de los diseñadores ha aumentado, lo que facilita que los reclutadores los encuentren y ofrezcan oportunidades acordes a su perfil. Además, las plataformas permiten a los diseñadores acceder a una red de contactos más amplia y explorar nuevas áreas de trabajo, expandiendo sus horizontes profesionales.



Dante y Nova.

CAFÉ



TEMAS

HISTORIA · ARTE · DISEÑO GRÁFICO

DISEÑO EDITORIAL · DISEÑO TEXTIL

DISEÑO INDUSTRIAL · DISEÑO URBANO

DISEÑADORES · MERCADO ACTUAL