

# CURSO DE DISEÑO GRAFICO

## VOLUMEN I

### CONTENIDO

Saber inventar . . . . .	7
Instrumentos para inventar . . . . .	8
Cómo se fabrica un lápiz . . . . .	9
La historia del papel . . . . .	11
Cómo nace una campaña publicitaria . . . . .	14
La agencia de publicidad . . . . .	15
Vivir una campaña publicitaria . . . . .	18
La pareja creativa . . . . .	20
En busca de la idea . . . . .	21
Cómo se esboza la mancha del texto . . . . .	22
La idea crece . . . . .	23
Los formatos del papel . . . . .	24
Definición del formato . . . . .	26

Cómo se corta una imagen . . . . .	28
Los pasteles . . . . .	30
Para realizar el Layout o maqueta:	
Los rotuladores de fieltro markers . . . . .	32
Ejercicios con los markers . . . . .	33
Los caracteres tipográficos . . . . .	35
El cuerpo del caracter . . . . .	39
El equilibrio de la página . . . . .	40
El valor óptico . . . . .	41
El planteamiento de la página publicitaria . . . . .	45
Aprendamos a dibujar los caracteres . . . . .	48
Los caracteres transferibles . . . . .	51
Cómo dibujar los refejos . . . . .	55
Dibujemos una botella . . . . .	55
Los colores indispensables . . . . .	58
Publicidad en botella . . . . .	60
Dibujemos la figura humana . . . . .	61
Mi libro de figuras humanas . . . . .	61
El perfil femenino . . . . .	62
El layout de una modelo corriendo unas manzanas . . . . .	65
Planteemos el diseño . . . . .	67
Y ahora... color . . . . .	68
La legibilidad de un rótulo sobre fondos de color . . . . .	71
Una campaña para un producto de lujo . . . . .	72
Dibujemos la mano . . . . .	74
El rostro femenino visto de frente . . . . .	77
Métodos e instrumentos para agrandar y reducir . . . . .	80
Anciana pero guapa . . . . .	83
Qué es el target . . . . .	87

Rostros característicos . . . . .	87
Para centrar el objetivo usa el marketing . . . . .	90
Un producto de target alto . . . . .	90
Los secretos de una campaña de prensa . . . . .	92
Un producto de target medio . . . . .	95
Un art al trabajo . . . . .	95
Si el cliente dice que no . . . . .	98
Cómo compaginar un texto publicitario . . . . .	99
Qué es la caja . . . . .	101
Los caracteres: Una gama infinita . . . . .	103
Hermann Zapf, creador de mil caracteres . . . . .	104
Ensayemos con las imágenes . . . . .	105
Cómo presentar una campaña . . . . .	106
Preparemos el cartel de presentación . . . . .	108
Pintar a la acuarela . . . . .	109
Los acrílicos utilizados como acuarelas . . . . .	112
Cómo naçe la profesión de visualizer . . . . .	114
Dibujemos una cabeza de hombre . . . . .	115
Un caracter ontline . . . . .	120
Los hombres en la publicidad . . . . .	122
Empleado o campesino . . . . .	125
Cómo realizar una fotografía . . . . .	128
Los estándares creativos . . . . .	130
Rough de Autor . . . . .	133
La página sin márgenes . . . . .	137
La doble página . . . . .	137
Imágenes gemelas . . . . .	142
Cómo se creaba un cartel . . . . .	
a principios de siglo . . . . .	143
Carteles de los años treinta . . . . .	144
Cuando la idea es convincente . . . . .	145
Un cupido de postguerra . . . . .	147

El papel para estarcir . . . . .	149
Las proporciones en la figura humana . . . . .	150
El canon en el arte antiguo . . . . .	150
Cómo sintetizar una figura en movimiento . . . . .	152
Moda: Lo importante es la elegancia . . . . .	156
La moda íntima: cuestión de buen gusto . . . . .	160
Cuando el vestido crea grupo . . . . .	162
Un layout interpretado . . . . .	164
La granja de los animales . . . . .	165
Cómo se dibuja un gato . . . . .	166
Una campaña para gatos golosos . . . . .	167
El packaging: De la etiqueta al envase . . . . .	171
Desmontemos un envase . . . . .	173
Cómo cambiar el aspecto de un viejo envase . . . . .	178
Las bolsas de las tiendas . . . . .	180
La imagen corporativa . . . . .	187
La imagen de Letraset . . . . .	190
El logotipo . . . . .	193
Cómo proyectar un logotipo abstracto:	
Los significados de las figuras geométricas . . . . .	198
Cómo proyectar un logotipo figurativo:	
El ejemplo de una colección de libros infantiles . . . . .	201
Cómo crear un logotipo con las iniciales de un nombre . . . . .	206