

19
21

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO
ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES
"ACATLAN"



**CARACTERISTICAS DE LA SERIGRAFIA
Y EL OFFSET EN LA IMPRESION DEL CARTEL**

Tesis que presenta la alumna:
María Isabel Ramírez Vázquez



Para obtener el título de Lic. en Diseño Gráfico



Acatlán, Edo. de México 1997.

**TESIS CON
FALTA DE ORIGEN**



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

Características de la Serigrafía y el Offset en la Impresión del Cartel

C Contenido

INTRODUCCION

CAPITULO 1 EL CARTEL

1.1. DEFINICION	10
1.2. FORMATO	11
1.3. MOTIVO GRAFICO	12
1.4. COLOR	14
1.5. TIPOGRAFIA	15
1.6. COMPOSICION	16
1.7. ANTECEDENTES HISTORICOS DEL CARTEL	17
1.8 TIPOS DE CARTEL	19
a) PUBLICITARIOS	
b) EDUCATIVO	
c) CULTURAL	
d) DECORATIVO	
e) POLITICO	

CAPITULO 2 LA SERIGRAFIA Y EL OFFSET APLICADOS AL CARTEL

2.1. PRINCIPIOS E IMPRESION EN SERIGRAFIA	25
2.1.1. CARACTERISTICAS	29
2.2. VENTAJAS Y DESVENTAJAS EN SERIGRAFIA	30
2.3. ORIGINAL MECANICO PARA IMPRESION EN SERIGRAFIA	31
2.4. BREVE HISTORIA DE LA LITOGRAFIA OFFSET	32
2.4.1. CARACTERISTICAS	34
2.5. VENTAJAS Y DESVENTAJAS EN OFFSET	39
2.6. ORIGINAL MECANICO PARA IMPRESION EN OFFSET	40

CAPITULO 3 AUDIOVISUAL

3.1. RECURSOS DIDACTICOS	44
3.2. EL AUDIOVISUAL	47
3.3. CLASIFICACION DEL AUDIOVISUAL	48
3.4. PLANEACION	49
a) Texto	
b) Guión Literario	
c) Guión Técnico	
d) Guión Fotográfico o Story Board	
e) Armado	
f) Sonido	
g) Programación	
h) Evaluación	
3.4.1 Ventajas y Desventajas	
3.4.2 Objetivos del Diaporama	
3.5. AUDIOVISUAL COMO MATERIAL DIDACTICO	57
3.6. FASES DEL PROCESO AUDIOVISUAL	

CAPITULO 4 DESARROLLO

4.1. GUION LITERARIO	62
4.2. GUION TECNICO	66
4.3. GUION FOTOGRAFICO	89
4.4. ELEMENTOS FOTOGRAFICOS	120
4.5. ANALISIS GRAFICO	122
4.6. EDICION Y SONORIZACION	123

CONCLUSIONES

BIBLIOGRAFIA

Introducción

INTRODUCCION

El contenido de este trabajo es la recopilación de una serie de información, que nos es útil para nosotros como Diseñadores Gráficos y espero sea de ayuda para la elección de un sistema de impresión, ya que existen muchas ocupaciones relacionadas con los artes gráficos en las que el conocimiento de un proceso de impresión constituye una necesidad o una ventaja de mucha importancia.

Al hablar de métodos de impresión, nos da la pauta para recurrir a una variedad de materiales y técnicas las cuales dan la posibilidad de experimentar y obtener resultados satisfactorios. Se describirán sólo dos métodos de impresión Serigrafía y Offset, usando al cartel como ejemplo, porque es el uso que más se le conoce, aparte de las reproducciones de obras de arte.

En el capítulo Uno inicio con una investigación histórica del cartel, se define qué es, cuántos tipos de cartel hay, se hace un análisis de todos los elementos que lo componen: como formato,

color, imagen, texto y la importancia de cada uno de estos. Esto tiene una finalidad y es la siguiente: proporcionar los conocimientos al estudiante de Diseño para que desarrolle sus propias ideas e introducirse en el campo del Diseño.

En este capítulo se da un rápido panorama de todo lo que se refiere al cartel, porque es el elemento que vamos a utilizar como ejemplo para la impresión en Serigrafía y en Offset específicamente.

Hay otros sistemas de impresión como el grabado, el rotograbado, el huecograbado y la flexografía, pero no son adecuados para la reproducción de cartel, porque no dan buena resolución en detalles pequeños ni líneas finas, además de que el proceso en algunos de estos es caro.

En el Capítulo Dos se analizan las dos técnicas describiéndolas desde sus inicios. Se organizó este capítulo de tal manera que la investigación histórica sirva como base para un rápido conocimiento de los aspectos que dieron importancia a estas técnicas.

Se describen las características de cada una, se mencionan sus ventajas y desventajas, cómo hay que entregar el Original Mecánico, etc. Se habla de la relación entre los métodos de Impresión y el Diseñador Gráfico, porque es necesario saber cual técnica va a resolver nuestras necesidades.

Es necesario conocer el avance que tiene día con día la ciencia en todo el campo del Diseño Gráfico en este caso se describe cada técnica y los cambios que ha tenido hasta nuestros días. En el Capítulo Tres se explica la elaboración de un audiovisual.

Con toda esta información se desarrolló un audiovisual como material didáctico, en el capítulo 3 se explica y se describe la importancia de los diferentes tipos de audiovisual que se conocen.

El audiovisual es un recurso didáctico por el cual se describe mejor y de una manera más clara el tema seleccionado. Este audiovisual está dedicado a los alumnos que cursan específicamente la materia de Métodos de Impresión y Cartel de

la carrera de Diseño Gráfico.

Capítulo 1

El Cartel

1.1 DEFINICION

El Cartel desde hace mucho tiempo surge como una necesidad de comunicarse de anunciar el nombre de algo o de alguien en un lugar y tiempo determinado. Tiene un propósito y es llamar la atención. Se conoció otro método de hacerse publicidad y este fue el pregón, tuvo inicios desde la época de la cristianidad y se ha prolongado hasta nuestros días, lo que quiere decir que funcionó como un buen sistema de publicidad.

*El cartel es un instrumento pedagógico que se sitúa entre el dibujo y la fotografía. El cartel es una especie de síntesis de lo visual que integra las características de la imagen gráfica de la imagen óptica. El cartel es uno de los medios más tradicionales pero al mismo tiempo es moderno, porque es un medio de expresión de mucha importancia además de ser barato. (1)

Es un medio fijo de comunicación su información debe ser directa sencilla y de fácil comprensión. El cartel trata un tema especial y único, acompañado de texto el cual no debe pasar de

ocho palabras (slogan). Esto es porque se ha considerado al cartel como una pieza publicitaria, definitivamente ilustrada, por lo tanto no caben grandes textos la redacción es básica se recomienda no pasar de seis u ocho palabras lo ideal sería reducirlo a una.

Los temas que refleja el cartel son problemas económicos y sociales, por esto se le ha considerado como un medio efectivo de penetración económica en el mundo. El campo para diseñar carteles da la posibilidad de una creatividad sin límites.

Para Santos Torella (2) El cartel responde a una necesidad humana fundamental, de hoy y de siempre: la de difundir el nombre de algo o de alguien en un tiempo y un lugar determinado, lo define como "UN GRITO PEGADO EN LA PARED" concepto que tiene orígenes desde la cristianidad.

En mi opinión el cartel es la representación gráfica de una idea el cual lleva implícito un mensaje. El cartel debe estar diseñado con imágenes llamativas y formas sencillas acompañado de colores vivos y agradables a los ojos del

* C.F.

Apuntes del Módulo 1

espectador. Esto hace que el cartel ocupe un lugar importante entre los medios de comunicación visual.

Se puede imprimir en diferentes materiales como papel, lámina, tela, etc. El cartel debe informar de manera sencilla y breve e introducir el mensaje en la memoria del espectador, con un orden creativo, llamativo y estético.

El cartelista es un artista que va a satisfacer determinados gustos usando la creatividad y libertad, de manera ordenada solucionando determinadas exigencias. Es importante comunicar y obtener una respuesta del receptor sea interna o externa.

Concluyendo el papel principal del cartel es comunicar, a cambio obtener una reacción del observador, para esto de debe definir claramente el mensaje y lograr un impacto visual instantáneo.

La función del cartel es transmitir una determinada información y llamar la atención de manera espontánea, los elementos que lo componen son: formato, motivo gráfico, tipografía y color.

1.2 FORMATO

Surge de la necesidad de la creación de nuestro cartel, este se puede adaptar o proporcionar dependiendo de nuestro diseño, se puede diseñar de manera vertical este es el más usado o (apaisado) horizontal este no es muy frecuente pero no se descarta este formato.

Ivan Tabau menciona que el formato standard es de 70 cm x 100cm.. (3) pero esta medida puede variar por ejemplo:

Un cartel 3.50cm. x 4.00 esta superficie es para una máxima llamada de atención. Por otro lado se dice que la medida ideal para trabajar cartel es 76cm x 51cm a 51cm x 35cm estos tamaños se obtienen trazando la diagonal.

Surge la federación europea de publicidad en exteriores y asigna los siguientes tamaños por cartel. Estos formatos se han empleado en países como Bélgica, Francia, Luxemburgo:

800 mm x 1200 mm

1200mm x 1600 mm

1600mm x 2400 mm

2000mm x 3000 mm

3000mm x 4000 mm

3000mm x 6000 mm

El formato internacional es de 590 mm x 840 mm, 840 mm x 1190 mm, 1190 mm x 1680 mm. En los países bajos predomina el formato 830 mm x 1180 mm. Los formatos más usuales en Estados Unidos son de 2950mm x 6000 mm, 2950 mm x 7500.

Para su reproducción el D.G. debe considerar las características del diseño y el tiraje, las medidas del cartel se ajustan al tamaño máximo del pliego, es muy usual hacer el original en papel que mida 1.02cm x 0.75 cm, normalmente se imprimen en offset, con planchas metálicas de zinc o aluminio. Cuando el tiraje es corto y un diseño sencillo o sólo con texto se recurre a la serigrafía.

Los tamaños van a tener una variación, esto depende de las tecnologías de reproducción o bien de los recursos económicos que se tengan. Los formatos van desde doble carta hasta los anuncios espectaculares de varios metros cuadrados, la colocación del cartel no tiene límites, se colocan en paredes, interiores del metro, azoteas de casas o edificios, paradas de camión o sitios ya definidos para su exhibición.

El Diseñador juega, crea o goza estéticamente en la realización de un cartel.

1.3. MOTIVO GRAFICO

Es la imagen que nos va describir la idea del cartel en ocasiones se apoya de un texto. Es la representación de la forma ó imagen que describe el motivo del cartel se conocen las formas naturales, geométricas y abstractas.

Los imagenes en un principio eran toscas, eran carteles de brocha gorda, la tipografía y las ilustraciones eran alusivos a las obras de teatro, funciones teatrales, corridos de toros.

Nuestra tarea como diseñadores es la imagen en el cartel que sea de fácil comprensión, impacto, claridad, efectividad y comprensión total, son cualidades que hacen un buen cartel.

Se debe al artista de origen francés Toulouse Lautrec: la creación del cartel publicitario moderno tal como se conoce hoy en día. Recordemos que las formas eran simples, el dibujo plano, las formas sin volumen, la superficie tenía poco color y una línea que contorneaba la imagen,

cualidades que hicieron al artista sobresalir en su medio . Este estilo se conservó por varias décadas.

El motivo gráfico ha ido cambiando de acuerdo al movimiento artístico que se dé en la pintura. Así el D.G. aplica su rica imaginación y creatividad desarrollando una necesidad de comunicar. Por otra parte el arte se ha enriquecido por la búsqueda de nuevas formas y técnicas que el Comunicador Gráfico debe aprovechar con esto se confirma que no hay límite para diseñar y crear formas, jugar con los colores o sea expresarnos gráficamente.

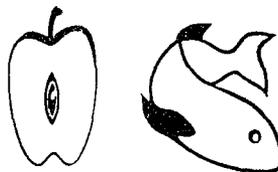
El Motivo Gráfico está compuesto por tres tipos de formas y estas son:

a) FORMAS NATURALES:

Se sabe que son aquellos que al paso del tiempo siguen igual y que no han sido alteradas por la mano del hombre, estas llaman más la atención del espectador como ejemplo; las representaciones de la figura humana, de objetos o animales de la naturaleza y las formas vegetales.

Estas formas son siempre motivo de interés para el observador, son el punto que atrae espontáneamente su atención. Se recurre a la

fotografía para representar y apreciar visualmente la imagen, es la técnica que más se asemeja a la realidad interpretándola casi con una perfecta exactitud.



b) GEOMETRICAS

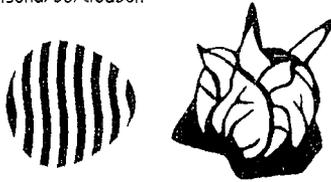
Son las formas simplificadas bastante perceptibles, son los rasgos más distintivos o la geometrización de cualquier forma natural, se identifican fácilmente, ya que no exigen gran esfuerzo perceptivo. Además están representadas por un carácter de impacto visual.



c) ABSTRACTAS:

Son imágenes con significados simbólicos o con un estilo personal del diseñador, para su enten-

dimiento se requiere de mayor observación, en ocasiones no tiene relación con algo conocido, son imágenes que han sido usadas simbólicamente en una forma expresiva como algo muy personal del creador.



* Se debe tener presente que la imagen en un cartel no es el fin en sí misma, sino como un medio de tipo visual para llegar a una comunicación satisfactoria con la ayuda de los elementos que hacen un cartel. (4)

1.4. COLOR

Es otro de los elementos más importantes. Por que puede actuar psicológicamente afectando o estimulando nuestros sentidos, la mente y el cuerpo físico, puede producir reacciones, crear tensiones e influir en nuestro estado de ánimo, actúa como energía.

El color es el instrumento de impacto, complementándose con el contraste, este es un factor muy importante su función es una llamada de atención para el espectador.

Los contrastes de letras o formas sobre fondo de color son más atractivos. El impacto del color en el cartel depende de su tonalidad, claridad, saturación entre otros elementos.

Es conveniente combinar una serie de colores hasta llegar al más adecuado para fortalecer nuestro cartel y el mensaje que se va a comunicar.

El Diseñador Gráfico se da a la tarea de buscar buenos contrastes que causen impacto, usando el mínimo de color y lograr una importancia psicológica que se relacione con las sensaciones del hombre.

De las cualidades y ventajas que nos da el color se diseñan carteles, provocando una impresión subjetiva e ir asociando los colores y conceptos.

Para el uso del color en el cartel, Eugenio Arnaldo, recomienda usar un sólo primario en todo su naturaleza, los demás tonos que sean muy suaves y combinando terciarios, es más efectivo que combinar los primarios entre sí. (5)

*G.F.

Apuntes de clase
de la Materia de
Diseño IV

La forma y el color son dos elementos importantes para la percepción del mensaje. La forma es la descripción gráfica o motivo del cartel complementándose con el color.

Los colores intervienen en la sensibilidad del hombre esto ha ocasionado que el color se utilice como medio de expresión emotiva, o ir asociando los colores con los conceptos.

1.5. TIPOGRAFIA

Es necesario saber o recordar que el cartel tuvo dos cambios muy marcados por la tipografía. El primero abarca desde s.XVIII se rige sólo por letras y el segundo se diseña ya como lo conocemos actualmente con ilustraciones, tipografía y color usando la litografía.

No es posible diseñar sin tipografía, sin textos de apoyo de lo contrario causaría confusión en el espectador. El texto es de gran importancia para que el cartel pueda considerarse completo y eficaz. Por esta razón se debe tener mucho cuidado para seleccionar la tipografía. Esta debe ser legible y compatible con las formas.

Se debe estudiar a qué distancia se colocará el cartel, sabemos que cada alfabeto tiene determinadas características o rangos de pesos las hay desde light, medium, bold y extrabold.

El alfabeto más usado es el tipo **HELVETICA** porque tiene gran legibilidad, sencillez y compatibilidad, estas características hacen que el texto no compita con el motivo gráfico dándole valor a cada elemento que componen un cartel otros alfabetos a los que se recurre son **UNIVERS**, **FOLIO** y **FUTURA** por las características ya mencionadas. El texto es el mensaje que tiene la finalidad de informar del evento o motivo del cartel. La tipografía sobre fondo de color hace más atractivo al cartel. Debe haber una buena redacción, el tipo de letra o familia debe adaptarse a la imagen, los textos deben ser claros, breves y que tengan legibilidad.

No hay que olvidar, que hay casos en que el cartel se diseña a base de tipografía. Salvo esta excepción se deben evitar frases largas y confusas.

La función del texto es reforzar el mensaje que nos refiere al motivo gráfico, aunque hay

casos donde el texto puede ser el centro de interés del mensaje.

El Encabezado. Es el título del cartel, es el elemento que primero llama la atención, la letra es de mayor tamaño y con una o dos palabras para reforzar la imagen. Como creadores de cartel se debe elegir cual es la colocación más recomendable en los textos se prefiere de forma horizontal por que es más legible, en cambio de manera inclinada o vertical se pierde mayor tiempo en su lectura.

El tipo de letra que se usa en un cartel se recomienda que sea sencilla y legible, la letra se usa dependiendo el nivel cultural al que está dirigido el cartel.

La tipografía desempeña probablemente un papel importante en el diseño señala Alan Swang, (6) tomando en cuenta la forma, el estilo y la imagen transmitidos por la tipografía, la palabra escrita fundamenta la idea esencial. Pero si son las imágenes visuales las que deben llamar la atención, hay que asegurarse que el espectador pueda captar con facilidad el significado o tener algún interés de lo que se le está mostrando.

1.6 COMPOSICION

Se conoce como la serie de alternativas, para una distribución de elementos, esto es diseño de carteles. Desempeña el papel más importante no sólo en cartel sino en señalización, fotografía, portadas, etc. El mensaje depende de la distribución que le damos a los elementos formando una unidad con el color, texto, motivo gráfico, etc.

Según Ray Murray, una buena composición en el cartel depende de la armonía de todos los elementos que lo componen. Hace énfasis que los elementos aislados interrumpen la continuidad de la composición, por eso es importante que el mensaje tenga una integración a través de los elementos que forman un cartel. (7) Así el receptor captará su contenido en pocos segundos.

La composición en el proyecto desempeña el papel más importante, en ocasiones se apoya de la fotografía, para que los elementos tengan varias opciones de distribución.

El objetivo de recurrir a la fotografía es que desde la toma de la imagen gráfica este elemento se tome en cuenta y así lograr una armonía con

todos los elementos que lo componen.

El mensaje se integra a través de la composición, formando así una unidad que cumpla con las funciones de un cartel. Se recomienda no usar elementos demasiado pequeños.

En conclusión en el cartel debe existir una unidad de elementos que funcionen conjuntamente sobre el receptor y clarifiquen el mensaje.

El periodo de vida activa, del cartel es de seis u ocho semanas. Cuando un cartel tiene un buen diseño deja una imagen de impacto en el espectador, recordándosele por mucho tiempo, o bien coleccionándosele.

1.7. ANTECEDENTES HISTORICOS DEL CARTEL

El origen del cartel tiene inicios en la antigua Grecia, los primeros trabajos realizados fueron pintados en negro sobre fondo blanco. Estos carteles tenían como objetivos anunciar las funciones de teatro y corridas de toros. Poco,

poco se dieron adelantos como la invención de la imprenta, así se le fueron aumentando elementos al cartel como imagen en combinación con tipografía.

El nacimiento del cartel moderno tiene lugar paralelamente con el desarrollo de la tipografía y la publicidad el lugar de referencia es París aproximadamente en 1830.

* El cartel es una especialidad del diseño gráfico, nace en el siglo pasado con la promoción de producción, espectáculos, eventos artísticos y políticos; crece con los sistemas de impresión y se desarrolla en el presente siglo con las guerras y revoluciones, las vanguardias artísticas, la publicidad, la propaganda y las técnicas de reproducción. Está presente en los ámbitos de lo estético y lo ideológico...(8).

De todos es conocido que los primeros diseñadores de cartel fueron artistas como: JULES CHERED, TOULOUSE LAUTREC, ALPHONSE MUCHA. Cabe destacar a Toulouse Lautrec (francés) Considerado como un importante cartelista, sus obras eran sencillas, usaba colores planos, su finalidad era llamar la atención del espectador. 31 son en total el número de obras que realizó como: Baile

**OT. Apuntes de
clase de la Materia de
Diseño VIII*

en el Moulin Rouge (1890), Reine de Joie (1892), Diván Japonáis (1893), Jane Avril (1893).

Jules Chered empezó a producir en París en (1858) litográficos a color. Se recuerdan algunas obras como: Carnaval, Les Girar (1879), Teatro de l'Opra (1893). Se calcula que hizo más de mil obras, motivo que lo llevó a ocupar el primer lugar en la historia del cartel los temas de esa época eran principalmente anunciar las funciones de circo. Chered utilizaba el negro y sus clásicas formas planas, expresando así sus ideas de una manera sencilla y directa. Así se destacan cartelistas considerados como los más importantes dibujantes y pintores del género artístico. Con estos artistas según Barnicoat, se llegó a decir que "...los carteles son una galería de arte en la calle.." (9)

El cartel alcanza tal impacto que las calles son decoradas por el gran número de carteles expuestos.

Surgen diferentes corrientes y el diseño del cartel cambia y se adapta a estos cambios como:

Art Nouveau. Fue el movimiento artístico moderno con el cual se marca el cambio en el cartel, predominando elementos vegetales, ani-

males y colores brillantes. Art Nouveau, ideas nuevas corriente que se desarrolla en Europa y los estados Unidos, dándose una integración entre el arte y la sociedad.

Para 1900, en el diseño de cartel predomina la decoración de flores, el motivo gráfico se hace más abstracto, el cartel se diseñaba de acuerdo a la corriente artística que se viviera en ese momento. Para los años 60' el tema del cartel es una búsqueda de cualidades espirituales, drogas, túnicas, extravagancias, etc. Los temas resultaban difíciles de entender se da un inclinación hacia la decoración vegetal, más que de tipo publicitario. Esta era la manera de manifestar su inconformidad de la guerra que se vivía, dándose una búsqueda de elementos de amor y paz opuestos a la violencia y la muerte.

Surgieron una serie de innovaciones que proponían cambios durante el siglo XX. donde el cartel se desarrollaba para un fin entre el comerciante y el público. Se da una búsqueda de nuevos elementos creativos en el cartel, se aplican las nuevas técnicas del cine, trucos fotográficos, montajes, etc. Otros diseñadores se encaminaron por la búsqueda de formas abstractas,

aprovechando los modernos sistemas de Impresión, los soportes y colocación cumpliendo así su cometido "COMUNICAR".

Se imprimen miles de publicaciones de todos tipos y particularmente en el campo de la comunicación y el diseño gráfico. Se han creado imágenes de identidad, símbolos y marcos por cientos de instituciones, organizaciones y empresas, se realizan exposiciones y hay participación en los museos por diseñadores y artistas gráficos como fotógrafos, ilustradores y caricaturistas algunos de gran calidad.

Según Antonio Aquino, el diseño gráfico hoy día se moderniza, con la entrada del s.XXI se manifiesta la sofisticada tecnología y sus abismos entre riqueza y pobreza. La tecnología en comunicación alcanza límites de ficción con los satélites, la computadora personal, fax, etc. (10) Por lo anterior mencionado se deben entender las circunstancias del diseño gráfico: su evolución industrial y su tecnología, su función con la publicidad y la propaganda la ideología implícita en el mensaje, su posibilidad como creación artística de resolver problemas de comunicación

humana.

1.8 TIPOS DE CARTEL

Es importante identificar las clasificaciones que existen del cartel y la utilidad que tienen como medio de información decorativo.

Daniel Prieto lo clasifica en tres tipos:

- a) Urbano
- b) Institucional
- c) De uso cotidiano

Los hace diferentes entre sí por las características y funciones de cada uno:

a) Urbano: Debe tener facilidad en la lectura, estos se localizan en las tiendas de autoservicio, dentro del transporte, su función es llamar la atención del receptor instantáneamente. La información debe tener una coherencia complementándose con la imagen o motivo gráfico.

b) Institucional: Este tipo de cartel se localiza en las escuelas, edificios, sindicatos, universidades, etc. El texto se vuelve más grande y la imagen más compleja. No se debe abusar de la

tipografía, debe tener una buena redacción seleccionando lo más importante a comunicar.

c) Uso Cotidiano: Se les considera decorativos, porque la imagen gráfica abarca el primer plano. Hay algunos que están diseñados para ocupar grandes textos. Por necesidad y una mejor función del cartel se ha clasificado de la siguiente manera:

a) PUBLICITARIO:

Su mensaje es invitar al receptor a consumir determinado producto, tiene la finalidad de vender. Este tipo de cartel propone ideas más sofisticadas, combinaciones de palabras y de imágenes en algunos casos se recurre al realismo (fotografía) cuando el producto es de gran calidad o cuando la idea es promover algún artículo comestible, en estos casos se requiere de un tratamiento más agradable y la fotografía nos permite transmitir una imagen más fiel.

Su característica es el juego plástico de colores sus imágenes llamativas y la libertad de diseñar para atraer la atención del espectador. El cartel publicitario tiene inicios desde el desarro-

llo del capitalismo, el ámbito donde se desarrolla es un ambiente pequeño burgués.

"..Las portadas de libro dió inicio al cartel publicitario.." (11)

A partir de 1900 en París se marca una etapa en el desarrollo publicitario donde. El cartel comercial es el medio para estimular la capacidad de consumo de masas. Cuando el propósito es comercial, la exageración es uno de los encantos en este tipo de cartel.

b) EDUCATIVO:

Se usa para campañas donde se refuerzan o despiertan actitudes con algún beneficio, dirigido a la niñez, adolescencia, matrimonios, etc. Se apoya básicamente de motivos gráficos culturales y sociales. Suele caer en la redundancia, ya que la imagen complementa la información.

Este es muy importante porque hace aportaciones e informa al perceptor. Se localiza en instituciones y escuelas que benefician a la comunidad.

Se apoya en otros medios de comunicación para difundir la información como radio, televisión, audiovisuales, etc. Sirve de apoyo pedagógico.

gico para la enseñanza.

c) CULTURAL:

Hay más libertad para diseñar, anuncia e invita a eventos meramente culturales, se usan conceptos más estéticos aplicados a la imagen y el color.

Este tipo de cartel se sitúa en puntos estratégicos de la ciudad o lugares muy transitados por el usuario, para ser vistos fácilmente.

d) DECORATIVO:

Este tiene una necesidad más que informativa es de tipo visual, restando importancia al texto y anteponiéndose la imagen, hay carteles que fueron diseñados para un fin específico (político, publicitario, educativo) pasando a convertirse en cartel decorativo.

El perceptor al mirarlo experimenta un goce estético, independientemente de su mensaje.

e) POLITICO:

El cartel político es de origen ruso retoman valores expresivos del arte. Son creados para las masas. Dos de sus principales representantes

son Pudoukin y Eisensten que influyeron en su evolución durante la guerra civil española.

Hasta 1879 el cartel toma una función política. El tema principal de este, fue el llamamiento a las armas y el patriotismo. Fue hasta 1918 cuando el arte gráfico político se hace más serio. El propósito del cartel político es la movilización ideológica. La mayoría de los cortejes políticos, como los comerciales depende de la imagen más que de la palabra. La imagen de estos carteles generalmente está respaldada por pocas palabras.

Para que surja el cartel político se necesitan de una serie de circunstancias distintas y opuestas aunque puede apearse al publicitario ya que en ocasiones tiene fines personales y eso es lo que se busca.

Describiendo las características, se concluye que el cartel cumple la función de impactar y comunicar un mensaje sencillo e instantáneo dirigido a diferentes niveles culturales.

Como conclusión el cartel es una pieza ilustrativa que se halla al servicio de la publicidad, en este capítulo se analizaron cada uno de los elementos que forman un cartel se dió un

breve panorama de los inicios y formatos. Para elegir el medio de reproducción cualquier sistema es bueno siempre y cuando nos garantice la máxima limpieza, que las tintas resistan las extremidades del clima, resuelva calidad, costo, etc. Para seleccionar el mejor en el siguiente capítulo se describen dos sistemas de impresión que son a los que más se recurre y merecieron a la serigrafía y el offset, espero solucionar sus dudas.

NOTAS

Capítulo 1

- 1.- * CFT. con apuntes de clase del Módulo 1
- 2.- Santos Torella Rafael "El Cartel"
Editorial Argos S.A. Barcelona 1949
pág. 85
- 3.- Tobau Ivan "Dibujando el cartel"
Ediciones CERC Barcelona España 1968
pág. 124
- 4.- * CFT con apuntes de clase de la materia
de Diseño IV
- 5.- Arnold Eugene "Técnicas de la Ilustración"
L.E.D.A. las ediciones de arte
pág. 37
- 6.- Swann Alan "Bases del Diseño Gráfico"
Gustavo Gilli Barcelona 1960.-
- 7.- Roy Murray "Manual de Técnicas"
Gustavo Gilli Barcelona 1980.
- 8.- CFT con apuntes de clase de la materia de
Diseño VIII
- 9.- Barnicoat J. "Los Carteles"
Gustavo Gilli Barcelona
pág. 9
- 10.- Aquino Arnulfo "Conferencia magisterial
para el primer encuentro de gráfica ibero
americana" pág. 25
- 11.- Roy Murray "Manual de técnicas"
Ed. Gustavo Gilli Barcelona 1980.
pág. 83

Capítulo 2

La Serigrafía y el Offset en el Cartel

Al hablar de los sistemas de impresión constituye una necesidad y una serie de ventajas de gran importancia. Existen varias ocupaciones relacionadas con las artes gráficas en las que es importante tener conocimientos de estas técnicas.

Muchos factores pueden influir para la elección de algún sistema de impresión porque el imprimir no se limita a hacerlo sólo en papel; abarca un amplio rango de materiales tales como vidrio, plástico, cartón, y metales por nombrar algunos. Para cartel por su bajo costo se imprime en papel y en algunas ocasiones en estireno.

En este capítulo se hablará de las posibilidades que nos proporciona la serigrafía y el offset en la reproducción del cartel impreso en papel, no olvidando las otras técnicas de impresión como el grabado, el huecograbado, la flexografía, etc.

Es muy importante que el Diseñador Gráfico tenga los conocimientos y alternativas de seleccionar la técnica de impresión, para realizar cualquier soporte gráfico y aplicarlo al medio publicitario.

Por lo tanto hay que aprovechar al máximo las

posibilidades de los sistemas de impresión disponibles, en este caso para la reproducción del cartel, no olvidándose que el Diseñador Gráfico se moderniza, manifestándose la sofisticada tecnología y la capacidad de producción.

Existen diferentes sistemas de impresión para cartel y se debe considerar cuál es el más adecuado para su reproducción. Hay algunos muy costosos o que no dan buena calidad, otros que resultan adecuados para tirajes largos y tienen buena resolución en detalles pequeños, líneas, etc.

Para la elección de una técnica depende principalmente del diseño, del presupuesto del cliente, el material en el que se va a imprimir y si es el adecuado.

2.1. PRINCIPIOS E IMPRESION EN SERIGRAFIA

La serigrafía es un sistema de impresión manual en el que la tinta pasa al soporte de impresión a través de la malla de un tejido. Tiene muchas ventajas en comparación con otras técnicas de impresión gráfica. Se le considera como un

Al hablar de los sistemas de impresión constituye una necesidad y una serie de ventajas de gran importancia. Existen varias ocupaciones relacionadas con los artes gráficos en las que es importante tener conocimientos de estas técnicas.

Muchos factores pueden influir para la elección de algún sistema de impresión porque el imprimir no se limita hacerlo sólo en papel; abarca un amplio rango de materiales tales como vidrio, plástico, cartón, y metales por nombrar algunos. Para cartel por su bajo costo se imprime en papel y en algunas ocasiones en estireno.

En este capítulo se hablará de las posibilidades que nos proporciona la serigrafía y el offset en la reproducción del cartel impreso en papel, no olvidando las otras técnicas de impresión como el grabado, el huecograbado, la flexografía, etc.

Es muy importante que el Diseñador Gráfico tenga los conocimientos y alternativas de seleccionar la técnica de impresión, para realizar cualquier soporte gráfico y aplicarlo al medio publicitario.

Por lo tanto hay que aprovechar al máximo las

posibilidades de los sistemas de impresión disponibles, en este caso para la reproducción del cartel, no olvidándose que el Diseñador Gráfico se moderniza, manifestándose la sofisticada tecnología y la capacidad de producción.

Existen diferentes sistemas de impresión para cartel y se debe considerar cuál es el más adecuado para su reproducción. Hay algunos muy costosos o que no dan buena calidad, otros que resultan adecuados para tirajes largos y tienen buena resolución en detalles pequeños, líneas, etc.

Para la elección de una técnica depende principalmente del diseño, del presupuesto del cliente, el material en el que se va a imprimir y si es el adecuado.

2.1. PRINCIPIOS E IMPRESION EN SERIGRAFIA

La serigrafía es un sistema de impresión manual en el que la tinta pasa al soporte de impresión a través de la malla de un tejido. Tiene muchas ventajas en comparación con otras técnicas de impresión gráfica. Se le considera como un

método muy usual en la publicación de medios impresos.

El origen de la palabra proviene del latín: sericum "seda" y del griego: graphe "acción de escribir".

Este término proviene de que el tejido que se utilizaba para la fabricación de la maya era de seda. Su descubrimiento se remonta a varios siglos y se desconoce si fueron los chinos o los japoneses los primeros en usarla.

John Dawson, nos remonta a las paredes de las cavernas de Tibiran, Gargas y Maltruiso, en los Pirineos. Se dice que existen doscientos impresos en ocre, rojo y negro de magnesio, ejemplos que representan la impresión con plantillas, eran hechas en forma negativa, soplando el color con caña o hueso hueco alrededor de las manos, apoyadas en la pared. Estas pinturas son inicios de la serigrafía moderna.(1)

Los antiguos egipcios, romanos, chinos y japoneses usaban plantillas para decorar paredes, suelos, cerámicas, tejidos, etc. El color se aplicaba con una brocha a través de las zonas abiertas para reproducir imágenes.

Entre los años 500 y 1000 d. de C. se expande el budismo y la imagen de Buda se reprodujo y provocó un auge del arte de la fabricación de plantillas. En las cavernas de Tun Huang, al Oeste de China existen imágenes de Buda cuyo tamaño varía desde unos centímetros hasta 21 metros de altura.

En Japón utilizaban esta técnica para decorar ropas ceremoniales, paredes, techos y cerámicas. En la edad media se usó también entre otras aplicaciones, para imprimir estandartes de las cruzadas, pero la combinación de stenciles con tejidos tensados para imprimir, es la forma en que se usan hoy día y data de principios de s. XX

El mayor inconveniente que siempre se ha presentado es el de colocar los stenciles sobre la seda. Esto fue solucionado por los japoneses, quienes descubrieron la mejor forma de resolver el problema, logrando registrar difíciles diseños con gran exactitud. Posteriormente se agregó el empleo del rasero, dándole mejores posibilidades al sistema.

Por otro lado el autor Tim Mara "...Considera a la serigrafía como un proceso nuevo dentro de la historia de la imprenta, ya que en los últimos

treinta años ha evolucionado y ha pasado de ser un trabajo puramente manual para convertirse en un proceso industrial completamente desarrollado. (2)

Sus inicios en Europa son de origen Británico en 1890 se utilizaba principalmente para la decoración de tejidos pasando a Francia en el año de 1900, para desempeñar la misma función. La primera patente del procedimiento le fue concedida a Samuel Simón, en Manchester en el año de 1907. Se cree que en las primeras aplicaciones gráficas fueron indiscutiblemente norteamericanas entre 1906 y 1910.

El primer equipo de serigrafía que llegó a Europa fue a finales del s.XIX despertando gran interés por la cultura japonesa. Durante la primera guerra mundial la serigrafía se utilizó para imprimir banderas y estandartes.

El desarrollo en Europa era muy lento mientras que se perfeccionaba rápidamente en Estados Unidos. Habían descubierto que el procedimiento era muy práctico y los benefició durante la segunda guerra mundial, para marcar el material de transporte las pancartas, los coscos, los obuses, los aviones, etc.

Evolucionó la técnica y en 1914, John Pilsworth de San Francisco inventó el método de selección de color para imprimir varios colores enmascarando las zonas abiertas de la pantalla.

La Industria textil en particular, adoptó el nuevo invento en la década de 1920-1930 los diseñadores comenzaron a utilizar recortes, fotográficos, se veía entonces a la serigrafía como una etapa de transición entre el mercado y los procedimientos textiles industriales. A partir de este momento su desarrollo fue muy rápido en todo el mundo, considerado como un procedimiento tan útil para el taller familiar como para el impresor que desea competir con la producción litográfica. En Bélgica en 1949 se da origen a un movimiento provocado por Emil Vanput de Amberes, quien fundó las primeras revistas serigráficas en francés, holandés y alemán.

"..El 22 de mayo de 1959 nace la A.F.S. Asociación Francés de la Serigrafía, agrupando no sólo a los impresores serigrafos, sino a todos los que utilizaban esta técnica.." (3) Esta asociación europea hasta hoy es la más importante.

El equipo que se necesita para hacer uso de

esta técnica es una malla (puede ser de rayón, seda, poliéster, poliéster metálico, nylon y mallas de cobre o acero inoxidable) tensada sobre un marco de madera, material para bloquear las zonas que no se quisieran imprimir, una rasqueta de caucho y pintura o tinta.

Con el rápido crecimiento de las cadenas comerciales americanas y la necesidad de un estilo unificado de anuncios, tarjetas, letreros de cada empresa esta técnica contribuye a transformar la industria y muchos cartelistas que no aceptaban este nuevo método de reproducción se convirtieron en especialistas de este.

Al principio, el proceso tenía la desventaja de que los resultados carecían de calidad y uniformidad por estos errores no podía competir con la litografía o tipografía. Todo esto cambió cuando Louis F. d'Autremont, de Dalton, Ohio, inventó una película para plantillas, que podía recortarse con cuchilla y que eliminaba el característico borde irregular de la impresión. La patente se le dió a A. S. Daneman con el nombre comercial de Profilm. Pronto la superó el Nufilm era de uso más rápido, más fácil de recortar y se adhería bien a la seda.

La industria floreció hasta transformarse en el proceso versátil y eficaz que hoy se conoce capaz de imprimir sobre cualquier superficie y con velocidades de 3,000 impresiones por hora; carteles, papeles pintados, rótulos transferibles, latas, vajillas, cristalería y otros muchos artículos se decoran por medio de este método. La serigrafía se convirtió en la técnica más popular de la segunda mitad del siglo XX por su capacidad de producir imágenes llamativas e instantáneas.

Como ocurre con la mayoría de los inventos, con el tiempo y el uso, el hombre los va mejorando gracias a su continuo e inagotable ingenio. Actualmente la serigrafía se emplea tanto para realizar los anuncios espectaculares de la vía pública como los circuitos electrónicos, pasando por múltiples productos publicitarios.

Se usa siempre para reproducir o crear obras de arte; algunos trabajos llegan en ocasiones a llevar más de 100 medios tonos. No hay que olvidar que existe una estrecha relación y cooperación entre el impresor y el creador publicitario, así se evitarán errores y gastos ya que su trabajo no se termina hasta entregar la reproducción fiel de su cartel.

2.1.1. CARACTERÍSTICAS

Este procedimiento consiste en un marco de madera o aluminio tensado con una malla de seda o nylon, el marco es presionado por un par de bisagras al soporte donde se colocará el papel a imprimir, sujetado por topes o registros.

La tinta se deposita sobre la malla y es presionada por un rasero (caucho montado sobre madera) pasando la tinta por las zonas no bloqueadas realizando así la impresión. Esta operación manual o mecánica debe hacerse tantas veces como reproducciones y colores sean necesarios. La pantalla es la base de la serigrafía, ya que es el principio fundamental, según Caza en su libro, es lo que ha creado la serigrafía, ya que es un factor determinante en la calidad del trabajo. La malla que al principio se utilizaba era de seda, de ahí el nombre de serigrafía, dibujo en seda.

Raúl E. Beltrán dice, que para reproducir un cartel se prefiere la serigrafía, porque en esta técnica no se conocen límites de color. Los tintos han sido formuladas de tal manera que resisten cualquier clima sin perder la limpieza y el brillo de su color y sin desprenderse del sustrato..." (4)

La moderna maquinaria serigráfica puede hacer automáticamente grandes tiradas a alta velocidad. Esto hace que la serigrafía pueda competir con los sistemas tradicionales.

No hay que olvidar que la serigrafía no es el único sistema para imprimir carteles. Se puede recurrir a otras técnicas siempre y cuando se obtenga limpieza e intensidad en el color y que las tintas tengan la resistencia necesaria.

2.2. VENTAJAS Y DESVENTAJAS EN SERIGRAFIA

Sus aplicaciones son ilimitadas, se puede imprimir con tintos mates, brillantes, fosforescentes, fluorescentes y transparentes sobre cualquier superficie.

Los soportes para imprimir cartel pueden ser de cualquier tamaño o forma. Se puede reproducir en casi todas las clases de papel, cartón, ó estereño.

El procedimiento de trama de seda se puede emplear para estampar objetos de casi cualquier forma y tamaño, cilíndricos como las botellas o tan grandes como un rótulo para colgarlo en la calle.

Se puede imprimir un color blanco puro sobre un fondo negro y es el único procedimiento con el que esto se puede hacer.

Para tirajes cortos en color sobre cartón grueso, la serigrafía proporciona buena calidad. Pueden producirse medias tonos, aunque otros procesos dan mejores resultados. Cuando se aplican gruesas capas de tinta el secado se hace más difícil.

Existen máquinas enteramente automáticas que imprimen y secan hasta 3,500 ejemplares por hora.

Según Arthur T. Turnbull. Las nuevas prensas tienen la capacidad de hacer tirajes hasta de 6,000 impresiones por hora y con un equipo suplementario se puede pasar automáticamente esta producción a secadoras de chorros de aire u hornos para reducir el tiempo de secado..." (5) Se pueden imprimir tantos colores se deseen o se requieran en el diseño de nuestro cartel. Esta técnica proporciona calidad, limpieza y exactitud en nuestros trabajos.

2.3 DESVENTAJAS EN SERIGRAFIA

- Es un proceso más lento. No puede competir con otras técnicas en rapidez pues su tiraje no sobrepasa los 3,000 ejemplares por hora.
- Su costo es más alto.

Estas serían principalmente las dos desventajas que presenta esta técnica. Las demás que mencionaré como desventajas son características de este método.

- Para imprimir cada color del diseño de cartel se necesita un marco.

- No se puede guardar el stencil, se tiene que quitar de la malla para emulsionar otro diseño.

- Se dificulta el almacenar tantos marcos.

- Para tirajes largos se corre el riesgo de rasgar la malla.

- Las tintas tardan más en secarse y no se pueden apilar inmediatamente unos sobre otros.

La serigrafía es una técnica que pueda aplicarse en los artes gráficos, la decoración, la industria, la creación artística etc.

Tiene limitaciones comparada con otras técnicas gráficas, en una reproducción en tri o tetracromía. La riqueza e intensidad y duración de los colores aporta a la serigrafía importantes triunfos en el terreno del efecto visual.

La serigrafía es una técnica cuya base es simple pero el desarrollo y las aplicaciones muy complejas. En la reproducción de carteles y obras de arte es tal vez el uso más conocido que se le conoce.

2.3. ORIGINAL MECANICO PARA IMPRESION EN SERIGRAFIA

El original mecánico, sirve para la reproducción fiel del diseño, este se presenta en un cartón rígido blanco satinado y la imagen y tipografía en negro. Este una vez terminado se procede a sacar un negativo, posteriormente de este se obtiene el positivo para dar inicio a la impresión.

En el cartón se sobrepone una hoja en la cual se anotan claramente las instrucciones como de color, tipografía, fondo, mezclas de colores, tamaño de imagen y tipografía, marcas de corte, etc. Es necesario marcar los registros, estas se hacen por medio de una cruz en cada ángulo de la hoja, con este dato el impresor sabe que cuando todos las cruces estén superpuestas la imagen se encontrará en su registro.

Es necesario detallar con precisión todas las áreas que se van a reproducir, procurando no cometer errores. Se recomienda dejar un margen bastante amplio para hacer todas las indicaciones, evitando escribir sobre el diseño haciéndolo en una forma ordenada y breve, así el impresor no tendrá dificultades para realizar su trabajo.

Para especificar el color los impresores tienen catálogos en el cual cada color está asignado por un código de esta manera se indicará el color exacto que se necesite. Los mismos indicaciones los lleva el original mecánico para offset, sólo que en offset se usa el negativo y en serigrafía el positivo y negativo.

2.4. BREVE HISTORIA DE LA LITOGRAFIA-OFFSET

La palabra litografía se deriva de dos palabras griegas: lithos, piedra y grapho, escribir y significa escritura con piedra o escritura sobre piedra y está basada en el principio de que el agua y la grasa no se mezclan. La litografía fue inventada en 1798 por Alois Senefelder.

Fue empleado al principio para reproducir imágenes y el proceso era el siguiente: El dibujo que se iba a imprimir se dibujaba o calcaba en la piedra con una tinta grasa, preparada con una mezcla de cera, grasa y negro de humo después la superficie se lavaba con una solución a base de agua, esto permitía que la tinta se quedara en la

superficie dibujada seca, mientras que la superficie húmeda del resto de la piedra repelía el tinto, se presionaba el papel.

Las primeras aplicaciones de la litografía fueron casi absolutamente comerciales; en un principio los artistas tardaron en reaccionar ante el nuevo proceso. La litografía o también conocida como litooffset ha estimulado el desarrollo de la reproducción comercial y se ha beneficiado de los avances técnicos en especial de la fotografía, es el proceso de impresión que más se asemeja a la pintura y el dibujo.

Desde que Alois Senefelder inventó la litografía en el s. XVIII los artistas comenzaron a dibujar en piedras sobre todo en caliza de las canteras de Kelheim en Bavaria. Senefelder descubrió que este material era una superficie ideal para dibujar con un grano fino que retenía grasa y lo bastante porosa para absorber el agua. A causa de estas cualidades se dice que llegaron a agotarse las canteras, y hoy día es difícil encontrar piedras litográficas.

La técnica fue desarrollada en 1798, pero la primera aplicación comercial práctica se hizo alrededor de 1890. La litografía es el resultado

de los esfuerzos conjuntos de los litógrafos alemanes y franceses. A partir de 1812 Charles Philibert de Lastegrie du Saillant (1759-1849) estudió este nuevo procedimiento en Munich e instaló en 1816 la primera imprenta litográfica en París. Entre los años 1881 y 1906 se creó la prensa litográfica offset. En esta nueva máquina, la impresión en tinta se pasa de una plancha que está ajustada en torno de un cilindro a otro cilindro recubierto de goma, que es el que realmente da la estampación en el papel. En este tipo de prensa impresora rotativa para offset son posibles grandes velocidades. (6)

A partir de la mitad del siglo la litografía cuyos comienzos fueron triunfales, pierde brillo y atraviesa una crisis. Se convierte en poco más que un procedimiento comercial, ya que algunos artistas hicieron de la litografía un arma destinada a luchar contra el poder y la hipocresía, de la sociedad de esa época. Artistas como Daumier, Odilon Redon, entre otros.

En los últimos años del s. XIX la técnica de offset artística toma un nuevo auge en Francia gracias al uso de un procedimiento que ciertamente se conocía desde sus orígenes pero rara-

mente se había utilizado "la impresión a color" este procedimiento dió luz a un arte original, el de cartel que se afirmó con Jules Cheret y llegó a la plenitud de su desarrollo con Toulouse Lautrec.

Londres lugar donde se crearon los primeros carteles y ciudad donde se inició Cheret en el procedimiento de impresión. De regreso a su país de origen se despertó el interés del público por los carteles innovadores. El del Moulin Rouge llamó la atención de Toulouse Lautrec este genial artista tuvo una verdadera pasión por la litografía. Los carteles de Toulouse Lautrec recibieron inmediatamente el homenaje de la gente de la calle. El público no se equivocaba se trataba de una revolución en el arte publicitario. Toulouse Lautrec fue más lejos que Cheret: Descubrió las leyes del cartel moderno al utilizar una composición atrevida, la técnica del salpicado, los colores extendidos en amplias manchas planas, los contornos bien delineados etc. Características que hicieron de sus carteles un éxito.

"...El grabado en piedra, que se utilizó durante el s. XIX con fines comerciales, sobre todo para imprimir encabezamientos de cartas y eti-

quetas, hoy día suscita un alza de interés por parte de ciertos artistas." (7) Con esta técnica hubo gran precisión y en todos los detalles.

En París Pablo Picasso (1881-1973) inició una serie de litografías en las que desplegó su imaginación y habilidad como dibujante. Lo mismo hicieron Joan Miró y Marc Chagall, la mayoría de los pintores y escultores consideraban la impresión como una prolongación natural de su trabajo, mientras que los hermanos Mourlot se encargaban del aspecto técnico.

Para 1900 ya se utilizaba zinc granulado como sustituto de la piedra, con gran ventaja tanto para el artista como para el mundo comercial. Muy pronto apareció la prensa rotativa y se mecanizó la impresión en offset. La palabra offset proviene del inglés off set y significa repintado para indicar que la imagen se imprime al soporte indirectamente repintándose en primer lugar en un soporte intermedio o sea a la mantilla de caucho.

El offset ha despertado gran interés en un gran número de pintores y contemporáneos, así

el concepto que se tenía de este método en el s.XIX ha cambiado notablemente. Hoy en día esta técnica ha despertado mayor interés por la difusión comercial por lo tanto se requieren conocimientos más completos, para tener un control de calidad y de tiraje.

2.4.1. CARACTERÍSTICAS

La forma comercial de litografía es litografía-Offset más comúnmente conocida como offset.

La palabra offset se refiere al método de transferir la imagen de la lámina al papel. El procedimiento litográfico consiste en:

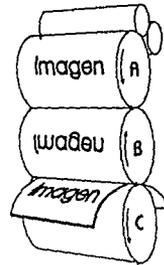
- 1) La imagen puede aplicarse a un cilindro. Se usa una plancha generalmente metálica, enrollada en un cilindro denominado portaplancha.
- 2) La impresión se hace indirectamente, la tinta es depositada en un cilindro de caucho, a su vez la transfiere a otro cilindro que lleva el soporte definitivo, papel, cartón.

3) Por las altas velocidades que alcanzan las máquinas de impresión en offset.

En un principio se recurría a esta técnica cuando las exigencias económicas eran más importantes que la calidad de impresión, pero su perfeccionamiento se ha dado en la calidad de las tintas, de formas y de máquinas. Todos los trabajos, aún los que tienen detalles muy delicados pueden imprimirse ahora en máquinas offset.

Se considera a la litografía offset como uno de los tres métodos de impresión más importantes. Esta técnica vino a revolucionar la impresión debido a su gran eficiencia y calidad.." (8)

De sus inicios de litografía la piedra plana es remplazado por una lámina metálica delgada y flexible diseñada para envolverse en un cilindro de impresión. En esta lámina metálica se estampa la imagen por medios fotoquímicos. Su proceso se lleva a cabo de la siguiente manera: La tinta se transfiere de una plancha litográfica sin relieve a una mantilla intermedia de caucho después pasa al papel.



a) LAMINA LITOGRAFICA. La selección de las láminas litográficas, actualmente se fabrica una variedad de láminas, todas tienen la capacidad de reproducir fielmente un original, pero ciertos factores como el tipo de máquina impresora, presiones, equipo de transporte, etc. proporcionan al impresor una serie de alternativas para el uso de láminas de zinc y aluminio, de grano grueso, o fino.

Para obtener una buena impresión en calidad y economía se deben tener en cuenta una serie de características como fidelidad de reproducción, estabilidad en el tiraje, facilidad en el rodillo y el gasto de tintas.

Una lámina que no soporta largos tirajes no garantiza uniformidad en los resultados, pues es reemplazarla por otra para completar la tirada, se corre el riesgo de que el trabajo no quede homogéneo; además el rápido desgaste no garantiza buena calidad.

Hay una relación directa entre la tinta, la lámina y los tintadores. Si la presión de los tintadores es excesiva, la lámina se verá alterada en su estabilidad y es probable que la imagen se verá deteriorada, si la tinta es demasiado mordiente, también afectará a lámina y a la imagen.

La lámina, la tinta-agua, son los elementos de los que depende principalmente la obtención de un punto entero y limpio que da por resultado una buena impresión. Las planchas imprimen la imagen en la mantilla de caucho.

b) MANTILLA. El papel principal de la mantilla es el de recibir la tinta ya con la forma que se va a imprimir y en la cantidad exacta que debe

recibir el sustrato y aplicarla. Esa facilidad de recibir la tinta en forma de puntos quebrados y de transferirla al papel integrante y sin deformaciones es lo que permite conservar el tamaño y la forma del punto desde la lámina hasta el papel. Es preciso seleccionar la mantilla adecuada a la máquina y saber tensorla en el cilindro. La sujeción correcta de la mantilla con los empaques y tensiones adecuadas, tienen relación con la calidad del punto debido a que el hule, que es el material que entra en contacto con la lámina, la tinta y el papel, es fácilmente deformable.

c) PAPEL. Es otro factor que determina la calidad de una reproducción, que con su textura, su blancura y acidez puede afectar el resultado final de una impresión. Se debe recordar que mientras más blanco sea el papel, mayor será la pureza del color impreso. Sus características principales son: cuerpo, textura, absorbencia, reflejo, blancura y corte.

El papel se puede fabricar en casi todos los colores que se deseen. Para una mejor impresión y reproducción de los colores, se prefiere el blanco.

"..El cuerpo es la calidad del papel para conservar su rigidez de acuerdo con su espesor. El cuerpo se le considera a la apariencia física del papel.." (9)

La textura es la disposición y dimensión del grano de la superficie, es la impresión que la superficie del papel da al tacto y a la vista. La absorbencia es la penetración de los productos químicos de la tinta entre las fibras del papel, de acuerdo con la porosidad permitida por los cargados aditivos del papel.

El reflejo es la capacidad de rechazar los rayos de luz en la misma dirección.

La blancura es la capacidad de reflejar todos los colores del espectro. La blancura de los espejos está determinado por el origen de sus fibras y por las cargas que lo constituyen, en la fabricación del papel están incluidos los blanqueadores. Un ejemplo, es observar los papeles blancos, unos parecerán más amarillentos, otros agrisados y otros más se verán azulados.

El corte, las fibras del papel tienen cierta orientación que determina la estabilidad dimensional de los pliegos. El papel se recomienda que se corte en sentido contrario a la orientación de las fibras, pues de lo contrario, al pasar por los rodillos de presión de las máquinas impresoras, las fibras tendrán a separarse y la hoja crecerá ocasionando problemas en el registro y con la calidad de impresión... (10)

Continuando con la explicación del proceso. La plancha litográfica se prepara en fotomecánica: primero se granea para darle una textura porosa, luego se sensibiliza (existen láminas presensibilizadas) y después se expone a la luz. Para transferir la imagen se usan positivos o negativos, esto depende del tipo de lámina que se vaya a usar. Expuesta la lámina, se lava y queda grabada la imagen. Una vez que se va a imprimir la lámina, toma agua y tinta las partes con imagen de la superficie lisa retienen la tinta y repelen el agua, las partes sin imagen retienen el agua y repelen la tinta. Esta tinta es tomada por la mantilla el cual hace contacto directo con el papel obteniendo así la impresión.

Se sabe que la litografía es un proceso directo mientras que el offset es un proceso indirecto. La diferencia es porque el papel y la lámina de impresión hay un cilindro de caucho (montilla) y es el que emite y transmite la impresión, la recibe en la lámina y la deposita en el papel.

Existe también el offset seco, su proceso es igual sólo que sin agua. Hay máquinas monocolors (una cabeza) y multicolors de 2, 4, y hasta 6 cabezas. Se recomienda usar un color por cabeza, ya que la impresión puede verse sucia. En esta técnica se cuentan con mejores recursos para lograr una verdadera reproducción. Es el sistema de impresión más utilizado para la impresión de cartel.

El offset no usa grabados ni relieves de ninguna clase por lo que es posible obtener puntos muy finos en retículas muy cerradas, sin el riesgo de emplastar los textos ni perder el valor tonal de claro-oscuro.

Este método nos permite reproducir medios muy delicados y proporciona extensas gamas de claro a oscuro y buena calidad en detalles pequeños.

En offset el registro de colores es muy preciso por lo que permite la reproducción de una policromía. Se obtienen impresiones casi perfectas a todo color, dado por las gamas a partir de cuatro colores y sus negativos, amarillo, magenta, azul y negro. (selección de color)

Es conveniente usar este método cuando el cartel tenga alguna de estas características:

- Cuando el tiraje de cartel sea mayor de 10,000 ejemplares e incluya tipografía e ilustraciones.
- Cuando se necesite la reproducción de muchas fotografías en papel áspero y corriente, pero se quiera una buena calidad.
- Para cualquier publicación que esté compuesta principalmente de dibujos gráficos, diagramas o caricaturas.

Es importante recordar cuando los tirajes exceden de 100,000 ejemplares, el rotograbado es competitivo; ya que este sistema tiende a rebasar más de un millón de ejemplares eliminando totalmente el offset.

Los carteles son impresos en offset a partir

de planchas metálicas de zinc o aluminio. Se recomienda usar la serigrafía sólo cuando el tiraje del cartel es corto y el diseño es sencillo o sólo con texto. Pero es importante no olvidar las grandes tiradas, propio para grandes campañas.

2.5. VENTAJAS Y DESVENTAJAS EN OFFSET

Casi todos los artículos comerciales se reproducen en offset.

- Imprime trabajos de una variedad de tamaños en blanco negro y en color.

- Las láminas de impresión son económicas y se requiere poco tiempo para hacerlas.

- Tienen bajo costo en la reproducción de ilustraciones de tono continuo e ilustraciones de línea.

- Hay facilidad de almacenamiento de placas.

- En este método se imprimen cheques, documentos para depósitos bancarios, revistas, folletos, empaques.

- Libros con ilustraciones o color.

- Propaganda y carteles en general.

Con el avance de la tecnología tiene adaptabilidad a la computación.

DESVENTAJAS EN OFFSET

- Rebasan los 100,000 ejemplares la calidad se vuelve mala.

- No se imprimen objetos redondos.

- En papeles ásperos el paso de la tinta es menor que en serigrafía.

- Se limita el tamaño de 1.00cm x 0.70 cm o un poco más.

Así el offset se recomienda como el mejor método de reproducción, para cartel, publicaciones y propaganda en general se la ha considerado como la técnica básica de impresión por todas sus ventajas su eficiencia y calidad. Considerándosele como uno de los tres métodos de impresión más importante.

2.6. ORIGINAL MECANICO PARA IMPRESION EN OFFSET.

Se deben contemplar las posibilidades y los problemas de cada sistema de impresión por lo que es conveniente hablar sobre cómo se entrega un original para llevar a cabo la reproducción del mensaje.

Con lo primero que trabaja un impresor en offset es con un negativo o positivo de la composición tipográfica e ilustraciones. Se saca un negativo y luego se obtiene el positivo del negativo. El positivo se verá como el impreso ya acabado; y el negativo tiene invertidos los valores de blanco y negro. El original es la reproducción, esto quiere decir valver a reproducir exactamente lo mismo sin diferencia. Es necesario conocer las características de las técnicas de impresión para hacer correctamente el original y así lograr una buena reproducción.

Los originales para offset y serigrafía pueden ser fotografías, dibujos o pinturas realizadas

en cualquier técnica. La condición según Beltrón, es que la fotografía que se obtenga del original en el primer paso del proceso de fotomecánica sea de excelente calidad, pero es importante que el artista gráfico cuide de balance del color a fin de facilitar el control, tanto de los negativos como de las máquinas. (11)

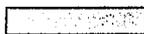
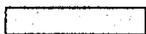
La técnica tradicional para la elaboración de un original es el aerógrafo. Este instrumento permite colorear grandes plastas con la mayor limpieza, y modelar los tonos con la suavidad de la fotografía.

Para la impresión de textos no tiene problemas ya que imprime de 300 líneas con esta característica se imprimen rasgos de letras de cualquier tipo.

El registro de colores es muy preciso en la litografía lo que permite la reproducción fiel de cualquier policromía usando tintos de colores bien balanceados.

La separación de los colores se realiza

fotografiando el original através de filtros convenientemente coloreados que eliminan todos los demás colores del original y aíslan el color que se desea en la película. Para fotografiar el negro se usa un filtro especial capaz de eliminar el amarillo, el rojo y el azul.



NOTAS

Capítulo 2

- 1.- Dawson John "Guía Completa de Grabado e Impresión" Técnicas y materiales.
Ediciones H. Blume
pág. 122
- 2.- Tim Mara "Manual de Serigrafía"
Editorial H. Blume Barcelona 1981
pág. 7
- 3.- Caza Michael "Técnicas de Serigrafía"
Editorial Blume Barcelona 1967
pág. 10
- 4.- Beltrán Raúl Ernesto y Cruces "Publicidad en Medios Impresos"
Editorial Trillas México 1989
pág. 89
- 5.- T. Turnbull Arthur y N. Baird N. Russell
"Comunicación Gráfica"
Editorial Trillas México 1990
pág. 66
- 6.- R. Randolph Karch "Manual de Artes Gráficas"
Editorial Trillas México 1978
pág. 273
- 7.- Loche Renée "La Litografía"
Ediciones R. Torres Barcelona 1975
pág. 72
- 8.- Alvarez del Castillo Alejandra, Castant del Moral Olivia E. "Material Didáctico sobre técnicas de reproducción para Diseñadores Gráficos" Tesis U.I.A. 1983
pág. 96
- 9.- Beltrán Raúl Ernesto y Cruces "Publicidad en medios Impresos"
Editorial Trillas México 1989
pág. 78
- 10.- Turnbull Arthur T. "Comunicación Gráfica"
Editorial Trillas 1990
pág. 369
- 11.- Beltrán Raúl Ernesto y Cruces "Publicidad en medios Impresos"
Editorial Trillas México 1989
pág. 79

Capítulo 3

El Audiovisual

3.1. RECURSOS DIDACTICOS.

Este trabajo debe contener una planeación didáctica. Planeación Didáctica significa planificación de una actividad, esto es para lograr una coordinación de enseñanza directa en el adolescente.

La planeación de un trabajo consiste en una selección cuidadosa de objetos, contenidos, métodos, recursos, etc. organizándose de tal manera que como resultado de la planeación didáctica se determinará el proceso enseñanza-aprendizaje, cumpliendo los objetivos propuestos.

El objetivo de este punto es explicar la función de los recursos didácticos. Se ha comprobado que para una simulación completa del conocimiento, es necesario hacernos valer de los recursos didácticos, esto es completamente el proceso enseñanza-aprendizaje.

"...los procesos didácticos son todos aquellos elementos que se conjugan con la intención de que el proceso enseñanza-aprendizaje, se realice de la mejor manera..." (1)

El mismo autor distingue los recursos mate-

riales y los recursos no materiales. Los no materiales son todas aquellas técnicas de motivación, métodos, procedimientos, etc. En este caso se explicarán los recursos didácticos no materiales.

Son aquellos que transmiten una experiencia sensorial al alumno. John W. Bachman los clasifica de la siguiente manera:

El material audible: grabaciones (discos, cintas) radio.

El material audiovisual: **Proyectado** (diapositivas, materiales opacos, foto fija.)

Los **NO** proyectados (pizarrón, gráficas, maquetas, objetos, modelos, etc.)

Material Audiovisual: **Proyectado** (películas con sonido y movimiento, sonoramas, T.V.)

Los **NO** proyectados (representaciones, marionetas, excursiones.)

Hay materiales que estimulan al sentido del oído como las grabaciones y el radio. Estos alientan a la imaginación, construyendo en la mente escenas acorde a lo que se escucha, procurando dedicar toda la atención al mensaje que se nos ofrece.

La desventaja que tiene es que provoca

fácil distracción por depender de un sólo estímulo. Otra desventaja es que no se puede describir todo tan detalladamente si se utiliza sólo el lenguaje oral. El disco es un material auditivo que tiene la desventaja de que se puede utilizar en el momento deseado.

La cinta grabada supera al radio y al disco una cinta grabada permite coleccionar noticias, programas, discusiones, etc. permite recopilar en forma rápida los datos encontrados en una práctica o una bibliografía.

Materiales Visuales no proyectados.

Son los recursos más usados por el profesor ya que facilitan la atención y comprensión de los alumnos, se elaboran con material económico.

El material impreso incluye todo material que registre información escrita al alcance del alumno; libros, revistas, periódico, etc.

a) Pizarrón: Es un medio que contribuye a la comprensión y organización de conocimientos. Visualiza conceptos através de dibujos, diagramas y símbolos.

b) Franelógrafos: Es una superficie semejante a la de un pizarrón pero forrado de franela. Es muy útil para formar figuras pieza por pieza, pegar figuras y letreros.

c) Los carteles son láminas sueltas de cualquier tamaño estos son visibles a todo el grupo, o puede ser material que contiene dibujos, frases, gráficas etc.

No conviene que tengan un texto muy largo, ya que el mensaje debe ser suficientemente claro.

d) Las gráficas son resúmenes visuales de alguna idea o hecho, resalta los aspectos más importantes. La gráfica es uno de los materiales visuales usados con más frecuencia en todos los campos: la industria, el deporte, la estadística, etc.

e) Rotafolio: Está formado por una serie de láminas unidas por una espiral de manera que se puedan ir mostrando sucesivamente al rotarlas. Las láminas se pueden componer de dibujos,

fotografías, grabados, frases, etc.

f) Mapas: Son otra forma de visualizar un tema son de gran utilidad porque ayudan al alumno a ubicarse en el espacio.

Los materiales visuales proyectados tienen como principal ventaja, el hecho de que una sala oscura con una región sobre una pantalla capta la atención en una forma más rápida y efectiva que casi la totalidad de los otros materiales. Estos materiales se acompañan de una explicación oral. El proyector de materiales opacos sirve para ampliar al tamaño de la pantalla materiales que no son transparentes: la página de un libro, hojas escritas o máquina fotografías, planos, mapas, etc.

Las transparencias: Su elaboración es un poco más cara y más complicada, pero el proyector es menos costoso permiten hacer las pausas necesarias para comentarios y aclaraciones.

MATERIALES AUDIOVISUALES

Entre los materiales proyectados que estimulan simultáneamente la vista y el oído, están las

películas con sonido y movimiento, los sonoramas y la T.V. Las películas con sonido y movimiento son más realistas porque la ilusión de movimiento agregada a la vista y al sonido, proporciona un elemento de realidad que además de atraer la atención, sitúa a la persona dentro del ambiente o circunstancias.

a) La Televisión: Es quizá el recurso proyectado de más riqueza y que presenta mayor variedad y menores gastos, para fines educativos, es un medio que está sujeto a la programación.

b) El Sonorama: Hoy en día muy usado, por ser un poco más costeable, es la combinación de transparencias, voces y música que pretenden comunicar un mensaje, de una forma agradable complementar un tema que requiera de estímulos visuales y auditivos para su mejor comprensión. Se ha dado una breve explicación de los recursos didácticos a los cuales se puede recurrir para favorecer la efectividad del aprendizaje. Concluyendo se puede decir que los recursos didácticos son aquellos medios que se utilizan para propor-

cionar al alumno una introducción segura del conocimiento.

Así, se le considera recurso didáctico a todo elemento que contribuya una determinada intención del proceso enseñanza-aprendizaje.

3.2. AUDIOVISUAL.

El hombre por naturaleza tiene la capacidad de captar los mensajes a través de los sentidos. Ya sea de manera independiente o simultánea. Se percibe el mensaje a través de los sentidos de la vista y el oído, la palabra compuesta de todo esto es AUDIOVISUAL se le considera como un medio de comunicación, porque su contenido motiva ambos sentidos.

Para Fritel E. el audiovisual parte de una necesidad de contar una historia, en la cual no es suficiente contarla con nuestros propios palabras a un determinado número de personas. Esta historia tiene como bases un objetivo, una investigación y el público al que se va a dirigir, este puede ser educativo o de entretenimiento, obte-

niendo así una serie de beneficios. Se ha dicho que la gente que escucha sólo la palabra retiene un pequeño porcentaje de la información que se le transmite. Cuando se estimula a otro grupo, por el sentido visual retiene más información que el anterior grupo y un tercer ejemplo se dice que el porcentaje es mayor cuando hay estimulación en ambos sentidos. (2)

Con el avance de la tecnología electrónica y mecánica, en las que interviene la imagen y el sonido, surge el concepto audiovisual que se aplica por igual a medios, mensajes y lenguajes, que tienen como finalidad cautivar el oído y la vista.

Se ha definido el término audiovisual como el medio que llega a través del sentido del oído como la radio y por lo visual como la diapositiva y la película o por la combinación de estos dos como en el cine, la televisión, diaporama y sonorama.

".. El audiovisual consiste en una secuencia de imágenes fijas proyectadas que desarrollan un

tema que van acompañadas de una grabación sonora. A este material se le conoce con otros nombres como sonorama, diaporama, montaje o simplemente audiovisual.." (3)

En la planeación con frecuencia se le da más importancia a los elementos desaprovechando los sonoros. Una atención excesiva en las imágenes no es válida, más cuando carecen de sentido por sí misma.

Entre los materiales audiovisuales está presente el diaporama y se conoce como un instrumento de comunicación didáctica que nos ofrece innumerables ventajas en el proceso enseñanza aprendizaje. Tiene características propias que lo hacen diferente a otros, se hace acompañar de sonido grabado, una serie fotografías (diapositivas) y el texto se mezcla con música de fondo o efectos especiales.

3.3. CLASIFICACION DEL AUDIOVISUAL

El diaporama tiene aplicaciones específicas como para desarrollar diversos temas.

a) Motivacionales: Se usa para campañas donde se despiertan o refuerzan distintas actitudes o conocimientos, como en vacunación, planificación familiar, higiene, seguridad, etc.

Tiene la finalidad de concientizar al espectador, informarlo y educarlo sobre su bienestar familiar. La narración e imágenes deben ser sencillas para no crear dudas al espectador.

b) Comerciales: Apoya la promoción a un determinado producto, o bien narra un viaje de un país o alguna visita a una zona arqueológica.

Aquí se recurre más a los efectos especiales esto es para atraer más el interés del público e inducirlo a consumir el producto.

c) Corporativo: Apoya para dar informes de alguna institución o un grupo social determinado. En este no se descartan los efectos especiales lo apoya y lo hace más atractivo.

d) Científico: Su finalidad es apoyar alguna conferencia, congreso o seminario y se espera que sea oído y visto por muchas personas.

El mensaje debe ser claro y sencillo, este tipo de audiovisual es más formal que comercial,

cionar al alumno una introducción segura del conocimiento.

Así, se le considera recurso didáctico a todo elemento que contribuya una determinada intención del proceso enseñanza-aprendizaje.

3.2. AUDIOVISUAL.

El hombre por naturaleza tiene la capacidad de captar los mensajes a través de los sentidos. Ya sea de manera independiente o simultáneo. Se percibe el mensaje a través de los sentidos de la vista y el oído, la palabra compuesta de todo esto es AUDIOVISUAL se le considera como un medio de comunicación, porque su contenido motiva ambos sentidos.

Para Eitel E. el audiovisual parte de una necesidad de contar una historia, en la cual no es suficiente contarla con nuestras propias palabras a un determinado número de personas. Esta historia tiene como bases un objetivo, una investigación y el público al que se va a dirigir, este puede ser educativo o de entretenimiento, obte-

niendo así una serie de beneficios. Se ha dicho que la gente que escucha sólo la palabra retiene un pequeño porcentaje de la información que se le transmite. Cuando se estimula a otro grupo, por el sentido visual retiene más información que el anterior grupo y un tercer ejemplo se dice que el porcentaje es mayor cuando hay estimulación en ambos sentidos. (2)

Con el avance de la tecnología electrónica y mecánica, en las que interviene la imagen y el sonido, surge el concepto audiovisual que se aplica por igual a medios, mensajes y lenguajes, que tienen como finalidad cautivar el oído y la vista.

Se ha definido el término audiovisual como el medio que llega a través del sentido del oído como la radio y por lo visual como la diapositiva y la película o por la combinación de estos dos como en el cine, la televisión, diaporama y sonorama.

".. El audiovisual consiste en una secuencia de imágenes fijas proyectadas que desarrollan un

tema que van acompañadas de una grabación sonora. A este material se le conoce con otros nombres como sonoroma, diaporama, montaje o simplemente audiovisual." (3)

En la planeación con frecuencia se le da más importancia a los elementos desaprovechando los sonoros. Una atención excesiva en las imágenes no es válida, más cuando carecen de sentido por sí misma.

Entre los materiales audiovisuales está presente el diaporama y se conoce como un instrumento de comunicación didáctica que nos ofrece innumerables ventajas en el proceso enseñanza aprendizaje. Tiene características propias que lo hacen diferente a otros, se hace acompañar de sonido grabado, una serie fotografías (diapositivas) y el texto se mezcla con música de fondo o efectos especiales.

3.3. CLASIFICACION DEL AUDIOVISUAL

El diaporama tiene aplicaciones específicas como para desarrollar diversos temas.

a) Motivacionales: Se usa para campañas donde se despiertan o refuerzan distintas actitudes o conocimientos, como en vacunación, planificación familiar, higiene, seguridad, etc.

Tiene la finalidad de concientizar al espectador, informarlo y educarlo sobre su bienestar familiar. La narración e imágenes deben ser sencillas para no crear dudas al espectador.

b) Comerciales: Apoya la promoción a un determinado producto, o bien narra un viaje de un país o alguna visita a una zona arqueológica.

Aquí se recurre más a los efectos especiales esto es para atraer más el interés del público e inducirlo a consumir el producto.

c) Corporativo: Apoya para dar informes de alguna institución o un grupo social determinado. En este no se descartan los efectos especiales lo apoya y lo hace más atractivo.

d) Científico: Su finalidad es apoyar alguna conferencia, congreso o seminario y se espera que sea oído y visto por muchas personas.

El mensaje debe ser claro y sencillo, este tipo de audiovisual es más formal que comercial,

por lo tanto las imágenes deben de apoyar el texto para complementar la narración y evitar distracciones.

e) Educativo: Se usa para desarrollar determinados temas de enseñanza en Universidades, escuelas o empresas.

Tiene como objetivo informar, se recurre a los efectos para hacer más dinámica la clase y que el alumno refuerce el conocimiento que está recibiendo por medio de imágenes.

Cuando se realizan diaporamas educativos generalmente se hace énfasis en la estructuración formal del mensaje. La estructuración formal es la combinación de lo visual y lo sonoro, formando con una coherencia narrativa, manejo del tiempo que durará la imagen, los espacios y silencios del audiovisual. Se debe tener presente qué conocimientos se van a transmitir y si hay el suficiente acceso a esta información, se puede recurrir a personas que tengan los conocimientos intelectuales.

González Alonso, en su obra lo define como un medio esencialmente educativo de difusión y en ocasiones tiene fines publicitarios y comerciales, donde se utiliza básicamente la fotografía en

transparencias, los proyectores y el equipo de sonido, se recomienda tener acceso o usar lo más sofisticado.(4)

El audiovisual en su aspecto educativo constituye una ayuda para el aprendizaje, en este caso para apoyar la materia de Técnicas de Impresión. Se recurrió a este medio porque el aprendizaje se hace más dinámico y perdura por más tiempo en el espectador. Además de que el material en las Universidades es de fácil acceso, en su mayoría cuentan con proyectores, pantallas, extensiones, etc.

Entre otros autores como Robert E. Ertel sugiere una serie de pasos para la elaboración del diaporama, este autor los desglosa de la siguiente manera:

3.4 PLANEACION

La realización de cualquier audiovisual consta de tres etapas, preproducción, producción y postproducción. La preproducción es la más importante; sin su planeación las otras dos etapas no podían desarrollarse coherentemente ni se podía lograr un producto de calidad. El objetivo

de la preproducción, es la planeación para obtener el guión técnico. En toda planeación se necesita hacer una búsqueda de información que permita orientar el desarrollo del contenido y la explicación del objetivo que se propone lograr. El punto de la planeación consiste en investigar, tener definido y delimitado un determinado objetivo, saber el público al que va ir dirigido, cómo son y qué cantidad de conocimientos tienen del tema.

Jack Cameo lo define como la elaboración del plan de trabajo, determina en este punto el tipo de formato y el estilo visual.(5)

Lo más importante es definir con claridad los objetivos que se pretenden alcanzar, tomando en cuenta el auditorio y cuales son sus intereses respecto al tema. Antes de tomar fotografías y grabar el sonido es indispensable hacer una cuidadosa planeación que culmina con el guión.

A) Texto: Una vez que la idea ha sido formulada es necesario desarrollarla y hacer un resumen. Donde contenga la idea general, todavía no describe a los personajes con plenitud, ni el ambiente, el tiempo y el espacio donde se desarrolla la

acción.

Arreguín, divide al texto en tres partes primero definir el objetivo, hacer el borrador del guión y por último hacer correcciones y ampliación del texto (si es necesario) (6)

Se insiste en este punto en tener una clara definición del objetivo, esto es para asegurar la retención del tema y saber que es lo que se le va a comunicar al espectador. El texto es el guión literario, guión técnico y guión fotográfico, incluyendo en estos la producción fotográfica y producción del audio. El texto debe tener continuidad, esto es para que el público retenga la información.

Se considera que en este punto se debe obtener la información básica sobre el tema seleccionado y que servirá para la elaboración del guión inicial.

Es una investigación la cual nos apoyamos de libros, revistas, folletos y otras publicaciones, o bien se puede recurrir a entrevistas con el personal capacitado en el tema.

B) Guión Literario: El contenido del guión es la descripción de todo lo que se quiere ver y oír en

el diaporama de todo lo que se quiere ver y oír en el diaporama. La elaboración del guión consiste en investigar, seleccionar y estructurar el mensaje, se desglosa de tal manera que se le puede dar un desarrollo más técnico para aprovechar al máximo el tiempo y los recursos disponibles. En el guión literario se trata de simplificar y poner las cosas en el lenguaje más sencillo y con la descripción más simple.

"..El guión es la forma ordenada de presentar por escrito un programa, conteniendo todos los datos de la imagen y el sonido, que se vayan a transmitir y grabar.."(7)

El tratamiento que se le da al guión va a depender de las necesidades, los gustos e intereses del público que va a recibir el mensaje. Se proponen tres puntos para buscar la atención y motivación del espectador:

- 1.- Seleccionar un tema atractivo y/o de actualidad.
- 2.- Llamar la atención del público desde que inicia el diaporama con una entrada impactante.
- 3.- Anunciar el programa terminado mediante apoyos publicitarios como folletos, corteles, revistas,

etc.

Es importante que el guión literario tenga una buena redacción, estilo y estructura, este texto será la primera pauta que marque el tiempo real de duración. Calculando el tiempo de los efectos sonoros y musicales.

En el guión están definidos los elementos que intervienen en el audiovisual: las imágenes, la narración y la música. Para realizar un guión Norguez Ramírez propone lo siguiente:

- Tener en cuenta el nivel del auditorio, la edad, nivel cultural, intereses, etc.
- Los textos deben ser cortos, sencillos y claros.
- El texto es un complemento de la imagen, se deben redactar aquellas ideas que ayuden aclarar lo que la imagen muestra.
- Narrar el texto en tiempo presente.
- No incluir términos técnicos es mejor el lenguaje común y expresarse con naturalidad.
- Utilizar frases cortas con términos fáciles de entender
- No incluir demasiada información en las imágenes.

Todas estas características nos ayudarán a elaborar un buen guión, con esto nos damos cuenta de su importancia, ya que sin este no se podría transmitir el mensaje, por falta de una organización o mala planeación.

c) Guión Técnico: Incluye las descripciones escritas de las imágenes que se van a fotografiar como dibujos, gráficos, créditos etc. Contiene también la descripción del sonido que se va a usar, música, efectos sonoros y las voces que van hacer la narración.

El guión debe prever la imagen, el tiempo, el espacio, la forma, el ritmo y la continuidad. El guión señala que es lo que se va a fotografiar a grabar, cómo y con qué recursos. Especifica cuáles son los sonidos que van a dar sentido a la imagen, cuántos palabras, qué música, efectos y por qué los silencios. El guión técnico es lo que forma la etapa de preproducción.

„Este tipo de guión tiene la finalidad de especificar la duración de los proyectores en pantalla y el número de diapositivas que van a

componer el diaporama..” (9)

La intención de elaborar el guión técnico y desglosarlo en tiempos, es para aprovechar los recursos disponibles y darle una duración didáctica.

Un guión técnico comprensible se puede preparar del mismo modo como se realizó el texto iniciando por el borrador. Este guión tiene dos objetivos fundamentales, según Açuña Limón.

Lo primero es plantear claramente el desarrollo del trabajo, de esta manera se da una verificación constante del grado de adelanto del proyecto y de las partes que faltan.

El segundo se refiere al momento de la postproducción principalmente en el momento del armado y la programación.

Como conclusión la realización de un guión técnico para un diaporama requiere de toda la información donde se explique por escrito, el desarrollo de la imagen y el sonido, estas deben estar relacionados con la idea o concepto que se explique en forma verbal.

La imagen proyectada no sólo se debe complementar con el texto sino que al mismo tiempo cada imagen deberá relacionarse con la siguiente. Los datos que contendrá un guión técnico son toma, imagen, música, efectos y tiempo de duración tanto de imagen como de música o efectos sonoros.

d) Guión fotográfico: El guión técnico es el que da la pauta para la producción fotográfica, complementándose con el sonido y sincronizando el audio y video.

La realización del story board facilita el desarrollo del guión literario y el guión técnico. El story board es un guión gráfico que consiste en una serie de dibujos, fotografías o recortes, con sus descripciones de imagen y sonido. Es una ilustración de los planos y secuencias de la historia a narrar. El diseño de estos dibujos o fotografías tienen la finalidad de ordenar visualmente el diaporama. Los formatos a usar pueden ser a dos columnas, del lado izquierdo se ponen en recuadros las imágenes, junto con la

descripción de la imagen, ángulo de toma de plano. En el lado derecho se anotan las descripciones del sonido y la narración que será leída por el locutor, las indicaciones de la música y efectos de audio, van en esta columna.

Otra forma es por tarjetas, se hará una tarjeta por imagen con sus especificaciones visuales y sonoras, se ordenan para llevar una continuidad y coherencia en la presentación del diaporama. Y otro formato que se divide en tres columnas, donde se especifica el tipo de plano y el ángulo de la toma, el dibujo de la imagen que se va a fotografiar, se acomoda en la columna de enmedio y en la columna sobrante se describe la narración, diálogos, música o efectos. La realización de los formatos para hacer los guiones es libre.

De los medios más utilizados para transparencias es el formato de 35mm, tiene bajo costo y el equipo que se usa es fácil de manejar, para la proyección de imágenes se puede usar blanco, negro o en color, su impresión es fácil y se puede transferir a video o televisión.

e) Armado: Una vez que se hizo la investigación del tema, que se elaboró el guión y se consiguieron las transparencias, se procede a seleccionar las imágenes que quedarán en el diaporama. Se revisa la narración sólo para checar que las fotografías seleccionadas vayan de acuerdo con la información.

Después de revisar y seleccionar las imágenes y tener el guión definitivo se procede a dar un orden cronológico a la transparencia y el sonido. Se ordenan y numeran las fotografías para montarlas en los carruseles. El acomodo de las fotografías lo indica el guión técnico, así, en este orden se instala el equipo y se programa.

f) Sonido: Es el elemento más importante en el diaporama, para la selección de la música es conveniente adecuarlo al tema. Se recomienda en un audiovisual sencillo usar un sólo tema musical, pero es conveniente que se escojan tres o cuatro piezas para dar una mejor presentación al trabajo.

Norguez Ramirez dice que, es bueno recurrir a música conocida para que el auditorio la identifique y no pierda el interés en el tema." (10)

En algunas secuencias se puede aplicar lo que menciona el autor, pero en la mayoría de los diaporamas no se recomienda, porque el espectador puede inclinarse hacia la música y no captar la narración, esto se aplica sólo en casos muy especiales, si esto ocasiona alguna distracción al espectador, entonces se escoge música no muy conocida.

Se ha comprobado que con el sonido, lo visual se complementa. No se deben olvidar los silencios estos son muy importantes porque preparan al espectador al suspenso, a la espera, la soledad, alerta, etc. jugando un poco con los estados de ánimo del auditorio.

Las posibilidades del sonido (voces) son infinitas, porque además por sí mismo pueden dar la descripción de imágenes. Se conocen dos tipos de sonido el real y el artificial.

*..El sonido real, ambiental es el que está constituido por todos los sonidos producidos por objetos y personas, estos pasan a formar parte de la acción que se ve en pantalla. ejemplo, gritos de vendedores, chifidos, escopes de camiones, murmullos etc. todos estos ruidos son producidos por objetos de la realidad.

** Cfr. Apuntes del
Módulo Quinto del
Seminario*

El sonido artificial, son todos aquellos ruidos de palabras y efectos de audio producidos por factores sobrepuestos, manual o electrónicamente, a la realidad que se describe o se narra." (11)

Los elementos que componen un sistema sonoro son lo verbal o sea la palabra, la música, los ruidos y el silencio. La palabra, es la voz de los locutores o actores, la música tiene características de reforzar lo visual con el fin de hacer más dinámico el diaporama. El silencio, mejor conocido como la ausencia del sonido esto no significa que no haya nada, sólo que se esta reforzando una parte del mensaje.

g) Programación: Es el control en uno o más elementos de un espectáculo. Ejerciendo su función individual.

- Control de disolvencia
- Grabadoras
- Bocinas
- Pantallas
- Iluminación de la sala
- Reflectores

-La función de elementos electromecánicos.

h) Evaluación: Una vez hecha la presentación el siguiente paso es conocer, cuáles fueron los resultados del diaporama así se sabrá si se cumplieron los objetivos. La evaluación puede hacerse preguntando al espectador su opinión, si el mensaje fue claro, si solucionó sus dudas, qué impacto le causó, si encontró fallas en la imagen o sonido etc. Este público será el mejor juez para evaluar nuestro trabajo así se conocerá si hay que hacer modificaciones o si se logró un buen trabajo.

Se aborcaron brevemente las parte individuales para el proceso del diaporama. Iniciándose con una planeación, texto, guiones, sonido, etc. Se considera como un proceso costoso, pero es una actividad en la que podemos cometer errores, los cuales los debemos de aceptar sacando ventajas de estos. Recordemos que el audiovisual nos va a servir como una técnica de apoyo en la carrera.

Cuando el audiovisual va dirigido a un grupo pequeño de espectadores, 17 minutos son suficientes para transmitir el mensaje, la música

es un factor motivacional muy importante, algunos autores proponen 15 cambios de música en un diaporama de 17 minutos, esto puede influir en el éxito del mensaje audiovisual.

3.4.1. Ventajas del Diaporama.

- El aprendizaje se hace más permanente.
- Permite motivar la participación del alumno
- La exposición en clase se hace más dinámica.
- La presentación del tema puede repetirse cuantas veces se desee, dentro o fuera del horario de clase.
- Estimula simultáneamente los sentidos de la vista y el oído.
- Durante la presentación es posible detenerse y regresar o continuar con el desarrollo.
- El contenido se complementa visualmente.
- Para el expositor es más fácil tener dominio sobre el tema
- Es útil para adquirir habilidades e información, formar actitudes, etc.
- Es una herramienta importante de apoyo para el diseñador gráfico.

Desventajas del Diaporama.

- Después de 15 minutos, el auditorio comienza a cansarse

- No hay contacto visual entre maestro y alumno.

- No se puede tocar sólo ver y escuchar.

Se mencionaron sus ventajas y desventajas porque es necesario considerarlas para la justificación de su uso.

3.4.2. OBJETIVOS DEL DIAPORAMA

Establecer los objetivos es en extremo importante para escribir un texto eficaz. Los objetivos deben estar bien definidos para asegurar así una producción exitosa, en términos de lo que se va a comunicar al público.

- Economizar tiempo en los temas para aprovecharlo después en otras actividades
- Ilustrar algunos temas de estudio
- Facilitar la comprensión del alumno.
- Comprobar hipótesis, datos, informaciones, etc.
- Iniciar el interés de los alumnos por temas que parezcan ser de poca utilidad e importancia para ellos.
- Acercar al alumno en cuanto sea posible a la

realidad

- El objetivo de un diaporama, debe tener la suficiente información, para presentarla en un tiempo no mayor de 15 minutos. Para cumplir dicho objetivo el guión debe tener una lectura de cinco minutos.

Un buen audiovisual es aquel que no interfiere sino refuerza o da base a las actividades del aula.

3.5. AUDIOVISUAL COMO MATERIAL DIDACTICO.

El material visual proyectado es el que va a estimular simultáneamente el sentido de la vista y el oído, otros ejemplos son la televisión, las películas con movimiento y los sonogramas. Los medios auxiliares tienen la finalidad de facilitar la comunicación, sus temas a tratar son con fines meramente educativos.

El audiovisual está compuesto por diapositivas y grabaciones esto es para hacerlo más comprensivo, es importante contar con los recursos para presentar un audiovisual, ya que se complementan los temas y se da un mejor aprendizaje.

"...El audiovisual se hace para alcanzar un fin, un objetivo de aprendizaje. Un buen audiovisual es aquel que refuerza las actividades en la clase.."

(12) Tiene razón el autor por que el audiovisual como material didáctico, economiza tiempo en las explicaciones, para aprovecharlo después en otras actividades del área. Ayuda a ilustrar temas de estudio, facilita la comprensión del alumno e inicia el interés de los alumnos por temas que parezcan ser de poca utilidad e importancia para ellos, acercando al alumno en cuanto sea posible a la realidad.

3.6. FASES DEL PROCESO AUDIOVISUAL

Todo audiovisual se compone de tres etapas que son precisas y se deben seguir; estas son Preproducción, Producción y Posproducción.

La **preproducción** es toda la planeación, se le considera como la etapa más importante para la preparación del audiovisual, de esta partirán la producción y la posproducción.

Para la producción se necesita de una investigación fundamentada en libros, revistas, personal especializado en la materia, entrevis-

tas, etc. para obtener un guión fotográfico y darnos a la tarea de empezar a leer en imágenes nuestro tema audiovisual.

Posproducción: Es la terminación del audiovisual en este punto se arma el trabajo acompañado de una o varias voces música de fondo y las fotografías a esto se le llama edición y sonorización de un audiovisual.

PREPRODUCCION Tema
Planeación
Texto

PRODUCCION: Guión Técnico
Fotografía
Sonido

POSPRODUCCION Edición y Armado
Proyección

OBJETIVO: Que el alumno conozca y refuerce sus conocimientos sobre la elección de las técnicas de impresión. Abarcando la importancia del cartel y sus elementos.

El alumno distinguirá las ventajas y desven-

tajas en las técnicas de impresión Serigrafía y Offset, sabrá elegir cual es el más apropiado para la reproducción del cartel.

HIPOTESIS: Como resultado del Audiovisual el alumno de Diseño Gráfico, comparará los principios y aspectos prácticos de la reproducción del cartel, en los sistemas de impresión Offset y Serigrafía. Considerando las características que tiene un cartel como formato, diseño, colores, costos, etc.

PROBLEMA: Realizar un audiovisual como material Didáctico para apoyar a los Profesores en la materia de Técnicas de Impresión.

Conocer los sistemas de impresión, los principios y aspectos fundamentales (ventajas y desventajas)

AUDIENCIA: Dirigido a los alumnos de la carrera de Diseño Gráfico de V y VI semestre.

PLANEACION: Se cuenta con el laboratorio de fotografía. El equipo a usar son dos proyectores y una pantalla, material con el que se cuenta en la ENEP Acatán para la proyección de un diaporama.

Control Programable de disoluciones, esta está integrado por cinco velocidades de disolución

que van desde corte hasta ocho segundos además de efectos especiales, entre los que se incluyen: destello, disolvenca congelada, superposición de imágenes, animación y disolvenca en retroceso.

También se cuenta con grabadoras especiales para aplicaciones audiovisuales, que permiten grabar pulsos de sincronización. En ellos la pista de sonido se graba en un canal, en otro canal las señales de disolvenca y otras de control.

Estímulo Visual Realista, se hicieron tomas de maquinarias, productos comerciales, carteles, etc.

Hasta aquí se termina la información teórica. ahora se desarrollará el trabajo gráfico correspondiente a cada guión, iniciaré por desarrollar el guión literario, este, es el contenido de todo lo que queremos que se oiga y se vea en el audiovisual, es el texto que se grabará con efectos de sonido (si se requiere) y fondo musical.

El guión literario es la información ordenada y simplificada con un lenguaje sencillo. En seguida se desarrolla el guión técnico este se divide en columnas donde se van anotando en cada una la

descripción de la imagen, el tipo de música, efectos, la voz y el tiempo de duración de cada imagen que vamos a proyectar.

Este tipo de guión describe, qué es lo que vamos a fotografiar, el ángulo o encuadre que requiere cada toma, etc. con este guión sabremos cuantas diapositivas vamos a necesitar y los efectos que le daremos a cada toma.

Por último se realizó el guión fotográfico (story board) es lo mismo que el guión técnico sólo que en este se ilustra cada imagen a fotografiar con sus debidas descripciones. Estos dibujos tienen la finalidad de ordenar visualmente nuestro audiovisual y así llevar un orden en la imagen que vamos a proyectar.

Para realizar estos guiones el formato es libre, lo importante es entender qué vamos hacer y no olvidar anotar los datos que corresponden a cada guión. Continuamos:

NOTAS

Capítulo 3

- 1.- Moreno Bayardo María Guadalupe
"Fundamentación y Práctica"
Tomo 1 Editorial Progreso
- 2.- Ertel E. Robert "La producción en multi-
imagen
Multivisión Audiovisual S.A.
pág. 3
- 3.- Norguez Ramirez Antonio "Manual para la
elaboración de audiovisuales de imagen fija"
Instituto latinoamericano de la Comunicación
Educativa.
pág. 9
- 4.- González Alonso Carlos "El Guión"
Editorial Trillas México 1990
- 5.- Cameo Misrahi Jack, Castellanos Fernández D.
"El método audiovisual como herramienta de
apoyo del Diseño Gráfico" Tesis de Diseño
Gráfico U.I.A. 1986
pág. 78
- 6.- Arreguín, J.L.M. "Tres acercamientos a la
educación Audiovisual"
Editorial Trillas 1987 pág 26
- 7.- González Alonso Carlos "El Guión"
Editorial Trillas 1990
- 8.- Acuña Limón Alejandro "La Producción del
audiovisual como una forma de apoyo didác-
tico" Tesis de Comunicación U.I.A. 1983
- 9.- Acuña Limón Alejandro "La Producción del
Audiovisual como una forma de Apoyo didác-
tico" Tesis de Comunicación U.I.A. 1983
pág. 38
- 10.- Norguez Ramirez Antonio "Manual para la
elaboración de Audiovisuales de imagen fija"
Instituto Latinoamericano de la Comunicación
Educativa.
pág. 55
- 11.- CFI. Con apuntes del módulo quinto del
Seminario Taller
- 12.- Arreguín J.L.M. "Tres Acercamientos a la
Educación Audiovisual"
Editorial Trillas 1987
pág. 36

Capítulo 4

Desarrollo

4.1. GUIÓN LITERARIO

Características de la Serigrafía y el Offset en la Impresión del Cartel.

El cartel es un medio fijo de comunicación la información contenida en él, es sencilla e instantánea debido a que trata un tema especial y único. El cartel es un medio de comunicación típicamente urbano el cual es percibido en circulación, por este motivo el mensaje se debe componer de pocas palabras y de una imagen clara; para reforzar esta comunicación se da el uso vigoroso del color aplicado con la mayor sencillez a la forma.

Se ha considerado al cartel como una pieza gráfica definitivamente ilustrativa, es acompañado de una frase o texto, el cual no debe pasar de 6 u 8 palabras; lo ideal sería reducirlo a una, esto es lo que se conoce como slogan.

No hay que olvidar que en ocasiones el cartel se diseña a base de tipografía, salvo esta excepción, se deben evitar frases largas y confusas. Los formatos del cartel se diseñan de manera vertical u horizontal y los tamaños van a tener una variación, esto depende de las tecnologías de reproducción o bien de los recursos económicos con que se cuenten. Su función primordial es llamar la atención de manera espontánea, los elementos que lo componen son el motivo gráfico, la tipografía y el color, de todo esto y de la creatividad del Diseñador Gráfico depende que el cartel tenga funcionalidad.

Uno de los sistemas de impresión que se prefieren para la reproducción del cartel es la serigrafía porque tiene varias ventajas en comparación con otras técnicas de impresión gráfica además de ser una técnica muy usual en la publicación de medios impresos; proporcionando buena calidad en la impresión de

textos y detalles finos.

Se utilizan tintas mates o brillantes estas ofrecen la ventaja de imprimir superficies delgadas y detalles muy delicados, no olvidando las que dan relieve. Las tintas están formuladas para resistir la intemperie de cualquier clima, sin perder la limpieza y el brillo de su color y sin desprenderse del sustrato.

La maquinaria serigráfica moderna reproduce en forma automática hasta 3,500 ejemplares por hora. Esta es una ventaja que hace de la serigrafía un sistema que pueda competir con otras técnicas tradicionales de impresión.

Se pueden imprimir tantos colores se deseen; este proceso nos permite crear algunos efectos especiales que no se logran en otras técnicas. Se puede imprimir en cualquier superficie como papel de color, blanco, claro, negro o estireno de cualquier forma o tamaño.

Es importante no olvidar que la serigrafía no es el único sistema para imprimir carteles. Se puede recurrir a otras técnicas con las cuales se obtenga limpieza e intensidad en el color.

Otro de los métodos más empleados, hoy en día, para cubrir la mayor parte de las necesidades de impresión es el offset. Se recurre a este sistema de impresión cuando el tiraje rebasa los 5,000 ejemplares en la reproducción del cartel; este sistema se imprime en papeles como bond, couché, opalina, adhesivo etc. obteniendo impresiones de buena calidad a todo color. Para grandes tirajes que incluyan fotografías y texto se prefiere el offset, gracias al registro de color que es preciso.

Por lo que permite la reproducción de una policromía, esto es, que nos aproxima a todas las gamas de color a partir de 4 negativos, amarillo, magenta, azul y negro; su lámina de impresión no tiene relieve es plana, proporcionando buena calidad en trazos fino.

Las tintas en offset son mate, brillantes o semiopacas de secado instantáneo, mientras que en serigrafía existen tintas de secado que tardan desde minutos hasta horas.

La mayoría de los artículos comerciales se reproducen en offset, esta técnica vino a revolucionar la impresión debido a su gran eficiencia y calidad, por estas características se recomienda como el mejor método de reproducción para publicaciones y propaganda en general.

Hay que utilizar al máximo las posibilidades de los sistemas de impresión disponibles su elección dependerá en gran medida de lo que se vaya a imprimir, así cualquier explicación que se proporcione de las variantes técnicas de impresión no limitan al Diseñador Gráfico en la selección del más adecuado en este caso para la reproducción del cartel.

4.2. Guión Técnico

TOMA	IMAGEN	AUDIO	NARRACION	TIEMPO	TIEMPO
1	FULL SHOT CARTON EN NEGRO DISOLVENCIA	FADE IN DISCO ORINICOFLOW TRACK 1:28 TIEMPO 0:50		2	2
2	FULL SHOT cartón con título DISOLVENCIA			6	8
3	FULL SHOT cartel DISOLVENCIA			3	11
4	FULL SHOT cartel DISOLVENCIA			3	14
5	FULL SHOT cartel DISOLVENCIA	FADE DOWN	El cartel...	2	16
6	FULL SHOT/LONG SHOT mascarilla DISOLVENCIA			2	18

TOMA	IMAGEN	AUDIO	NARRACION	TIEMPO	TIEMPO
7	LONG SHOT personas en la calle DISOLVENCIA		...es un medio de comunicación...	3	21
8	FULL SHOT acercamiento al cartel DISOLVENCIA		...la información contenida en el es sencilla e instantánea	3	24
9	FULL SHOT cartel DISOLVENCIA			3	27
10	FULL SHOT cartel DISOLVENCIA			3	30
11	FULL SHOT / FULL SHOT cortinilla DISOLVENCIA			2	32
12	FULL SHOT cartel DISOLVENCIA		...debido a que trata un tema especial...	3	35

TOMA	IMAGEN	AUDIO	NARRACION	TIEMPO	TIEMPO
13	MEDIUM SHOT cartel en la calle DISOLVENCIA		...y único...	2	37
14	LONG SHOT cartel y gente en la via publica DISOLVENCIA		...El cartel es un medio de comu- nicación típicamente urbano...	3	40
15	LONG SHOT personas en la calle DISOLVENCIA		...el cual es percibido en circula- ción, por este motivo...	3	43
16	MEDIUM SHOT composición de carte- les DISOLVENCIA		...el mensaje se debe componer de pocas palabras...	3	46
17	FULL SHOT cartel DISOLVENCIA		...y de una imagen clara..	2	48
18	FULL SHOT cartel DISOLVENCIA	FADE CROSS DISCO: RAINDANCE TRACK 11	...para reforzar esta comunicación se da el uso vigoroso de color...	4	52

TOMA	IMAGEN	AUDIO	NARRACION	TIEMPO	TIEMPO
19	MEDIUM SHOT cartel DISOLVENCIA		...aplicado con la mayor sencillez a la forma...	3	55
20	MEDIUM SHOT cartel DISOLVENCIA		Se ha considerado al cartel como una pieza gráfica...	3	58
21	FULL SHOT cartel DISOLVENCIA		...definitivamente ilustrada..	2	1:00
22	CLOSE UP slogan DISOLVENCIA		...es acompañado de una frase o texto...	3	1:03
23	CLOSE UP slogan (no respire gris colorea tu salud) DISOLVENCIA		...el cual no debe pasar de seis u ocho palabras...	4	1:07
24	CLOSE UP slogan DISOLVENCIA		...lo ideal sería reducirlo a una...	3	1:10

TOMA	IMAGEN	AUDIO	NARRACION	TIEMPO	TIEMPO
25	CLOSE UP slogan (y bajo el agua también) DISOLVENCIA	FADE UP	...esto es lo que se conoce como slogan...	3	1:13
26	MEDIUM SHOT/FULL SHOT mascarilla DISOLVENCIA			2	1:15
27	MEDIUM SHOT/ FULL SHOT mascarilla DISOLVENCIA	FADE DOWN		2	1:17
28	FULL SHOT cartel DISOLVENCIA		...No hay que olvidar que en ocasiones el cartel...	3	1:20
29	FULL SHOT cartel DISOLVENCIA		...se diseña a base de tipogra- fia...	3	1:23
30	FULL SHOT cartel DISOLVENCIA		...salvo esta excepción se deben evitar frases largas y confusas...	5	1:28

TOMA	IMAGEN	AUDIO	NARRACION	TIEMPO	TIEMPO
31	GROUP SHOT composición de carte- les DISOLVENCIA		Los formatos del cartel se dise- ñan de manera...	3	1:31
32	FULL SHOT cartel DISOLVENCIA		...VERTICAL...	2	1:33
33	FULL SHOT cartel DISOLVENCIA		...U HORIZONTAL...	2	1:35
34	GROUP SHOT composición de carte- les DISOLVENCIA		...y los tamaños van a tener una variación...	3	1:38
35	FULL SHOT toma general de la maquinaria DISOLVENCIA		...esto depende de las tecnolo- gías de reproducción...	3	1:41
36	MEDIUM SHOT toma de máquinas DISOLVENCIA		... o bien de los recursos econó- micos con los que cuentan...	3	1:44

TOMA	IMAGEN	AUDIO	NARRACION	TIEMPO	TIEMPO
37	FULL SHOT cartel DISOLVENCIA		...su función primordial es llamar la atención de manera espontánea...	5	1:49
38	FULL SHOT cartel DISOLVENCIA		...los elementos que lo componen son el motivo gráfico...	4	1:53
39	FULL SHOT cartel DISOLVENCIA		...la tipografía...	3	1:56
40	MEDIUM SHOT cartel DISOLVENCIA		...y el color...	3	1:59
41	FULL SHOT cartel DISOLVENCIA		...de todo esto y de la creatividad del diseñador gráfico...	3	2:02
42	FULL SHOT cartel DISOLVENCIA	FADE UP	...depende que el cartel tenga funcionalidad...	3	2:05
43	MEDIUM SHOT cartel			2	2:07

TOMA	IMAGEN	AUDIO	NARRACION	TIEMPO	TIEMPO
44	MEDIUM SHOT/ GROUP SHOT mascarilla DISOLVENCIA			2	2:09
45	MEDIUM SHOT/ GROUP SHOT mascarilla DISOLVENCIA	FADE DOWN CROSS FADE DISCO: HUAPANGO TRACK: 0:00 TIEMPO: 1:05		2	2:11
46	GROUP SHOT material de serigrafia DISOLVENCIA		Uno de los sistemas de impre- sión que se prefieren...	3	2:14
47	GROUP SHOT efecto multi-imagen de raseros DISOLVENCIA		...para la reproducción del cartel es...	4	2:18
48	FULL SHOT cartón con palabra Serigrafia en efecto neón DISOLVENCIA		...la Serigrafia...	3	2:21

TOMA	IMAGEN	AUDIO	NARRACION	TIEMPO	TIEMPO
49	CLOSE UP acercamiento a marco DISOLVENCIA		...porque tiene varias ventajas en comparación con otras técnicas de impresión gráfica...	5	2:26
50	CLOSE UP acercamiento a persona Imprimiendo sobre el marco DISOLVENCIA		...además de ser una técnica muy usual...	2	2:28
51	GROUP SHOT composición de folletos, tarjetas, etc. DISOLVENCIA		...en la publicación de medios impresos;...	3	2:31
52	GROUP SHOT composición de carteles, hojas, tarjetas DISOLVENCIA		...proporcionando buena calidad en la impresión...	3	2:34
53	GROUP SHOT tarjetas, folletos DISOLVENCIA		...de textos y detalles finos...	3	2:37
54	GROUP SHOT efecto multimagen DISOLVENCIA		Se utilizan tintos mates o brillantes...	3	2:40

TOMA	IMAGEN	AUDIO	NARRACION	TIEMPO	TIEMPO
55	CLOSE UP botes de tinta volteados DISOLVENCIA		...estas ofrecen la ventaja de imprimir superficies delgadas...	4	2:44
56	GROUP SHOT efecto multimagen en tarjetas DISOLVENCIA		...y detalles muy delicados, no olvidando los que dan relieve...	4	2:48
57	GROUP SHOT productos de serigrafía DISOLVENCIA		...Las tintas están formuladas para resistir la intemperie de cualquier clima...	5	2:53
58	FULL SHOT cartel DISOLVENCIA		...sin perder la limpieza y el brillo de su color y sin desprenderse del sustrato...	6	2:59
59	FULL SHOT máquina automática de serigrafía DISOLVENCIA		..La maquinaria serigráfica moderna reproduce en forma automática hasta...	4	3:03
60	MEDIUM SHOT máquina de serigrafía		...tres mil quinientos ejemplares por hora...	3	3:06

TOMA	IMAGEN	AUDIO	NARRACION	TIEMPO	TIEMPO
61	CLOSE UP rasero imprimiendo en máquina automáti- ca DISOLVENCIA		...esta es una ventaja que hace de la serigrafía...	4	3:10
62	MEDIUM SHOT máquina de serigrafía DISOLVENCIA	CROSS FADE DISCO: FOOTPRINTS TRACK: 1:48 TIEMPO: 0:35	...un sistema que puede competir con otras técnicas tradicionales de impresión...	5	3:15
63	MEDIUM SHOT elementos geomé- tricos DISOLVENCIA		Se pueden imprimir tantos colores se deseen;...	3	3:18
64	FULL SHOT efectos multimagen a tarjetas DISOLVENCIA		...este proceso nos permite crear algunos efectos especiales...	4	3:22
65	GROUP SHOT composición con hojas membretadas, folletos DISOLVENCIA		...que no se logran en otras técnicas...	3	3:25

TOMA	IMAGEN	AUDIO	NARRACION	TIEMPO	TIEMPO
66	CLOSE UP manos del impresor DISOLVENCIA		...se puede imprimir en cualquier superficie...	3	3:28
67	FULL SHOT trabajos impresos DISOLVENCIA		...como papel de color, claro, blanco,...	3	3:31
68	FULL SHOT ejemplos impresos en serigrafía DISOLVENCIA		...negro...	2	3:33
69	FULL SHOT efectos multimagen de impresión en estireno DISOLVENCIA		...ó estireno de cualquier forma o tamaño...	3	3:36
70	MEDIUM SHOT rasero sobre máquina automática de serigrafía DISOLVENCIA		...Es importante no olvidar que la serigrafía no es el único sistema para imprimir carteles...	5	3:41

TOMA	IMAGEN	AUDIO	NARRACION	TIEMPO	TIEMPO
71	MEDIUM SHOT Cortinilla DISOLVENCIA			2	3:43
72	GROUP SHOT rodillos de offset DISOLVENCIA		...se puede recurrir a otras técnicas con las cuales...	3	3:46
73	MEDIUM SHOT cartel DISOLVENCIA		..se obtenga limpieza e intensidad en el color...	3	3:49
74	MEDIUM SHOT/ MEDIUM SHOT Mascarilla DISOLVENCIA	CROSS FADE DISCO: HORSE LATITUDES TRACH: 0:24 TIEMPO: 1:48		2	3:51
75	MEDIUM SHOT/ MEDIUM SHOT Mascarilla DISOLVENCIA			2	3:53
76	MEDIUM SHOT máquina offset DISOLVENCIA		Otro de los métodos de empleo más usados, hoy en día,...	3	3:56

TITULO: CARACTERISTICAS DE LA SERIGRAFIA Y EL OFFSET EN LA IMPRESION DEL CARTEL

AUTOR: ISABEL RAMIREZ VAZQUEZ

PAG. 14

TOMA	IMAGEN	AUDIO	NARRACION	TIEMPO	TIEMPO
77	GROUP SHOT composición de carte- les DISOLVENCIA		...para cubrir la mayor parte de las necesidades de impresión...	3	3:59
78	FULL SHOT cartón con palabra Offset, efecto de neón DISOLVENCIA		...es el offset...	3	4:02
79	MEDIUM SHOT rodillos de offset DISOLVENCIA		...se recurre a este sistema de impresión...	3	4:05
80	MEDIUM SHOT máquina de offset DISOLVENCIA		...cuando el tiraje rebasa los 5,000 ejemplares en la reproduc- ción del cartel;...	5	4:10
81	GROUP SHOT composición de carte- les DISOLVENCIA		...este sistema se imprime en papeles como bond, couché, opalino, adhesivo, etc,...	5	4:15

TOMA	IMAGEN	AUDIO	NARRACION	TIEMPO	TIEMPO
82	FULL SHOT cartel DISOLVENCIA		...obteniendo impresiones de buena calidad a todo color...	3	4:18
83	GROUP SHOT portadas de libros y revistas DISOLVENCIA		... para grandes tirajes que incluyan fotografías y texto...	3	4:21
84	MEDIUM SHOT rodillos de offset DISOLVENCIA		...se prefiere el offset,...	2	4:23
85	MEDIUM SHOT Ilustración de un perico DISOLVENCIA		...gracias al registro de color que es preciso...	3	4:26
86	CLOSE UP trabajo de ilustración DISOLVENCIA		...por lo que permite la reproducción de una policromía...	4	4:30
87	LONG SHOT cartel DISOLVENCIA		...esto es que nos aproxima a todas las gamas de color a partir de cuatro negativos,...	5	4:35

TOMA	IMAGEN	AUDIO	NARRACION	TIEMPO	TIEMPO
88	FULL SHOT ilustración en amarillo DISOLVENCIA		...amarillo,...	3	4:38
89	FULL SHOT ilustración en magenta DISOLVENCIA		...magenta,...	3	4:41
90	FULL SHOT ilustración en azul DISOLVENCIA		...azul,...	3	4:44
91	FULL SHOT ilustración en negro DISOLVENCIA		... y negro...	3	4:47
92	FULLSHOT efecto multimagen en láminas de offset DISOLVENCIA		...su lámina de impresión no tiene relieve es plana...	3	4:50
93	FULL SHOT reproducciones en offset		...proporciona buena calidad en trazos finos...	3	4:53

TOMA	IMAGEN	AUDIO	NARRACION	TIEMPO	TIEMPO
94	FULL SHOT/ GROUP SHOT Cortinilla DISOLVENCIA			2	4:55
95	GROUP SHOT botes de pintura DISOLVENCIA		...las tintas en offset son mate, brillante o semiopacas de secado instantáneo...	5	5:00
96	CLOSE UP pintura en el piso DISOLVENCIA		...mientras que en serigrafía existen tintas de secado que tardan desde minutos hasta horas...	5	5:05
97	GROUP SHOT toma general de productos DISOLVENCIA	CROSS FADE DISCO: OLIMPIADAS TRACK: 0:00 TIEMPO: 0:40	...la mayoría de los artículos comerciales se reproducen en offset,...	4	5:09
98	MEDIUM SHOT máquina y rodillos de offset DISOLVENCIA		...esta técnica vino a revolucionar la impresión debido a su gran eficiencia y calidad...	5	5:14
99	CLOSE UP toma de rodillos		...por estas características se recomienda como el mejor método...	4	5:18

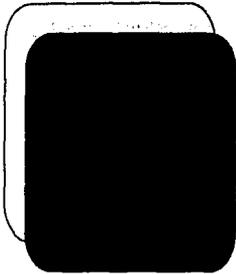
TOMA	IMAGEN	AUDIO	NARRACION	TIEMPO	TIEMPO
100	DISOLVENCIA GROUP SHOT trabajos impresos en offset DISOLVENCIA		do de reproducción... ...para publicaciones y propagan- da en general...	3	5:21
101	GROUP SHOT/CLOSE UP Mascarilla DISOLVENCIA			2	5:23
102	CLOSE UP máquina offset DISOLVENCIA		...Hay que utilizar al máximo las posibilidades de impresión dis- ponibles...	5	5:28
103	MEDIUM SHOT máquina offset DISOLVENCIA		...su elección dependerá en gran medida...	3	5:31
104	GROUP SHOT composición de papelería DISOLVENCIA		...de lo que se vaya a imprimir,...	3	5:34

TOMA	IMAGEN	AUDIO	NARRACION	TIEMPO	TIEMPO
105	FULL SHOT cartel DISOLVENCIA		..así cualquier explicación que se proporcione de las variantes...	3	5:37
106	FULL SHOT cartel DISOLVENCIA		...técnicas de ompresión no limitan...	2	5:39
107	FULL SHOT cartel DISOLVENCIA		...al Diseñador Gráfico en la selección del más adecuado,...	3	5:42
108	FULL SHOT cartel DISOLVENCIA		...en este caso para la reproducción del cartel.	3	5:45
109	FULL SHOT cartel DISOLVENCIA	CROSS FADE DISCO: AMERICA TRACK: 0:00 TIEMPO: 0:50		3	5:48
110	FULL SHOT cartel DISOLVENCIA			3	5:51
111	FULL SHOT cartel			2	5:53

TOMA	IMAGEN	AUDIO	NARRACION	TIEMPO	TIEMPO
112	FULL SHOT/FULL SHOT Mascarillo DISOLVENCIA			2	5:55
113	FULL SHOT escudo U.N.A.M. efecto de neón DISOLVENCIA			3	5:58
114	FULL SHOT crédito de guión y fotografía DISOLVENCIA			4	6:02
115	FULL SHOT crédito Ma. Isabel Ramírez Vázquez DISOLVENCIA			4	6:06
116	FULL SHOT música y edición DISOLVENCIA			4	6:10
117	FULL SHOT nombres de asesores			6	6:16

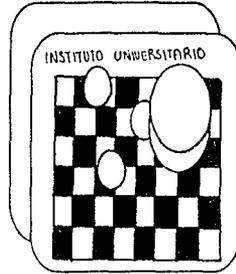
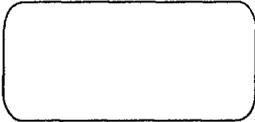
TOMA	IMAGEN	AUDIO	NARRACION	TIEMPO	TIEMPO
118	FULL SHOT nombres de asesores DISOLVENCIA			6	6:22
119	FULL SHOT crédito Voz Sandra Mena DISOLVENCIA			4	6:26
120	FULL SHOT cartón con palabra Diseño Gráfico 1997 DISOLVENCIA			4	6:30
121	FULL SHOT cartón en negro CORTE			4	6:34

4.3. Guión Fotográfico



TOMA: 1
PLANO: FULL SHOT
EFECTO:
DISOLVENCIA

2 2



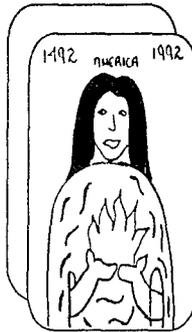
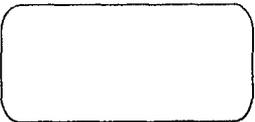
TOMA: 3
PLANO: FULL SHOT
EFECTO:
DISOLVENCIA

3 11



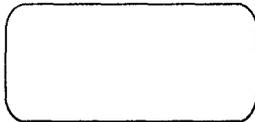
TOMA: 2
PLANO: FULL SHOT
EFECTO:
DISOLVENCIA

6 8



TOMA: 4
PLANO: FULL SHOT
EFECTO:
DISOLVENCIA

3 14

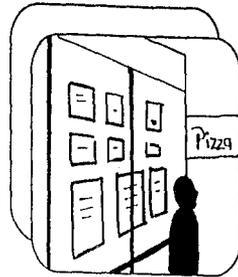




El cartel...

TOMA:5
PLANO:FULLSHOT
EFECTO:
DISOLVENCIA

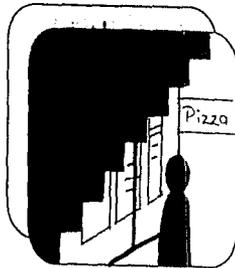
2 16



...es un medio fijo de comunicación...

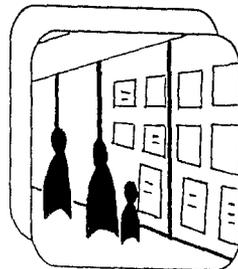
TOMA: 7
PLANO: LONG SHOT
EFECTO:
DISOLVENCIA

3 21



TOMA: 6
PLANO: FULL SHOT /
LONG SHOT
EFECTO:
MASCARILLA
DISOLVENCIA

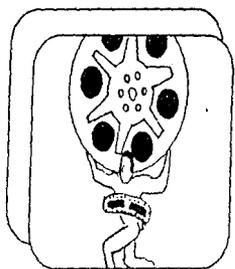
2 18



..la información contenida en el es sencilla e instantánea.

TOMA: 8
PLANO: FULLSHOT
EFECTO:
DISOLVENCIA

3 27



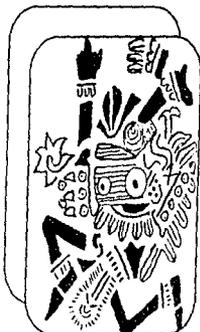
TOMA: 9
PLANO: FULL SHOT
EFECTO:
DISOLVENCIA

3 27



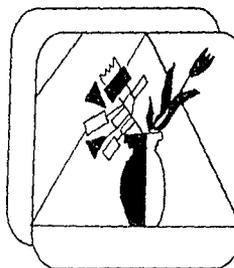
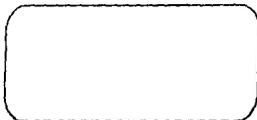
TOMA: 11
PLANO: CORTINILLA
EFECTO
DISOLVENCIA

2 32



TOMA: 10
PLANO: LONG
SHOT
EFECTO:
DISOLVENCIA

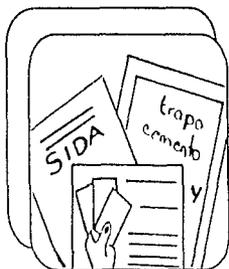
3 30



TOMA: 12
PLANO: FULL SHOT
EFECTO:
DISOLVENCIA

3 35

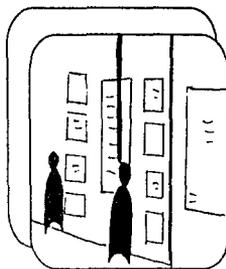
..debido a que trata un
tema especial...



TOMA: 13
PLANO: MEDIUM
SHOT
EFECTO:
DISOLVENCIA

2 37

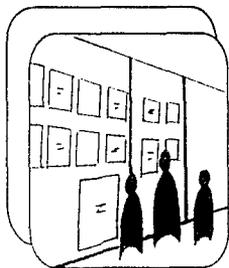
... y único...



TOMA: 15
PLANO: LONG SHOT
EFECTO:
DISOLVENCIA

3 43

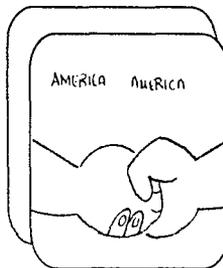
..el cual es percibido en
circulación, por este moti-
vo...



TOMA: 14
PLANO: LONG SHOT
EFECTO:
DISOLVENCIA

3 40

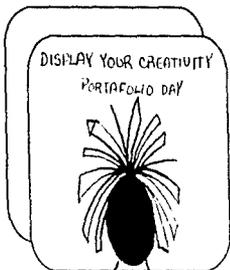
..el cartel es un medio de
comunicación típicamente
urbano...



TOMA: 16
PLANO: MEDIUM
SHOT
EFECTO:
DISOLVENCIA

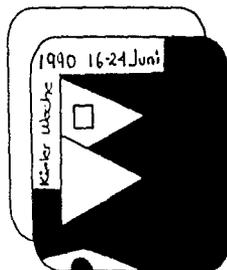
3 46

..el mensaje se debe com-
poner de pocas palabras...



TOMA: 17
 PLANO: FULL SHOT
 EFECTO:
 DISOLVENCIA

2 48

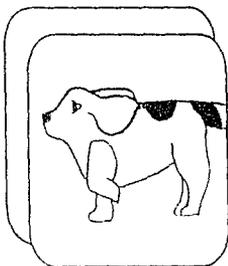


TOMA: 19
 PLANO: MEDIUM
 SHOT
 EFECTO:
 DISOLVENCIA

3 55

... y de una imagen clara;...

...aplicada con la mayor
 sencillez a la forma...



TOMA 18
 PLANO: FULL SHOT
 EFECTO:
 DISOLVENCIA

4 52



TOMA: 20
 PLANO: MEDIUM
 SHOT
 EFECTO:
 DISOLVENCIA

3 58

..para reforzar esta comunica-
 ción se da el uso vigoroso
 del color...

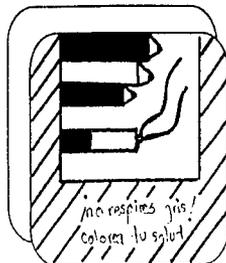
...se ha considerado al cartel
 como una pieza gráfica...



TOMA: 21
PLANO: FULLSHOT
EFECTO:
DISOLVENCIA

2 1:00

...definitivamente ilustra-
da...



TOMA: 23
PLANO: MEDIUM
SHOT
EFECTO:
DISOLVENCIA

3 1:07

...el cual no debe pasar de
seis u ocho palabras ...



TOMA: 22
PLANO: MEDIUM
SHOT
EFECTO:
DISOLVENCIA

3 1:03

..es acompañado de una
frase o texto...



TOMA: 24
PLANO: MEDIUM
SHOT
EFECTO:
DISOLVENCIA

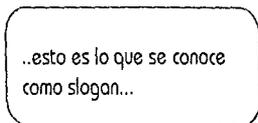
3 1:10

..lo ideal sería reducirlo a
una,...



TOMA: 25
PLANO: MEDIUM
SHOT
EFECTO:
DISOLVENCIA

3 1:13



TOMA 27
PLANO: MASCARILLA
EFECTO:
DISOLVENCIA

2 1:17



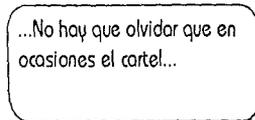
TOMA: 26
PLANO: MASCARILLA
MEDIUM SHOT/FULL
SHOT
EFECTO:
DISOLVENCIA

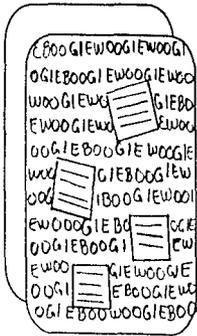
2 1:15



TOMA: 28
PLANO: FULL SHOT
EFECTO:
DISOLVENCIA

3 1:20





TOMA: 29
 PLANO: FULL SHOT
 EFECTO:
 DISOLVENCIA

3 1:23

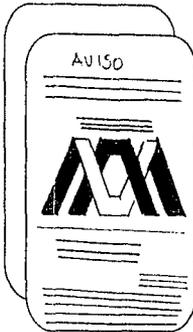
...se diseña a base de tipografía...



TOMA: 31
 PLANO: GROUP SHOT
 EFECTO:
 DISOLVENCIA

3 1:31

...los formatos del cartel se diseñan de manera...



TOMA: 30
 PLANO: FULL SHOT
 EFECTO:
 DISOLVENCIA

5 1:28

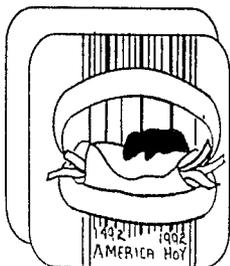
...salvo esta excepción se deben evitar frases largas y confusas...



TOMA: 32
 PLANO: FULL SHOT
 EFECTO:
 DISOLVENCIA

2 1:33

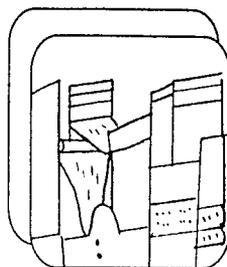
...vertical...



TOMA: 33
PLANO: FULLSHOT
EFECTO:
DISOLVENCIA

2 1:35

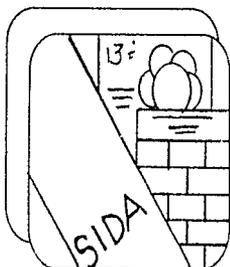
...u horizontal...



TOMA: 35
PLANO: FULLSHOT
EFECTO:
DISOLVENCIA

3 1:41

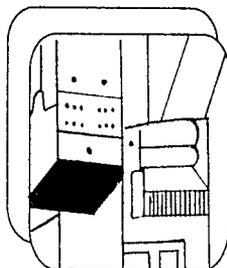
...esto depende de las tecno-
logias de reproducci3n...



TOMA: 34
PLANO: GROUP
SHOT
EFECTO:
DISOLVENCIA

3 1:38

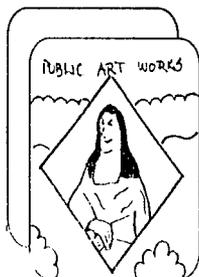
...y los tama1os van a tener
una variaci3n...



TOMA: 36
PLANO: MEDIUM
SHOT
EFECTO:
DISOLVENCIA

3 1:44

...o bien de los recursos
econ3micos con los que
cuenten...



TOMA: 37
PLANO: FULL SHOT
EFECTO:
DISOLVENCIA

5 1:49

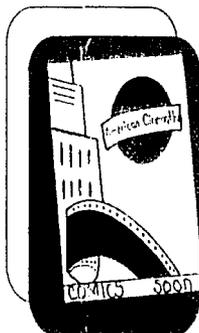


TOMA: 39
PLANO: FULL SHOT
EFECTO:
DISOLVENCIA

3 1:56

...su función primordial es
llamar la atención de manera
espontánea...

...la tipografía...



TOMA: 38
PLANO: FULL SHOT
EFECTO:
DISOLVENCIA

4 1:53

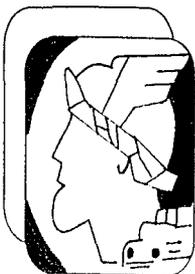


TOMA: 40
PLANO: MEDIUM
SHOT
EFECTO:
DISOLVENCIA

3 1:59

...los elementos que lo compo-
nen son el motivo gráfico...

...y el color...



TOMA: 41
PLANO: FULL SHOT
EFECTO:
DISOLVENCIA

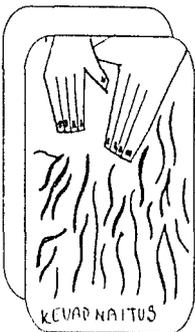
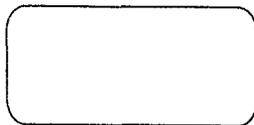
3 2:02



TOMA: 43
PLANO: MEDIUM
SHOT
EFECTO:
DISOLVENCIA

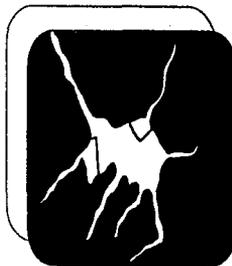
2 2:07

...de todo esto y de la creatividad del diseñador gráfico...



TOMA: 42
PLANO: FULL SHOT
EFECTO:
DISOLVENCIA

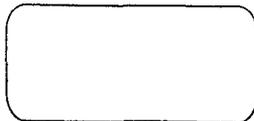
3 2:05

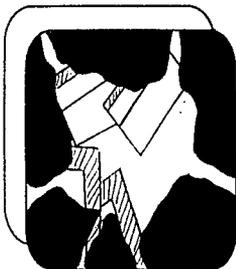


TOMA: 44
PLANO: MEDIUM
SHOT/GROUP SHOT
EFECTO:
DISOLVENCIA

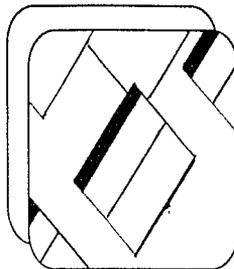
2 2:09

...depende que el cartel tenga funcionalidad...



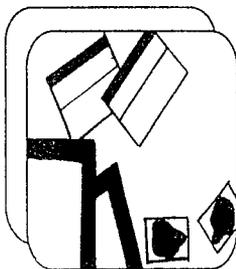


TOMA: 45
PLANO: MEDIUM SHOT/
GROUP SHOT
EFECTO: MASCARILLA
DISOLVENCIA
2 2:11



TOMA: 47
PLANO: GROUP
SHOT
EFECTO
MULTIMAGEN
DISOLVENCIA
4 2:18

...para la reproducción del
cartel es..



TOMA: 46
PLANO: GROUP SHOT
EFECTO: DISOLVENCIA
3 2:14

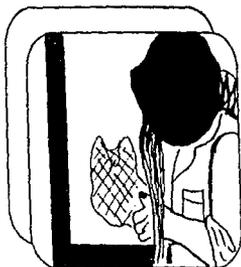
Uno de los sistemas de
impresión que se prefieren..



TOMA: 48
PLANO: FULLSHOT
EFECTO:
DISOLVENCIA

3 2:21

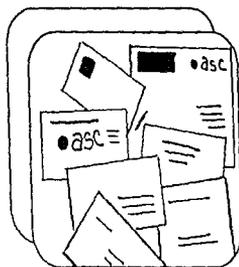
..la Serigrafía..



TOMA: 49
PLANO: CLOSE UP
EFECTO:
DISOLVENCIA

5 2:26

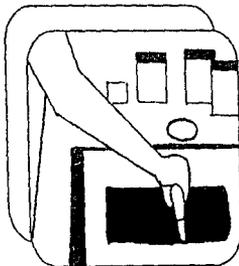
..porque tiene varias ventajas
en comparación con otras
técnicas de impresión gráfica...



TOMA: 51
PLANO: GROUP
SHOT
EFECTO:
DISOLVENCIA

3 2:31

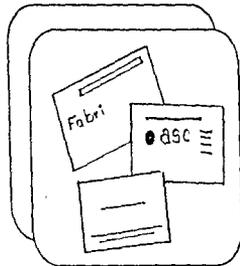
...en la publicación de medios
impresos...



TOMA: 50
PLANO: CLOSE UP
EFECTO:
DISOLVENCIA

2 2:28

..además de ser una técnica
muy usual...



TOMA: 52
PLANO: GROUP
SHOT
EFECTO:
DISOLVENCIA

3 2:34

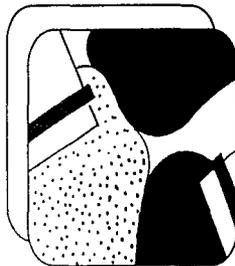
..proporcionando buena
calidad en la impresión....



TOMA: 53
PLANO: GROUP SHOT
EFECTO:
DISOLVENCIA

3 2:37

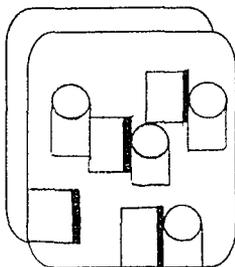
...de textos y detalles finos...



TOMA: 55
PLANO: CLOSE UP
EFECTO:
DISOLVENCIA

4 2:44

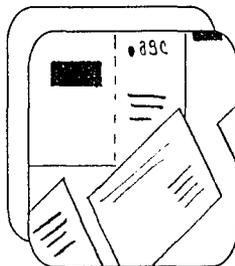
...estos ofrecen la ventaja de
imprimir superficies delga-
das...



TOMA: 54
PLANO: GROUP SHOT
EFECTO:
DISOLVENCIA

3 2:40

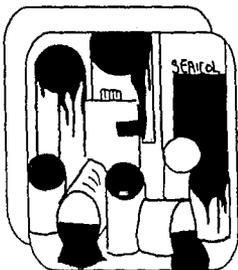
...Se utilizan tintas mates o
brillantes...



TOMA: 56
PLANO: GROUP
SHOT
EFECTO:
DISOLVENCIA

4 2:48

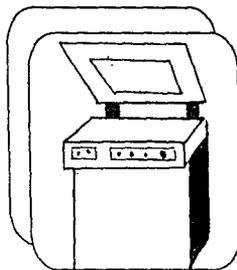
...y detalles muy delicados,
no olvidando las que dan
relieve...



TOMA: 57
PLANO: GROUP
SHOT
EFECTO:
DISOLVENCIA

5 2:53

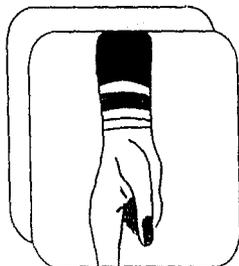
..Los tintos están formuladas para resistir la intemperie de cualquier clima..



TOMA: 59
PLANO: FULL SHOT
EFECTO:
DISOLVENCIA

4 3:03

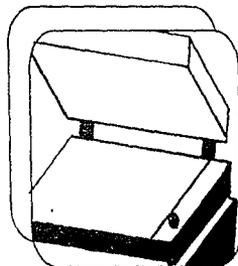
..La maquinaria serigráfica moderna reproduce en forma automática hasta..



TOMA: 58
PLANO: FULL SHOT
DISOLVENCIA

6 2:59

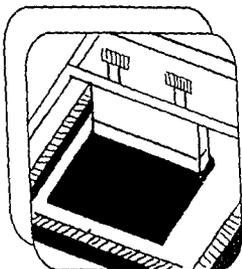
..sin perder la limpieza y brillo de su color y sin desprenderse del sustrato...



TOMA: 60
PLANO: MEDIUM
SHOT
EFECTO:
DISOLVENCIA

3 3:06

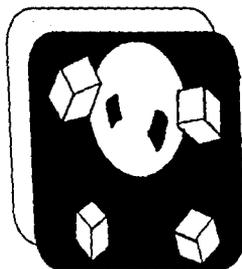
..tres mil quinientos ejemplares por hora..



TOMA: 61
PLANO: CLOSEUP
EFECTO:
DISOLVENCIA

4 3:10

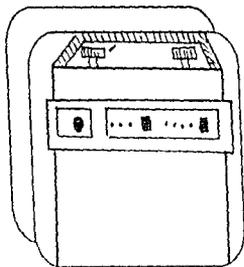
...esta es una ventaja que
hace de la serigrafía..



TOMA: 63
PLANO: MEDIUM
SHOT
EFECTO: DISOLVENCIA

3 3:18

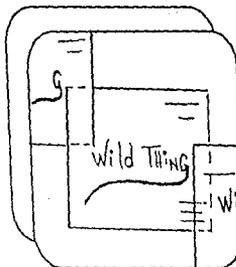
...Se pueden imprimir tantos
colores se deseen;..



TOMA: 62
PLANO: MEDIUM
SHOT
EFECTO:
DISOLVENCIA

5 3:15

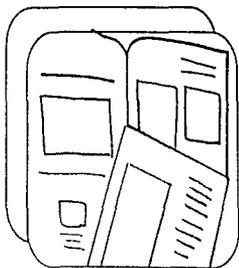
..un sistema que puede
competir con otras técnicas
tradicionales de impresión..



TOMA: 64
PLANO: FULL SHOT
EFECTO:
DISOLVENCIA

4 3:22

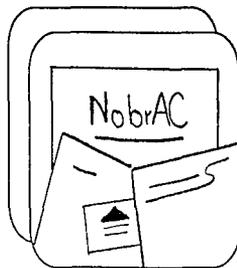
...este proceso nos permite
crear algunos efectos espe-
ciales..



TOMA: 65
PLANO: GROUP
SHOT
EFECTO:
DISOLVENCIA

3 3:25

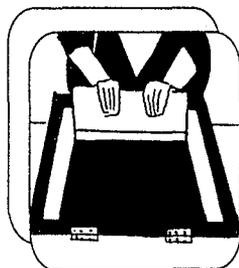
...que no se logran en otras técnicas..



TOMA: 67
PLANO: FULL SHOT
EFECTO:
DISOLVENCIA

3 3:31

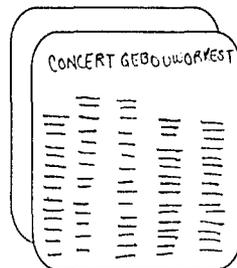
...como papel de color, claro, blanco..



TOMA: 66
PLANO: CLOSE UP
EFECTO:
DISOLVENCIA

3 3:28

...se puede imprimir en cualquier superficie..



TOMA: 68
PLANO: FULL SHOT
EFECTO:
DISOLVENCIA

2 3:33

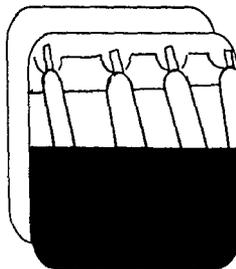
..negro..



TOMA: 69
 PLANO: FULL SHOT
 EFECTO:
 DISOLVENCIA

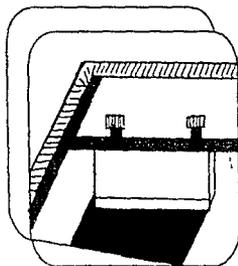
3 3:36

...o estireno de cualquier forma o tamaño...



TOMA: 71
 PLANO: MEDIUM SHOT
 EFECTO:
 DISOLVENCIA

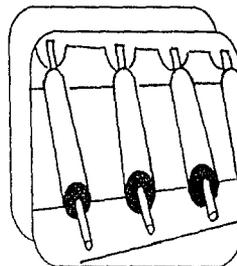
2 3:43



TOMA: 70
 PLANO: MEDIUM SHOT
 EFECTO:
 DISOLVENCIA

5 3:41

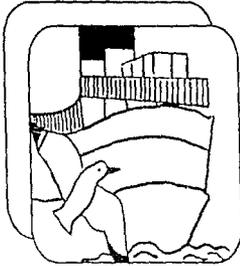
...Es importante no olvidar que la serigrafía no es el único sistema para imprimir carteles..



TOMA: 72
 PLANO: GROUP SHOT
 EFECTO:
 DISOLVENCIA

3 3:46

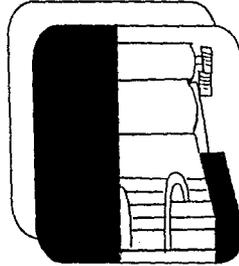
...se puede recurrir a otros técnicos con las cueles..



TOMA: 73
PLANO: MEDIUM
SHOT
EFECTO:
DISOLVENCIA

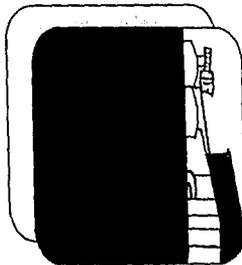
3: 3:49

...se obtenga limpieza e
intensidad en el color...



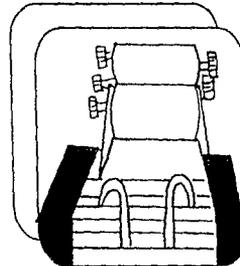
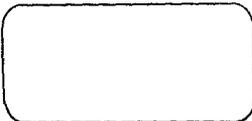
TOMA: 75
PLANO: MEDIUM
SHOT
EFECTO: MASCARILLA
DISOLVENCIA

2 3:53



TOMA: 74
PLANO: MEDIUM
SHOT
EFECTO: MASCARILLA
DISOLVENCIA

2 3:51



TOMA: 76
PLANO: MEDIUM
SHOT
EFECTO:
DISOLVENCIA

3 3:56

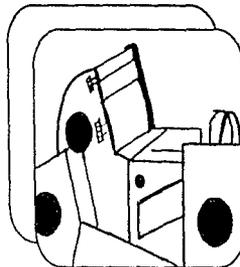
...Otro de los métodos de
empleo más usados, hoy en
día...



TOMA: 77
PLANO: GROUP
SHOT
EFECTO:
DISOLVENCIA

3 3:59

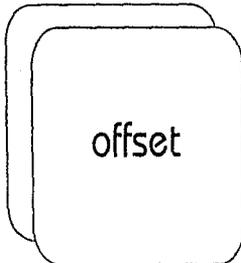
...para cubrir la mayor parte
de las necesidades de impre-
sión...



TOMA: 79
PLANO: MEDIUM
SHOT
EFECTO:
DISOLVENCIA

3 4:05

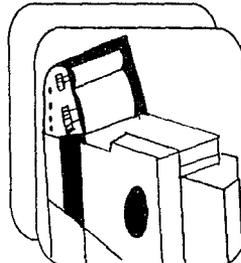
...se recurre a este sistema
de impresión...



TOMA: 78
PLANO: FULL SHOT
EFECTO:
DISOLVENCIA

3 4:02

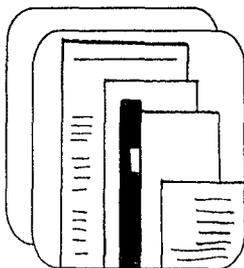
...es el offset...



TOMA: 80
PLANO: MEDIUM
SHOT
EFECTO:
DISOLVENCIA

5: 4:10

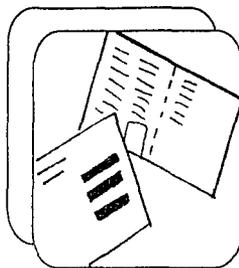
...cuando el tiraje rebasa los
5,000 ejemplares en la
reproducción del cartel...



TOMA: 81
PLANO: GROUP
SHOT
EFECTO:
DISOLVENCIA

5 4:15

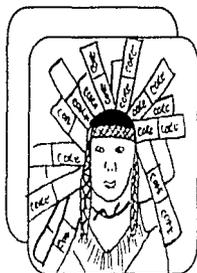
...este sistema se imprime en papeles como band, couché, opalina, adhesivo, etc...



TOMA: 83
PLANO: GROUP
SHOT
EFECTO:
DISOLVENCIA

3 4:21

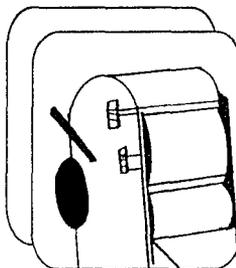
...para grandes tirajes que incluyan fotografías y texto...



OMA: 82
PLANO: FULL SHOT
EFECTO:
DISOLVENCIA

3 4:18

...obteniendo impresiones de buena calidad a todo color...



TOMA: 84
PLANO: MEDIUM
SHOT
EFECTO:
DISOLVENCIA

2 4:23

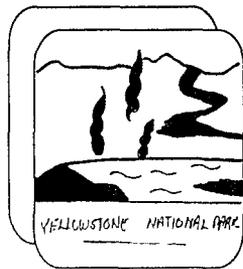
...se prefiere el offset...



TOMA: 85
PLANO: MEDIUM
SHOT
EFECTO:
DISOLVENCIA

3 4:26

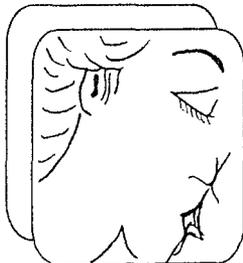
...gracias al registro de color
que es muy preciso...



TOMA: 87
PLANO: LONG SHOT
EFECTO:
DISOLVENCIA

5 4:35

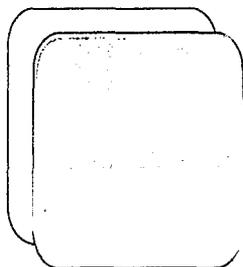
...esto es que nos aproxima
a todas las gamas de color
a partir de cuatro negati-
vos...



TOMA: 86
PLANO: CLOSE UP
EFECTO:
DISOLVENCIA

4 4:30

...por lo que permite la repro-
ducción de una policromía...



TOMA: 88
PLANO: FULL SHOT
EFECTO:
DISOLVENCIA

3 4:38

...amarillo...



TOMA: 89
PLANO: FULL SHOT
EFECTO:
DISOLVENCIA

3 4:41

...magenta...



TOMA: 91
PLANO: FULL SHOT
EFECTO:
DISOLVENCIA

3 4:47

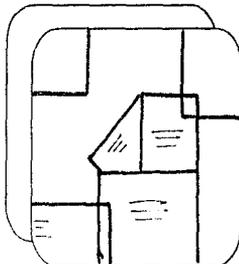
...y negro...



TOMA: 90
PLANO: FULL SHOT
EFECTO:
DISOLVENCIA

3 4:44

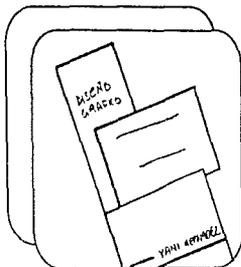
...azul,...



TOMA: 92
PLANO: FULL SHOT
EFECTO:
DISOLVENCIA

3 4:50

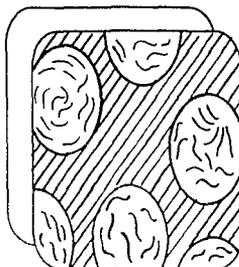
...su lámina de impresión no
tiene relieve es plana...



TOMA: 93
PLANO: FULL SHOT
EFECTO:
DISOLVENCIA

3 4:53

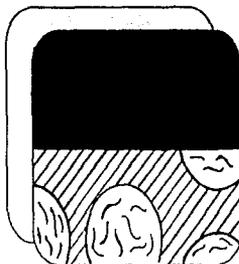
...proporcionando buena
calidad en trozos finos...



TOMA: 95
PLANO: GROUP
SHOT
EFECTO:
DISOLVENCIA

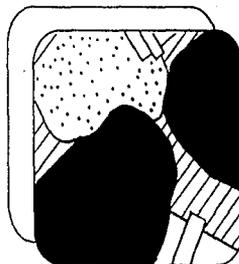
5 5:00

...las tintas en offset son
mate, brillante o semiopacas
de secado instantáneo...



TOMA: 94
PLANO: GROUP
SHOT
EFECTO: MASCARILLA
DISOLVENCIA

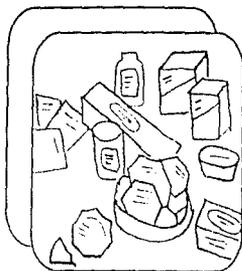
2 4:55



TOMA: 96
PLANO: CLOSE UP
(PICADA)
EFECTO:
DISOLVENCIA

5 5:05

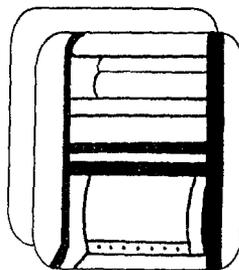
...mientras que en serigrafía
existen tintas que tardan
desde minutos hasta horas...



TOMA: 97
PLANO: GROUP
SHOT
EFECTO:
DISOLVENCIA

4 5:09

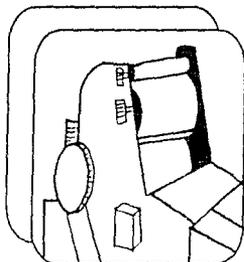
...la mayoría de los artículos
comerciales se reproducen en
offset...



TOMA: 99
PLANO: MEDIUM
SHOT
EFECTO:
DISOLVENCIA

4 5:18

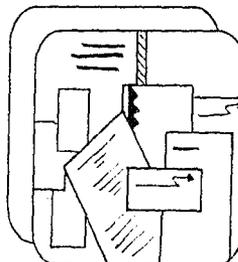
...por estas características se
recomienda como el mejor
método de reproducción...



TOMA: 98
PLANO: MEDIUM
SHOT
EFECTO:
DISOLVENCIA

5 5:14

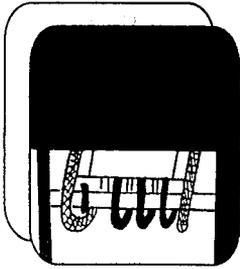
... setá técnica vino a revolucio-
nacion la impresión debido a
su gran eficiencia y calidad...



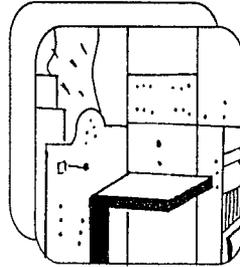
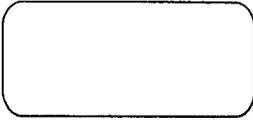
TOMA: 100
PLANO: GROUP
SHOT
EFECTO:
DISOLVENCIA

3 5:21

...para publicaciones y propa-
ganda en general...



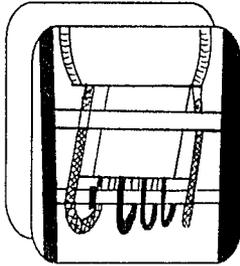
TOMA: 101
PLANO: CLOSE UP
EFECTO: MASCARILLA
DISOLVENCIA
2 5:23



TOMA: 103
PLANO: MEDIUM
SHOT
EFECTO:
DISOLVENCIA

3 5:31

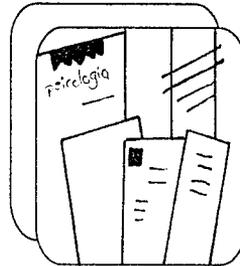
...su elección dependerá en
gran medida...



TOMA: 102
PLANO: CLOSE UP
EFECTO:
DISOLVENCIA

5 5:28

...Hoy que utilizar al máximo
las posibilidades de impre-
sión disponibles...



TOMA: 104
PLANO: GROUP
SHOT
EFECTO:
DISOLVENCIA

3 5:34

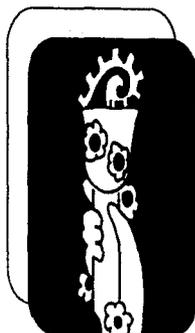
...de lo que se vaya a impre-
mir...



TOMA: 105
PLANO: FULL SHOT
EFECTO:
DISOLVENCIA

3 5:37

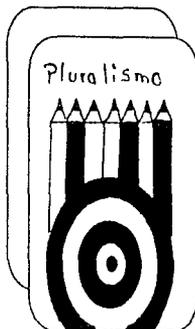
...así cualquier explicación que se proporcione de las variantes...



TOMA: 107
PLANO: FULL SHOT
EFECTO:
DISOLVENCIA

3 5:42

...al Diseñador Gráfico en la selección del más adecuado...



TOMA: 106
PLANO: FULL SHOT
EFECTO:
DISOLVENCIA

2 5:39

...técnicas de impresión no limitan...



TOMA: 108
PLANO: FULL SHOT
EFECTO:
DISOLVENCIA

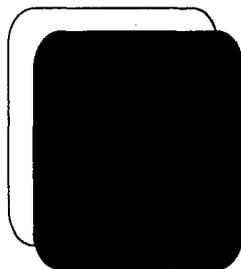
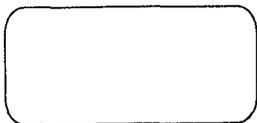
3 5:45

...en este caso para la reproducción del cartel...



TOMA: 109
PLANO: FULL SHOT
EFECTO:
DISOLVENCIA

3 5:48



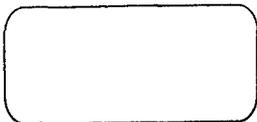
TOMA: 111
CARTON NEGRO
EFECTO:
DISOLVENCIA

2 5:53



TOMA: 110
PLANO: FULL SHOT
EFECTO
DISOLVENCIA

3 5:51



TOMA: 112
PLANO: FULL SHOT
EFECTO: MASCARILLA
DISOLVENCIA

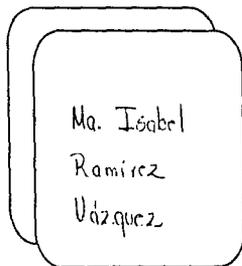
2 5:55





TOMA: 113
PLANO: FULL SHOT
EFECTO:
DISOLVENCIA

3 5:58



TOMA: 115
PLANO: FULL SHOT
EFECTO:
DISOLVENCIA

4 6:06



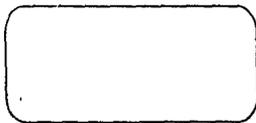
TOMA: 114
PLANO: FULL SHOT
EFECTO:
DISOLVENCIA

4 6:02



TOMA: 116
PLANO: FULL SHOT
EFECTO:
DISOLVENCIA

4 6:10



Asesores:

D.G. Alejandro Canjejo
D.G. Gerardo Cervantes
D.G. Laura Espinaza

TOMA: 117
PLANO: FULL SHOT
EFECTO:
DISOLVENCIA

6 6:16

voz:

Sandra Mena

TOMA: 119
PLANO: FULL SHOT
EFECTO:
DISOLVENCIA

4 6:26

Asesores:

P. Gabriela Gutiérrez
D.G. Agustín Méndez

TOMA: 118
PLANO: FULL SHOT
EFECTO:
DISOLVENCIA

6 6:22

Diseño Gráfico
1997

TOMA: 120
PLANO: FULL SHOT
EFECTO:
DISOLVENCIA

4 6:30

4.4. ELEMENTOS FOTOGRAFICOS

La fotografía es un elemento visual de mucha importancia y es fundamental en este trabajo, por este motivo se debe tener gran cuidado en la realización de las tomas fotográficas y analizar la composición para poder justificarlos y hacerlo, agradable y atractivo para el espectador.

Se debe tener conocimiento de estos elementos que componen la fotografía para hacer uso correcto de estos y realizar una imagen limpia, impactante y de calidad.

Es ya de nuestro conocimiento que hay imágenes concretas y abstractas utilizando casi siempre las concretas por su legibilidad y porque estamos observándolas constantemente, siendo así más práctico el aprendizaje en el espectador.

Por otra parte usar imágenes abstractas, resultan de difícil lectura y esto puede interrumpir en la comprensión del tema, aunque estas imágenes tienen un valor estético y decorativo.

En toda imagen hay un tema aparente y un tema real. En el primero el espectador lo interpreta de acuerdo a sus vivencias o estados de ánimo.

El tema real es la imagen que nos expresa algo

concreto, es decir no hay que profundizar en lo que se está observando.

Para que nosotros obtengamos una buena imagen en la fotografía se mencionan varios elementos los cuales podemos usar y son línea, color, formas, efectos de luz, etc.

LINEA: La composición más elemental está basada en las líneas, porque es un elemento muy necesario en toda composición y se clasifican de la siguiente manera:

LINEA HORIZONTAL: Tiene la característica de representar paz, tranquilidad, orden, reposo, etc.

LINEA VERTICAL: Da la sensación de sublimidad, permanencia, estabilidad, dignidad, fuerza, gravedad y equilibrio.

LINEAS CURVAS: Significan y dan la sensación de movimiento, gracia, flexibilidad. Se debe evitar el abuso de curvas y debe hacerse con cuidado porque pueden provocar efectos no muy buenos.

LINEAS DIAGONALES: En la imagen la línea oblicua inclinada o diagonal crea la sensación de inestabilidad, desequilibrio o acción. Cuando estas líneas tienen una dirección hacia abajo indican

abatimiento, derrota, humillación, etc. y cuando la dirección es para arriba indican orgullo, exaltación, vencimiento, etc.

La combinación de estos ejemplos de líneas logran en una imagen una composición agradable y la idea que se quiere transmitir adquiere más fuerza.

FORMA: Todo objeto tiene una forma propia que se reconoce fácilmente. La forma se define por el contorno de los objetos o figuras, estas pueden ser formas Naturales, Geométricas y Abstractas. Las que más se usan son las formas naturales porque se recuerdan con más facilidad ya que el espectador está en constante contacto con estas.

FORMAS GEOMETRICAS: Son del agrado del espectador porque no se requiere del mayor esfuerzo para comprenderlas, de hecho se identifican con más facilidad.

FORMAS ABSTRACTAS: No tienen relación con algo conocido. Estas no son muy usuales por su dificultad para comprenderlos y recordarlos. No se recomienda usarlas en audiovisuales educativos. La finalidad de las imágenes es satisfacer el

sentido de la vista creando, imágenes agradables para que el mensaje sea asimilado correctamente.

El tema real de una imagen es el conjunto de elementos que lo componen y toda imagen se puede caer al desorden y esto sólo confundirá al espectador. Es necesario hacer una correcta distribución de elementos, buscar el equilibrio de los objetos y el color.

DESTAQUE DE ELEMENTOS: Cuando hay que darle importancia a una composición o queremos resaltar algún elemento se puede recurrir a las siguientes formas:

Utilizar flechas que sirven de guía para un punto de atracción o el desenfoque.

Se puede recurrir a una serie de efectos para destacar cada imagen, estos se logran utilizando filtros con degradado de colores, velocidades, efectos de multimagen, etc. Se recurre también a las mascarillas, cortinillas, efecto aurea y de neón. Estos trucos se hacen para impactar y atraer la atención haciendo más interesante el tema.

Los ángulos de toma deben llevar una continuidad no es recomendable tener una toma en

plano general y pasar a un big close up o close up porque el cambio es muy brusco y es molesto para el espectador. Toda proyección debe tener continuidad tanto de ángulos como de la narración.

Una vez que se han descrito estos elementos para obtener una composición agradable se analizarán los elementos gráficos que se usaron en la realización del audiovisual.

4.5 ANALISIS GRAFICO

En la lectura de imágenes, el tema es real porque las fotografías son más concretas y sólo se ve lo que se quiere dar a entender.

Con estos conceptos se procuró que en el audiovisual las tomas fueran más sencillas para que el alumno comprenda perfectamente y no se le dificulte el tema.

El tema aparente es la interpretación que cada persona le dé, dependiendo el conocimiento o experiencia del receptor.

Estructura. Ya se mencionó que es la composición de cada imagen.

Para el formato de las fotografías se hicie-

ron algunas en forma vertical esto fue para que el diseño del cartel no perdiera detalles.

Líneas Diagonales: Se usó para crear dinamismo, tratando de que el tema no resultara tan monótono. Se evitó que las líneas tuvieran una inclinación hacia abajo.

Líneas Curvas. Se aplicaron en el audiovisual en las tomas donde la pintura está en el piso y en algunos elementos geométricos dentro del diseño de cartel estas formas son agradables porque provocan gracia y flexibilidad.

Forma: Se usaron también en el audiovisual formas geométricas estas son muy claras y muy agradables ya que no requieren del mayor esfuerzo para entenderlas.

Destaque de Elementos: Se usó el contraste por nitidez este se logra con un filtro que se coloca a la cámara y la parte central se observa perfectamente la imagen y todo alrededor se ve borroso.

Efecto de Multimagen: Este se hace también con un filtro que se coloca en el lente de la cámara y la imagen se multiplica, este efecto se usó en algunas tomas sólo para destacar algunos elementos.

Se recurrió al efecto de neón en los títulos, subtítulos y en los créditos.

El uso de mascarillos y cortinillos se dió para indicar cambio de tema o de formato; esto fue con la intención de no provocar cambios tan bruscos entre un formato horizontal y uno vertical.

Al mencionar formatos, quiero señalar que el formato horizontal, es el más usado para la proyección de diapositivas; porque nuestra visión es horizontal abarcando casi los 360 grados de visibilidad. También decidí hacer las tomas de carteles en formato vertical porque de esta manera no se perdían tantos detalles como de forma horizontal; así se combinaron ambos formatos, para percibir una mejor imagen.

Los planos que se usaron fueron big close up, close up, group shot, long shot, etc. Pues cada toma tuvo una determinada necesidad por este motivo se usaron todos los planos. Esto nos da la posibilidad de crear diferentes sensaciones jugando un poco con los planos fotográficos.

Todo este trabajo se realizó en el Seminario Taller con el apoyo y ayuda de los maestros que estuvieron a cargo de este Seminario, profesores de la carrera de Diseño Gráfico y Pedagogía.

4.6. EDICION Y SONORIZACION.

En este trabajo se pretendió que hubiera una planeación desde el objetivo, el público al que está dirigido el audiovisual, costos, etc. todo esto se logró gracias a los recursos de material y talleres con los que cuenta la ENEP Acatán.

Una vez que se terminó la etapa de las tomas fotográficas, se seleccionaron y enumeraron las transparencias que antes de llegar a este punto ya se ha seleccionado el tipo de voz del narrador los cambios de música y si es necesario los efectos sonoros.

Se grabó la voz de un sólo locutor apoyado de efectos de música o sonoros si se requieren, estos efectos se realizaron en el taller de radio.

La voz del locutor es de una mujer con la intención de presentar el audiovisual de una manera estética o sutil, dándole al mismo tiempo una función connotativa. El sonido, como ya se mencionó en el capítulo III, está considerado como el elemento más importante del diaporama.

La música juega un papel muy importante como fondo musical. El silencio forma parte del sonido a este elemento se le conoce como la ausencia de música, de ruidos de voz o de ambos; en este caso se usó el fondo musical sin voz, esto fue provocado para indicar el cambio de tema.

Se usaron siete cambios musicales durante la proyección. El audiovisual tiene una duración de 6:22 minutos aproximadamente.

Inicia con una imagen en negro y música lenta, continua la melodía y se da una introducción visual de imágenes de carteles, este tema musical tiene una duración de 50 segundos en este tiempo de narración se habla de color por esta razón la melodía es más rítmica, la tercera pista entra en el minuto 2:16 dándose el cambio de tema, 35 segundos es el tiempo de duración para la sexta melodía, se escogió un tema musical suave para indicar la terminación del audiovisual en este momento se proyectan los créditos.

Para el material de edición se ocupó el taller de T.V. para la proyección de imágenes. Se usaron dos proyectores y una pantalla se hicieron exposiciones de imágenes.

Se dió el uso de cortinillas y mascarillas, se

procuró estandarizar el formato, haciéndolo en algunos casos cuadrado, este efecto se aplico en carteles donde su diseño original está en forma vertical así se pudo conservar una continuidad y evitar un descontrol en la proyección.

Todo este material es muy costoso por lo que debemos cuidarlo, Es conveniente mantener en buen estado el audiovisual, para evitar que se dañe se explican algunas recomendaciones tomadas del libro "Manual para la elaboración de Audiovisuales de Imagen Fija" del autor Antonio Narguez Ramírez:

- 1.- Las diapositivas se deben tomar con cuidado se toman por la parte de las monturas de cartón o de plástico, no se deben poner los dedos en la película, esto es para evitar que las huellas digitales puedan quedar marcadas y aparecer en la proyección de la transparencia.
- 2.- Las diapositivas deben permanecer en el proyector encendido solamente el tiempo necesario, el calentamiento excesivo puede dañarlas.
- 3.- Las diapositivas deben ordenarse en la secuencia de proyección, terminada la presentación

del audiovisual deben guardarse ordenadamente.

4.- Para que se conserve en buenas condiciones los cassettes, hay que evitar que estén expuestos a temperaturas altas, mucha humedad o demasiado polvo.

5.- Antes de hacer la presentación del audiovisual asegurarse de que, el equipo de proyección y el de grabación estén en buenas condiciones de trabajo.

CONCLUSIONES

Esta investigación es un medio de consulta para los alumnos y profesores, cada uno con diferentes funciones:

Para ambos el audiovisual, es un recurso didáctico; el cual reforzará la clase, haciéndola más completa y dinámica.

Se mencionaron las características, funciones y ventajas de los dos sistemas de impresión: Serigrafía y Offset se complementó cada técnica explicando desde sus orígenes, cómo ha sido su desarrollo y los cambios que tuvo hasta nuestro días. El mismo proceso se siguió para el tema de cartel, en el capítulo 1, se señalaron los elementos básicos que lo forman, los cuales no debemos de olvidar.

Esta información se seleccionó y se conjuntó, en un audiovisual, es necesario mencionar, que hacer un Audiovisual como Material Didáctico, para el proceso Enseñanza-Aprendizaje, es un trabajo muy laborioso y en ocasiones complicado. Pero una vez ver terminado

nuestro trabajo en el cual hubo dedicación y creatividad obtendremos buenos resultados y una satisfacción personal.

Recomiendo a ustedes estudiantes de Diseño elaborar un Audiovisual de Enseñanza-Aprendizaje con paciencia y tiempo. En esta tesis, se les explica cada paso que se debe de seguir; para su realización y para tener éxito en la proyección. La invitación está abierta a todos aquellos que deseen dedicarse a los espectáculos audiovisuales y no dudo en que produzcan Audiovisuales muy atractivos.

Es importante que el Diseñador Gráfico, demuestre su capacidad y creatividad para innovar, el campo de trabajo es muy extenso y versátil el cual, nos da la posibilidad de penetrarnos y expresarnos como comunicadores Gráficos.

Día con Día nos enfrentamos a la competencia de empresas, agencias de Publicidad, despachos, etc. y se nos exige como Profesionistas, tener los suficientes conocimientos, aptitudes,

calidad y creatividad para alcanzar el éxito.

Con la terminación de esta tesis y elaboración del audiovisual se ha cumplido el objetivo. Fue una tarea en la que estuvo dedicado mucho tiempo, pero finalmente se concluyó y está reservado a todos los alumnos que estén interesados en estos temas, que busquen el éxito aplicando estos conceptos básicos de diseño en sus trabajos dando una buena distribución de estos elementos.

Así, espero que este trabajo les sirva de guía y aclare sus dudas, para aplicar nuestra capacidad en cada trabajo y romper con las normas establecidas.

Por último. Es necesario, aprender a tomar decisiones con diferentes posibilidades de solución, para satisfacer ese gran mercado

" LA PUBLICIDAD ".

BIBLIOGRAFIA

ACUÑA, Limón Alejandro

La producción del Audiovisual como una forma de apoyo didáctico.

Tesis de Comunicación U.I.A. 1983

ALVAREZ, del Castillo Alejandra, Costant del

Mora Olivia

Material Didáctico sobre técnicas de Reproducción para Diseñadores Gráficos

Tesis U.I.A. 1983

ARNOLD, Eugene

Técnicas de la Ilustración

L.C.D.A. las ediciones de Arte.

ARRAQUIN, J.L.M.

Tres Acercamientos a la Educación Audiovisual.

Ed. Trillas 1987

AQUINO, Casas Arnulfo

Conferencia Magisterial para el primer encuentro de Gráfica Iberoamericana.

BAQUEIRO, Lizbeth

Planeación de Materiales Audiovisuales

Ed. Harla

BARNICOT, José

Los Carteles

Ed. Gustavo Gilli

BELTRAN, Raúl Ernesto y Cruces

Publicidad en Medios Impresos

Ed. Trillas México, 1989

CAMEO, Misrahi Jack, Castellanos Fernández D.

El método audiovisual como herramienta de

apoyo del Diseño Gráfico

Tesis de Diseño Grafico U.I.A. 1986

CAZA, Michel

Técnicas de Serigrafía

DAWSON, Jhon

Guía Completa de Grabado e Impresión. Técnicas y Materiales.

Ediciones H.Blume

EATEL, E. Robert

La Producción de Multi-Imagen

Multivisión Audiovisual S.A.

F. Capetti

Técnicas de Impresión

GONZALEZ, Alonso Carlos

El Guión

ed. Trillas México 1990

GUTIERREZ, Gabriela

El papel de la didáctica en el proceso enseñanza-aprendizaje

HARTLEY, E. Jackson

Introducción a la práctica de las Artes Gráficas

Ed. Trillas 1977 México.

KUAI, Breña Ma. de la Asunción, Kinsey Bueno

Ma. Guadalupe

El diseñador y las Artes Gráficas dependencias

Mutuas

U.I.A. Tesis de Diseño Gráfico 1986

LOCHE, Renée

La Litografía

Ediciones R. Torres Barcelona 1975

LOMBARDO, Alfaro Rosalba

Audiovisual y folleto para la Difusión de la

Carrera de Diseño Gráfico.

U.I.A. Tesis de Diseño Gráfico México 1984

LYNN, Jhon

Como preparar diseños para la Imprenta

Ed. Gustavo Gilli Barcelona 1989

MORENO, Bayardo Ma. Guadalupe

Fundamentación y Práctica.

Tomo I Ed. Progreso

MULHERAIN, Jenny

Técnicas de Representación para el Artista

Gráfico.

Ed. Gustavo Gilli Barcelona 1990

MURRAY, Roy
Manual de Técnicas
Ed. Gustavo Gilli Barcelona 1980

NORGUEZ, Ramírez Antonio
Manual para la Elaboración de Audiovisuales
de imagen fija.
Instituto latinoamericano de la Comunicación
Educativa.

NORGUEZ, Ramírez Antonio
Módulo de Sistematización de la enseñanza.
Unidad Modular VII ILSE 1988

PARRAMON, José María
Así se pinta el cartel
Ed. Instituto Parramón Barcelona 1975

PRIETO, Castillo Daniel
Elementos para el análisis de mensajes
Ed. ILSE México

R. Randolph Karch
Manual de Artes Gráficas.
Ed. Trillas México 1978

RAVIOLA, E.
Formas para Offset
Ed. Don Bosco Barcelona 1981

RENAU, Josep
Función Social del Cartel

RUSS, Stephen
Tratado de Serigrafía Artística
Ed. Blume Barcelona 1974

SATUÉ, Enric
El diseño Gráfico desde sus orígenes hasta
nuestros días.
Ed. Alianza

SUWANN, Alan
Bases del Diseño Gráfico.
Ed. Gustavo Gilli Barcelona 1990

T. Turnbull Arthur y N. Baird N. Rusell
Comunicación Gráfica.
Ed. Trillas México 1990

TIM, Mara

Manual de Serigrafía.

Ed. H. Blume Barcelona 1981

TOBAU, Ivan

Dibujando el Cartel.

Ediciones CEAC Barcelona España 1968

SANTOS, Torella Rafael

El Cartel

Ed. Argos S.A. Barcelona 1949