



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLÁSTICAS

"Aplicación práctica en medios impresos, digitales y audiovisuales de diversos proyectos en la carrera de Diseño y Comunicación Visual."

Tesina

Que para obtener el título de:

Licenciado en Diseño y Comunicación Visual

Presentan

Mónica Leticia Gómez Hernández

Omega Muñoz González

Lorena Rivera Ramírez

Adelina del Carmen Zamudlo Nieto



DEPTO. DE ASESORÍA
PARA LA TITULACIÓN

ESCUELA NACIONAL
DE ARTES PLÁSTICAS
XOCHIMILCO D.F.

Director de Tesina: Lic. Jorge Novelo Sánchez

México, D.F. 2005

m339849



Universidad Nacional
Autónoma de México



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.

Autorizo a la Dirección General de Bibliotecas de la UNAM a difundir en formato electrónico e impreso el contenido de mi trabajo recepcional.

NOMBRE: Omega Muñoz González

FECHA: 11 de enero de 2005

FIRMA: [Firma]

Autorizo a la Dirección General de Bibliotecas de la UNAM a difundir en formato electrónico e impreso el contenido de mi trabajo recepcional.

NOMBRE: Lorena Rivera

FECHA: 11 de enero de 2005

FIRMA: [Firma]

Autorizo a la Dirección General de Bibliotecas de la UNAM a difundir en formato electrónico e impreso el contenido de mi trabajo recepcional.

NOMBRE: Adelina del Carmen

FECHA: 11 de enero 2005

FIRMA: [Firma]

Índice

Mónica Gómez	
Prólogo	1
e-learning Pfizer	2
Estructuración del problema	
Planteamiento y justificación	3
Aplicación a CD-ROM e Impreso	7
Omega Muñoz	
Prólogo	11
TVyNovelas	12
Canal 22	16
Lorena Rivera	
Prólogo	20
Realización de cortometraje	21
Pre-producción	
Producción	22
Post-producción	24
Conclusiones	26
Diseño y programación de un CD multimedia interactivo	27
Adelina Zamudio	
Prólogo	29
Undo	30
Luz de luna azul	31
FODECA	35
Inspectores de energía	36

Prólogo

El trabajo que presento a continuación es el diseño y producción de un proyecto de e-learning realizado para la industria farmacéutica.

Trabajando con el área de Capacitación y Desarrollo de Pfizer Farmacia de México, este proyecto está dirigido a la capacitación de la Fuerza de Ventas Pfizer, que es una de las más prestigiosas y reconocidas dentro de la Industria Farmacéutica, el objetivo final del mismo es mantener su Liderazgo, y un aspecto determinante para lograrlo es el amplio conocimiento de cada uno sus productos con la finalidad de posicionarlos como líderes en el área terapéutica a la cual pertenecen.

Este proyecto tiene como finalidad primera la de asegurar que, a partir del auto-estudio, los Representantes Médicos puedan completar y corroborar los conocimientos necesarios para la prescripción y el padecimiento al que se enfocan.

Cada manual que conforma el área de Entrenamiento de la fuerza de ventas, dentro del proyecto de e-learning Pfizer, tiene la finalidad de proveer toda la información sobre anatomía, fisiopatología, producto y competencia. De tal forma que cada manual constará de tres presentaciones, la versión en línea (web), la multimedia (CD interactivo), y la impresa, cada una de estas con un análisis y revisión pedagógica previa; para apoyar el fácil acceso a la información que requieran los representantes de Ventas, obteniendo así un óptimo aprendizaje, que permitirá aplicar conjuntamente los conceptos clínicos con las habilidades de Venta Integral y de esta manera lograr una comunicación más completa con el médico general y especialistas para posicionar los productos en el número uno del mercado.

En este ejercicio tomaremos algunos ejemplos como base, para mostrar la aplicación de los materiales a los distintos soportes gráficos que conforman el paquete que se proporcionará al equipo de fuerza de ventas, para tener resultados óptimos en su experiencia y adaptación al "e-learning".

e-learning Pfizer

Estructuración del problema

Como necesidad primera el área de Capacitación y Desarrollo Pfizer requería del diseño y producción de un sitio web, al que tuvieran acceso ilimitado los empleados de Pfizer (especialmente el área de fuerza de ventas), en el que se anidaran: Noticias, Lanzamientos de productos, Utilerías, Tutoriales, Tips, Chat, Foros, y por supuesto, Entrenamiento y Evaluaciones constantes.

El acceso al sitio e-learning, lleva un registro de usuarios, con la finalidad de recoger los resultados de las evaluaciones arrojados de cada uno de los usuarios durante el proceso de aprendizaje.

De tal forma que el sitio requerido y las páginas que conforma, serán de orden Informativo/ Documental; entonces podemos establecer que el grupo de usuarios al que se destinará el sitio son de tipo "expertos". Es decir, nuestros usuarios utilizarán los medios digitales como mera fuente de información y documentación; desean encontrar lo que buscan en el menor tiempo posible y de forma clara.

Es importante establecer las necesidades primeras, para poder establecer bases de diseño congruentes con las necesidades funcionales y estéticas.

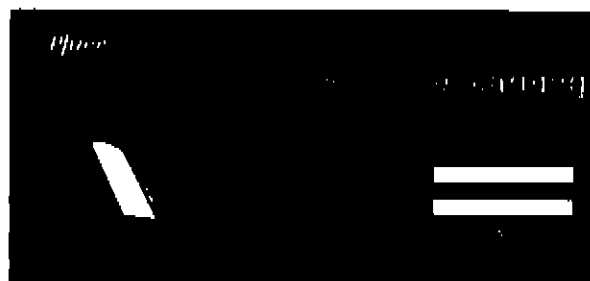
En todos los casos se deben seguir al pie de la letra las regulaciones de diseño, uso y distribución de imágenes, logotipos y frases publicitarias, así como el uso de tipografías estipulados por la empresa.

Algunas estipulaciones (las más importantes) son las siguientes: el logotipo de la empresa siempre deberá utilizarse sobre fondos en plata, en color azul (Pantone Coated® 285), blanco o negro; deberá ser situado en la esquina superior izquierda y en la parte inferior, alineado con éste, deberá ser colocado (en los casos necesarios) el logotipo del área Capacitación y Desarrollo o en su defecto en la esquina superior derecha. Los logotipos de los productos se colocarán, en el caso de los Impresos, en la esquina inferior izquierda de cada página, y para su uso en las versiones multimedia y

web deberán ser colocados en el centro de la barra superior de "imagen / logotipo". Las familias tipográficas permitidas por la empresa son de tipo Grotesk, es decir, de palo seco, "Helvéticas" y "Arial" y de tipo Romano "Times", "Garamond" y "Bodoni"

Planteamiento y Justificación

Una vez que se tuvo una idea clara del efecto visual que se deseaba crear, el impacto funcional, estético y psicológico, que se ajustara tanto al destinatario como a los contenidos, se obtuvieron los resultados que se presentan en las siguientes imágenes. Siendo el fondo de la pantalla la superficie de color más extensa, y ya que los colores no solo se perciben como colores per se, sino que también influye el marco perceptual y cultural concreto, el color que se aplicó, teniendo en cuenta las connotaciones específicas bajo un criterio estricto de selección, en combinación de los elementos de diseño que le acompañan en la mayoría de las interfaces gráficas y layouts, fueron la combinación de azules, verdes agua y blanco, como bases y colores que por su efecto producen contrastes positivos o bien los colores que cada producto marque como lineamiento de diseño.

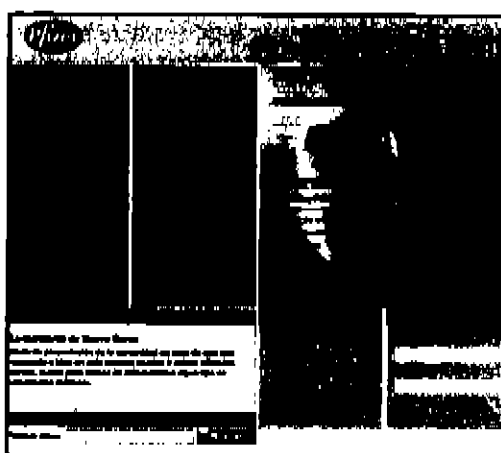


Index e-learning

En este ejemplo, (pantalla de acceso), los colores usados son el azul en combinación con blanco y amarillo-naranja. En cuanto a los colores hay que hacer notar que la combinación del color azul, que se percibe como un color serio, profundo y reservado, con blanco que es un color clínico, estéril y puro, y con el naranja en un punto estratégico de atención, producen un alto contraste cromático y de percepción ya

que este último denota alegría, vitalidad, es directo y llamativo. De tal forma que se buscó que esta primer pantalla de acceso y las que se anidan en el "Home de e-learning Pfizer", sigan una línea de diseño limpia, que tengan la sobriedad necesaria, que transmita un mensaje racional, serio y a su vez dinámico acorde a la temática y productos que ofrecen, sin perder de vista que la estética y funcionalidad de las mismas inviten a los usuarios a ingresar y participar en las dinámicas.

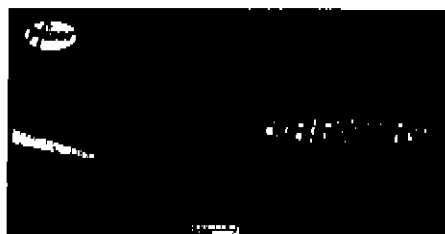
El siguiente ejemplo es el "Home" que se encuentra dividido en secciones como son: Entrenamiento (que es en la que nos enfocaremos ejemplificando brevemente), utilerías, educación científica, tips y noticias, entre otras.



Home e-learning

La retícula de la página es la siguiente: una barra superior de imagen/logotipo, y una más a lo ancho de toda la página de navegación. Las barras de navegación situadas a todo lo ancho de la pantalla son adecuadas para las páginas iniciales y las páginas compuestas sólo de imágenes. En este caso resulta ser una opción acertada ya que se trata de una página con una considerable cantidad opciones de navegación y textos breves a manera de menús desplegables que ahorran una gran cantidad de espacio en pantalla y ofrecen una visión más rápida de los temas principales.

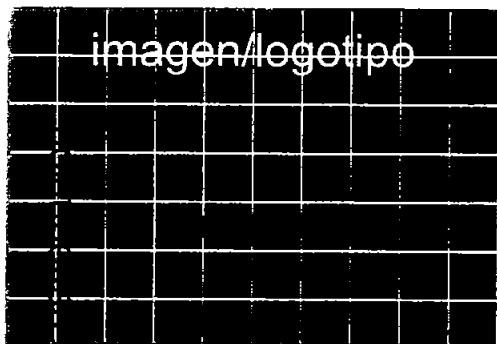
Los siguientes son ejemplos de pantallas "index" de algunos de los productos que pueden ser consultados en este sitio dentro de la sección de Entrenamiento. Como se puede observar existe continuidad en los lineamientos de diseño y reticulación.



Normalmente una página web se compone de elementos básicos, como un campo de texto, un campo de imágenes y un campo de navegación, a los que puede agregarse un campo para la visualización de películas. Conviene situar el campo de navegación que presenta la lista de contenidos y opciones disponibles, en el lado izquierdo de la pantalla. Esta maqueta responderá a las expectativas del usuario del hemisferio occidental, cuyo hábito es leer de izquierda a derecha. De este modo la atención se concentrará primero en la información estructural, para avanzar después en la información detallada.

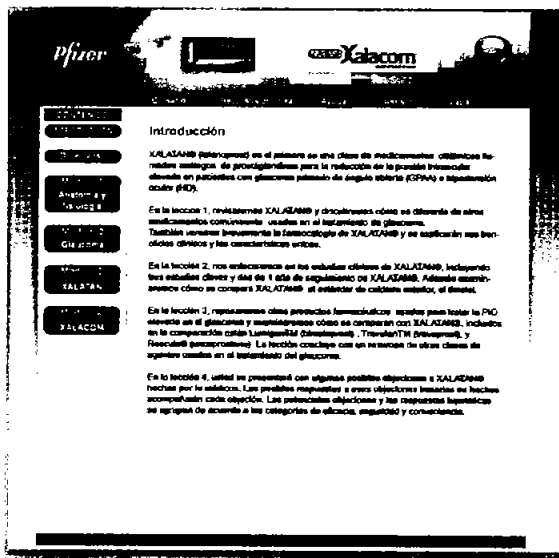
Otra razón para situar el campo de navegación a la izquierda es que los internautas o

usuarios visualizan la página en monitores de distintas dimensiones, de tal forma que hay que prever posibles pérdidas de información del lado derecho de la página. Para las páginas interiores de cada producto, la retícula utilizada es la siguiente:



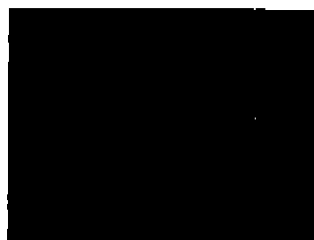
De tal forma que elegir esta reticulación resulta adecuado pues es clara para los usuarios y les ayuda a no perderse en la navegación.

La siguiente imágenes ejemplifican la reticulación de las páginas interiores:



Un punto importante en la producción de publicaciones para web, es la tipografía; para una óptima visualización de la tipografía en monitor se usó, como se puede observar en todos los casos, una de palo seco ya que al carecer de remates estilísticos, se visualiza de manera más clara y menos pixelada; a aparte de darle al sitio un aspecto de sobriedad y racionalidad.

Dentro de este sitio de e-learning y como ya se había mencionado antes, existe la posibilidad de acceder a evaluaciones y/o juegos en los que deberán aplicarse los conocimientos adquiridos. Estas evaluaciones y juegos permiten motivar de forma didáctica al estudio y corroboración de conocimientos, así como ejercer una valoración del nivel de conocimientos de los productos por parte de los usuarios. Los siguientes son ejemplos de algunas interfaces de juegos y evaluaciones.



Aplicación a CD-ROM e Impreso

Transferir una retícula de un soporte impreso a web o viceversa implica el mismo grado de dificultad que transferir a CD-ROM, es decir: la retícula no puede transferirse tal cual, debido a las propiedades técnicas y a las características de visualización propias de los distintos soportes. Por ejemplo, los formatos suelen ser diferentes (vertical para los impresos y apaisado para pantalla) y la resolución en monitor es muy inferior a la que ofrece el papel. Ello afecta indudablemente la estructura de la retícula y la tipografía. Puede afirmarse por tanto, que una retícula sólo puede ser "traducida" en un sentido amplio, es decir, identificando y trasladando únicamente aquellos elementos estilísticos de ésta que se emplean de un modo que permite adecuarlos al soporte en

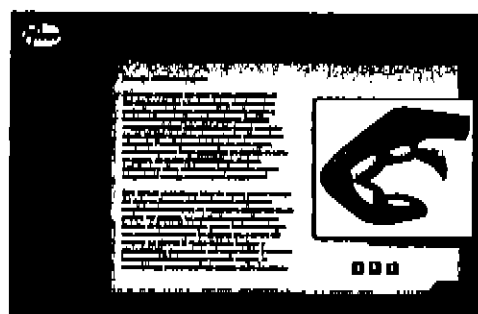
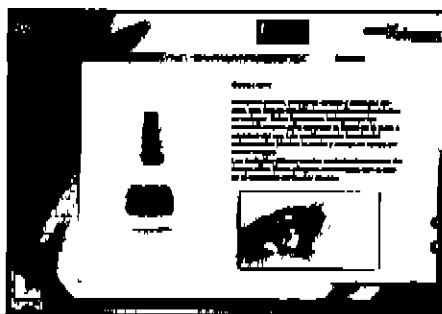
que se presentarán.

El diseño de un CD-ROM es muy similar al de un sitio web: también se rige por las reglas especiales para pantalla, distintas a las publicaciones impresas. Sin embargo, el CD-ROM, presenta la ventaja de no depender de un navegador, lo cual implica que su presentación final está definida de un modo mucho más fiable que la de un sitio web. Prácticamente todas las tecnologías adecuadas para configurar una página web en Internet pueden aplicarse para generar un CD-ROM. Como ocurre en la red, es posible integrar imágenes, audio, vídeo, textos y elementos interactivos, sin necesidad de preocuparse por la conexión o navegador del usuario.

Los CD-ROM suelen utilizarse con fines educativos o informativos. La aplicación de una retícula inteligible y minimalista permite asimilar los contenidos más fácilmente.

Todas las aplicaciones que se mencionaron anteriormente se utilizarán en la búsqueda

imagen/logotipo



La jerarquización eficaz del menú principal en submenús con opciones crea un patrón visual que, en poco tiempo, resulta familiar al usuario y le invita a desplazarse por el CD con seguridad. En este ejemplo se utilizó una cuadrícula o retícula de diseño eficaz y un sistema de codificación de color adecuado. Dado que no dependemos del ancho de banda las imágenes no siempre tienen que ser fijas sino que se ocupan animaciones con mucho más frecuencia que en la versión web.

Aunque la retícula tipográfica y el volumen del texto de una publicación impresa no siempre pueden transferirse a un soporte digital o viceversa, en este ejemplo de aplicación a Impreso se conserva la estética general. Esto se consigue utilizando colores e incluyendo referencias de los elementos tipográficos y gráficos.

La versión impresa permite tratar libremente el texto y tipografías, por ejemplo, utilizando cuerpos de letra pequeños y fuentes con estilo; en cambio, por su baja resolución, estos dos recursos no son adecuados para su uso en soportes digitales.

La reticulación y características de diseño editorial se muestran en el siguiente ejemplo:

La tipografía será Arial de 12 pts. Bandera izquierda a la segunda línea guía.

El título deberá ir a 13 pts. en bold

Cada que exista un cambio de párrafo se dejará un espacio

De la base de la caja de texto al top de la viñeta, izquierda o table deberá haber 1 cm.

La tipografía será Arial de 12 pts. en blanco. Bandera derecha a la línea guía.

La pieze tendrá 1 cm. de ancho y esta será constante.

La pieze que soporte el título debe estar justificada a las líneas guía

Número de página Arial 10 pts. blanco.

1 espacio

La DGH en ritas puede ser combinado por

- 1 Interacción plática plática
- 1 Tratamiento que ocurren interacción hipotética
- 1 Interacción a la QH

1 espacio

Más específicamente, la DGH puede ser usada por generalización genérica para la producción de QH o para la obtención de la hipótesis de QH, análisis de resultados, o interacción propuesta (que ocurren interacción o plática). La DGH también puede servir como resultado de la obtención de la hipótesis de la plática o el tratamiento de los datos, tratamiento con relación, o testar.

1 espacio

La forma más común de obtención de QH es el hipotetizarlo hipotético. El hipotetizarlo hipotético se trata también en la que se no puede explicar los datos obtenidos durante la vida del paciente. La naturaleza de este tratamiento depende de la hipótesis que un doctorado o estudiante puede por el responsable o puede por interacción de los datos hipotéticos. Este resultado también ha sido asociado con diferentes propósitos.

1 espacio

La DGH, de acuerdo a la teoría, que trata en la hipótesis, puede servir en DGH en la obtención. La DGH de la hipótesis en el método generalmente ocurre como consecuencia de una hipótesis de la hipótesis o hipótesis interacción (p.e., un tratamiento de la hipótesis), o como resultado de un tratamiento (p.e., interacción de la hipótesis o hipótesis).

1 cm

Tiempo hasta la obtención de QH

La tipografía será Arial de 12 pts. en blanco

El logo del producto debe ir justificada a la segunda línea guía vertical.

Aquí deberá ir el número del módulo y el título del mismo. Arial a 9 pts. en negro.

Número de la lección Arial a 10 pts. gris 83%.

Prólogo

En las siguientes páginas presento dos tipos de trabajos.

El primero, el más reciente, hecho para la revista TVyNovelas de Editorial Televisa, donde trabajé de diciembre de 2003 a diciembre de 2004. El segundo es una propuesta de anuncios de revista para Canal 22, televisora en la que colaboré de agosto de 2002 a diciembre de 2003.

Ser diseñador para TVyNovelas es una labor que de inicio subestimé por no encontrar dónde era que quedaba el diseño gráfico en dicha publicación. Todo radicó en aprender el estilo y entender la función de lo que se hace; como en todo, existe un sin fin de reglas a las cuales irse adecuando. Finalmente terminé por asimilar lo que se requería: diagramar y repartir información en determinado espacio, estéticamente bien resuelto y sobre todo en poco tiempo. Es un trabajo arduo y exigente en el que no hay tiempo para regresar y corregir, así que todos los elementos y detalles tienen que ser hechos de una vez.

En Canal 22, de cierta manera todo fue más tranquilo. Ahí trabajé en el área de impresos y participé, entre otras cosas, en el desarrollo de la imagen del 2003.

A mediados de ese mismo año se empezó a trabajar en otra imagen, esta vez para la señal que mandarían para los latinos, principalmente mexicanos, que viven Estados Unidos. Los anuncios que muestran aquí son para dicha imagen.

TVyNovelas

TVyNovelas es una revista de espectáculos semanal. Es la publicación más vendida y con mayor distribución en nuestro país. Tiene cierre de edición cuatro veces por semana, es decir, que en cada uno de éstos se deben entregar cierto número de páginas listas para imprimir.

La impresión tiene salida en dos diferentes plantas debido a que el traje es muy alto -alrededor de unos 700 mil ejemplares que tienen que ser entregados en el interior de la república cada lunes-.

El equipo de diseño o arte está formado por tres diseñadores gráficos y un director de arte, quien es el encargado de coordinar que la revista se resuelva bien gráficamente.

El estilo gráfico de TVyNovelas es muy colorido y brillante. Se juega con los pesos (importancias) entre encabezados o imágenes tratando de que queden repartidos en un cincuenta y cincuenta por ciento respectivamente.

Se tiene elaborado de antemano un Master (llamado también template) con las medidas, márgenes y estilos tipográficos de la revista.

Los principales estilos tipográficos empleados en TVyNovelas son para:

- Introducción
- Cabeza
- Texto o Cuerpo de texto
- Firma
- Descanso
- Texto de recuadro
- Texto en bold
- Bajada
- Pie de foto

Las fuentes utilizadas son la familia Pointer y Bureau. Cada uno de estos estilos van a servir para darle juego y dinamismo a un artículo pero principalmente son para hacerlo más legible. Siempre va a ser más fácil y atractivo leer un artículo en el que hay recuadros e información repartida al que se hizo únicamente "vacilando" el texto en una sola caja.

Una vez que se tienen el texto y las fotografías un artículo está listo para "armarse". La paleta de color de TVyNovelas (como casi todos sabemos) es muy fuerte y brillante. Se dejan fuera los colores grisáceos debido a que la calidad de la impresión y del papel son malas, por lo que dichos colores harán que las páginas luzcan viejas. La selección del color es prácticamente arbitraria, pero siempre va a ayudar a definir la calidad de las fotografías o la temática del escrito. Así pues, si las imágenes tienen fondos oscuros o fue tomada con poca luz, de preferencia se utilizan colores claros como un amarillo o anaranjado. De la misma manera se escoge el rojo y amarillo para los temas más "escandalosos", por ser una combinación sumamente atractiva.

Introducción...

Título.....

Texto.....



Recuadro

Recuadro

Refinida

Estadística - Análisis de datos

Este artículo es un estudio de la fisonomía del cantante Ricky Martin. Fue publicado el 1 de noviembre de 2004 en la edición número 44, año XXVI. Se le designó el espacio de dos páginas en las había que presentar 7 diferentes close-up del artista.



Lo más importante era hacer notar que Ricky Martin no es la persona alegre y tranquila que aparenta ser. Por el contrario, se tenía que ilustrar que es un hombre que refleja "soledad y desencanto", como dice el encabezado. Escogí esta primera fotografía para abrir a página completa porque su sonrisa es forzada y luce arrugado. En la siguiente página, la secuencia es de cinco imágenes repartidas a lo ancho y largo de la página para rematar en la esquina inferior derecha con una foto "silueteada" o recortada. La descripción de esta imagen se tenía que aprovechar como elemento resaltante porque en ella se sugiere que está loco, por esta razón le asigné mayor espacio y la saqué del marco o frame que llevaban las demás.

Para este proyecto se requería una imagen muy mexicana que penetrara en los compatriotas radicados en Estados Unidos, una imagen moderna y fresca que los remitiera y acercara a su país.

Los identificadores que manejaba Canal 22 en pantalla estaban divididos en cuatro categorías marcadas cada una por un color y un ícono: Arte, amarillo y mariposa; Conocimiento, verde y hoja; Actualidad, azul y trompo; Especiales, rojo y caja.

Se trabajó en una imagen basada en esta división de temas y colores, pues era muy precisa y acorde a la programación del canal, y estaba demostrado que funcionaba.

Se generaron ideas para identificadores de pantalla, impresos y web, mismas partes en las que está formado el equipo de diseño gráfico de Canal 22.

La propuesta fue extensa y bien lograda, aunque después, lamentablemente, se contrató a un equipo externo quien realizó otra versión de la imagen.

Para la parte que me correspondía de impresos, tomé varias fotografías (a manera de boceto) en un recorrido por los mercados Jamaica y Merced, buscando elementos y colores que correspondieran al México que tratábamos de comunicar. Finalmente usó un juego de tonos de un ballable regional al que había asistido meses antes.

Amarillo, arte

Verde, conocimiento

Azul, actualidad

Rojo, especiales





Danza

En la categoría de **Arte**, se aludían los programas de puestas en escena como danza, ópera o cine; en **Conocimiento**, a documentales, ya fueran de naturaleza, ciencia o personajes; **Actualidad** se refería a los noticieros y programas que tuvieran que ver



conocimiento

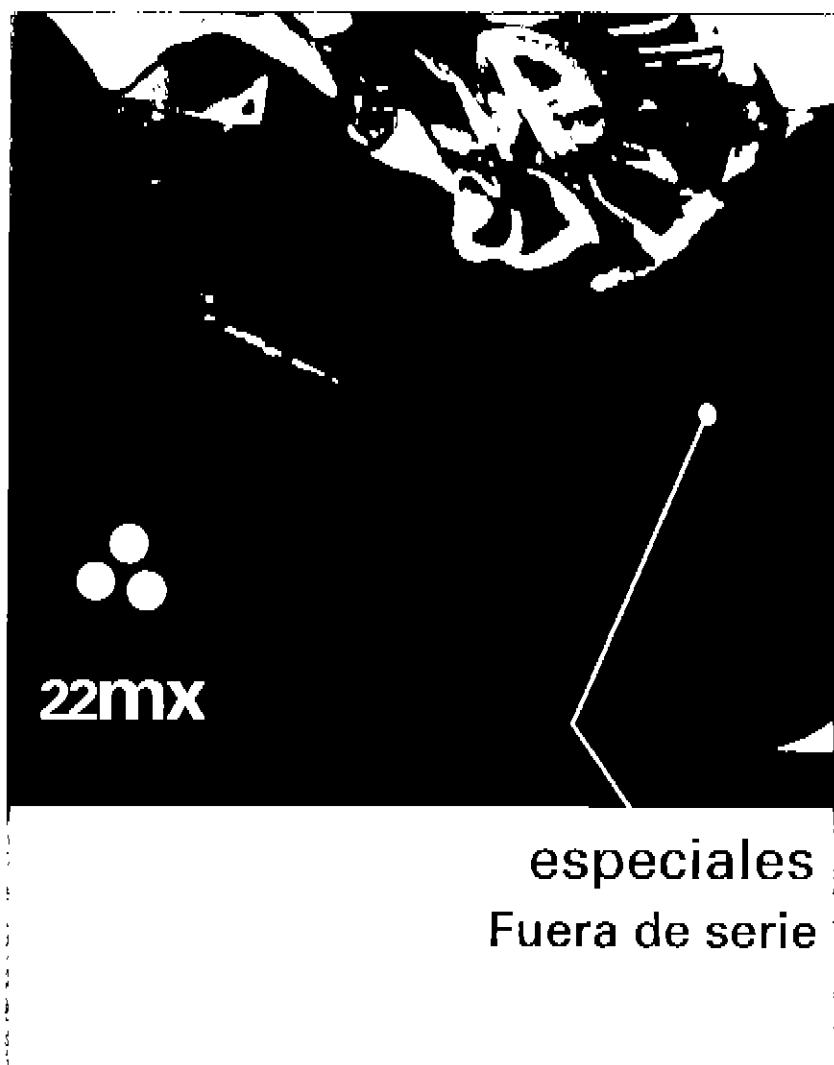
Perfiles de nuestro mundo

con el día a día; y finalmente, los **Especiales** con las mejores miniseries y coberturas de festivales tales como el Festival Internacional Cervantino

Aunque no muy catricta, se hizo una relación entre los conceptos, los colores y las



Imágenes. Las telas brillantes y los encajes de los vestidos regionales ayudaron a formar esta secuencia de anuncios de revista en los que la identificación de las barras de programación fue con base en el color (amarillo, verde, azul y rojo). Escoger



reocudree y no la exposición completa de la escena, fue para apoyar el slogan de Canal 22 "Ve más allá", que se refiere a ver las cosas desde otro ángulo. Así, muestro el detalle de una falda amarilla a manera de telón para la barra de arte, un giro rápido para la barra de conocimiento o un traje de olanes para los especiales, etc.

Dentro del estudio del diseño y la comunicación visual se forjan enseñanzas de todo tipo, desde las propias de la disciplina hasta aquellas relacionadas con el desempeño profesional que se requiere para cubrir las necesidades del entorno laboral, ya que son las que representan los conocimientos y habilidades de las personas. Una de estas habilidades aprendidas es la del trabajo en equipo. En algún punto del quehacer profesional esta destreza cobra suma importancia y es necesario saber comunicarse dentro de un grupo, para cumplir efectivamente un objetivo común.

Con el fin de poner en práctica la totalidad de conocimientos referentes a la materia de Producción Audiovisual, que se cursa en dos de los cuatro años de la licenciatura, se solicitó un trabajo final en el que por equipos de 8 a 10 personas se realizó un cortometraje.

Como se sabe, la realización de un cortometraje no es tarea sencilla y requiere de gran coordinación y trabajo en equipo. De este modo pusimos en práctica no sólo los conocimientos necesarios de grabación, escenografías, vestuario, maquillaje, etc., sino que pusimos a prueba nuestra capacidad de trabajo en grupo con muy buenos resultados.

Otro trabajo que aquí se presenta es el diseño y programación de un CD multimedia interactivo, cuyo objetivo era llevar a cabo un proyecto que reuniera los conocimientos adquiridos en los semestres de multimedia. No fue tarea fácil debido a la naturaleza multidisciplinaria de estos CD's, pero pudimos comprobar la enorme importancia que adquiere el diseño gráfico al interior de la producción multimedia. Aquí, además, se despliega una parte más técnica del diseño, que es el uso de programas de cómputo para el desarrollo del trabajo.

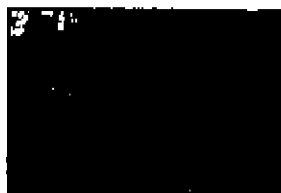
Realización de cortometraje

Con el objetivo de concluir los estudios pertinentes a la materia de producción audiovisual y llevar a una práctica de carácter profesional los conocimientos adquiridos, se llevó a cabo la realización de un cortometraje bajo el nombre de "Rumores"

Este trabajo se pensó y elaboró como una adaptación del cuento "El hombre que murió de un rumor", de Cristina Pacheco, y se ajustaron los personajes, locaciones, diálogos y situaciones para un cortometraje de 15 minutos de duración. El tiempo total de trabajo entre pre-producción, producción y post-producción fue de aproximadamente 6 semanas.

Pre-producción

La pre producción incluyó la adaptación del cuento y la preparación de guiones, story board, hoja de break down y lista de props y utilería. Se llevó a cabo la búsqueda y contratación de actores profesionales para los personajes principales, que colaboraron de forma gratuita: búsqueda y preparación de locación, finalmente ubicada en San Sebastián Chimalpa, y que consistía en un terreno y una casa de lámina abandonada -se necesitaron tres días completos para arreglar el terreno, que debía lucir como una zona habitada por gente de clase baja, con tendederos de ropa, caminos de tierra y por lo menos dos



casas más aparte de la que se encontraba.

Se contrató un camarógrafo profesional y un equipo DV-CAM con micrófonos integrados, así como un equipo básico de iluminación (lámparas, parasoles, banderas).

Se habló con la gente del pueblo de San Sebastián Chimalpa para que colaboraran como extras -ya que para las escenas finales se necesitaban muchas personas- y accedieron a cambio de bocadillos y bebidas.

Para la caracterización se reunió todo tipo de ropa usada, desde vestidos hasta zapatos y rebozos, y se compró látex y maquillaje en polvo para simular la enfermedad que padeció uno de los personajes principales. Para el resto de los personajes se consiguió maquillaje común y polvo traslúcido. Por último, el día anterior a la grabación se preparó comida para los actores y el equipo, se compraron garrafones de agua y se alquilaron sillas plegables para el descanso entre toma y toma.

Producción

La grabación duró dos días, utilizando 8 horas de cada uno. Se citó a los actores para la caracterización una hora y media antes que al camarógrafo y el equipo de iluminación. Los roles principales eran de tres mujeres y dos hombres. A las mujeres se les proporcionaron vestidos, blusas, mandiles, zapatos y rebozos viejos; a uno de los hombres, pantalones gastados, camiseta manchada de grasa, gorra rasgada y tenis muy usados; el segundo hombre vestía pantalón, suéter roto y sandalias



de baño viejas. Este último se suponía que padecía una enfermedad parecida a la lepra -aunque en la historia nunca se especificara, por lo que necesitó una sesión más larga de maquillaje para simular ronchas y piel lastimada. El efecto se logró con látex, talco y maquillaje líquido rojo y negro. Para darle el aspecto de palidez y cansancio se utilizó maquillaje en polvo en dos tonos de piel más claros que el del actor, maquillaje negro para simular ojeras y se le desacomodó el cabello.

Las primeras tomas se desarrollaban en el interior de la casa del hombre enfermo, donde su esposa tomaba café y se preparaba para salir. Se acomodaron las luces y las banderas y se preparó café 40 minutos antes de las tomas. Todas las tomas del interior de la casa se efectuaron ese día, con un descanso de una hora y media para comer. En el segundo día se grabaron las tomas de exterior con toda la gente que colaboró como extra; todo el equipo tuvo que estar pendiente de los niños que querían mover las luces o jugar en el área de grabación; también había que cuidar que la gente no se moviera o hablara durante las tomas.

Para una toma que requería el efecto de fuego se utilizaron leños secos y papel periódico, aunque tomó más tiempo del previsto porque el ambiente tan húmedo no permitía que el fuego creciera. Finalmente se logró el efecto pero de baja calidad, y se decidió arreglarlo en la edición.



Llevó otro día **desmonte**lar la casa, los tendedores y el resto de **utilería** que se ocupó, para dejar el terreno casi como estaba, sólo que más limpio.

Post-producción:

La edición del cortometraje llevó varios días ya que se encontraron fallas y no había modo de repetir las tomas. Se buscaron efectos que dieran la impresión de que se trataba de una grabación vieja, pero eso requería más tiempo, así que sólo se aplicó dicho efecto al principio, cuando aparecía el texto con el título "Rumores". Se utilizaron diversas canciones para los fondos, desde lírios hasta violoncelos, y sólo se incluyeron unos pocos sonidos incidentales.

Para diseñar los créditos se utilizó el software Director 8.0, de Macromedia, y Carrara de Metacreations. El nombre que se eligió para el equipo fue Diseño 8 (por el número de integrantes), y el logotipo era una bola de billar con el número 8.

La duración total del cortometraje fue de 15 minutos y 27 segundos, incluyendo presentación y créditos. El formato final del archivo fue MPEG y el medio de distribución fue en discos compactos con formato VCD.

Resumen de "Rumores" (basado en el cuento "El

hombre que murió de un rumor", de Cristina Pacheco):

Consuelo es una mujer de clase baja que vive atormentada por la enfermedad de su esposo Rómulo, y decide ir a pedirle un milagro a la Virgen de Guadalupe.



Como teme dejar solo a Rómulo, pide a su vecina Antonia que cuide de él. Antonia acepta disimulando su nerviosismo por la enfermedad de Rómulo. Consuelo se va y deja a Antonia, sin antes advertirle que no deje cuchillos u objetos filosos cerca de Rómulo, porque a veces tiene ataques de ansia y no se controla. Antonia se sienta y se pone a coser ropa y a escuchar música. El ruido despierta a Rómulo y sale a buscar a Consuelo, asustando a Antonia por su aspecto demacrado y las llagas en su piel. Rómulo se asusta más que Antonia y regresa a su cama, temblando. Antonia busca desesperada sus tijeras y cree que Rómulo las tomó. Sale corriendo y gritando de la casa y una vecina se acerca a preguntarle qué sucede, y Antonia le narra entre lágrimas cómo Rómulo iba a atacarla con sus propias tijeras, y describe el aspecto de Rómulo gritando. El escándalo atrae a más vecinos y se alarman por el relato de Antonia. Comienzan a gritar que un hombre así no debe estar entre ellos, que lo mejor sería matarlo. Un hombre se decide y comienza a incendiar la casa. Consuelo llega y ve su casa quemada y corre buscando a Rómulo. Los vecinos intentan controlarla y Antonia no sabe explicarle lo que pasó. Consuelo cae al piso de rodillas y Antonia la invita a rezar por Rómulo, mientras busca su rosario en la bolsa de su mandil. Al sacar el rosario, encuentra las tijeras, que siempre estuvieron en su bolsa.



Garantizar el éxito del proyecto:

La realización de un cortometraje es un trabajo laborioso que necesita de mucha organización y entusiasmo de parte de todos los involucrados. Es importante conocer los nombres técnicos de todos los elementos, desde el equipo de grabación hasta el lenguaje cinematográfico, sólo así se logra una comunicación efectiva que lleve a un buen resultado. Cuando no se cuentan con muchos recursos económicos es imprescindible ser creativos y aprovechar todos los materiales disponibles, y buscar patrocinadores o gente que colabore sin demandar sueldo.

En un nivel personal, mi labor fue dentro de la pre-producción y producción, y era mi trabajo saber con anticipación todo lo que iba a ocuparse, desde utilería hasta el equipo de grabación y asegurarse de que nada faltara el día de la grabación. Debía contactar a los actores, camarógrafo, empresa de iluminación, comprar el maquillaje, preparar y revisar la lista de props y utilería, y cerciorarme de la comodidad de todos en la grabación. También colaboré en el diseño y creación de maquillaje, preparación de locación y redacción de guiones.

Un cortometraje es un esfuerzo de muchas personas, y es crucial que cada quien sepa exactamente cuáles son sus funciones y llevarlas a cabo con responsabilidad y puntualidad. De todo esto aprendimos a trabajar en equipo y a llevar a la práctica la teoría y trabajos cortos de cuatro semestres de estudio de producción audiovisual.

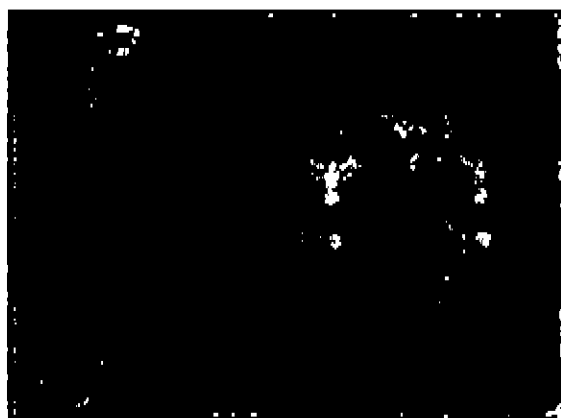


Diseño y programación de un CD multimedia interactivo

Diseñar y programar un CD de contenido multimedia interactivo representa una labor que toma mucho tiempo, dedicación y responsabilidad. El objetivo de crear un CD de este tipo era demostrar que es un trabajo multidisciplinario en el que el diseño gráfico tiene mucha importancia. Una tarea así forma parte del quehacer cotidiano dentro del área de los audiovisuales y la multimedia, nuestra área de especialización.

En este caso se tomó la temática del personaje "The Crow", creado por James O'Barr basado en una tragedia personal. Comenzó como una novela gráfica y años después se realizaron historietas, películas y series de televisión basadas en este personaje.

Se pensó en abarcar un medio más de publicidad para esta historia a través del CD multimedia interactivo.



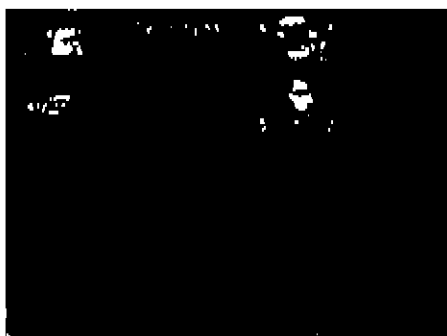
Para la realización de este proyecto se tomaron imágenes originales de las historietas, fotografías y videos de las películas; se hizo una investigación a fondo de los orígenes de "The Crow"; se reunió material de la banda sonora de la primera película, que protagonizara el actor Brandon Lee y en la cual falleciera (por lo que también se incluyó

un apartado especial dedicado a su memoria); se buscó información y materiales específicos para coleccionistas y fanáticos de este personaje y se contactó con páginas de internet dedicadas a The Crow.

El ambiente que rodea al personaje es trágico y en casi todo el material que de él existe se conserva una gráfica oscura y de altos contrastes. Predominan el negro y el rojo, con el uso de amarillos muy brillantes para efectos de texto o fuego. Para el diseño de la interfaz del multimedia interactivo se conservaron estos colores, siendo el fondo muy oscuro y los botones y textos en colores brillantes. Para definir unidad en el diseño y que mantuviera el equilibrio, todas las secciones llevan un recuadro en la esquina superior izquierda con el título del tema que se está consultando. Este recuadro es en cada caso negro y rojo con texto de colores llamativos.

Para cada sección se pensó en un fondo sonoro relacionado con el tema por su contenido o por su diseño. Así, para la historia, que habla de asesinato y venganza, el audio es fuerte, un tanto agresivo; para el apartado de Brandon Lee se eligió un tema nostálgico, muy suave.

Para la producción de este interactivo se utilizaron diversas herramientas: el retoque de imágenes se hizo en Adobe™ Photoshop 6.0; la edición del audio se efectuó en Cool Edit y Sound Forge; el armado del interactivo se hizo utilizando el software de Macromedia™ Director 8.0. El trabajo total fue de aproximadamente 3 semanas.



Proyectos

Este proyecto es una recopilación de los trabajos realizados desde que empezó mi vida laboral y que se han distinguido por ser los más destacados:

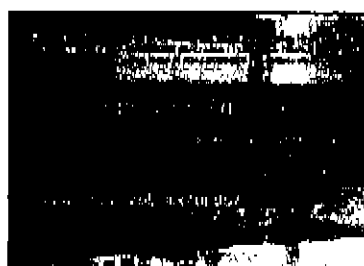
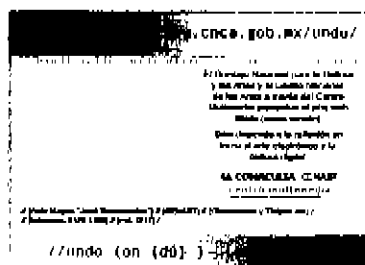
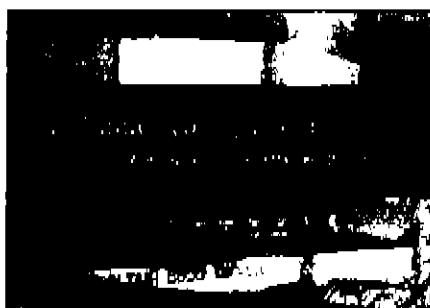
- El primero de ellos, "UNDO", es un sitio web dedicado a la exposición, a la investigación y a la creación del arte electrónico, se elaboró una postal y un cartel para invitar y anunciar a diferentes personas del medio la presentación de la nueva versión de dicho sitio, fueron realizados durante mi servicio social para el Taller de Investigación en el Centro Multimedia del Centro Nacional de las Artes.
- El segundo, "LUZ DE LUNA AZUL", es una identidad gráfica y papelería para una clínica de rehabilitación donde se trata todo tipo de adicciones y todas aquellas enfermedades que afectan de manera psicológica, mental, física, emocional, espiritual y energética al comportamiento humano, utilizando medicina y terapias alternativas, como sanación con cristales, sanación con esencias florales (Bush y Bach), posturas budistas, acupuntura, meditación guiada, reiki y tai-chi, entre otros.
- El tercer proyecto, "INSPECTORES DE ENERGÍA", es un folleto desplegable dedicado a todos los niños que forman un club organizado por la SFNER (Secretaría de Energía) para la observación de un uso adecuado de la energía eléctrica.
- El cuarto, "FODECA" (Formación Deportiva Camacho), es un sitio web para una empresa dedicada al entrenamiento personal y formación de cuerpos sanos y esculturales por medio de una alimentación balanceada y rutinas de entrenamiento físico, que se perfecciona con complementos alimenticios y productos de distintas marcas.

UNDO

Esta Invitación tipo Postal y este Cartel se diseñaron con el motivo de presentar y dar a conocer la nueva versión de Undo, el sitio web del Taller de Investigación del Centro Multimedia en el Centro Nacional de las Artes.

Dicho sitio es el primero de su tipo, ya que toda la Información está en español y son pocos los sitios donde se puede encontrar información acerca del arte electrónico que se está realizando o proponiendo tanto en México como en el resto del mundo; también se puede encontrar información acerca de los diferentes festivales que hay o diversos documentos de Investigación o Información de diferentes autores o investigadores del arte electrónico.

A partir de toda esta información se planteó una combinación de diferentes Imágenes, como circuitos, de las primeras computadoras y su antecesora la máquina de escribir, así como un código binario en la parte posterior de la invitación y el texto tipo dirección de Internet, quedando todo así en lo electrónico.



LUZ DE LUNA AZUL

Este proyecto parte de la apertura de un clínica de rehabilitación que necesita una imagen corporativa total en la que se incluye el logotipo, las tarjetas de presentación, las hojas membretadas, los sobres y los volantes.

En esta clínica se manejan métodos de medicina alternativa, que tiene que ver con la energía, las chakras, la aromaterapia y el feng-shui entre otros.

La realización del proyecto fue en el transcurso de un mes, en el cual se visitó al cliente durante tres ocasiones y se hicieron las correcciones en donde la estrella se cambió de sitio, del izquierdo al derecho y la luna se estilizó un poco más.

El objetivo en la elaboración del proyecto era satisfacer las necesidades del cliente, pero también pensar en las necesidades del consumidor.

Esta idea partió de que la clienta dio las figuras sobre lo que ella quería que se empezara a trabajar; estas figuras eran un cuadrado, un círculo y un triángulo, que son piezas importantes para ella en lo que respecta de su trabajo ya que son la base de lo que recae su terapia. Sobre esto decidí hacer una sobreposición de estas figuras (imagen 1) y de ahí se sacó la retícula (Imagen 2).

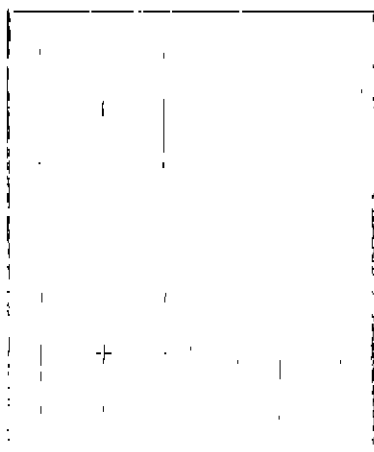


imagen 1

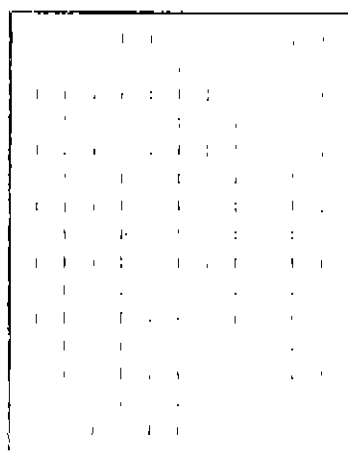
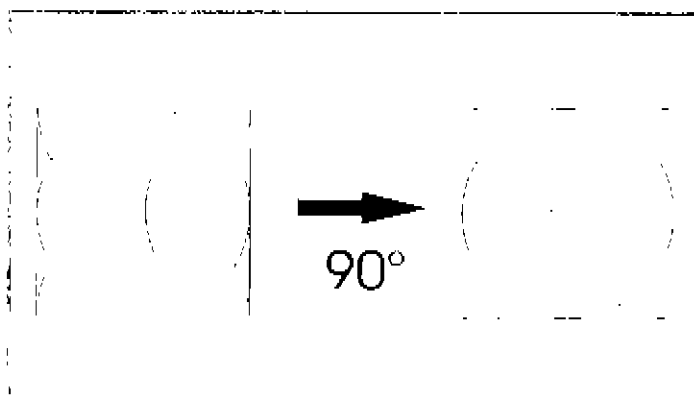


imagen 2

Lo siguiente es que principalmente los colores y las formas están dadas con diversos símbolos internacionales y de diversas religiones y culturas.

Después de haber reticulado y de haber obtenido la gran mayoría de figuras localizadas sobre la retícula, se hizo una selección en la cual lo más importante trataba de que las figuras principales estuvieran presentes pero sin estar totalmente expuestas y buscando una gran cantidad de símbolos que connotaran la necesidad que se tenía y se consiguiera un diseño agradable y con buena posibilidad de agradar a las necesidades del cliente.



El logotipo consta de cuatro elementos que son:

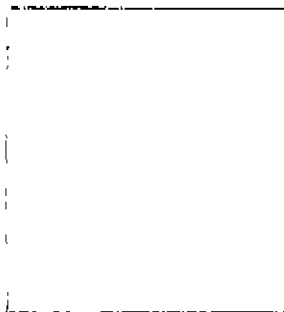
- **Estrella** de cinco picos, que se ubica del lado derecho, que representa una guía para los judíos, de buena suerte para los occidentales y de guía para los navegantes; esta se da en color azul para significar el cielo y el mar, donde en conjunto significan dos de los elementos más importantes que son el viento y el agua.
- **Luna**, se encuentra en cuarto creciente para dar la apertura al cambio y a recibir por medio de las dos puntas toda la energía que viene del cosmos. Cubre los demás elementos viéndose en primer plano: la Luna es también un símbolo de acogimiento y tranquilidad y está en azul para enfriar y contener las emociones.

• **Reloj de arena** en combinación con un Grial, en donde se simboliza el tiempo, el dinero; un cáliz de Eucaristía o la paterna del cordero Pascual, además de estar en color ocre, que simboliza el color de la tierra y el fuego, elementos básicos que faltaban para completar los elementos esenciales de la vida.

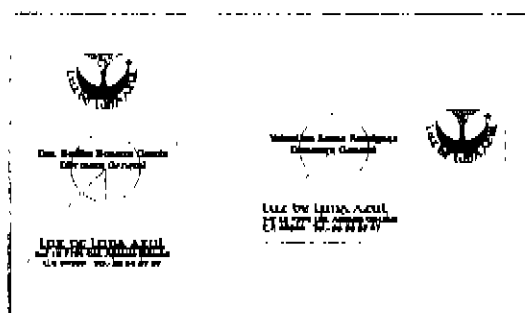
• **Tipografía**, que fue elegida así por la legibilidad que tiene entre carácter y carácter: se acomodó en el medio círculo para significar una ruta a seguir y así poder completar la conjunción de los elementos.



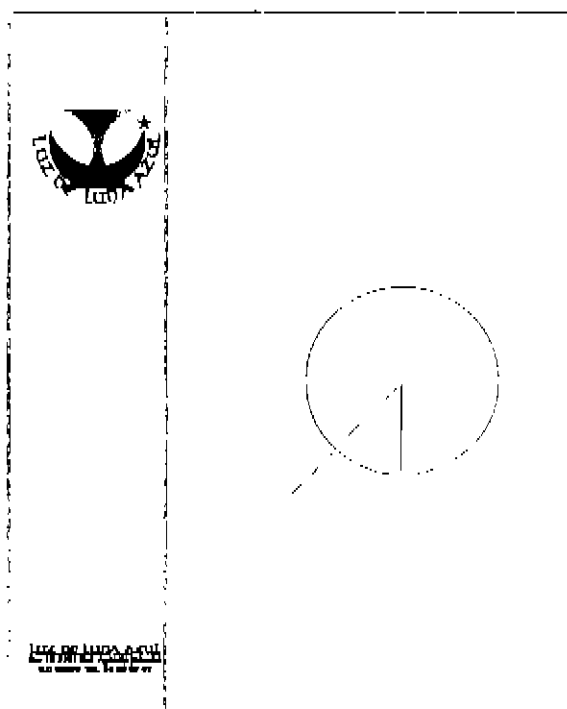
En la papelería, aparte del logotipo ya especificado, también se agregó un símbolo de la abundancia que es:



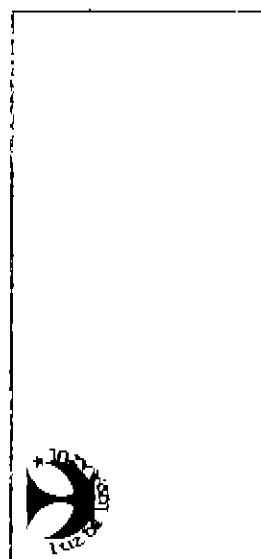
Toda la papelería tiene una justificación de una retícula basada en rectángulos, las tarjetas de presentación fueron a gusto del cliente en los formatos seleccionados por el mismo.



tarjetas de presentación



Hoja membretada



Sobre

FODECA

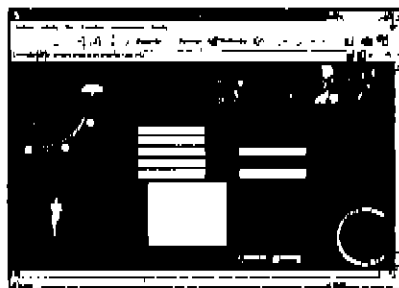
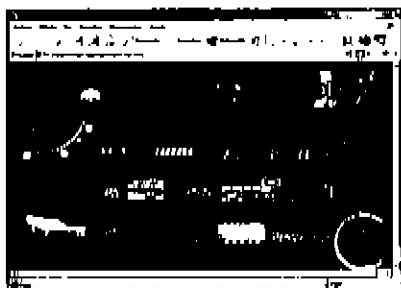
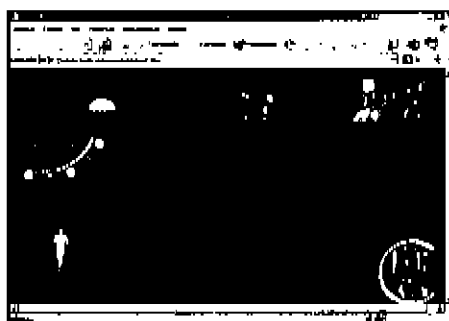
Un sitio Web que da información sobre cómo realizar un acondicionamiento físico a partir de diferentes rutinas, dieta y usando complementos alimenticios.

Este sitio fue diseñado a petición de las necesidades del cliente y basándose en la visión y misión que plantea en su propuesta. Fue realizado en el transcurso de dos meses, se subió a la red pero por cambios de necesidades del cliente se cambió la mayor parte de la estructura.

El sitio se visualizó como algo que transmitiera la frescura pero a la vez la belleza del cuerpo humano. Las imágenes se trabajaron de manera que parecieran que están hechas de agua y el acomodo fue totalmente visual.

Este sitio cuenta con siete pantallas y ocho Links, con GIF's animados, con una base de datos en ASP y un formulario.

A continuación se muestran algunas de las imágenes del sitio.



Inspectores de energía

Este proyecto fue realizado para la Secretaría de Energía, SENER, en donde su necesidad era que en un desplegable se diera la información necesaria para el cuidado y buen manejo de la energía eléctrica: principalmente está enfocado hacia los niños y al programa inspectores de energía. Este desplegable tiene como finalidad que los niños formen parte de un club en donde cuidar la energía sea lo primordial, y enseñen a los adultos a tener conciencia acerca de cuidar la energía y no malgastarla, así como el saber aprovecharla y usarla adecuadamente.

Los textos fueron proporcionados por la Secretaría; las imágenes, el acomodo y la presentación fueron parte de mi diseño. Se manejaron este tipo de colores para llamar y captar la atención del público objetivo.

La elaboración de este proyecto tuvo la duración de mes y medio, en donde se retrazaron logotipos, se seleccionó la tipografía para tener una mejor presentación hacia el público que nos estamos enfocando, que fuera de fácil lectura para los niños y se incluyó una credencial donde los niños deben pegar su foto y que pueden recortar para después enmarcarla.

