



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLÁSTICAS

“Castellanos - Villarreal Arquitectos:
architecture, interior design, urban planning/
Diseño audiovisual, interactividad y multimedia”

Tesis

Que para obtener el título de:
Licenciado en Diseño y Comunicación Visual

Presenta
Arely Isadora Jiménez Villarreal

Director de Tesis: Lic. Juan Carlos Mercado Alvarado

México D.F. 2005

0346495





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.

Quiero agradecer infinitamente a las personas que estuvieron a mi lado apoyándome durante la realización de mis estudios y especialmente en la tesis; primero a Dios por permitirme llegar a este punto de mi vida, a mis padres y a mi familia por estar siempre presentes, a la escuela y a mis maestros por tan valiosa enseñanza, a mis amigos incondicionales en las buenas y en las malas y a la empresa que me brindó la oportunidad de desarrollarme. A todos ellos gracias.

INDICE

Introducción.....1

Capítulo 1

1. Castellanos Villarreal Arquitectos S.C.
1.1 Antecedentes.....4
1.2 Visión. misión.....4
1.3 Estructura / organigrama.....5
1.4 Actividades Realizadas.....7

Capítulo 2

2. Diseño y Comunicación Visual
2.1 Elementos formales del Diseño y la Comunicación Visual.....9
2.1.1 Técnicas del Diseño y la Comunicación Visual.....14
2.2. Comunicación
2.2.1 Definición24
2.2.2 Comunicación Visual
2.2.2.1 Definición.....24
2.3 Lenguaje
2.3.1 Definición.....25
2.3.2 Lenguaje Visual.....25
2.3.2.1 La significación del lenguaje visual.....27
2.3.2.2 La imagen como signo.27
2.3.2.3 El texto.....28
2.3.2.4 Lectura de imágenes....28

2.3.2.4.1 Componentes de la imagen.....29
2.3.2.4.2 Plano.....29
2.3.2.4.3 Composición.....30
2.3.2.4.4 Encuadre.....30
2.3.2.4.5 Angulos.....30
2.3.2.4.6 Secuencia.....30
2.3.2.4.7 Proyección.....31
2.3.2.5 Estructura.....31
2.3.2.6 Diagramación.....32
2.3.2.7 Morfología.....34
2.3.2.8 Cromatismo.....35
2.3.2.9 Tipografía.....40
2.3.2.10 Iconicidad.....44



Capítulo 3

3. Audiovisual y Multimedia	
3.1 Medios de comunicación.....45	
3.1.1 Los medios de comunicación y la tecnología.....45	
3.1.2 Técnicas de producción45	
3.2 El lenguaje audiovisual	
3.2.1 Características del lenguaje audiovisual.....48	
3.2.1.1 Aspectos morfológicos.....48	
3.2.1.2 Aspectos sintácticos.....48	
3.2.1.3 Aspectos estéticos.....49	
3.3. Comunicación Audiovisual	
3.3.1 Definición49	
3.4 Narrativa audiovisual	
3.4.1 Definición.....52	
3.4.2 La ficción en la narrativa audiovisual.....53	
3.4.3 El relato audiovisual.....53	
3.4.4 Estructura narrativa.....53	
3.4.5 Sincronía como recurso narrativo..54	
3.4.6 Sincronía imagen-sonido en la narrativa55	
3.5 Animación	
3.5.1 Definición.....55	
3.5.2 Animación Tradicional.....56	
3.5.3 Animación Digital.....56	
3.6 Interactividad	
3.6.1 Definición.....58	
3.7 Multimedia	
3.7.1 Definición.....59	
3.7.2 Materiales multimedia.....59	
3.7.3 Hipertexto.....60	
3.7.4 Hipermedio.....62	
3.7.5 Interfaz.....62	
3.7.6 Ventajas de los multimedia.....62	
3.7.7 Metodología de proyectos multimedia.....63	
3.8 Internet	
3.8.1 Antecedentes.....63	
3.8.2 Páginas Web.....64	
3.8.3 Metodología para el diseño de Páginas Web65	
3.9 Video	
3.9.1 Definición.....66	
3.9.2 Formatos.....66	
3.9.3 Géneros.....66	
3.9.4 Posibilidades del video67	
3.9.4.1 Video educativo.....67	
3.9.4.2 Video interactivo.....68	
3.9.4.1 Video documento.....68	



3.9.4.4	Video motivador, animador.....	68
3.9.5	Discurso audiovisual	
3.9.5.1	Definición.....	69
3.9.7	Lenguaje de las imágenes en movimiento	
3.9.7.1	Planos.....	69
3.9.7.2	Encuadre.....	70
3.9.7.3	El eje.....	70
3.9.7.4	Profundidad de campo.....	70
3.9.7.5	Movimiento de cámara.....	70
3.9.7.6	Iluminación.....	71
3.9.7.7	Cromatismo.....	72
3.10	El lenguaje sonoro	
3.10.1	Definición.....	73
3.10.2	Lenguaje verbal	
3.10.2.1	Definición.....	74
3.10.3	Aportación del sonido en lo audiovisual .	
3.10.3.1	Definición.....	74

Capítulo 4

Elementos formales del diseño audiovisual

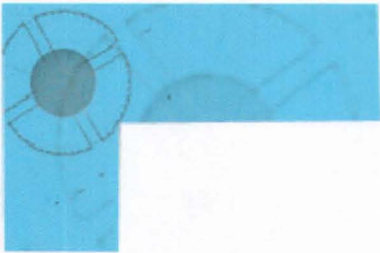
4. Elementos que intervienen en la realización de un interactivo y una Página Web

4.1 Pre-producción

4.1.1 Los guiones

4.1.1.1	Definición	77
4.1.1.2	Etapas para la elaboración	78

4.1.1.3	Tipos de guión	
4.1.1.3.1	Guión literario.....	80
4.1.1.3.2	Guión multimedia.....	82
4.1.1.3.3	Guión técnico.....	86
4.2	Story board	
4.2.1	Definición.....	88
4.2.2	Formato.....	89
4.3	Pre-producción de un soporte multimedia...90	
4.4	Pre-producción de una Página Web.....91	
4.5	Pre-producción de animación digital.....92	
4.6	Producción de un proyecto multimedia.....94	
4.7	Producción de una Página Web.....97	
4.8	Producción de animación digital.....99	
4.9	Post-producción de un soporte multimedia y Página Web.....100	
4.10	Post-producción de animación digital.....100	



Capítulo 5

Propuesta del interactivo para Castellanos Villarreal Arquitectos S.C.

5.1	Planteamiento	
5.1.1	Método de trabajo.....	104
5.1.2	Recursos humanos.....	105
5.1.3	Recursos técnicos.....	105
5.1.4	Recursos económicos.....	105
5.1.5	Diagrama de flujo.....	106
5.1.6	Bocetos.....	107
5.2	Pre-producción	
5.2.1	Análisis de la información.....	109
5.2.2	Planteamiento conceptual.....	109
5.2.3	Guiones	
5.2.3.1	Guión literario.....	112
5.2.3.2	Story board.....	115
5.2.3.3	Guión descriptivo.....	118
5.2.3.4	Guión técnico.....	123
5.3	Producción	
5.3.1	Pantallas.....	151
5.4	Post- producción	
5.4.1	Edición.....	164
5.4.2	Sincronización audio-video.....	164
5.4.2	Etapas de prueba.....	164
	Conclusiones.....	209
	Bibliografía.....	211

Propuesta de la Página Web para Castellanos Villarreal Arquitectos S.C.

5.5	Planteamiento	
5.5.1	Método de trabajo.....	165
5.5.2	Recursos humanos.....	166
5.5.3	Recursos técnicos.....	166
5.5.4	Recursos económicos.....	166
5.5.5	Diagrama de flujo.....	167
5.5.6	Bocetos.....	168
5.6	Pre-producción	
5.6.1	Análisis de la información.....	171
5.6.2	Planteamiento conceptual.....	171
5.6.3	Guiones	
5.6.3.1	Guión literario.....	173
5.6.3.2	Story board.....	177
5.6.3.3	Guión descriptivo.....	182
5.6.3.4	Guión técnico.....	189
5.7	Producción	
5.7.1	Pantallas.....	193
5.8	Post-producción	
5.8.1	Edición.....	208
5.8.2	Etapas de prueba.....	208



Introducción

Desde el principio de la humanidad la comunicación ha sido el único y más importante medio de intercambio, consiste en un acto mediante el cual un individuo establece con otro u otros un contacto que le permite transmitir ideas, información, pensamientos y expresiones; ya sea mediante un lenguaje visual (imágenes, señalizaciones, textos, colores), sonoro (habla, música, ruidos), táctil (contacto con algún objeto o persona como besos, abrazos, estrechamiento de manos), gestual (modo de andar, movimiento corporal, risa, sonrisa, actos de cortesía) y olfativo o gustativo. Por el hecho de vivir en comunidades, el hombre se comunica y relaciona con los seres y objetos que le rodean. Los procedimientos de comunicación son múltiples y nuestros sentidos captan la información recibida. En la vida cotidiana, el hombre pasa gran parte del tiempo emitiendo y recibiendo mensajes por medio de sus sentidos como una mirada, un gesto, estilos de vida, hábitos, costumbres o bien, de los medios de comunicación que lo rodean (multimedia, prensa, radio, televisión, cine, teatro, publicidad), de esta manera creamos mensajes formados por signos.

El mensaje se conforma por un emisor y un receptor, una codificación y una decodificación, un canal y un medio en el que se apoya para su transmisión, así mismo este mensaje se verá reflejado en el contexto situacional (circunstancias espaciales y temporales en las que se produce el acto comunicativo), el contexto socio-histórico (conocimiento de la época en la que se produce) y en el contexto lingüístico (lo dicho antes o después de un enunciado puede condicionar su interpretación). La creación de un mensaje requiere de una estructura específica donde intervienen elementos que el Diseñador en Comunicación Visual aporta para su transmisión. Su trabajo se vincula directamente con los medios masivos de comunicación y consiste en conocer las necesidades de la sociedad y satisfacerlas a través de la creatividad, la sensibilización, la investigación y la metodología apoyándose con elementos formales del diseño y la comunicación visual para complementar una idea y presentarla en algún soporte. A través del tiempo la manera de comunicar a mantenido una evolución debido a aspectos humanos, científicos, culturales, políticos

y a las necesidades que la misma sociedad demanda, así mismo se han desarrollado nuevos soportes gracias al avance de la tecnología los cuales se ven reflejados en los medios masivos de comunicación y en el mensaje que ellos emiten. Hoy en día los medios electrónicos son una herramienta muy útil pero aún más importante es nuestro papel como Diseñadores en Comunicación Visual ya que la computadora se vuelve el medio en el cual se desarrollara un mensaje y para que esto sea de una manera adecuada se requiere de una preparación en conocimientos, creatividad y estar al día no solo en avances tecnológicos sino culturales, políticos y sociales. Los medios audiovisuales electrónicos multimedia ocupan un lugar primordial, ya que en ellos se puede mostrar elementos de diseño gráfico, sonido, imágenes fijas y en movimiento que proporcionan una manera diferente de presentar un servicio. El interactivo como soporte multimedia es una opción que ofrece una nueva alternativa para que empresas de cualquier tipo ofrezcan sus servicios y den a

conocer de una manera rápida y original sus productos o servicios. Por otra parte nos encontramos en una etapa en que la tecnología avanza de manera acelerada por lo que las empresas deben estar a la vanguardia y mantener sus servicios actualizados y al alcance de sus clientes y un ejemplo de ello y los más utilizados últimamente son las páginas Web, a ellas tienen acceso la mayoría de las personas o por lo menos, al campo al que dirige sus productos, la empresa "Castellanos Villarreal Arquitectos", de esta manera este despacho tiene la posibilidad de ofrecer y actualizar sus productos. El Diseñador y Comunicador Visual como parte creativa dentro de una empresa, requiere de un proceso en el que interviene la pre-producción, producción y post-producción, se encuentra concentrado por áreas y etapas, donde es necesaria la dirección, el diseño y la coordinación del proyecto para no perder detalles en la conceptualización tanto en aspectos visuales, como sonoros y de esta manera se logre reflejar los conocimientos adquiridos en la teoría, en las técnicas aplicadas en la práctica.


El presente trabajo tiene por objetivo aplicar los conocimientos en medios audiovisuales para hacer partícipe al Diseñador en Comunicación Visual de la Orientación de Audiovisual y Multimedia a través de la realización de un interactivo y una página Web como parte del proceso del diseño audiovisual y de esta manera identificar los aspectos audiovisuales, definir la estructura del guión multimedia, referir al story board como parte esencial para la previsualización y desarrollo de un soporte audiovisual, estructurar la sistematización de trabajo dentro de la producción, describir los elementos conceptuales y técnicos de Diseño y Comunicación Visual que deben ser considerados dentro de la realización de un soporte audiovisual y desarrollar el proceso para la elaboración de dos medios audiovisuales. Este estudio está dividido de la siguiente manera:

Capítulo 1: Hace referencia al contexto de la empresa Castellanos Villarreal Arquitectos, su origen, sus proyectos y necesidades de orden gráfico, las cuales son cubiertas por un Diseñador en Comunicación Visual de manera creativa y metodológica

con el fin de tener material suficiente que ayude a colocarse y mantenerse dentro de un mercado. De esta manera se crea una propuesta en la que intervienen dos formas diferentes de ofrecer los servicios de la empresa, una es mediante la página Web y la otra es el interactivo, cada uno de estos soportes tendrá características de diseño e interactuará de manera complementaria con el receptor.

Capítulo 2: Se exponen los elementos necesarios dentro del ámbito del Diseño y la Comunicación Visual que son básicos para la creación de cualquier soporte, se habla acerca de la importancia de la comunicación y el lenguaje como medio para transmitir un mensaje, de esta manera se ponen en práctica conocimientos de orden tipográfico, cromático, icónico, estructura y diagramación, así como del significado y expresión de las imágenes fijas, para visualizar de que manera se ira construyendo el proyecto.

Capítulo 3: Aborda temas sobre los medios de comunicación y audiovisuales, el lenguaje, narrativa audiovisual, y discurso, características



la animación digital y tradicional, video, elementos multimedia, Internet y páginas Web, así como el lenguaje sonoro y su aportación en estos medios.

Capítulo 4: Al ser un trabajo que requiere de una etapa de pre-producción, producción y post-producción donde intervienen elementos de investigación, aquí se explican los elementos que participan en cada uno de los medios que intervienen en el proyecto.

Capítulo 5: Finalmente se explica el procedimiento en cada una de las etapas para la realización de la Página Web y del Interactivo.

De este modo la tesis: "Castellanos + Villarreal Arquitectos" (architecture interior design urban planning) en la producción de un interactivo y una página Web aborda los temas del Diseño audiovisual, interactividad y multimedia.

Capítulo I C + V Arquitectos S.C.

architecture interior design urban
planning

1.1 Antecedentes

Castellanos Villarreal Arquitectos es una empresa joven que surge en enero del 2004, a partir de la realización de su Maestría en Proyectos de Desarrollo Urbano los Arquitectos Alfredo Castellanos y Guillermo Villarreal, quienes contaban con una cartera de clientes y trabajos realizados por su cuenta, deciden formar un despacho en el que se ofrecen servicios de arquitectura, diseño de interiores y planeación urbana dirigidos hacia instituciones, organismos empresas del sector público y privado, donde la creciente complejidad de los fenómenos a los que se enfrentan actualmente, han propiciado dificultades para alcanzar sus objetivos. Esta realidad ha generado la necesidad de racionalizar cada día más la toma de decisiones, a través de mejores apoyos profesionales y técnicos basados en la ciencia, la investigación y la experiencia.

1.2 Misión y visión

La satisfacción de demandas sociales y económicas, la realización eficiente de proyectos y acciones, así como la consecución de metas y resultados, suponen la adopción y el seguimiento de sistemas, procedimientos y tecnologías que optimicen los costos e impactos benéficos a dicho proceso.

Castellanos + Villarreal, Arquitectos Sociedad Civil es una empresa que ofrece servicios interdisciplinarios de planeación urbana, desarrollo integral de proyectos arquitectónicos, diseño de interiorismo y realización de obras con varios años de experiencia, obras publicadas y diversos clientes atendidos.

Las actividades que ofrece se encuentran en tres divisiones:

- **Estudios en materia de planeación urbana y regional**

Se compone de formulación y gestión de estudios de impacto urbano, de normas y reglamentos de usos del suelo, construcciones, imagen urbana, patrimonio cultural y fraccionamientos, diseño de instrumentos para la planeación y administración urbana y habitacional así como la evaluación técnica y

financiera de proyectos y desarrollos inmobiliarios.

- **Proyecto Arquitectónico Integral**

Desarrollo de proyectos arquitectónicos integrales, adaptaciones y remodelaciones, asistencia en la adquisición, planeación y desarrollo de proyectos inmobiliarios.

Proyectos ejecutivos, coordinación y realización de proyecto de ingenierías eléctricas, hidráulico-sanitarias, sistemas, telefonía, estructurales y especiales.

Planeación y proyecto de arquitectura de interiores, adaptación de proyecto arquitectónico a espacios existentes en remodelaciones o ampliaciones, presupuestos integrales de obra con calendarios de realización y programas de egresos y avance de obra y estudios de factibilidad económica y financiera para desarrollos inmobiliarios.

• **Dirección arquitectónica, construcción y supervisión de obra**

Proporciona servicios integrales de administración, construcción, dirección arquitectónica y supervisión de obra con el concepto integrado de llave en mano a sus clientes, así como construcción, administración y dirección arquitectónica de obra nueva y remodelaciones. Desempeña trabajos de coordinación y dirección de otras ingenierías que inciden en el desarrollo de obras nuevas y remodelaciones e integración y coordinación de proveedores de equipo y servicios para la realización de obras llave en mano.

Los servicios que proporciona, Castellanos Villarreal Arquitectos S.C., cuentan con una organización por proyectos, en los que se integran los profesionistas y técnicos necesarios para llevarlos a cabo bajo la coordinación de un ejecutivo de proyecto, de acuerdo a los propósitos y objetivos del cliente y sus correspondientes programas y presupuestos.

1.3 Estructura / organigrama

De esta manera la empresa Castellanos + Villarreal Arquitectos se crea gracias a la experiencia de cada uno de los integrantes que empiezan a formar parte de ella:

Guillermo A. Villarreal Zarco.

Arquitecto por la Universidad Nacional Autónoma de México, con maestría en Proyectos para el Desarrollo Urbano en la Universidad Iberoamericana, actualmente forma parte del personal docente como catedrático de la Universidad La Salle, Cancún, en Arquitectura. Su función en el despacho va dirigida a las relaciones públicas con el fin de proveer más proyectos y al contacto con clientes de los ya existentes, se encarga de la supervisión de obras que se encuentran fuera del Distrito Federal.

Alfredo Castellanos Cruz.

Arquitecto por la Universidad Iberoamericana con maestría en Proyectos para el Desarrollo Urbano en la Universidad Iberoamericana, actualmente forma parte del personal docente como catedrático de la

misma universidad, en la escuela de Arquitectura. En el despacho es el encargado de la supervisión de proyectos, y el área administrativa.

Posteriormente se integran al despacho:

Anastacio Gaona Benítez.

Arquitecto, egresado de la Universidad Iberoamericana con estudios de diplomado en Desarrollo de Proyectos Inmobiliarios y Bienes Raíces. Cuenta con experiencia en el desarrollo de proyecto arquitectónico y construcción de obra nueva y remodelaciones. Se encarga del diseño y la supervisión de obras de construcción y remodelación de desarrollos inmobiliarios dentro del Distrito Federal, así como apoyo en dibujo de planos para el despacho.

Victor Salas Castilla.

Planificador urbano egresado de la Universidad Autónoma Metropolitana y con Postgrado en la Universidad Iberoamericana, ha participado en la coordinación de distintos proyectos en planeación y diseño urbanos en estados de la República Mexicana tales como, Oaxaca, Tlaxcala y Tabasco, así como las ciudades de Querétaro, Puebla, Cancún y Distrito Federal. Se encarga de todo el desarrollo de planes y guías de diseño para proyectos urbanos, en la República Mexicana.

apoyo de personas externas con las que se ha trabajado en todos los proyectos, debido a su fidelidad y calidad de servicios con la empresa sin las que la realización del trabajo no seria posible, dentro de la construcción, como lo son maestros de obra, plomeros, electricistas, carpinteros, plomeros, herreros etc., como fuera de ella, dentro de aspectos administrativos y legales.

Arely Jiménez Villarreal.

Diseñadora en Comunicación Visual con orientación en Audiovisual y Multimedia por la Universidad Nacional Autónoma de México en la Escuela Nacional de Artes Plásticas.

Su función es la de creativa en el desarrollo de todo el apoyo gráfico, para identidades, interactivos, páginas Web, presentaciones y todo el apoyo gráfico que le pueda dar al despacho.

De esta manera queda conformada la empresa sin dejar a un lado que se cuenta con el



1.4 Actividades realizadas

Cada integrante ha realizado trabajos de manera individual antes de formar parte de esta empresa y ya siendo participes en ella:

Arq. Guillermo A. Villarreal Zarco:

- Tower Records Pabellón Altavista (1995) y Mundo E (1999)
- Restaurante Piantao (1999)
- Nails & Body (2002)
- Locales Comerciales CANACO Cancún, Q. Roo. (2002)
- Becktel, Estado de México (1995)
- Laboratorios Olarte y Akle DF.
- Agencia de publicidad Lebrija & Rubio DF (1999)
- Corporativo CAPSA Cancún Q. Roo (2001)
- CANACO y SERVITUR Cancún, Q. Roo. (2002)
- Acrópolis Interlomas Edo. México (1995)
- Proyecto Laura Kaim Cancún Q. Roo
- Roofgarden Cancún Q. Roo. (2002)
- Edificio Residencial Polanco (2004)
- Fraccionamiento Mónaco Cancún Q. Roo (1993)

Arq. Alfredo Castellanos Cruz:

- Spa Bagua Sport City Monterrey
- Cemex Tepeaca Puebla (2002)

- Palacio de Hierro Fidelus Audio (2003)
 - Bosques de las Lomas (2002)
 - Conjunto Residencial Cacahuatales DF. (2002)
- Desarrollo del proyecto arquitectónico para un conjunto residencial con 37 casas aproximadamente de 215 m². El proyecto contempla un área común (parque) de 200m² y un salón de usos múltiples de 100m² y estacionamiento de visitas. Las casas cuentan con jardín propio, estacionamiento cubierto para 2 autos, sala, comedor, 3 recamaras, 2 baños y medio, cuarto de lavado, cuarto de servicio con baño y family room.
- Casa minimal Fraccionamiento San Jerónimo Monterrey interior (2003)
 - Casa minimal Fraccionamiento San Jerónimo Monterrey exterior (2003)
 - Fraccionamiento Valle del Peñón DF (2003).

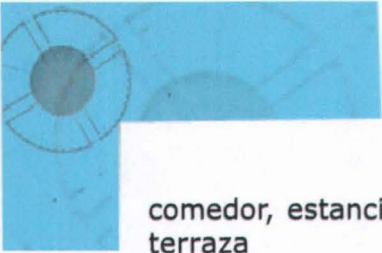
Arq. Anastacio Gaona Benítez:

- Casa habitación Coatepec Veracruz (2004)
- Diseño del proyecto arquitectónico para una casa de descanso ubicada en Coatepec Veracruz. El proyecto contempla una construcción aproximada de 250m²

con 3 recámaras, sala, comedor, cocina, terraza con chimenea y deck hacia el río Coatepec.

Castellanos + Villarreal Arquitectos:

- Centro Comercial Cuernavaca (2004)
- Proyecto ubicado en una de las principales avenidas de Cuernavaca. Es un centro de entretenimiento para toda la familia, cuenta con cines, restaurantes, tiendas comerciales y foodcourt. Proyecto ideal para la zona norte del sitio que carece de lugares como este.
- Casa de la Cultura Suprema Corte de Justicia de la Nación, Toluca Edo. de México (2004)
- Proyecto integral para la Suprema Corte de Justicia de la Nación. El proyecto cuenta con 1300m² aproximadamente de áreas de consulta, cafetería, biblioteca, hemeroteca, salones de usos múltiples entre otros. Creado con materiales contemporáneos, sin olvidar el contexto del entorno inmediato.
- Casa Rattinger, Chico Morelos (2004)
- Pequeña casa habitación de descanso. Tiene dos habitaciones,



comedor, estancia, estudio, terraza
y un gran jardín con vista a la pista del aeropuerto de Chiconcuac y los hangares.

- Casa Dávila, Juriquilla Querétaro (2004) (animación)

Una casa con espacios muy amplios, estilo mexicano contemporáneo, y un gran jardín son las características principales de esta casa. La vista del jardín es hacia la presa y el campo de golf.

- Casa Familia Reverte, Campanario Querétaro (2004)

La casa se encuentra en uno de los fraccionamientos más exclusivos del centro de México, el terreno cuenta con 1500 m², la casa tiene 550m² de construcción e incorpora criterios de estilo mexicano contemporáneo.

- Departamentos Pedregal Farallón (2004)

- Plan Parcial Malecón Cancún Q. Roo (2004)

- Costa Maya Caseta de Ventas y Puerta de Acceso (2004)

- Plan maestro y conceptual para el desarrollo de la primera etapa del CPI de Costa Maya, en él se integran de acuerdo con los análisis de mercado efectuados, productos turísticos e inmobiliarios de la más alta calidad orientados a segmentos de mercado de alto gasto, estadía y repetitividad. El proyecto realizado es la puerta de acceso y la caseta de ventas donde se pretende detonar la comercialización de desarrollo y su promoción.

- Interactivo de promoción y Pagina Web (2004).

Capítulo 2
Diseño y Comunicación Visual
2.1 Elementos formales del
Diseño y la Comunicación Visual

Para la autora Dondis estos elementos son la sustancia básica de lo que vemos y los principales en la comunicación visual, como diseñadores podemos manipularlos para obtener un determinado efecto en la construcción, la comprensión y la composición de sus mensajes.

Punto:

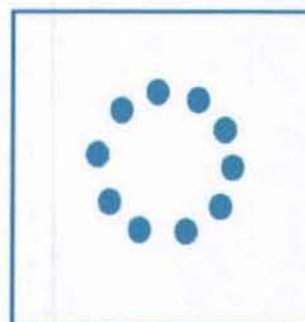
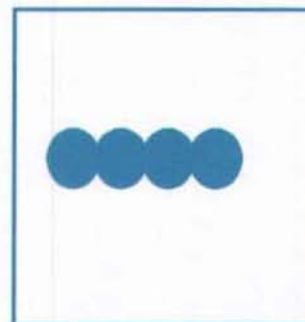
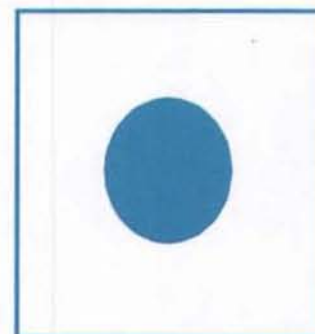
Es la unidad más simple de la comunicación visual, la cual tiene una fuerza que cuando existen en una gran cantidad, se conectan y por tanto son capaces de dirigir la mirada además de crear la ilusión de tono o color.

Es un signo que puede tener diferentes características en su tamaño y al ser duplicado puede convertirse en un mensaje visual. En una imagen destacan unos puntos sobre otros, de acuerdo a la composición y al equilibrio tiende a un punto central que es donde va dirigida la mirada.

El punto esta definido por su color, dimensión y sobre todo por el dinamismo que puede reflejar dependiendo de donde lo situemos dentro del plano. Cuando vemos varios puntos dentro de una determinada composición, por el principio de agrupación, podemos construir formas, contornos, tono o color (como las imágenes de semitonos creadas con tramas de puntos para su composición).

Características del punto:

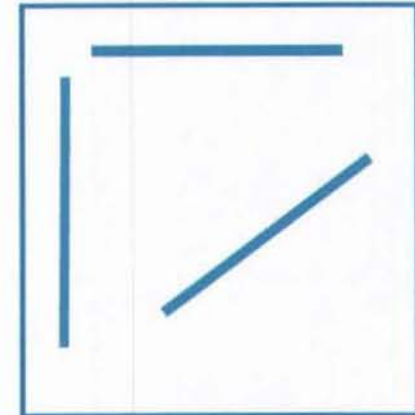
- Tiene un gran poder de atracción cuando se encuentra solo.
- Puede producir sensación de tensión cuando se añade otro punto y construyen un vector direccional.
- Da lugar a la creación de otros conceptos como el color cuando aparecen varios puntos en el mismo campo visual.



Línea:

Son la formación de varios puntos que no pueden reconocerse individualmente o un solo punto en movimiento, nunca es estático, tiene una dirección y un propósito. Sirve para conectar dos puntos en el espacio. Podemos definirla como la unión o aproximación de varios puntos. Casi siempre genera dinamismo y definen direccionalmente la composición en la que la insertemos. Su presencia crea tensión en el espacio donde la ubiquemos y afecta a los diferentes elementos que conviven con ella. Puede definirse también como un punto en movimiento o como la historia del movimiento de un punto, por lo cual tiene una enorme energía, nunca es estática y es el elemento visual básico del boceto. Además la línea separa planos, permitiendo crear diferentes niveles y volúmenes. La línea puede tener múltiples significados y distintas formas de expresiones, desde la conformación de figuras a otros significados como acción, dirección, movimiento y estabilidad, dependiendo de sus distintos grosores o valores también variará su significado.

Es uno de los elementos gráficos más utilizados, ya que definen y delimitan las diferentes áreas de nuestra composición, además dirige la dirección de lectura dentro de una composición, haciendo que el espectador observe el lugar adecuado, es indispensable en el espacio gráfico, tanto para la materialización y representación de ideas, como para la notación. Tiene en el grafismo, la misma importancia que la letra en el texto. Los elementos de la línea que con mayor facilidad podemos analizar y percibir son: el espesor, la longitud, la dirección con respecto a la página, la forma (recta o curva), el color y la cantidad. La constancia y la variabilidad afectan al conjunto de las dimensiones antes citadas, aunque también pueden referirse a la distinción entre la línea continua y la línea de puntos o a la naturaleza de los bordes (irregulares o lisos). Las líneas tienen un papel expresivo ya que orientan y conducen la mirada según la intención del autor, las líneas rectas horizontales y verticales por lo general transmiten una sensación de estabilidad, mientras que las curvas provocan inquietud y desequilibrio, las líneas también generan perfiles y volúmenes.



El contorno:

Hablamos de contorno cuando el trazo de línea se une en un mismo punto. En la terminología de las artes visuales se dice que la línea articula la complejidad del contorno. Cuando la línea cierra un determinado espacio se crea una tensión entre el espacio y sus límites y es entonces cuando la línea tiene un gran poder de atracción. La característica principal del contorno es que son estáticos o dinámicos dependiendo del uso que se les dé o de las diferentes direcciones que éste adopte.

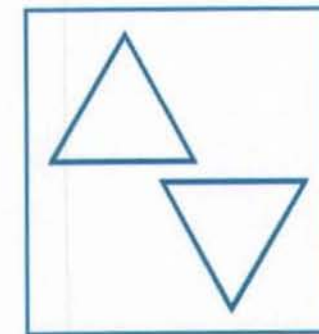
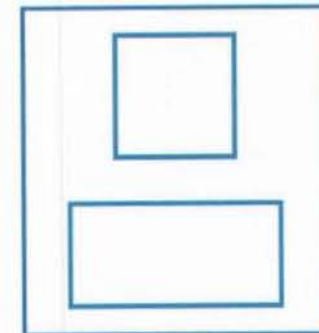
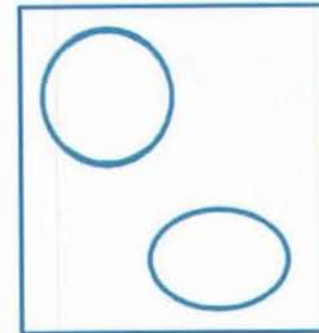
La línea describe un contorno, existen tres contornos básicos, cuadrado el cual se asocia con la rectitud y la honestidad, el círculo con la infinitud la protección y el triángulo con la acción, el conflicto y la tensión, a partir de ellos y sus combinaciones provienen todas las formas físicas que se pueden imaginar.

Las formas más generales del diseño provenientes de los principios básicos de verticalidad, horizontalidad, centro e inclinación, son el círculo, el rectángulo y el triángulo equilátero. Cada uno de ellos tiene su carácter específico y se les atribuyen diferentes significados. Los contornos básicos, por tanto, son estos tres:

El círculo: Es una figura continuamente curvada cuyo perímetro equidista en todos sus puntos del centro. Representa tanto el área que abarca, como el movimiento de rotación que lo produce. Este contorno tiene un gran valor simbólico especialmente su centro. Y puede tener diferentes significaciones: protección, inestabilidad, totalidad, infinitud, calidez y cerrado. Su direccionalidad es la curva y su proyección tridimensional la esfera.

El cuadrado: Es una figura de cuatro lados con ángulos rectos exactamente iguales en sus esquinas y lados que tienen exactamente la misma longitud. Es una figura estable y de carácter permanente (aún cuando se modifica alargando o acortando sus lados). Se asocia a ideas de estabilidad, permanencia, torpeza, honestidad, rectitud, esmero y equilibrio. Su direccionalidad es la vertical y horizontal.

El triángulo: Equilátero es una figura de tres lados cuyos ángulos y lados son todos iguales. Es también una figura estable, con tres puntos de apoyo, uno en cada vértice, aunque no tan estático como el cuadrado.



Dirección:

Todos los contornos expresan tres direcciones básicas, el cuadrado la horizontal y la vertical, el triángulo la diagonal y el círculo la curva, estas tres facilitan en el diseño el equilibrio en los mensajes visuales.

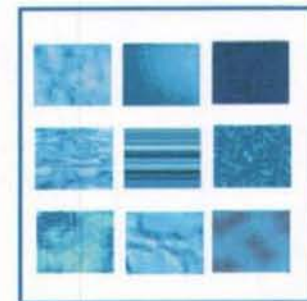
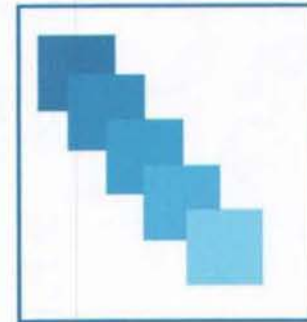
Tono:

Son las variaciones de la luz, las intensidades de oscuridad, claridad o gradaciones de un objeto y sus dimensiones, la percepción que éste tenga, el movimiento, la distancia y la profundidad.

Textura:

Para el autor Munari conocer las imágenes que nos rodean es ampliar las posibilidades de contactos con la realidad que equivale a ver y comprender más. Es interesante ver las estructuras de las cosas y percibir la sensibilización de su superficie a lo que se le llama textura. Esas superficies texturizadas ya no son uniformes pues tienen una caracterización matérica. Estas texturas forman figuras e imágenes que se hacen reconocibles dependiendo la experiencia que tengamos. Pueden ser orgánicas y

geométricas y cada una esta formada por multitud de elementos iguales o semejantes en igual distancia entre si, su característica es la uniformidad.



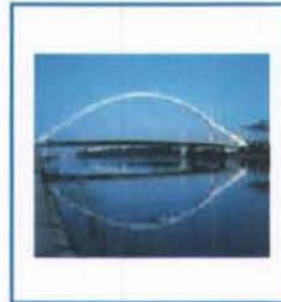
Movimiento:

Es una de las fuerzas predominantes en nuestra experiencia humana, con técnicas de ilusión, dimensión, perspectiva, luz y sombra puede dar la intención de diseño, es un elemento básico de la comunicación visual que tiene la característica de transmitir la información de manera fácil y directa.



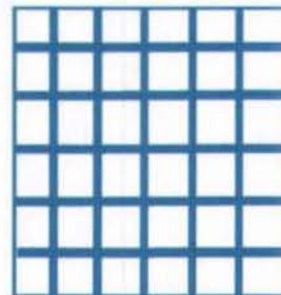
Simetría:

Estudia la forma y su relación entre sí, se tienen cinco reglas que son: identidad, la cual consiste en la superposición de una forma sobre sí misma o la rotación sobre su propio eje; traslación, marca la repetición en cualquier movimiento; rotación gira sobre el eje dentro o fuera de la forma; reflexión especular representa una cosa y su imagen a la vez; la dilatación es una ampliación sin modificación.



Estructuras:

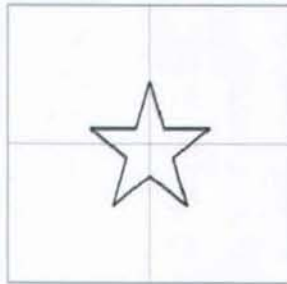
Son las construcciones generadas por la repetición de formas, su característica es la de modelar un espacio.



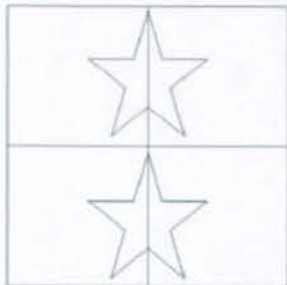
2.1.1 Técnicas del Diseño y la Comunicación Visual

Las técnicas son los medios que como diseñadores tenemos para representar las ideas y resolver los problemas de orden visual, cada una de ellas tiene su contrario en significados. Dondis las clasifica de la siguiente manera:

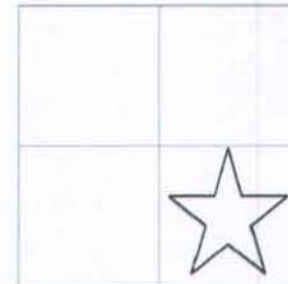
Equilibrio: estabilidad en la percepción de los elementos visuales, todo se encuentra dentro de un marco, un espacio y mantiene relaciones que pueden ser llamados fuerzas, estas son el peso de las figuras.



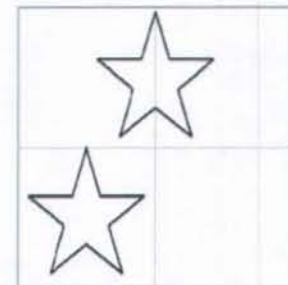
Simetría: equilibrio visual de elementos de manera similar de un lado como de otro.



Inestabilidad: ausencia de equilibrio dando una percepción inquietante.



Asimetría: equilibrio visual de elementos sin repetición.

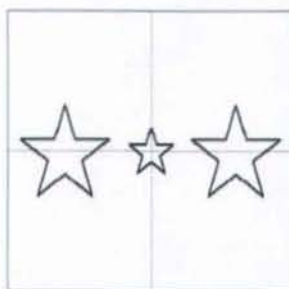


Cabe señalar que para hacer énfasis en las diferencias de los conceptos se aplica el criterio del elemento geométrico en forma de estrella.

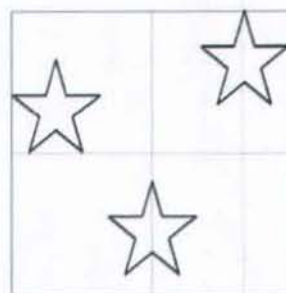
Regularidad: uniformidad de elementos.



Simplicidad: elementos directos y simples en su composición.



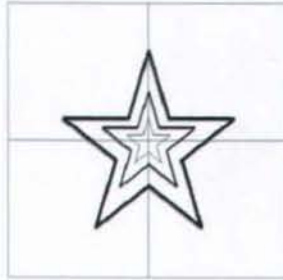
Irregularidad: su composición no esta basada en ninguna regla, ya que busca un impacto inesperado.



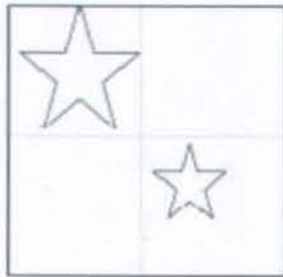
Complejidad: numerosos elementos que son complejos en su organización y significado.



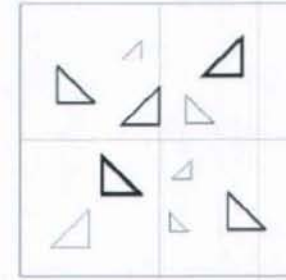
Unidad: elementos equilibrados que son percibidos como uno solo.



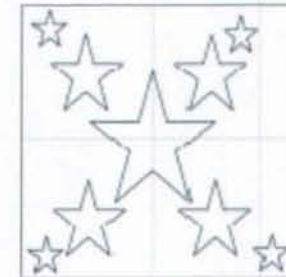
Economía: recurre a la utilización de pocos elementos.



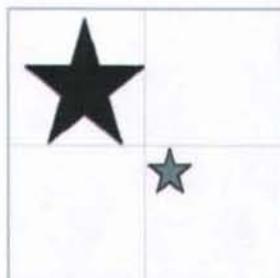
Fragmentación: descomposición de elementos con un valor individual.



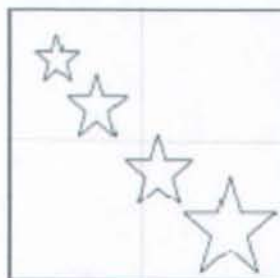
Profusión: recarga los elementos en el diseño.



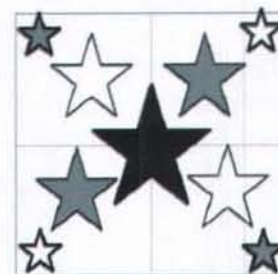
Reticencia: busca la respuesta máxima del espectador utilizando el mínimo de elementos.



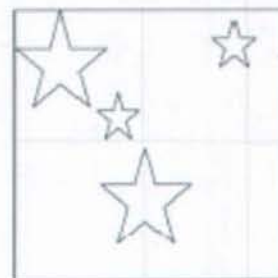
Predictibilidad: hace predecible el mensaje mostrándonos un mínimo de información.



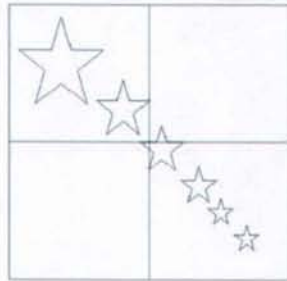
Exageración: busca intensificar y amplificar sus elementos.



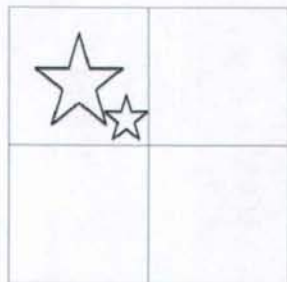
Espontaneidad: busca una carga emotiva e impactante la cual parezca no estar planeada.



Actividad: da impresión de movimiento en los elementos.



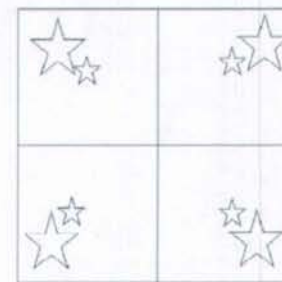
Sutileza: elementos que se utilizan de manera refinada y delicada.



Pasividad: produce un efecto de reposo e inmovilidad.



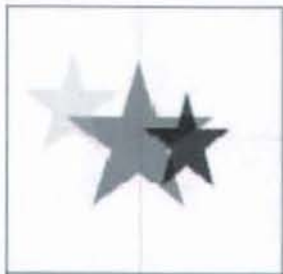
Audacia: elementos atrevidos que buscan una percepción óptima.



Neutralidad: todos los elementos tienen la misma importancia dentro del plano visual.



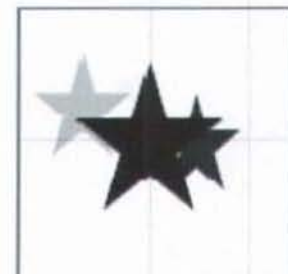
Transparencia: detalle visual a través del cual podemos observar otro, debe tener simplicidad y unidad.



Acento: realiza un punto para llamar más la atención del espectador.



Opacidad: bloqueo de algunos elementos visuales.



Coherencia: elementos uniformes y repetitivos.



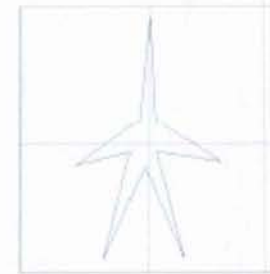
Realismo: muestra de manera natural las imágenes tal cual las perciben nuestros ojos.



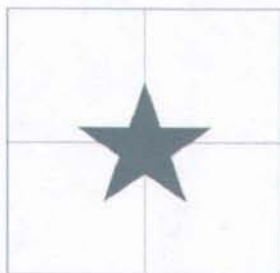
Variación: diversidad de elementos.



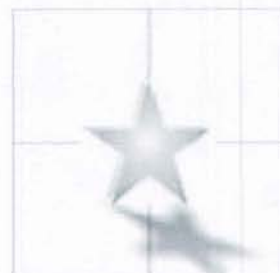
Distorsión: deformación de algunas partes o de todo el mensaje visual.



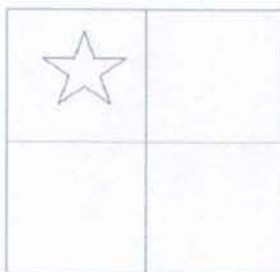
Plano: ausencia de perspectiva, luz y sombra para eliminar la apariencia de dimensión.



Profundo: uso de la perspectiva, luz y sombra para dar una apariencia de dimensión.



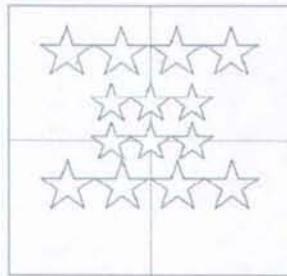
Singularidad: tema aislado en el que no se recurre a ningún otro estímulo visual.



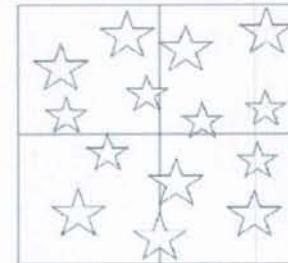
Yuxtaposición: interacción de estímulos visuales para crear una comparación.



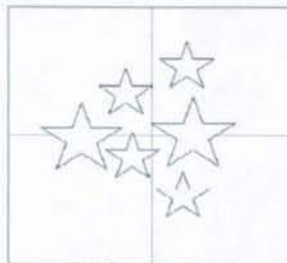
Secuencialidad: orden de los elementos en un esquema lógico.



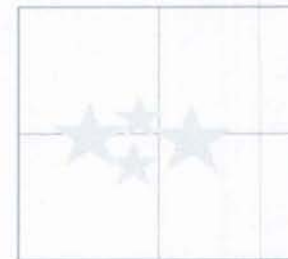
Aleatoriedad: da la impresión de la desorganización de los elementos visuales.



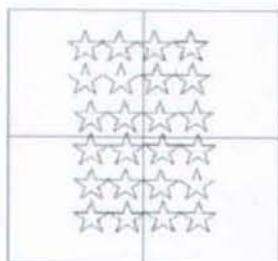
Agudeza: utiliza la precisión para hacer más claros y fáciles de interpretar los mensajes.



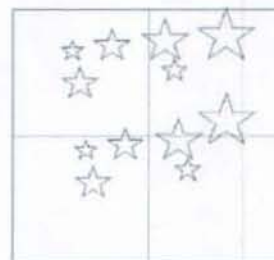
Difusividad: crea ambientes más sensibles con elementos blandos.



Continuidad: serie de elementos visuales ininterrumpidos que mantienen unida una composición



Episodicidad: desconexión de elementos donde cada uno tiene un carácter individual sin abandonar el concepto global.



2.2 Comunicación

2.2.1 Comunicación

El diseñador Jean Cloutier divide a la comunicación en cuatro etapas:

- Comunicación interpersonal: época del homo sapiens, el hombre es el medio de comunicación, a través de la expresión verbal (palabra) y corporal (gestos).
- Comunicación de elites: el hombre crea obras con vida propia y que transmiten diversos mensajes, su forma más primaria es la audiovisual, el gesto y la palabra se complementan con el ritmo y el canto.
- Comunicación de masas: intervienen más específicamente tiempo y espacio y se ven reflejados en los medios de comunicación como la imprenta, el cine, la radio la televisión el video etc.
- Comunicación individual: uso de los medios personales que transmiten algo a alguien como es el caso de la fotografía se caracterizan por la conservación y reproducción de ciertos códigos
- Una quinta etapa es la que da lugar con el avance de las tecnologías y hacen que el receptor y emisor interactúen

entre sí (interactividad).

2.2.2 Comunicación visual

2.2.2.1 Definición

"La comunicación visual se puede entender como todo lo que nuestra vista pueda alcanzar"¹. Tales imágenes tienen distintos valores según en el contexto en donde se encuentren dando diferentes informaciones. Por ello, se pueden clasificar como comunicación intencional o casual.

La comunicación casual es aquella que existe por naturaleza, la cual no tiene ninguna intención pero que a pesar de ello comunica un hecho o una acción. Este mensaje puede ser interpretado libremente por el que lo percibe. En cambio una comunicación intencional es la que, por medio de un código preciso, se proporciona una información precisa, en donde el mensaje debe ser recibido tal cual con su significado de como se emitió. La comunicación intencional se divide en dos las cuales serían la información estética y la práctica. La información práctica se entiende por aquella que no tiene ningún aspecto estético y que se da tal cual como es. La información estética se entiende como el mensaje que nos informa,

como por ejemplo las relaciones temporales visibles en la transformación de una forma a otra. La comunicación visual se produce por medio de mensajes visuales que forman parte de todos los mensajes que perciben nuestros sentidos. Por ello existe un emisor que transmite mensajes y un receptor; el cual se encuentra inmerso en un ambiente donde existe mucha interferencia en donde el mensaje emitido podría alterarse o incluso anularse. El mensaje se divide en dos partes una es la información que contiene el mensaje y la otra es lo visual. El proceso de comunicación es correcto cuando el receptor asigna a la señal el mismo mensaje que el emisor quiere transmitir.

¹ Munari Bruno, *Diseño y Comunicación Visual: contribución a una metodología didáctica*, España, Gustavo Gili, Séptima edición, 1983, p. 18

2.3 El lenguaje

2.3.1 Definición

El lenguaje es la manera en la que nos comunicamos, es una facultad humana en la que el hombre mediante un sistema de signos sustituye conceptos y percepciones, cuando se hace referencia a la lengua se hace referencia al sistema del habla.

2.3.2 Lenguaje Visual

"La visión es la acción de percibir los objetos mediante el órgano de la vista, requiere de una agudeza visual de la cual dependerá el reconocimiento de las imágenes, está condicionada por la iluminación."²

El hombre no sólo comunica de manera verbal, también lo hace mediante gestos, señas, imágenes y sonidos. Cualquier manera de hacerlo tiene un código el cual está formado por signos que transmiten la información y podemos captar de dos formas; una por medio de nuestros sentidos (significante) y otra por medio de ideas o conceptos (significado).

Un signo visual es una asociación entre un significante que percibimos con la vista y un significado al que remite.

En el campo de lo visual existen

signos llamados iconos, los cuales son imágenes que reproducen el objeto al que se desea referir. Existen algunos elementos que se caracterizan en lenguaje visual; puntos, las líneas, cuya posición determina un lugar en el espacio mediante la distribución, la simetría, los ritmos, y el equilibrio. En todo proceso de comunicación intervienen distintos elementos de diferente orden, tres físicos y tres de carácter intelectual.

Los elementos físicos son el emisor, mensaje y receptor.

Los intelectuales son los significantes, que se refiere a la intencionalidad comunicativa.

Los significantes, que son los signos producidos; y el significado, que es el concepto que es inducido.

Las diferencias que existen entre los mensajes verbales con los icónicos son:

- La doble articulación: es portadora de rasgos semánticos como estructuras mínimas como los morfemas y los fonemas.
- La linealidad: que determina la función sintagmática.
- Todo sistema de signos puede servir de medio de comunicación por medio de mensajes.

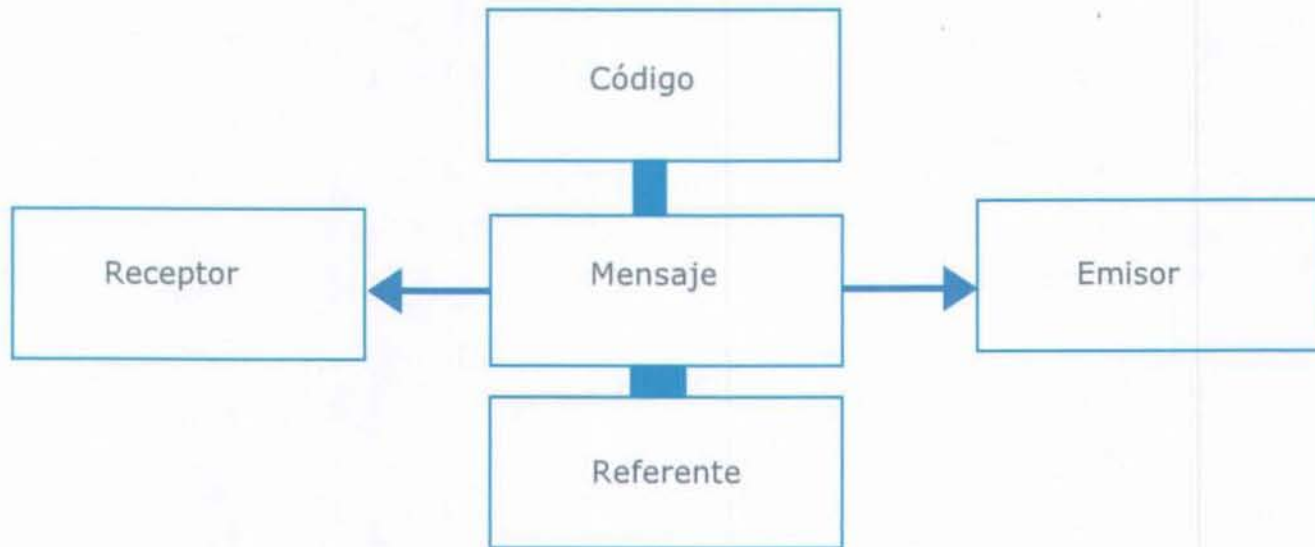
- Un mensaje es la secuencia de signos que pertenecen a un código y se compone por un contenido que es la idea que se quiere comunicar y la forma y los rasgos que se perciben de dicha idea. Estos mensajes también pueden construirse por medio de señales y símbolos.

- Una información completa es una información audiovisual.

Todo diseño porta un mensaje por lo que es vuelve parte de un proceso de comunicación "el diseño también es comunicación"³, ya que transforma, informa y participa entre emisor y receptor, los objetos son portadores de forma por que interactúan con los sentidos, persuaden al usuario, pero para que cumplan correctamente su función se debe evitar el ruido dentro de ellos el cual puede ser provocado por el emisor, el medio o el receptor.

² Cerrián Herreros Mariano, Información audiovisual, conceptos, técnicas, expresión y aplicación, Editorial Síntesis, Madrid 2002 p. 67

³ Metodología del diseño, Luz del Carmen Vilchis, México 1998 p.p 80



Emisor: quien envía el mensaje, tiene la tarea de motivar al receptor hacia el mensaje, hacer que se interese por él y darle pruebas del hecho que esta describiendo,

Medio: canal por el cual fluye la información.

Mensaje: contenido.

Código: claves que hacen inteligible la información.

Referente: patrón cultural en el cual el mensaje adquiere sentido, identificación plena del entorno.

Receptor: quien recibe la información y codifica el mensaje, éste debe saber lo que ocurre, comprender la información, recordarla y en ocasiones recrearse.

2.3.2.1 La significación de un mensaje visual

En una obra visual el mensaje es portador de significados, como usuarios nuestra experiencia se ve reflejada en la percepción de este mensaje que estará constituido por los elementos del lenguaje visual. Para comprender una obra visual debemos conocer su contextualización, es decir la época de su realización, sus referencias y su fin.

Según el entorno, la visión, los valores, la experiencia y la sensibilidad del destinatario del mensaje se tendrán una relación emotiva con la obra.

Desde el punto de vista semiológico un mensaje estético es original, llama la atención y comunica, esto es también de acuerdo a la capacidad de valoración del destinatario.

Se determina por la representación, lo percibimos por medio del sentido de la vista, la imagen sirve como un estímulo al espectador y una forma de comunicación, ya que puede llegar a un número considerable de personas, tiene una permanencia lo que posibilita la repetición de su lectura, es apta para cualquier grupo social, y tiene credibilidad.

El elemento visual o icono está

representado por la imagen, es el resultado de la combinación de unidades visuales formales que dan continuidad al contenido que se va a transmitir.

2.3.2.2 La imagen como signo

El término imagen proviene del latín "imāginem" cuyo significado es "representación" ya sea de lo que sucede o sucedió en la sociedad o lo que se encuentra en nuestra imaginación y se puede ver reflejado en el futuro, la imagen pertenece al campo visual por lo que es el elemento gráfico de la comunicación visual que materializa, conceptúa, significa, proyecta e interpreta una idea ya sea de manera educativa, informativa, educativa, etc. Los componentes de una imagen encuentran su diferencia entre el referente (objeto de la realidad), el significado (el concepto que se quiere expresar) y el significante (sustancia expresiva del signo).

Para Panofsky la imagen tiene tres niveles de interpretación:

- Nivel icónico: en este nivel se identifican los elementos que intervienen en la imagen como representación, formas, colores, objetos, gestos, movimientos.

- Nivel iconográfico. Interviene la representación y los significados, es decir lo que se quiere contar, en la narrativa audiovisual es "la historia".

- Nivel iconológico: contexto en el que se presenta la imagen. El significado hace referencia al contenido interno el mensaje mientras que el significante se refiere al contenido externo y visible.

La imagen técnica tiene aspectos semióticos.- es el aspecto material de la imagen, su registro, reproducción o difusión, según su proceso pueden ser mecánicas, fotográficas, electromagnéticas, o electrónicas.-, aspectos semiológicos.- como espacialidad y temporabilidad de significados puede ser una imagen fija como la fotografía o aquella que ofrece una representación real del movimiento.-y aspecto semántico: como significado. Existen seis tipos de imágenes, la inmediata la cual se produce al momento de la percepción, pasiva que es la que se archiva en la memoria después de haberla recibido, la imagen reactivada son imágenes del recuerdo, la pre-conceptual es la imagen inmediata

que es tomada con una conciencia, la imagen conceptualizada son conceptos que han sido elaborados al ser clasificadas y analizadas otras imágenes y la post-conceptual es la imagen que expresa un significado a través de ciertos símbolos.

Los códigos visuales se dividen en una escala de iconicidad establecida por el autor Moles, el primero es:

- Código señalético.- figuras utilizadas con una función simbólica como los semáforos.-,
- Códigos ideográficos.-son las señales que presentan figuras altamente reconocidas como las siluetas de las personas o vehículos que son utilizados principalmente en las señales de tránsito.
- Códigos gráficos.- son las redes, utilizados para representar relaciones entre elementos como un árbol genealógico, los diagramas representan relaciones matemáticas entre 2 o mas variables y los mapas, que son gráficos que representan cierta información espacial o descriptiva.

- Códigos pictóricos.- pinturas, grabados, litografías.
- Códigos icónicos secuenciales.- imágenes que tienen una secuencia determinada en un espacio y tiempo como la fotonovela los comics.
- Finalmente existen imágenes las cuales tienen un solo significado (monosemia) varios significados (polisemia) y las que se les puede atribuir cualquier significado (pansémico).

2.3.2.3 El texto

En la escritura las ideas son plasmadas en un pictograma, nos pueden hacer sentir, ver y oír ciertas sensaciones o vivencias.

La palabra escrita es leída y asimilada por un acto consciente de la voluntad con el intelecto que afecta la imaginación y las emociones.

La escritura representa un lenguaje, se liga a la palabra hablada la cual constituye un objeto.

La escritura asegura la conservación y transmisión del conocimiento y la cultura, así con ayuda de la imprenta y el desarrollo de la impresión tipográfica sirvió como conservador a la comunicación visual dejando un registro que ha ido evolucionando

hasta ahora con el uso de los medios electrónicos.

El texto muchas veces hace que a una imagen se le de la recepción adecuada sin él y con el paso del tiempo esta información puede ser equívoca, las palabras son complemento de las imágenes ya que sin ellas muchas veces la información es incompleta.

2.3.2.4 Lectura de imágenes

Existen tres niveles de atención

- Nivel instintivo: es el que realizamos apenas aparece la imagen, interviene la percepción, y elementos emotivos como el color, es la lectura rápida de la imagen la cual es enviada al cerebro.
 - Nivel descriptivo: el ojo analiza la imagen y el cerebro recibe mayor descripción e información.
 - Nivel simbólico: de los elementos del contenido, el observador abstrae simbolismos.
- La representación del argumento tiene gran importancia en el discurso con respecto a la imagen fija:
- Imagen-documento: documenta la realidad que observamos y vivimos, ya sea a detalle o espontáneamente.
 - Imagen-símbolo: la imagen asume el papel de símbolo y es la que más

vemos en mensajes publicitarios.

- Imagen -competición: es una imagen totalmente estética y decorativa, no oculta significados particulares.

2.3.2.4.1 Componentes de la imagen

El diseñador Mariano Cerrián describe los componentes de la imagen en el plano como "el marco que recorta la realidad, este varía en tamaños según el formato, da expresividad, ya que puede dar una percepción de espectacularidad, agrandamiento, o sometimiento."⁴

El tamaño del plano es la relación entre los objetos y las personas o de estas y el entorno captada dentro de él.

2.3.2.4.2 Plano

El plano: en él se encuentra la importancia del tema en relación con los elementos de la imagen, además de determinar su tiempo de lectura.

- Plano general: ambientaliza el discurso pero sin puntualizarlo todo, no hay elementos específicos de atracción, su tiempo de lectura es breve. (1)
- Plano de conjunto: se empieza a distinguir algún elemento en particular

o el argumento del mensaje, el observador debe captar cada uno de los detalles que la imagen quien presentar y comunicar.

- Plano medio: el personaje predomina sobre el ambiente, atrae la atención del espectador mediante expresiones. (2)
- Primer plano: presenta al sujeto o una imagen que el espectador se ve obligado a recordar.(3)
- Plano de detalle: la imagen muestra un detalle del sujeto o el ambiente.(4)



(1)



(2)



(3)



(4)

⁴ Cerrián Herreros Mariano, Información audiovisual. conceptos, técnicas, expresión y aplicación. Editorial Síntesis, Madrid 2002 pp. 343

2.3.2.4.3 Composición

Es la distribución de los elementos representados con el fin de buscar la atracción en el espectador, la unidad, coherencia y claridad informativa, permite al ojo recorrer la imagen dándole a cada elemento la importancia que merece.

- Composición vertical: el ojo recorre la imagen de arriba hacia abajo, la importancia en estas tomas esta en la perspectiva y el encuadre.
- Composición horizontal: el ojo recorre la imagen ampliamente pero sin forzar la lectura por lo que hace que ésta comunique una sensación.
- Composición diagonal: la composición y perspectiva de las imágenes se encuentran inclinados en un sentido.
- Composición cíclica: la imagen geoméricamente establecida comunica movimiento.

2.3.2.4.4 Encuadre

El encuadre: es la posición del sujeto respecto a los márgenes de la imagen como la posición de la cámara respecta al sujeto.

El encuadre enfoca la realidad en relación con la realidad registrada

en pantalla.

- Central: produce la identificación inmediata del sujeto u objeto a representar.
- Descentrado: las imágenes se encuentran dispuestas en una composición geométrica, y posición asimétrica.
- Oblicuo: representación del objeto o sujeto en una posición diferente a la que está acostumbrados a verlos.

2.3.2.4.5 Ángulos

Angulo de toma:

Toma frontal: destaca las características expresivas y descriptivas del sujeto u objeto.

Perfil: toma estética que juega con las luces y sombras.

Tres cuartos: es el intermedio de las 2 tomas anteriores ya que inserta al sujeto u objeto en un encuadre equilibrado.

Perspectiva vertical ascendente: da la impresión de estabilidad en tiempo y espacio, la mirada es recorrida hacia arriba, comunica poder e importancia.

Perspectiva vertical descendente: comunica profundidad, aun que los sujetos se muestran minimizados u oprimidos.

Perspectiva lateral: es la observación de izquierda a derecha que el hombre

esta acostumbrado a ver dándolo una rápida lectura a las imágenes.

2.3.2.4.6 Secuencia

La secuencia es la estructura básica del lenguaje de las imágenes su importancia se encuentra en lo que desarrolla, su dinámica y su valor.

Componentes de la secuencia:

- Duración de la proyección: la permanencia de la imagen debe ser en función a su importancia.
- Plano de referencia: tiempo de proyección de la imagen que permita leer a detalle el mensaje que comunica.
- Flash: duración muy breve de la imagen con un componente emotivo.
- Stress: proyección prolongada de una imagen que llega a propiciar el aburrimiento, aun que también propicia un comentario más detallado.
- Orden de proyección: composición de los simbolismos de las imágenes para lograr un todo y que el significado del mensaje sea captado.
- Sucesión cronológica: su ley de composición interna es la temporal.
- Sucesión lógica: el tema tratado será el que de pie a la organización de las imágenes con el fin de que éstas transmitan sus elementos esenciales.

- Anticipación: una primera imagen que centra la atención en lo que le deberá suceder.
 - Flash back: imagen que muestra las causas que llevaron a una determinada situación.
 - Refuerzo: la imagen repite los elementos esenciales de la precedente.
 - Antítesis: se destaca el valor de la imagen con uno opuesto.
- Paralelo: dos imágenes diferentes de secuencias diferentes en las que la en la sucesión cronológica coincide.

2.3.2.4.7 Proyección de imágenes

Uniformidad de proyección
Uniformidad de formato: se debe de mantener un formato en las imágenes para su mejor lectura y entendimiento del mensaje.
Uniformidad de color de acuerdo a la secuencia (tonalidad, saturación, colores cálidos-blanco, amarillo, naranja, rojo-, colores fríos-azul, verde, violeta, gris, negro)
Uniformidad de iluminación: tiene un valor expresivo ya que puede resaltar o suprimir formas y crear una atmósfera determinada que produzca diversas sensaciones.

2.3.2.5 Estructura

La finalidad del diseño gráfico es transmitir conceptos, mediante la composición, es adecuar distintos elementos gráficos dentro de un espacio visual combinándolos de tal forma que sean capaces de poder aportar un significado para transmitir un mensaje claro a los receptores, esta compuesto por elementos los cuales pueden ser imágenes, texto, ilustraciones, espacios en blancos. El diseño deberá ordenarse una estructura rígida, coherente y dentro de los parámetros de la simetría en la disposición de los distintos elementos, algunos van a ser más o menos pesados en una determinada composición dependiendo de la ubicación que se les asignaran y en función de los elementos que les rodean. Los situados a la derecha del área poseen un mayor peso visual y dan sensación de proyección y avance en la composición. Por contra, los situados a la izquierda dan una sensación de ligereza visual más acentuada según se vayan acercando al margen izquierdo de la página. La parte superior de la composición es la

que posee mayor ligereza visual, en esta parte el peso de los elementos es mínimo, al verse equilibrado por la zona inferior de la página. Por el contrario, en el borde inferior los elementos tendrán un mayor peso. En una composición se deben buscar la máxima eficacia comunicativa, impactar visualmente al público receptor del mensaje, para ello se debe conocer el área gráfica que se va a utilizar y que áreas serán ocupada por elementos y cuales no.

2.3.2.6 Diagramación

Podemos considerar al diseño gráfico como la organización armoniosa de elementos con el objetivo de cumplir una función de comunicación visual. Diagramar es distribuir, organizar los elementos del mensaje en el espacio mediante criterios de jerarquización buscando funcionalidad del mensaje bajo una apariencia estética agradable, es decir se resuelve la organización.

Sección áurea:

Para distribuir el espacio de diseño de una correcta manera existe una fórmula muy conocida que permite dividir el espacio en partes iguales, para lograr un efecto estético agradable y que puede llegar a ser muy eficaz.

Esta teoría se denomina "sección áurea", fue creada por Vitruvio, la autoridad romana en arquitectura. Ideó un sistema de cálculo matemático de la división pictórica, para seccionar los espacios en partes iguales y así conseguir una mejor composición. Se basa en el principio general de contemplar un espacio rectangular dividido, a grandes rasgos, en terceras partes, tanto vertical

como horizontalmente.

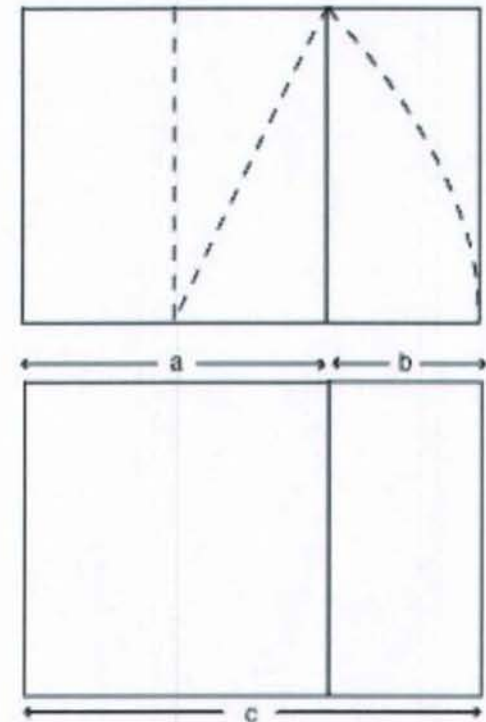
Al situar los elementos primordiales de diseño en una de estas líneas, se cobra conciencia del equilibrio creado entre estos elementos y el resto del diseño.

La composición en la diagramación Verticalidad y horizontalidad

Si entendemos el comportamiento de los objetos: «... el punto se mueve y surge la línea. La línea se mueve y produce una superficie plana y la unión de superficies planas crea un cuerpo...».⁵

Para el autor Kandinski la línea expresa el movimiento: «...es la traza que deja el punto al moverse y es por lo tanto su producto.

La acción natural de la gravedad de mantener a los seres sobre la superficie y en posición equilibrada asociada ésta a la verticalidad, se expresa también en los deseos de querer que todo lo que le rodea también debe estar en equilibrio. Asimismo, su necesidad de vincularse físicamente con el entorno lo lleva a trasladarse de un lugar a otro de manera frecuente sobre esa superficie operándose una relación con el concepto de horizontalidad.



Sección áurea

Se dibuja un cuadrado y se marca el punto medio de uno de sus lados, se une con el vértice opuesto y se lleva esa distancia sobre el lado inicial y de esta manera se obtiene el lado mayor del rectángulo.

⁵ Kandinski, Vasili, Punto y línea sobre el plano. España, Paidós, 1998.

Estas dos maneras de relacionarse con el entorno, verticalidad y horizontalidad, son los ejes del equilibrio.

Dice Kandinski de la verticalidad: «... es la forma más limpia de la infinita y cálida posibilidad de movimiento...»; y de la horizontalidad agrega: «... fría, susceptible de ser continuada en distintas direcciones sobre el plano...», y completa: «... es la forma más limpia de la infinita y fría posibilidad de movimiento...».

La diagonal es considerada una línea templada y que puede cambiar su temperatura conforme se acerque o se aleje de cualquiera de las líneas horizontal o vertical.

La manera como se expresa la fuerza de las líneas es el movimiento que se genera mediante la tensión y la dirección.

La tensión es la fuerza concentrada en el elemento. El punto tiene tensión, pero no dirección, la línea combina tensión y dirección.

La jerarquización visual

Este criterio es fundamental para la organización de los elementos visuales. Se trata de asignar valores a cada uno de ellos y hacer que en varios niveles se vayan organizando

de acuerdo con la necesidad de enfatizar jerárquicamente los distintos elementos que componen el mensaje.

El tratamiento de los atributos para cada elemento requiere de mucho cuidado para lograr una buena jerarquización, basta un cambio de atributo a uno de los elementos para propiciar un nuevo juego de relaciones entre ellos y por lo tanto habrá un nuevo diseño.

La destreza compositiva se basa en el dominio del criterio de jerarquización y en el establecimiento de un ritmo para cada uno y, a la vez, todos los elementos que conforman ese mensaje visual, como consecuencia, el todo tendrá también su propia jerarquía. Es decir, expresar en diversos grados de importancia los elementos y preponderantemente aquel que interesa destacar y se convierte en el eje de la composición.

El ritmo

El ritmo mayormente se le ha asociado con la composición musical; aunque en el cine también existe. Es la estructuración de los componentes de cada mensaje que se presentan y, a la vez, de sus sucesivos subcomponentes donde cada una de

las partes contribuye para lograr la unidad.

En la composición gráfica también hay que organizar los elementos tanto independientemente como en sus relaciones unos con otros: los textos y sus variaciones de tamaño, posición, valor, textura, color, las imágenes igualmente con sus variaciones, los signos sus valores y sus funciones y el conjunto organizado integralmente para dar lugar a un mensaje visual efectivo.

2.3.2.7 Morfología

La morfología es la ciencia que se encarga de estudiar las formas, para que una forma sea percibida son necesarios tres elementos básicos:

- El sujeto que es quien observa de acuerdo a su motivación, actitud, tiempo y lugar desde donde observa.
- La luz de acuerdo a su intensidad, dirección y origen, entre otros.
- En relación a la forma misma.

El autor Wong en su libro fundamentos del diseño bi y tridimensional define una estructura morfológica a los elementos que la componen y están relacionados entre sí, ya que si se cambia uno de ellos se alteran en su totalidad. La forma de una zona o contorno va a permitirnos reconocerlas como representaciones de objetos reales o imaginarios, tiene una dirección en la cual se encuentra una proyección, puede ser horizontal, vertical o inclinada en diferentes grados, su color puede variar y la textura modifica o varía la superficie de los materiales, sirve para expresar visualmente

las sensaciones obtenidas mediante el sentido del tacto o para representar un material dado.

La textura está relacionada con la composición de una sustancia a través de variaciones diminutas en la superficie del material, y se consigue en una composición gráfica mediante la repetición de luces y sombras o de motivos iguales o similares, esto se logra a través de tramas.

Otra característica de la forma se encuentra en la escala que es el tamaño relativo de una zona respecto a las demás y al total de la obra. Los diferentes tamaños de las diferentes zonas modifican y definen las propiedades de cada una de ellas. La dimensión sólo existe en el espacio real tridimensional, pero se puede simular en una composición gráfica plana mediante técnicas de perspectiva, sombreado o superposición. El movimiento aporta connotaciones de dinamismo y fuerza. En las obras gráficas puras no existe movimiento real, pero sí se encuentra implícito en ciertos elementos y se puede conseguir con ciertas técnicas que engañan al ojo humano o representando elementos que sí lo tienen en el mundo real.

Forma/espacio, se considera una unidad en perfecta armonía por que la forma no es sin el espacio y éste lo percibimos a partir de que las formas lo ponen en evidencia, esta relación se encuentra presente en la tridimensionalidad y en la bidimensionalidad se ve representada en figura/fondo.

Un campo bidimensional solo tiene alto y ancho por lo que los elementos que sean colocados por el diseñador con el fin de comunicar un mensaje o transmitir una información no están sujetos a variables de organización. Cuando la forma cambia a un espacio tridimensional el espacio rodea o interpreta las formas, no son fabricadas por nosotros, por lo que adquieren significados diferentes.

Las figuras presentan cualidades propias que devienen de las formas, y a través de ellas se pueden establecer los diversos tipos relacionados con el fondo como la configuración la cual aporta la identificación principal en la percepción, el tamaño el cual es relativo en función a otro elementos y a al entorno donde se encuentran, la posición, la inercia visual de la forma, color y textura.

Toda superficie rodeada tiende a convertirse en figura, lo demás actúa

como fondo, éste por lo regular es más grande y simple, los colores son más intensos en la figura y presenta mayor estabilidad, claridad y precisión por lo que es más fácil de recordar por el receptor.

El fondo y figura encuentran otra variables como son el contraste, fusión (mimetiza fondo con figura) fondo simple con figura compleja o viceversa, transparencia y transición.

2.3.2.8 Cromatismo

El autor Abraham Moles hace un enfoque del tema orientado al entendimiento de los elementos de la imagen en general, hace una clasificación de la siguiente manera:

Color denotativo	Icónico Saturado Fantasioso	Representación o realismo
Color connotativo	Psicológico Simbólico Estético	Emotividad o carisma
Color esquemático	Emblemático Señalético Convencional	Funcionalidad y codificación

El color denotativo se refiere al que nuestros ojos perciben de manera natural, directa, el mundo de lo real.

Se establecen tres niveles: icónico, saturado y fantasioso. El icónico es el que expresa una clara función identificadora de los objetos, de los escenarios, de la piel, el color de una naranja, un árbol. Expresa con realismo el mundo exterior al que añadido la textura del objeto representado genera un nuevo grado de esa iconicidad cromática: el hiperrealismo que es la búsqueda de la representación minuciosa del realismo. El nivel saturado es el cromatismo exaltado de la realidad.

La utilización del color puro, brillante exagerado para provocar el «espectáculo visual» que permita la pregnancia del mensaje. El color fantasioso corresponde a una modificación del color natural sobre la forma realista para generar fantasías visuales que trascienden hacia las manifestaciones surrealistas: un tomate de color azul, una sandía por fuera roja y en el interior de color verde, etc.

El color connotativo corresponde a valores que no son perceptibles

fisiológicamente. Está en relación con el aspecto subjetivo de la percepción, emana sensaciones de calma, sosiego, calidez, tristeza, alegría, dinamismo y paz.

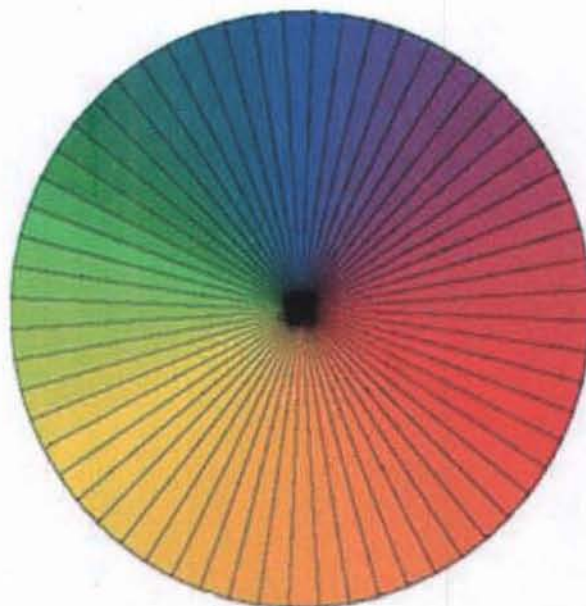
El color esquemático está referido a la capacidad de simplificación que se puede hacer de una cantidad inmensa de colores a un reducido conjunto al que se le puede asignar valores reconocibles en un contexto más o menos amplio.

Sus variaciones son: el emblemático, referido a la identificación tradicional del color como es el caso de los escudos, banderas y emblemas. El color señalético, aquel color que asociado a símbolos gráficos y tipografías puede ser capaz de dar identidad a una corporación o un conjunto de actividades homogéneas (deportes, seguridad, comercio). El color convencional es el que busca una expresividad propia de carácter decorativo o funcional o simplemente persigue resultados formales estéticamente agradables de acuerdo con sus objetivos particulares.

El círculo cromático:

Sirve para observar la organización básica y la interrelación de los colores, se puede emplear como forma para hacer la selección de color que nos parezca adecuada al diseño. Dentro se encuentra el negro, que se produce gracias a la mezcla de todos ellos.

- los colores primarios: rojo, azul y amarillo;
- los secundarios: verde, violeta y naranja y
- los terciarios: rojo violáceo, rojo anaranjado, amarillo anaranjado, amarillo verdoso, azul verdoso y azul violáceo.



Cuando un color esta armonizado significa que adquiere una composición, es decir, cuando en una composición todos los colores poseen una parte común al resto de los colores componentes.

Armónicas son las combinaciones en las que se utilizan modulaciones de un mismo tono, o también de diferentes tonos, pero que en su mezcla mantienen los unos parte de los mismos pigmentos de los restantes. La armonía más sencilla es aquella en la que se conjugan tonos de la misma gama o de una misma parte del círculo.

El contraste se produce cuando en una composición los colores no tienen nada en común. Existen diferentes tipos de contraste:

- Contraste de tono (cuando utilizamos diversos tonos cromáticos).
- Contraste de claro/oscuro (el punto extremo está representado por blanco y negro).
- Contraste de saturación (se produce por la modulación de un tono puro saturado con blanco, con negro, con gris, o con un color complementario).

- Contraste de cantidad (contraposición de lo grande y lo pequeño, de tal manera que ningún color tenga preponderancia sobre otro).
- Contraste simultáneo (se produce por la influencia que cada tono ejerce sobre los demás al yuxtaponerse a ellos en una composición gráfica).
- Contraste entre complementarios (Para lograr algo más armónico conviene que uno de ellos sea un color puro, y el otro esté modulado con blanco o con negro. El tono puro debe ocupar una superficie muy limitada, pues la extensión de un color en una composición debe ser inversamente proporcional a su intensidad).
- Contraste entre tonos cálidos y fríos. (Por ejemplo, en un contraste de claro/oscuro: hay uno o varios colores más aproximados al blanco y uno o varios colores más aproximados al negro).



Cada color tiene un significado y expresa una sensación agradable o desagradable, fría o cálida, positiva o negativa. El estudio de la influencia psicológica de los colores, es hoy en día una ciencia que se aplica a muy diferentes campos debido a la importancia que puede tener en los ambientes, en la vida diaria y en la publicidad. También hay que tener en cuenta, que el color puede cambiar su significado dependiendo del país y su cultura y al igual que el color, hay otros elementos (circulo, cuadrado u otra forma) que las personas pueden asociar con un concepto diferente al que normalmente se le atribuye a dicho elemento. La función de los elementos gráficos, no es simplemente adornar, sino atraer, representar la realidad y proporcionar más información que la escrita, o hacerla más evidente.

Color	Simbolismo	Observaciones
	Inocencia, pureza, virginidad honestidad, paz, invierno y calma.	Todos los colores, independientemente de su fuerza visual pierden brillo cuando se utilizan sobre fondo blanco, su grado de pureza depende de del brillo/contraste.
	Fuerte, serio, luto, sofisticación, poder, terror, ignorancia y soledad.	Sobre el blanco da sensación de seriedad, formalismo y rigidez, realza todo color que lo use como fondo, aun que se recomiendan más los claros para escribir sobre él.
	Color neutro, metálico, sensación de pobreza cuando se usa en un tono claro y de desesperación cuando su tono es oscuro.	Ejerce acción compesadora entre otros colores.
	Calma, autoridad, respeto, dignidad, relajación, frío agua, sueños, en tonos claros fe, viveza y virtud.	Color frío, el más de todos, de poca luminosidad, acentúa el dinamismo propio de los colores cálidos.
	Misterio, meditativo, melancolía, misticismo, dignidad.	Ofrece un raro efecto de impresión de movimiento que tiende hacia el reposo.
	Fuerza, dinamismo, coraje, pasión, fuego, agresión, caliente, atención y peligro.	Color que da vivacidad, es peligroso al no combinarse con otro color, los textos sobre este fondo dificulan su lectura.
	Abierto, informal, gloria, vanidad y progreso.	Más cálido que el rojo, cuando se acerca más al amarillo produce un sentimiento placentero, que se traduce en violencia al acercarse al rojo.
	Luminoso, vital, calor, esperanza	Color alegre para la vista siempre y cuando se use con moderación y en sus diferentes combinaciones.
	Naturaleza, salud, tranquilidad, seguridad, esperanza.	Invita a la calma y el reposo, destaca frente al azul y resalta al combinarse con rojo, naranja y amarillo.

2.3.2.9 Tipografía

La autora Marion March en su libro tipografía creativa, denomina a la tipografía como "la disciplina que dentro del Diseño Gráfico estudia los distintos modos de optimizar la emisión gráfica de mensajes verbales"⁶

Estos signos y símbolos reciben el nombre genérico de Caracteres. La comunicación visual mediante tipos opera con ideas o conceptos que crean con formas abstractas, (letras) estructuras (palabras) y su clasificación es:

- **Gótico:** Fue el primer carácter de imprenta usado en Europa. Es un tipo de letra que imita la escritura a mano que llevaban a cabo los monjes con un plumín ancho. Varía desde la más antigua, de ojo pequeño, hasta las influenciadas por el estilo renacentista, de ojo más ancho y más legible.
- **Romana (o con serif):** Se distinguen cuatro tipos: Son los primeros tipos romanos basado en la columna de Trajano. El palo de la letra está adornado con una base con serif que surge de las letras talladas en piedra:

- **De transición:** Se denominan así a los que se producen en el siglo XVIII. Las mejores calidades del papel y de impresión posibilitan una variación en su grosor y se hacen más finos (Garamond).
- **Modernos:** Se caracterizan por tener los serif horizontales y delgados.
- **Del siglo XX:** Mejoran su legibilidad. Se diseñan tipos de letra derivados del romano, con el ojo de mayor tamaño (Times New Roman).
- **Egipcio:** Se deriva del romano. Tienen astas iguales y más anchas y el remate rectangular (Rockwell, Clarendon).
- **Palo seco (o sin serif):** Algunas de estas letras son: **FRANKLIN GOTHIC**, Al igual que el primer grupo, existen muchas más y hay diferentes estilos dentro de cada una, como por ejemplo: **FRANKLIN GOTHIC**, (negritas) *FRANKLIN GOTHIC (italic)*
- **Otros:** Algunos tipos más modernos y con amplias variaciones se escapan de la clasificación anterior creando

nuevas familias como, la "caligráfica" que imita la escritura manual, la "mecano" letras densas y pesadas o la ornamental cargada de trazos y adornos.

- **Familia:** En tipografía, significa la agrupación de varios tipos de letra cuyas características coinciden o son similares. Una familia es un grupo que responde a un mismo diseño tipográfico, consiste en variaciones tales como redonda, cursiva, fina, negrita, condensada y espaciada.
- **Tipos:** Una fuente de tipos consiste en todos los caracteres de la misma clase en un mismo tamaño, habitualmente esta formado por cajas altas y bajas (mayúsculas y minúsculas) y signos de puntuación. Es igual al modelo o diseño de una letra determinada. Es el término utilizado para describir todos los estilos de letras disponibles en composición tipográfica. Se les dice tipos, a las letras del alfabeto y a todos los caracteres que se utilizan individual o colectivamente. Los tipos infunden personalidad en la transmisión de mensajes y cumplen

funciones diferentes al compararlos, pueden variar un su diseño y en la forma misma lo que puede ser una herramienta útil de diseño.

- **Disposición del texto:**

Un texto largo destinado a una lectura continua debe ser lo mas legible posible y debe estar compuesto por columnas en altura y anchura uniforme, estas pueden estar:

- **Alineado a la izquierda:** es el más natural y recomendable para textos largos. Crea una letra y un espacio entre palabras muy uniforme, y dado que las líneas terminan en diferentes puntos, el lector es capaz de localizar fácilmente cada nueva línea. Esta es posiblemente la forma de alineación de textos que resulta más legible.
- **Alineado a la derecha:** va en contra del lector porque es difícil encontrar la nueva línea. Este método puede ser adecuado para un texto que no sea muy extenso, pero no para grandes bloques.
- **El texto justificado (alineado a derecha e izquierda)** puede ser muy legible si el diseñador asegura que el espacio entre letras y palabras sea uniforme y los molestos huecos llamados "ríos" no interrumpan el

curso del texto. Las alineaciones centradas dan al texto una apariencia muy formal y son adecuadas cuando se usan mínimamente.

El espaciado y el formato son consideraciones que también deben tomarse en cuenta, existe el espacio que ocupa la letra misma y el espacio creado dentro y alrededor de ella, la elección del tamaño y la forma donde figuraran los caracteres puede utilizarse para reforzar o aclarar el mensaje

Las letras grandes son más legibles que las pequeñas. Un tamaño ideal que favorece la lectura es la letra del cuerpo diez o doce, una línea muy larga con letras pequeñas dificulta la lectura, ya que imprime muchas palabras y hace complejo el pasar de una línea a otra. Lo ideal en un texto de cuerpo diez o doce, es un mínimo de 40 letras por línea y un máximo de 70, ya que si sobrepasa este máximo, la lectura del texto puede ser difícil, mientras más extensa es una línea de texto, y más pequeño el cuerpo de la letra, más necesario es el espaciado entre línea y línea, llamado en artes gráficas Interlineado. Entre los más usuales se encuentran:

- **Sencillo:** La tipografía es el conjunto de signos y símbolos gráficos presentes en la página impresa. Estos signos y símbolos reciben el nombre genérico de Caracteres.

- **Doble:** La tipografía es el conjunto de signos y símbolos gráficos presentes en la página impresa. Estos signos y símbolos reciben el nombre genérico de Caracteres.

- **Grosor:** Las variaciones de peso o grosor pueden ir desde la ultra fina a la ultra negra, pasando por fina, book, redonda, media, semi negra y negra.

- **Inclinación:** Esta variable es de gran utilidad para marcar jerarquías en los textos. Se considerará normal a la tipografía cuyos trazos verticales forman un ángulo de 90° con la línea de base. Para las itálicas el diseño vertical rota al oblicuo en torno a un eje central horizontal. La inclinación de 12° es la más correcta para expresar la forma cursiva o itálica de un carácter; las inclinaciones menores no son percibidas por el ojo, mientras que las inclinaciones más acentuadas

alteran el equilibrio de la letra. La itálica tiene un negro diferente del de la redonda, por ello se puede utilizar para destacar textos.

- **Ancho:** Otra variable que marca los estilos dentro de una familia, afecta al ancho. Cuando hablamos de tipos condensados, comprimidos o estrechos, nos referimos a estilos que ocupan menos espacio horizontal que sus respectivas redondas. Cuando por contra, hablamos de tipos anchos, ensanchados o expandidos, nos referimos, lógicamente, a los estilos que ocupan más espacio horizontal.

Los trazos principales: Se denomina trazo principal al que nos determina la estructura dominante de la letra. Es el de mayor peso en la composición de la misma, así como suele ser al que mayor grosor y dimensión se le adjudica. Los trazos que quedan por encima del de la x se denominan ascendentes y los que queden por debajo de la línea base, descendentes o caídos.

Adobe Garamond Regular
 Adobe Garamond Italic
 Adobe Garamond Semibold
 Adobe Garamond Semibold Italic
 Adobe Garamond Bold
 Adobe Garamond Bold Italic



- Cuadrícula tipográfica:

Las dos unidades de medidas básicas en tipografía son la pica y el punto, seis picas o 72 puntos equivalen aproximadamente a una pulgada; doce puntos equivalen, a su vez, a una pica. Los puntos se utilizan para especificar el cuerpo de un tipo, formado por la altura de las mayúsculas más un pequeño espacio por encima y por debajo de las letras. Tipos del mismo cuerpo pueden parecer que sean de distinta medida según la altura de la x. Aún teniendo el mismo cuerpo, una letra con la altura de la x grande parece mayor que otra con la x pequeña. Asimismo, los puntos también se utilizan para medir la distancia entre las líneas. Las picas, sin embargo, se usan para medir la longitud de las líneas. La cuadrícula tipográfica, sirve para organizar los elementos tipográficos y pictóricos de una página y unificar todas las partes del diseño. La complejidad y la configuración de las cuadrículas dependen de la naturaleza de la información que se debe incorporar y de las propiedades físicas de los elementos tipográficos. Las cuadrículas tipográficas estándar poseen líneas de contorno, módulos cuadrículados, columnas de texto, medianiles (espacio en blanco entre

dos columnas de texto) y márgenes.

- Legibilidad:

Se deben escoger caracteres que sean abiertos y bien proporcionados, los caracteres que contienen afectaciones estilísticas o irregularidades son menos legibles, por lo que son menos recomendables utilizarlos en bloques de textos y más adecuados para textos cortos o titulares.

Una vez elegida la tipografía se deben tomar en cuenta otros aspectos como el cuerpo con el que se trabaja, la longitud de la línea o el interlineado. Cuando se consigue que estos tres elementos armonicen -tipografía y su tamaño o cuerpo, longitud e interlineado- se producirá una mayor facilidad de lectura, será más natural el recorrido visual sobre el texto, así mismo el tamaño de la tipografía depende de la finalidad y la importancia del texto.

- Color y tipografía:

Es una de las herramientas más importantes y versátiles como se mencionó anteriormente los colores se asocian con un estado de ánimo o una cierta situación, además desempeña una parte importante en la promoción de un producto ya sea como identidad y permanezca en la memoria del usuario o para atraer la

atención o crear una atmósfera, marca niveles de importancia en la información.

Al incluir el color a la tipografía se deben tomar en cuenta aspectos como el tono, valor e intensidad, así como determinar el contraste apropiado entre las letras y su fondo, ya que las cualidades y características de cada tipo, son un factor determinante, un tipo muy fino o estrecho, o una letra de trazo puede parecer muy débiles o ilegibles si los tonos son muy similares o si los valores están demasiado próximos. El "color tipográfico" es una ilusión óptica creada por las propias proporciones y las formas de los diseños tipográficos que dan la sensación de distinto color aunque esté impreso en el mismo.

2.3.2.10 Iconicidad

El autor Roland Barthes, define como iconos "aquellos signos que reproducen la forma de las cosas". Entendemos "forma" como la cualidad sensible de las cosas, o sea, aquello que es percibido sensorialmente.

El grado de semejanza que hay entre el objeto y su imagen se llama iconicidad.

- Grados de iconicidad:

Es la relación que existe entre un signo icónico y el objeto que representa; es decir, a la mayor o menor "semejanza" de dicho ícono con su referente (objeto real).

Como ejemplo de un alto grado de iconicidad en la gráfica es la fotografía en la cual el objeto representado es "semejante" a su referente, por otra parte una mancha sera una representación que posee el menor grado de iconicidad, dada la distancia formal y de reconocimiento existente entre éstas y los objetos representados.

- Denotación:

La denotación representa aspectos relativamente objetivos de un mensaje, constituidos por elementos de carácter descriptivo

o representacionales de una imagen o de un texto.

- Connotación:

La connotación, representa aspectos relativamente subjetivos del mensaje y tiene capital importancia cuando el diseño intenta actuar sobre reacciones emotivas como en el caso de los mensajes persuasivos.

En el proceso connotativo, el receptor participa más activamente en la construcción del significado que en el proceso denotativo.

Un mensaje connotado está construido en parte por el diseño gráfico y en parte por las experiencias individuales del receptor, que pueden predecirse en la medida en que participan de las experiencias conocidas por el grupo de público al que se dirige el mensaje.

El mensaje denotado es más controlable y objetivo que el connotado. Ambos pueden ser previstos hasta cierto punto por el conocimiento de los códigos que son manejados por los receptores, pero la previsibilidad del mensaje connotado es más incierta, ya que, mientras las denotaciones se deben, en general, a convenciones culturales aceptadas, las connotaciones están más conectadas con la vida personal del individuo.

Capítulo 3 3. Audiovisuales y Multimedia

Los Medios impresos son los que utilizan gráficos para transmitir información los cuales incluyen pictografías, tipografías, símbolos, diseños geométricos.

“la educación visual es la capacidad de observar correctamente la información grafica”⁸

Los medios de comunicación electrónica encuentran su importancia en causar un impacto mayor que los medios impresos, utilizan el movimiento y el sonido.

La música es un elemento clave que influye en el mensaje y constituye la esencia de algunos medios como la radio.

La autora Delia Maria Crovi Druetta clasifica al lenguaje y los medios en:
Sonoros: radio cassettes, discos, cantos, ruidos, cintas de audio
Visual: fotografías, diapositivas, laminas, rotafolios, impresos carteles, pinturas, esculturas, objetos, dibujos, folletos, periódicos.

Audiovisual: televisión cine teatro, video, danza.

3.1 Los medios de comunicación y la tecnología

Para crear una interacción entre la tecnología y los medios debemos conocer y tener en claro los conceptos de los lenguajes visuales y auditivos.

La percepción es un fenómeno subjetivo ya que las cosas no se distinguen de la misma manera entre 2 o más sujetos, es la manera que cada uno de ellos tiene de captar la realidad y relacionarla con su entorno de acuerdo a sus experiencias, motivaciones, intereses y aprendizajes.

La visión la relacionamos de acuerdo a lo oscuro o luminoso de un objeto, desde la escala de blancos y negros hasta los colores.

La información auditiva que recibimos día a día la relacionamos con las actividades y emociones que tenemos, ya que cada una de ellas conlleva un mensaje que ya tenemos definido

3.1.2 Técnicas de producción

Las técnicas son las herramientas que permiten la realización de un medio de comunicación, estas son variables ya que cada uno de ellos tiene características únicas que buscan una determinada respuesta del espectador y contribuyen al efecto del mensaje que transmiten.

La producción de materiales audiovisuales puede realizarse en cualquiera de estos niveles:
Nivel mecánico: preparación
Nivel creativo: producción
Nivel de diseño: concepción

La autora Delia Maria Crovi Crueta propone la siguiente metodología para la realización de materiales audiovisuales:

1. Determinación del tema
2. Formulación de objetivos generales. (Simples, flexibles, realizables)
3. investigación sobre el tema. (Selección del medio, acopio de información)
4. Formulación de objetivos específicos.

5. Aspectos y métodos de evaluación. (Calidad técnica, claridad, comprensión y tratamiento del tema)

6. Tratamiento pedagógico y selección del medio (características del mensaje, recursos materiales y humanos disponibles, método inductivo o deductivo, análisis, comparación)

7. Tratamiento técnico pedagógico. (Elaboración de guiones audiovisuales)

8. Producción y realización. (Plan para cada uno de los medios, separando imágenes y audio, grabación, tiempos, recursos, edición de imagen, de audio).

9. Aplicación del material. Niveles de evaluación de los materiales:

- Calidad en lo sonoro (claridad, musicalización, efectos, guión, calidad de audición), en lo visual (tono, composición, selección de imágenes, escalas) y en lo audiovisual (montaje de imagen y sonido, ritmo, composición musicalización, encuadres, movimiento, fotografía).
- Estructuración del mensaje (aplicabilidad claridad, interés,

comprensión).

- Un medio audiovisual se entiende como el instrumento con el cual se transmite un mensaje

Un medio se compone por:

Un soporte, un canal, compuesto por el elemento lector, el vector y el terminal.

- Un lugar, donde se recibe el mensaje.

- Existe la jerarquización de elementos que deben tomarse en cuenta en la comunicación utilizada en la enseñanza:

La interacción educador-alumno

El mensaje

La máquina

El marco operativo

El principal objetivo de los recursos audiovisuales es fortalecer la comunicación mediante los valores intuitivos de la imagen.

Medios de Comunicación

Agencias de los medios	Quien produce un texto, funciones del proceso de producción, instituciones de los medios de comunicación, economía política e ideología intencionalidad y resultados	¿Quien esta comunicando y por que?
Categorías de los medios	Diferentes medios (TV, radio, cine) formas (documental, publicidad) géneros (ciencia, ficción).	¿Qué tipo de texto es?
Tecnologías de los medios	Que tipos de tecnologías están disponibles y para quien, como usarlas, diferencias que introducen en los procesos de producción así como en el producto final	¿Como ha sido producido?
Lenguajes de los medios	Como generan significados los medios de comunicación, códigos y convenciones, estructuras narrativas.	¿Como sabemos lo que significa?
Audiencias de los medios	Como se identifican y construyen las audiencias, modos de dirigirse y de llegar a ellas, como éstas contacten con los textos, los eligen y consumen.	¿Quien lo recibe y que sentido se le da?
Representaciones de los medios	Relación entre los textos de los medios de comunicación y los lugares, gentes, sucesos, e ideas reales, el estereotipo y sus consecuencias.	¿Como se presenta el tema?

3.2.1 Características del lenguaje audiovisual

Es un sistema de comunicación visual y auditivo, los contenidos icónicos prevalecen, sus elementos solo tienen sentido si se encuentran en conjunto, proporciona mayor sensibilidad en su percepción.

En su construcción encontramos:⁹

3.2.1.2 Aspectos morfológicos

Elementos visuales, las imágenes.

Sus elementos básicos son:

puntos, líneas, formas y colores.

Con estos elementos las imágenes pueden representar cosas que existen y también cosas que nunca han existido. Las principales características de las imágenes son las siguientes:

- Iconicidad o abstracción: las imágenes pueden ser de la realidad o no.
- Figurativas: representan fielmente la realidad.
- Esquemáticas: las imágenes tienen una similitud con la realidad.
- Abstractas: las imágenes pueden ser modificadas por diversos factores como el encuadre, la iluminación etc.

- Denotación y connotación: la interpretación que tengan las imágenes para el espectador.
- Simplicidad o complejidad: dependerá de su iconicidad, organización y relación entre los elementos y el contexto.
- Originalidad o redundancia: según sus elementos sean muy nuevos o por el contrario muy utilizados.
- Las funciones de los elementos morfológicos son informativas, recreativas y sugestivas.

Elementos sonoros:

- Música.
- Efectos de sonido.
- Palabras.
- Silencio.

3.2.1.3 Aspectos sintácticos.

Composición, ritmo, planos descriptivos (describen el lugar donde se desarrolla la acción o al personaje), planos narrativos (narran la acción que se desarrolla), planos expresivos (muestran la expresión de los protagonistas), ángulos, composición, profundidad de campo, secuencia, ritmo (dinámico o suave), iluminación, color, movimiento de la cámara (físicos, ópticos).
que se elimina la comparación entre un producto y otro.

Aspectos semánticos.

Contribuyen a modificar el significado denotativo de los elementos del mensaje, ya sea el propio de la imagen o el que el lector interprete

3.2.1.4 Aspectos semánticos.

Contribuyen a modificar el significado denotativo de los elementos del mensaje, ya sea el propio de la imagen o el que el lector interprete.

Recursos visuales y lingüísticos:

- Elipsis: consiste en la omisión de un elemento que, aun así, se adivina.
- Metonimia: consiste en la substitución de un elemento por otro con el que tiene una relación de tipo causa-efecto, continente-contenido, proximidad o contexto.
- Hipérbole: es una exageración que busca provocar un mayor impacto al espectador. Se suelen presentar utilizando imágenes irreales, trucos y efectos especiales.
- Comparación: consiste en la
- Símbolo: es un tipo de metáfora que representa un valor o un conjunto de valores de una sociedad. Su significado trasciende del significado que tendría normalmente para evocar otra realidad.

⁹ <http://dewey.uab.es/pmarques/estructu.htm> RODRÍGUEZ DIÉGUEZ, José Luis (1977). *Las funciones de la imagen en la enseñanza*. Barcelona Gustavo Gili.

presentación de dos elementos con el fin de que se puedan comparar sus cualidades y propiedades.

- **Metáfora:** consiste en una comparación muy exagerada en la
- **Personificación:** consiste en dar a un objeto o animal atributos propios de las personas.
- **Contradicción:** o antítesis, consiste en mostrar una contradicción. Cuando la contradicción sólo es aparente se denomina paradoja.
- **Hipérbaton:** consiste en una alteración del orden lógico de los elementos de una imagen o secuencia.
- **Alteración:** consiste en la repetición de una serie de elementos que tienen sonidos parecidos.
- **Repetición:** consiste en la repetición de determinados elementos en una imagen o secuencia.
- **Juegos de ideas:** consisten en establecer asociaciones, presentar ideas chocantes utilizando palabras de doble sentido, conceptos ambiguos e ironía.

3.2.1.5 Aspectos estéticos

Además de la función narrativa-descriptiva y semántica, todos los elementos formales de un producto audiovisual tienen una función estética.

3.3 Comunicación audiovisual

3.3.1 Definición

Lo audiovisual es aquello que representa la realidad visual (imágenes) y auditiva (sonidos) mediante instrumentos técnicos, se empieza a desarrollar alrededor de los años 30's en estados unidos y se desplaza hasta Francia para los años 50's.

Su definición se puede ver desde 2 puntos de vista, como adjetivo, se aplica a los medios o al lenguaje siempre y cuando se dirija simultáneamente a la vista o al oído y como sustantivo, se define como algo que transforma al ser del mensaje.

En esta forma de comunicar interactúan lo visual y lo sonoro, donde ambos sentidos, se encuentran presentes en nuestro entorno cotidiano provocando estímulos y respuestas más complejas, presenta un discurso lo

que hace que hasta que este finalizado se pueda emitir un juicio o una crítica, también se ve representado en la televisión, el cine, el video, estos soportes tienen la característica de poder repetir o detener la imagen para analizarla y reflexionarla.

"La comunicación audiovisual se define como un conjunto de procesos técnicos, lingüísticos, psicológicos, estéticos, sonoros que permiten exista un intercambio de comunicación entre una o varias personas a través del lenguaje audiovisual con el uso de diferentes medios y conocimientos"¹⁰

Por otra parte Jean Cloutier añade al elemento visual la escritura como la manera de percibir un mensaje cualquiera, ya sea escrita en movimiento o fija la cual a través de su tipografía también comunica, comprende también gráficos, dibujos y mapas, por lo que a lo audiovisual lo define como la mezcla de imágenes textos y sonidos.

El audio, el video lo audiovisual y sus derivados se encuentran

dentro del mismo campo semántico, del sensorial. Desde el punto de vista lingüístico lo audiovisual engloba dos significados:

El significado por separado y su representación en los medios, lo sonoro en discos, radio, teléfono y lo visual en imágenes en carteles fotografías, y por otra parte la integración de los dos medios donde

no se analizan por separados, su percepción se realiza por medio de la vista y el oído simultáneamente, su vinculación se ve reflejada en la armonía, complementariedad de otros sentidos.

La realidad es percibida a través de los sentidos ya sea por la unión de estos o por separados, la vista percibe en línea recta, no ve lo que se encuentra fuera del campo de su visión, los sonidos se perciben de manera omnidireccional según su potencia y el medio por el que se desplacen.

La realidad es la naturaleza y el entorno que rodea al hombre, que es conocida por él, más su cultura, esta basada en la experiencia y la información que el receptor posee. La representación grafica de la percepción natural queda explicada

como un receptor que a través de sus cinco sentidos percibe la realidad natural, la cual por lo general esta determinada en un espacio y tu tiempo determinados.

La percepción en los medios de comunicación hace que no se pueda producir un contacto físico entre ellos y el receptor por lo que se pierde la percepción gustativa, olfativa y táctil quedando solo la visual y auditiva, le permite al espectador situarse lejos del lugar del suceso, permite su reproducción en otro momento y lugar, su reproducción llega a mas personas, a este tipo de audiovisual se le llama "técnico".

En su recepción se produce otra alteración, no es percibido de igual manera que lo natural ya que interfieren las demás personas, los sonidos y el ambiente, el contexto familiar, sensorial, social, estas son las separaciones que produce la pantalla, es una realidad nueva y diferente producida ante una realidad natural, funciona como mediador. El análisis de cada mensaje se encargará de indicar las semejanzas, igualdades y divergencias entre ambas.

La percepción audiovisual se puede ver afectada por factores externo visuales que afectan formas,

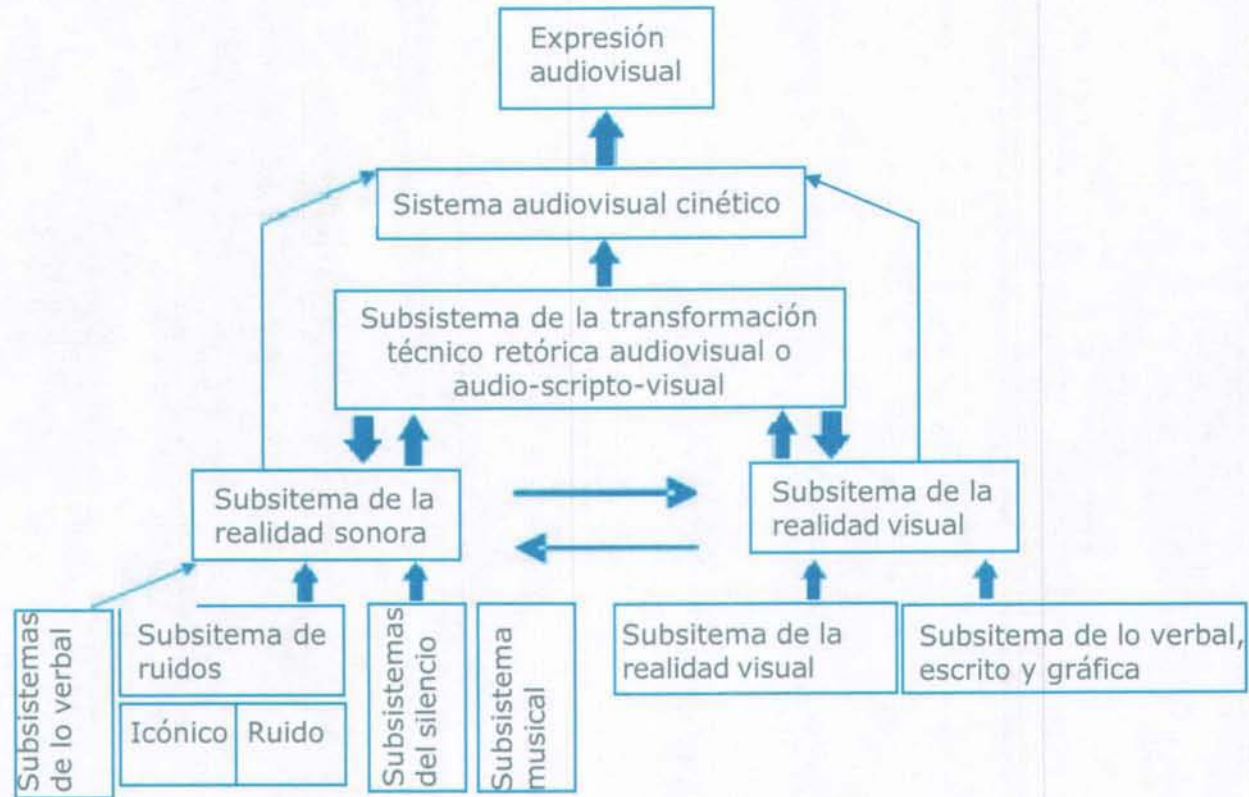
volúmenes, iluminación, gamas cromáticas, distancias, movimiento, variantes sonoras o por factores internos según los estímulos, así como el estado físico y psicológico del receptor.

Lo audiovisual se presenta como un conjunto de relaciones entrelazadas que da sentido a los subsistemas de comunicación y significación integrados en el.

Entre sus componentes que se caracterizan por su funcionalidad destacan:

- Subsistema de la realidad sonora: integra elementos sonoros tanto naturales como los creados por el hombre (verbal, musical, ruidos o silencios).
- Subsistema de la realidad visual: explica la comunicación y significación de todos los elementos relacionados con la vista y la percepción visual y que influyen en el en ele conjunto de los elementos audiovisuales así como de la narrativa, en el se incluye el lenguaje escrito y sus variantes graficas.
- Combinación de los subsistemas de la realidad sonora y visual: vincula los dos subsistemas anteriores.

Comunicación Audiovisual



Lo audiovisual es un vehículo de la información, la moldea y le imprime un carácter al mensaje, su realizador emplea recursos y técnicas e instrumentos para plasmar sus ideas a fin de tener un contacto sensible, expresivo y emotivo con el receptor.

El signo tiene tres aspectos, el material (significante) el contenido (significado) y el referente.

El signo audiovisual se divide en signos auditivos (percibidos por los oídos) signos visuales (captados por la vista) y los audiovisuales (combinación de ambos), estos últimos constituyen el significante, el significado es el concepto que ofrecen los objetos y referente el objeto de la realidad representado en imágenes.

Los modos propios del significado se pueden ver representados de manera concreta, abstracta o emotiva.

Mariano Cerrian manifiesta el signo en tres dimensiones:

- Dimensión semántica.- el signo se relaciona con aquello que representa con el referente, es decir el significado.

- Dimensión sintáctica o secuencial: relación entre signos según la dimensión temporal o secuencia de sonidos e imágenes, la situación espacial y la combinación de espacio y tiempo.

- Dimensión pragmática el signo se relaciona con la fuente productora y con el destinatario.

La información audiovisual integra y combina el lenguaje humano, con lo concreto de las imágenes y los sonidos, se caracteriza por su presentación en el espacio y el tiempo representados en la sucesión de imágenes, su calidad se encuentra descrita en la audiovisualidad, la cual se refiere a la calidad técnica de sonidos e imágenes, la comprensibilidad o claridad de la información esto conlleva una sencillez en el vocabulario, el sonido (oído) la imagen (vista) y la interpretación que se quiere dar sobre estos elementos son parte esencial de lo audiovisual, los tres se desenvuelven en tiempo y movimiento, es decir un ritmo y una duración, una sincronía para reflejar hechos, provocar emociones y sugerir ideas.

3.4 Narrativa audiovisual

3.4.1 Definición

Tiene sus antecedentes en las imágenes, y su relación con la realidad se constituye por el relato y el texto audiovisual.

Vicente Timón Peña en su libro narrativa audiovisual la define como una forma de comunicación expresada en un tiempo y un espacio determinado, está constituida por una emisor y un receptor, una historia, la representación humana, la necesidad de comunicar algo y dar sentido al entorno.

De aquí que se puede narrar relatos que explique el mundo y su relación con la naturaleza y el ser, a partir de la invención de historias o hechos reales.

La narración audiovisual analiza los hechos propios de las imágenes audiovisuales tratadas como texto (discurso), está constituido por un plano científico, técnico y creativo, utilizando imágenes visuales, sonoras y escritas que al igual que la tecnología han ido evolucionando.

La narrativa audiovisual puede ser tratada como expresiva y estética en

ciertos tipos de rastros como son el cinematográfico, radiofónico e hipermedia, pero por otro lado puede tener un carácter objetivo y ser meramente documental en su relato por lo que su contenido se convierte en una información audiovisual. Existen diferentes formas de definir la narrativa audiovisual según sea representada como acto o como hecho.

- Narrativa audiovisual como acto: representación de imágenes audiovisuales que interactúan entre sí para crear un discurso y construir textos que cuenten una historia.

- Narrativa audiovisual como hecho: supone un hecho cuando la imagen representada ya tiene una forma respecto a un autor, una época, un estilo.

La narrativa audiovisual hace referencia a un discurso narrativo por estar constituidas por una imagen visual y sonora donde interactúa el hombre- el mundo- y el discurso. La representación se ve refleja al mostrar imágenes de una realidad de la cotidianidad o una situación imaginada, una imagen narrativa se caracteriza por mostrar lo que se ve y lo que se siente.

La narración esta constituida por enunciados los cuales llevan consigo

una significación que describe los acontecimientos y acciones de lo narrado, el autor los utiliza para representar una acción que el espectador desconoce pudiendo causar así un impacto.

3.4.2 La ficción en la narrativa audiovisual.

Ficción viene del verbo latín "fingo" y tiene los significados de "modelar, representar, preparar, imaginar", tiene un autor el cual decide qué y como será representada empleando una "estrategia discursiva" mediando la información que quiere transmitir."¹¹

La manera de construir una narración se realiza primero con la descontextualización de imágenes, es decir, se eligen imágenes visuales y sonoras que servirán para la conformación de la información que se quiere mostrar y posteriormente son ordenadas en un soporte audiovisual de una determinada manera que conformen imágenes narrativas.

3.4.3 El relato audiovisual

Es una estructura discursiva constituida por una narración audiovisual con significantes en un soporte con el fin de comunicar algo

a alguien, entre sus principales características encontramos que está conformado por un principio, un desarrollo y un fin (discurso narrativo), es narrativo (decir) y representacional (hacer), su estructura admite diferentes lenguajes, soportes y géneros. El relato audiovisual es un modo de representar y organizar los sucesos que constituyen una historia en un soporte de cine, televisión o video.

Para hablar de relato es necesario que imágenes y sonidos obedezcan a una narración, es decir, al acto de contar. El relato audiovisual, modifican las actitudes del espectador y las formas de percepción.

3.4.4 Estructura narrativa

En una narración encontramos el lugar donde unas acciones, unos espacios y unos personajes interactúan en un tiempo determinado, es decir esta conformado por una unidad de acción, acontecimientos, espacios, tiempos y personajes.

- Acontecimientos narrativos: Son las historias y los hechos con un sentido según los personajes,

¹¹ Peña Timón Vicente, *Narración Audiovisual*, Ediciones del Laberinto, Madrid 2001, p.p 51-53

el espacio, el tiempo y la secuencialidad.

- **Acción narrativa:** Representación de acontecimientos, movimientos y actividades que se quieren representar.
- **Personaje narrativo:** Sujeto que interpreta acciones y que posee un significado y un significado con características físicas y psicológicas.
- **Espacio narrativo:** Lugar donde se lleva a cabo la acción que realiza el personaje, puede encontrarse una relación entre los personajes o entre estos y el entorno o entre el tiempo. La definición del espacio narrativo tiene seis conceptos afines:
 - **Campo:** espacio de una representación icónica donde la imagen figurativa muestra un campo visual.
 - **Decorado:** da al espacio una dimensión estética.
 - **Escenario:** escenografía como un espacio construido para la representación y acción.

- **Espacio:** continuidad espacial, unidad de lugar.
- **Ámbito:** espacio construido en relación a la cultura, define la vida humana, ideas, costumbres, en la narrativa audiovisual su complemento es la palabra.
- **Entorno (virtual) digitalización, sintetización, tridimensionalidad, interactividad.**
- **Tiempo en la narración audiovisual:** Expresa duración (cuánto dura el acto narrativo), dónde (época) ocurre la acción y tiempos en la construcción del discurso (flash back), el tiempo puede ser objetivo o subjetivo de acuerdo a la percepción.

3.4.5 Sincronía como recurso narrativo

Gracias a la sincronía que es la fusión audio-visual, percibimos como una unidad indivisible estímulos que originalmente no tenían nada que ver entre sí. La línea básica de la descodificación de la sincronía en el universo audiovisual es la unificación.

La sincronía audiovisual permite unificar sonidos de distinto origen

generando entes audiovisuales completamente nuevos y de gran impacto expresivo.

Existen muchas muestras para generar nuevos valores expresivos a través de la sincronía audiovisual que no están originalmente ni en la imagen ni en el sonido.

En la sincronía encontramos dos recursos narrativos habituales:¹²

1.- Control del impacto emocional. El desfase temporal entre sonido e imagen es un recurso expresivo clásico que aprovecha el margen de variabilidad que tiene la percepción humana respecto a la sincronía. Nuestro sistema perceptivo nos alerta con más o menos fuerza sobre un estímulo audiovisual, según vaya la sensación sonora respectivamente antes o después de la sensación visual.

2.- Conducción de la atención visual. Este recurso es la sincronización de los movimientos en forma concreta, con estímulos acústicos que suenan más intensos y mejor definidos que todos los demás.

3.4.6 Sincronía imagen-sonido en la narrativa

Una vez conseguido el efecto de conexión entre la imagen y el sonido, el espectador siente con mucha fuerza que las vibraciones sonoras provienen de la imagen que contempla proyectada. Esto se lleva a cabo gracias a la sincronía. Se denomina sincronía a la coincidencia exacta en el tiempo de dos estímulos distintos que el receptor percibe perfectamente diferenciados. Estos dos estímulos, pueden ser percibidos por el mismo sentido o por sentidos distintos.

Cuando nuestros órganos auditivos y visuales reciben estímulos sincronizados, el sistema perceptivo nos hace sentir automáticamente que ambos están directamente relacionados entre sí como si los hubiese generado la misma fuente física o como si provinieran de fuentes distintas que han entrado en relación física directa. Cada sincronía depende de las anteriores y estas a su vez de las subsecuentes. De esta sincronía depende la coherencia, la unidad y el sentido global para crear un significado.

La palabra y la música son elementos significantes de lo sonoro, por lo que se vuelven

expresivos y comunicacionales, el discurso verbal es transmitido por palabras ya que designan el curso musical, el contenido es expresado por las imágenes musicales ya que expresan. Los elementos significativos y expresivos del discurso musical son los tonos, ritmos, timbres, intensidades, armonías, géneros y la melodía la cual es la forma del contenido de la música por lo que equivale a la historia en la narrativa. La funcionalidad narrativa de la música con los personajes actúa como una descripción del estado de ánimo de los personajes, la música con la acción tiene la función de anticipar un acontecimiento. La música puede cambiar la significación de las imágenes. La secuencialidad entre la narrativa visual y ritmo se puede dar al combinar varias imágenes en una división de pantalla para mostrar situaciones diferentes, o bien, la secuencialidad simple que ofrece varias posibilidades como son la lineal, (orden cronológico en el que se producen), invertida (orden distinto, se pasa del presente al pasado, o del presente al futuro), en paralelo (2 o más acciones que ocurren en diferentes escenarios) o

alterna (2 acciones en el mismo escenario narrándose alternadamente hasta que se conjuntan en una sola).

La secuencialidad también se encuentra presente al representar sentimientos u opiniones, cuando un personaje recuerda algo de su pasado y se muestran estas imágenes, cuando ocurren diferentes acciones en un mismo lugar o al mostrar imágenes que adquieren un valor simbólico para el espectador.

El ritmo visual depende de la duración de los planos en pantalla, del movimiento su composición y combinación con los demás componentes.

3.5 Animación

3.5.1 Definición

Según el animador norteamericano Gene Deitch, "animación cinemática es el registro de fases de una acción imaginaria creadas individualmente, de tal forma que se produzca ilusión de movimiento cuando son proyectadas a una tasa constante y predeterminada, superior a la de la persistencia de la visión en la persona."¹³

¹³ Página consultada http://es.wikipedia.org/wiki/Cine_de_animaci%C3%B3n#Definici.C3.B3n_de_animaci.C3.B3n

3.5.2 Animación tradicional

La animación tradicional crea la ilusión de movimiento mediante la sucesión de imágenes fijas, su realización conlleva la creación de un story board donde se ilustra el argumento escena por escena, se elabora la pista de sonido, y un especialista crea los fotogramas animados, posteriormente se unen agregándoles color y fondo, uniéndolos finalmente.

La animación es un sistema creado para provocar movimiento de objetos inanimados logrando un efecto visual, su alcance forma parte de la narración, en ella se pueden diferenciar los diferentes planos, el de los acontecimientos, el de la historia, y el modo en el que es narrado, la historia se proyecta en un espacio definido en un determinado tiempo. Esta categoría reubica la situación espacio/temporal su interrelación con la narrativa en particular. Toda animación incorpora tres componentes físicos bien definidos:

- **Objetos.** Se muestran en planos concretos, son medibles y corpóreos.

- **Ilusiones.** Son efectos sonoros o visuales que pueden componerse por medio de la técnica del dibujo animado, de la iluminación o de la ambientación (música y ruidos).

- **Dibujo animado.** Puede estar incluido dentro de la animación como un efecto especial cuando se recrea una imagen para provocar una invención técnico-artística, combina la técnica del movimiento con la de la espacialidad en un tiempo narrativo específico para recrear una historia.


Toda animación tiene una regla de causalidad, es decir todo efecto es producido por una causa y le corresponde un efecto narrativo visual de inversión física, la naturaleza de los efectos hace que los objetos animados se encuentren ajenos a la ley de la gravedad; el simulacro, donde los objetos y efectos crean la posibilidad de fantasía, complementariedad, la animación debe tener un complemento narrativo y tener sentido y un efecto semiótico que represente un plano de significados, de esta manera el receptor analiza lo que ve en la pantalla y las escenas para interpretar el contenido audiovisual mediante lo sígnico y lo simbólico.

La animación tradicional lleva Su desarrollo es temporal como cualquier medio narrativo, esta formada por una emisión continua de imágenes llamados frames (imagen) a una determinada velocidad, sus antecedentes se encuentran referidos en la pintura, el dibujo y la fotografía con la ayuda de un software especial en el que se pueden deformar óptimamente, alterar la luminosidad, los colores, y las unidades básicas de implícitos los conceptos de género, estilo, composición, acción, ritmo y puesta en escena y, al compaginarse la banda sonora, permite tener una idea general de lo que se desea desarrollar.

3.5.3 Animación digital

“El origen etimológico de esta palabra viene del latín animatio-onis como acción y efecto de animar, se puede decir que animación es conceder movimiento a elementos inanimados.”¹⁴

las cuales está conformada (píxeles). La animación 3D también toma referencias del cine, en su estructura narrativa, planeación y parte del lenguaje fílmico, y de la televisión en características como imagen técnica y parte de su lenguaje expresivo y realización.



Cada imagen de la animación es producida después de cada render (proceso donde el ordenador por medio de un software interpreta instrucciones que se han introducido con el fin de juntar las imágenes separadas en una sola), intervienen elementos de perspectiva, iluminación, color y transparencia, entre otros.

La característica principal de la animación 3D es la intervención de tres dimensiones virtuales: X (altura), Y (anchura) Z (profundidad), es posible girar estos elementos dentro de un espacio simulado y realizar los movimientos de una cámara real sin tener limitaciones físicas, tienen la posibilidad de representar cualquier color, material o textura y tiene de alterar colores, formas, dimensiones y luz.

Géneros que abarca la animación digital:

- Cabeceras de cualquier género informativo, educativo, científico, deportivo, dramático, musical, etc.
- Transiciones para señalar un cambio de tema.
- Simulaciones de proyectos antes de su construcción o reconstrucción de elementos desaparecidos.
- Efectos especiales: como

metamorfosis de objetos o imágenes.

- Publicidad, video clips y dibujos animados.
- Unidades y elementos de expresión.

Los frames de la animación dan lugar a una unidad básica de construcción de la narración llamada plano, estos carecen de significado por si solos, pero cobran sentido al relacionarse con los que les anteceden y los que le siguen, tiene siete niveles de valoración:

- Marco de plano: el plano muestra la totalidad de la animación restringida por la dimensión de la pantalla.
- Tamaño del plano: se refiere a la percepción de la dimensión de los objetos en pantalla respecto a su totalidad. (Gran primer plano, primer plano, plano medio, plano general).
- Duración y legibilidad: un plano esta marcado por los límites de otros planos en relación a la continuidad intervienen factores como la capacidad de lectura del ojo y el tiempo mínimo para su comprensión, implica elementos como el movimiento de cuadros, la tensión de la imagen aislada con la interrelación de sus componentes y el ritmo, ya se este narrativo, visual o auditivo.

• Encuadre y angulación: el encuadre esta definido por los límites espaciales del plano o del borde de la pantalla y la angulación dará ciertas sensaciones en la animación.

• Movimiento de plano: imita los movimientos de la cámara real sobre su eje, posdesplazamiento, por giros, en el espacio o sobre un personaje en caso de existir.

• Composición: es la distribución ordenada de los elementos.

• Profundidad de campo: se puede modificar a través del desenfocamiento, la iluminación, o la situación atmosférica.

Las animaciones pueden carecer de una banda de audio adaptarla aun ya existente o realizar la animación y posteriormente elegir el audio utilizándolo como fondo. En el campo de la animación el audio puede añadir un valor expresivo a la imagen, logra temporalizarla y le da realismo o cotidianeidad, tiene la fuerza de unir planos, fundirlos o hacer presuponer planos que faltan. Relación de imagen en movimiento con el sonido:

- Sonido in: relacionados con una o varias fuentes visibles provenientes de personajes, objetos o animales.

- Sonido fuera de campo: el sonido se oye pero la imagen no se ve.

- Sonido-off: proviene de una fuente invisible situada en un tiempo o un espacio diferente al que muestra la acción.

Proceso técnico (fases):

El termino realización se refiere a todos los procesos técnico-artístico que se llevaran a cabo desde el momento en el que surge la idea hasta que le producto audiovisual llega al publico, es el proceso de construcción de un discurso audiovisual.

Preproducción:

- Guión
- Diseño de personaje o elementos
- Diseño escenográfico
- Story board

Producción:

- Creación 3d
- Iluminación
- Materiales

- Cámaras
- Animación 3d
- Previo
- Render de la animación

Post Producción:

- Edición computarizada
- Efectos visuales
- Sistemas de grabación

3.6 Interactividad

3.6.1 Definición

La interactividad puede definirse como "la capacidad del usuario para controlar un mensaje no lineal, es decir bidireccional, el cual ha sido establecido previamente por un creador, por lo tanto podemos decir que los elementos que intervienen en la creatividad son el emisor, el medio, el mensaje. Con el fin de modificar sus posibilidades de trabajo y aprendizaje"¹⁵

Es uno de los resultados de la revolución multimedia, permite presentar imagen, sonido y animación o video, de tal manera que el usuario pueda guiar su consulta.

Es el nivel de relación y respuesta entre el medio y el usuario, sus ventajas son que mejora el aprendizaje, aumenta la retención, la motivación, en cuestiones

pedagógicas reduce el tiempo de aprendizaje.

La interacción se basa en el principio de que el usuario puede decidir a donde ir, o que es lo primero que quiere ver entre una serie de opciones que se le ofrecen en la pantalla, implica tres conceptos básicos:

- Inmersión: la presentación debe ser tan interesante que debe sumergir o atrapar al usuario para que esté lo suficientemente interesado.

- Navegación: el recorrido no debe ser lineal, es decir el usuario puede elegir si desea ir al final regresar al principio, etc. Puede ir viajando de acuerdo al interés que le produzcan las diferentes opciones.

- Manipulación: el sistema le debe dar diferentes acciones para que el usuario pueda interactuar con las opciones que se le presenten de la forma más fácil e intuitiva posible. La interactividad hace referencia a aspectos técnicos como dirección, intensidad y frecuencia de flujo de información entre el receptor y el emisor, implica la capacidad técnica de conceder el máximo de posibilidades de comunicación entre el usuario y el ordenador; por otra

parte que el tiempo de respuesta por parte de la máquina hacia el usuario sea reducido, de lo contrario abandonará el proyecto.

Con el fin de que el usuario intervenga dentro de una emisión audiovisual existen varios grados de interactividad, la existencia de un amplio abanico de opciones de acceso a la información o una sencillez en el modo de comunicarse, así como la rapidez en la realización de los procesos y el grado de libertad del usuario, será lo que lo determine, por ejemplo las presentaciones informativas al no tener mucha interactividad que ofrecerle al usuario presentan un nivel bajo, por el contrario en una página Web o materiales multimedia educativos, informativos, culturales que desean una mayor interacción con el usuario o modifiquen las variables como los enlaces a otras pantallas, botones, animaciones o videos presentan un nivel alto de interactividad.

3.7 Multimedia

3.7.1 Definición

Etimológicamente la palabra multimedia significa muchos medios o servicios en un soporte unitario

donde sus componentes formaran un mensaje coherente y unitario ya sea con la finalidad de comunicar, informar, educar o divertir.

Se define como sistema multimedia interactivo a la información que los usuarios reciben y envían participando en un proceso de elección, es un diálogo continuo para acceder y obtener información.

"El prefijo multi -del latín multus- significa mucho y explica la idea de multiplicidad o de un número considerable de medios asociados o independientes."¹⁶ La multimedia es un punto de confluencia de varias técnicas que permiten diferentes formas de representar conocimientos o gráficas, animación, síntesis de voz, audio y video.

Puede ser utilizada para tantas tareas como creativo sea el docente que la utiliza, va a la par con el avance en el desarrollo de interfaces hombre-máquina, dando la oportunidad a los usuarios de usar un medio nuevo y poderoso para presentar la información.

Las partes de la multimedia son:

- Medios: texto: palabras, números
- Audio: música, sonidos.
- Efectos visuales: imágenes estáticas, movimiento y animación.

- Tecnología: almacenamiento óptico y los computadores.

3.7.2 Materiales multimedia

Son materiales informáticos interactivos que integran diversos elementos textuales (secuenciales e hipertextuales) y audiovisuales : (gráficos, sonido, vídeo y animaciones) comprenden todo tipo de software dirigido a facilitar un aprendizaje específico:

- Documentos multimedia: la interacción se reduce a la consulta de los hipertextos y a un sistema de navegación que facilita el acceso a los contenidos.
- Materiales multimedia interactivos: facilitan otras interacciones con los usuarios.
- Materiales multimedia didácticos: son los que han sido creados con la intención de facilitar determinados aprendizajes.

La estructura básica de los materiales multimedia se encuentra en su contenido (textos, gráficos, sonidos, video, base de datos, selección, estructuración y secuencia), el entorno audiovisual (pantallas,

es la capacidad de la aplicación para títulos, ventanas, fondo, tipografía, color, composición), navegación (diagrama y mapa del programa) y actividades (problemas, preguntas, exploración, interacción con el alumno, análisis de respuestas). Aplicaciones actuales multimedia Las principales características son la interactividad, en la que el usuario y la aplicación mantienen una comunicación, la ramificación la cual es la la capacidad d ela aplicación para encontrar respuestas, la transparencia es la sencillez con la que se maneja la información, la navegación debe ser flexible ya que controlará las acciones del usuario, y finalmente la velocidad y la evaluación que permita comprobar su eficacia. La multimedia permite al usuario introducirse en mundos irreales contruidos con imágenes, símbolos, animaciones y efectos especiales, conseguidos mediante la creatividad afín de colocar al espectador entre el realismo y la ficción. La multimedia tiene grandes

posibilidades da aplicaciones creativas desde la creación de cada uno de los elementos que la componen y su combinación (colores, tridimensionalidad, luces, encuadres, planos, secuencia, espacios, tiempos y sincronización), su unión y construcción llevan a tener aplicaciones de orden profesional donde la información es utilizada por instituciones o empresas con un fin específico. La realidad virtual se encarga de introducir al receptor en un mundo icónico diseñado en su interactividad con la máquina.

3.7.3 Hipertexto

Los sistemas hipertextuales están basados en un enfoque en cual el usuario tiene la posibilidad de crear, agregar, enlazar y compartir información de fuentes diversas, tiene la posibilidad de acceder a documentos de manera no secuencial a diferencia de sistemas de información más tradicionales en los cuales el acceso es secuencial como en los libros por citar un ejemplo. Esta flexibilidad de acceso genera las nociones de navegación, personalización de presentaciones y anotaciones.

Características de hipertexto:

Esta tecnología debe proveer un medio adecuado para organizar y presentar información y tener asociada una interfaz de usuario muy intuitiva, pues el usuario no debe realizar grandes esfuerzos para obtener la información requerida, así mismo esta se encuentra distribuida, por lo que puede ser accesada por varios usuarios. En su estructura cuenta con secciones y enlaces a los cuales se puede tener acceso sin la necesidad de llevar una secuencia, de la misma manera las imágenes, sonidos y videos se pueden acceder en diferente orden.

Estilos en los que pueden presentarse los multimedia:



Estilo reticulado



Estilo secuencial



Estilo hipertexto



Estilo jerárquico

3.7.4 Hipermedio

De forma sencilla se puede decir que "un hipermedio es un sistema de bases de datos que provee al usuario una forma libre y única de acceder y explorar la información realizando saltos entre un documento y otro."¹⁷

Se refiere al enlace y la navegación de materiales que se encuentran en el medio, como son el video, el sonido, textos, música y graficas. Requiere de un espacio diseñado diferente al de los soportes escritos, a pantalla será el soporte donde se visualizaran los diversos elementos, pues dará un planteamiento diferente de percepción.

La audioescritovisualidad no es una composición triple es una unidad coherente y global con un significado.

El hipermedio audiovisual se encarga de de presentar la información mediante la narración en el tiempo (imagen en movimiento y sonido) la representación visual del espacio (imágenes fijas y escritura) y del discurso que interactúa en ambos. El usuario se convierte mediante la interactividad en partícipe de este producto.

3.7.5 Interfaz

La interfaz es el sistema de comunicación entre el programa y el usuario, viene determinado por el entorno audiovisual, la navegación y la interacción que permiten de las actividades. En un multimedia la creación de un mensaje se hace mas complicado en su diseño y producción ya que las imágenes visuales y sonoras deben estar unidas por un ritmo, el sonido la mayoría de las veces da la pauta para la comprensión de las imágenes.

En todo mensaje audiovisual multimedia el sonido tiene cuatro factores fundamentales de audio: la palabra, la música, los efectos, y silencios.

Otra manera de lograr esta comunicación es por medio de los sonidos, menús, ventanas, teclado, ratón, los "beeps" y algunos otros sonidos que la computadora hace, en general.

La interfaz es lo que "media", lo que facilita la comunicación, la interacción, entre dos sistemas de diferente naturaleza, el ser humano y una máquina, incluye las pantallas, ventanas, controles, menús, metáforas, la ayuda en línea, la documentación y el entrenamiento.

Cualquier cosa que el usuario ve y con lo cual interactúa es parte de la interfaz.

3.7.6 Ventajas de los multimedia

Controla el flujo de la información, es un medio de fácil acceso, ofrece durabilidad, permite actualizar su información, usa todos los medios audiovisuales, mejora el aprendizaje ya que incrementa la retención y aumenta la motivación.

Inconvenientes de los multimedia: Su realización tiene un costo a veces difícil de cubrir, algunas personas le tienen miedo al equipo y no saben como utilizarlo, los audiovisuales mal diseñados pueden confundir o distraer.

3.7.7 Metodología en el diseño de proyectos multimedia

Elección del tema y contenidos de trabajo, conocer los pre-conceptos que los alumnos tienen sobre el tema escogido, diseñar la aplicación multimedia utilizando material bibliográfico, realizar mapas conceptuales en papel para mostrar la estructura de imágenes textos y sonidos, creación de estos elementos en pantalla, evaluación del proceso enseñanza-aprendizaje.

El guión para un proyecto se organiza secuencialmente, es decir pantalla por pantalla, así mismo el mapa de navegación ayudara al mejor diseño y construcción del interactivo.

Sus pantallas y elementos deben ser sencillas y limpias, atractivos a la vista, uso de color y gradientes con moderación, objetos en dos y tres dimensiones.

Un proyecto multimedia cuenta con un ponente (maestro) y alumno y puede ser posteriormente para un material de consulta fuera del aula.

Aspectos técnicos y estéticos.

- Entorno audiovisual: presentación, estructura de pantallas, calidad, diseño claro y atractivo, composición, tipografía, colores, disposición de los elementos multimedia, títulos, barras

de estado, menús, barras de navegación, ventanas, íconos, botones, textos, hipertextos, formularios y fondos.

- Navegación: mapa de navegación lógico y estructurado.
- Diálogo con el entorno tecnológico: facilidad en la interacción con la información.
- Funcionamiento del entorno: fiabilidad y velocidad adecuadas para su presentación.
- Uso de tecnología avanzada: debe mostrar entornos originales, bien diferenciados de otros materiales didácticos, que aprovechen las prestaciones de las tecnologías multimedia.
- Plan docente: presentando los objetivos de aprendizaje.
- Motivación: atractivo, interés, deben despertar la curiosidad y mantener la atención y el interés de los usuarios, evitando que los elementos lúdicos interfieran negativamente.
- Contenidos: coherencia con los objetivos, veracidad, profundidad, calidad, organización secuenciación, estructuración, claridad, actualización de la información.
- Evaluación de los aprendizajes: sistema de seguimiento y evaluación

de los aprendizajes orientado al usuario.

3.8 Internet

3.8.1 Antecedentes

Es el resultado de la interconexión de miles de computadoras de todo el mundo las cuales comparten información con el fin de ponerse en contacto unas con otras, es decir que todas hablan el mismo lenguaje para entablar una relación.

Ofrece servicios de correo electrónico, noticias, datos y la capacidad de transferir información entre computadoras.

Surgió en Estados Unidos en 1969 como un proyecto militar de seguridad y posteriormente se extendió a nivel educacional volviéndose más accesible al público, así lo que comenzó como un proyecto de investigación gubernamental y educativa se convirtió en uno de los medios más importantes de comunicación al tener acceso a tanta información, personas o culturas.

3.8.2 Páginas Web

La Web¹⁸ es una idea que se construye sobre Internet, comenzó en Suiza a principios de 1990 para mantener una referencia de cómo funcionaban los ordenadores, en la actualidad ofrece la posibilidad de lectura universal, que consiste en que una vez que la información esté disponible, se pueda acceder a ella desde cualquier ordenador, desde cualquier país, por cualquier persona autorizada, usando un único y simple programa. La World Wide Web (WWW) consiste en ofrecer una interfase simple y consistente para acceder a la inmensidad de los recursos de Internet. Es la forma más moderna de ofrecer información. El medio más potente. La información se ofrece en forma de páginas electrónicas; para ello se utilizan los hipertextos que son datos, que contienen enlaces hacia otros datos como los gráficos, sonidos, video o animaciones, estos reciben el nombre de hipermedios. Una vez que el usuario se conecta a Internet utiliza un programa de navegación e inmediatamente empieza a buscar la información que desea por todo el mundo sin tener que

salir de su casa, basta con que conozca la dirección de un buscador para ingresar su tema de búsqueda o el nombre de la página exacta. Una página Web puede tener información en texto, imagen, sonido, video o animaciones, por lo que el usuario tiene una interactividad que produce una comunicación activa entre el usuario y la información. Las direcciones electrónicas: Son la forma de ubicar un sitio, no puede haber dos iguales, se escriben siempre en minúscula, nunca llevan espacios entre palabras, se componen de caracteres comunes: letras, números, guiones, no debe usarse la ñ ni letras acentuadas, ni signos de pesos, ni números, cada parte se separa por puntos; no hay un máximo de caracteres de longitud, sin embargo, siempre se trata de hacerlas lo más cortas posible, su finalización se encuentran organizadas en varios tipos:

- .com:** si es una compañía u organización comercial.
- .edu:** si es una institución de educación, universidades, colegios, institutos o centros de investigación.
- .gob:** si se trata de organizaciones del gobierno.
- .net:** si se trata de algún nodo administrativo o de conexión de un

proveedor de servicios.

.org: para organizaciones sin fines de lucro.

.info: para entidades que brinden reportes o información.

En el caso de una persona la dirección electrónica es correspondiente a la computadora (dominio) que contenga su casilla de correo, más un nombre de usuario.

Entre ambas partes se escribe el símbolo @ llamado arroba.

La dirección de un recurso contiene la dirección del servidor (dominio) más algunos otros datos. Las direcciones de la Web son también llamadas URL (Localizadores Uniformes de Dirección). La estructura básica de una URL es la siguiente: URL=http:// dominio/directorio/archivo http:// cvarquitectos.com

Http://: Indica al navegador que se trata de una dirección de la Web. Debería estar siempre presente, aunque los navegadores modernos permiten omitirlo.

Dominio/: Es la dirección de la computadora donde se alojan las páginas deseadas. En general el nombre será www.

Directorio: Es una estructura que permite organizar las diferentes páginas en forma similar a una

¹⁸ Pagina consultada <http://www.monografias.com/trabajos5/laweb/laweb.shtml>

estructura de directorios o carpetas en un disco rígido. Va separado de barras invertidas (/) luego del dominio y entre directorio y directorio (si los hubiera). Si se omite la parte de directorio y archivo y se ingresa solamente el dominio, se entrará a la Home Page (página principal) de esa organización.

3.8.3 Metodología de Páginas Web

El autor Patrick Lynch propone la siguiente metodología en su libro Principios básicos de diseño para la creación de sitios Web:

La definición de los objetivos y conocer el propósito que tendrá la página para quien la solicita. Posteriormente se debe identificar a los usuarios para poder diseñar con base a sus expectativas y necesidades.

Las páginas principales, llamadas comúnmente home, deben persuadir al usuario mediante gráficos y textos claros sobre el contenido de la Web, ya que lo dirigirá a través de todo el contenido interior de ella.

Los sitios Web son una parte integrante de toda campaña y proceso comunicativo dentro de una organización o una empresa, el costo

que genera un espacio en un servidor es poco comparado a la publicidad que puede generar, así mismo la dirección de la página (dirección URL) debe aparecer en la papelería, correspondencias y todo el material publicitario con el que se cuente.

Los usuarios de sitios Web buscan información y la manera de interactuar con el uso de imágenes y conceptos que transmiten significados de manera visual, un documento Web debe tener un título informativo, fecha y la dirección debe encontrarse en las páginas más importantes de la Web.

Los gráficos, diagramas, textos, mapas o índices dan al usuario la facilidad de encontrar lo que busca sin una pérdida de tiempo, por ello deben poder regresar de manera sencilla al inicio de la página o ingresar con facilidad a los sitios de mayor interés, esto se obtiene mediante enlaces representados por medio de botones. Todas las páginas deben contener por lo menos un enlace de lo contrario se crearan sitios sin salida por lo que el receptor puede encontrarse confundido y perder interés en la página.

El objetivo de los sitios Web es ofrecer información a los usuarios de

una manera rápida y sencilla por lo que los enlaces no deben de ser mayores a 7 y preferentemente una sola pantalla donde se muestre el menú, así mismo la velocidad en la que se descargan archivos, aparecen pantallas, imágenes o videos no debe exceder de los 10 segundos, de lo contrario el usuario empezara a desesperarse y optara por abandonar el sitio. Cuando un usuario entra a un sitio, debe sentirse situado dentro del contexto en la estructura de la información.

Los enlaces en las páginas deben ser bidireccionales, esto quiere decir que se puede avanzar o retroceder sin perder la secuencia. La Página Web de una empresa es su presentación al mundo. La imagen corporativa de una empresa será la que refleje su Página Web en el monitor de una computadora conectada a Internet.

3.9 Video

3.9.1 Definición

"La palabra video proviene del latín, de la primera persona del singular del presente del indicativo del verbo videre que significa "yo veo",¹⁹ aunque por ser un medio audiovisual debería significar "yo veo" y "escucho".

La palabra video del latín video = veo se utiliza para designar de forma abreviada un aparato electrónico cuya finalidad es la de registrar sobre un soporte magnético imágenes y sonidos mediante procedimientos magnetoeléctricos para poder reproducirlas tantas veces se desee.

Es un medio que se encuentra continuamente en crecimiento y se adapta a prácticas de tipo social, comercial, educativo etc., con el fin de captar ciertas realidades y mostrarlas a la sociedad.

3.9.2 Formatos

VHS: formato de uso doméstico concebido hacia 1976 por JVC, con diferentes duraciones de cinta, mide 188 x 104 x 25 mm con un ancho de 12.7 mm, la imagen tiene una resolución de color que equivale a 2.5º líneas horizontales, ha logrado la mayor estandarización en el mercado mundial aún que es un aparato muy grande.

Video 8mm: formato doméstico que surgió hacia 1982, usa una cinta de 8mm de ancho, su rendimiento en calidad de imagen y sonido lo convirtieron en un sistema muy apropiado su inconveniente es que la cinta tiene que verse a través de la propia cámara o pasarla a un formato VHS perdiendo calidad.

VHS-C: es un sistema de vhs compacto desarrollado para competir con el video de 8 mm, su diferencia se encuentra en el tamaño de la cinta por lo que la cámara es más pequeña y un formato más cómodo.

Super VHS: se desarrolló por JVC hacia mediados de 1987, duplica la calidad de VHS, además de permitir leer y grabar cintas de VHS normales.

HI 8: formato desarrollado hacia 1989 con el fin de dotar al mercado de videos para negocios, educación y

la industria mediante un sistema de registro económico, compacto y muy buen nivel.

DV: formato estándar creado por un consorcio de 10 compañías que se unieron para crear un sistema digital de vídeo, la ventaja fundamental se encuentra en la calidad de la imagen además de la compatibilidad con los ordenadores personales.

3.9.3 Géneros

El video construye su discurso a través de los géneros, entre ellos encontramos el publicitario, documental, informativo, reportajes, difusión, crónicas, animaciones, comedia, históricos, familiares, educativo, comercial, social, corporativo, musical, video arte, interactivo, deportivo, ficción, etc. La gran variedad de material visual que aprovecha el video (fotografía, ilustraciones, animaciones por computadora, dibujos animados, gráficos, esquemas) es complementada por el elemento sonoro: voces, palabras, música, efectos, ambientaciones y silencios. Estamos envueltos de un sistema de comunicación de masas las cuales

aportan una nueva forma de comunicación audiovisual utilizando una tecnología elaborando un tipo de discurso con diferentes entornos y transmitiendo diversas informaciones.

El papel de las imágenes es emotivo porque hacen perceptible el significado en el receptor.

El video utiliza una función metalingüística al utilizar imágenes en movimiento en el discurso audiovisual el cual facilita el aprendizaje. Los mensajes audiovisuales serán más eficaces en cuanto estén mejor contruidos, sean creativos, originales y se adapten a su finalidad conceptual y participativa.

3.9.4 Posibilidades del video

El video tiene posibilidades didácticas su uso "favorecerá las informaciones que se desarrollan en el tiempo y que necesitan procesos o conflictos, manifestándose mediante informaciones".²⁰

Puede funcionar como un instrumento de producción, creatividad y desarrollo de la capacidad comunicativa que alentarán la creatividad y participación del alumno, como instrumento de investigación y

análisis, como auto observación, prácticas didácticas y de autocrítica, como difusión informativa, de experiencias, soporte de almacenamiento o banco de producciones audiovisuales, entre sus principales usos se encuentran:

3.9.4.1 Video educativo

Es empleado como recurso para introducir en las aulas información sobre el entorno pero de una manera diferente, donde intervienen la producción, organización, experimentación, investigación, creatividad, participación y enseñanza para cumplir la función de educar. Dentro de éste genero se encuentra el Video como lección:

"Es una exposición de contenidos específicos donde el profesor es sustituido por el video, transmite informaciones con el objetivo de que el alumno los comprenda y asimile, contiene información visual con movimiento y sonido y permite la repetición o inmovilización de la imagen además permite congelar la imagen para visionarla cuantas veces sea necesario."²¹

Video apoyo:

Este tipo de video sirve como interacción entre el alumno y el

maestro ya que las imágenes que se muestran y complementan el discurso del profesor.

Video proceso:

La cámara juega el papel más importante ya que se utiliza como una dinámica dentro del aprendizaje, los alumnos se hacen partícipe dentro de su desarrollo poniendo en practica su participación y su creatividad, ya que consta de un proceso de producción e investigación búsqueda de información, realización de guión sonorización, demás después de grabarse le material es usado para su análisis, frecuentemente se utiliza para encuestas, entrevistas debates entonces se vuelve un aprendizaje que permitirá al alumno a trabajar en grupo una diferente forma de expresión audiovisual.

²⁰ Corominas Agustín, *La comunicación audiovisual*, Editorial GRAO, Barcelona 1994, p.p 69

²¹ Ferrer Joan, *Video y educación*, Editorial Paidós, España 1992, p.p. 34

3.9.4.2 Video interactivo

Nace de la conjunción de la tecnología, la informática y el video mismo, "se llama video interactivo a todo programa de video en que las secuencias de imágenes y la selección de los manejos están determinados por las respuestas del usuario a su material",²² se caracterizan por ser bidireccionales, es decir, hacen posible una interacción entre el usuario y la máquina.

En un video interactivo la información no solo es recibida de una máquina, el espectador también puede emitir hacia al sistema su respuesta, lo que lo hace participar dentro del proceso de la comunicación, generando información mediante textos, gráficos o sonidos.

Como características de un video interactivo deben contar con una estructura, un ritmo, una duración y un contenido en sus imágenes, textos y sonidos.

El video interactivo trata diálogos múltiples con diferentes posibilidades, entre la palabra oral y escrita, lo que implica un diseño en su tamaño, tipografía, grosor, volumen, color, intensidad, legibilidad, así mismo en las imágenes y los sonidos.

3.9.4.3 Video documento

Le permite al usuario acercarse a entornos alejados. Se caracteriza por comunicar con objetividad la realidad de una manera informativa. Ejemplo de ello es el reportaje y el documental la entrevista.

El video es un soporte de registro en el cual se difunden documentales que han sido producidos por el cine y la televisión, su principal característica es la de informar al espectador sobre acontecimientos que se encuentran cerca o alejados de su entorno, hechos inesperados que adquieren una carga informativa importante.

3.9.4.4 Video motivador, animador, provocador

Se ve el resultado del propio aprendizaje, tienen planteamiento audiovisual ya que conjunta imágenes música, texto hablado, y efectos sonoros con un ritmo, un desarrollo y una duración previamente establecida, pone en juego la vista y al oído al mismo tiempo, se tienen en cuenta estímulos emotivos.

Se rige por la expresividad artística, narrativa y experimental de sus autores en lo audiovisual, pone en práctica la creatividad, de el se deriva el video performance, y el video instalación.

3.9.5 Posibilidades del video

Imagen en movimiento, trabajo en diferentes tipos de grupos o individual, reflexión de apoyo, como documento y como auto evaluación; la información sobre los medios audiovisuales comparten información y deberán hacer que el alumno capte de manera fácil la información, facilidad de manejo.

3.9.6 Discurso audiovisual**3.9.6 Definición**

La imagen en un discurso audiovisual, sea cine, video, televisión o multimedia, es múltiple, ya que intervienen signos gráficos, fotográficos, icónicos, verbales, gestuales y musicales, en el intervienen factores de iluminación, anulación, planos, colores, niveles y grados de iconicidad los cuales son portadores de significados.

Al narrar una historia encontramos una comunicación interior en la que se ven expresados los pensamientos y una exterior en la que se representan los objetos, personajes y situaciones.

En un discurso se desarrolla un plano imaginativo y un plano pseudo informativo en el que se desarrolla la ficción y el autor puede inclinarse más por uno o combinar ambos.

3.9.7 Lenguaje de las imágenes en movimiento

3.9.7.1 Planos

El autor Cheshire David en su libro del video distingue tres planos principales y sus subdivisiones: Plano general (P.G) (toma completa del sujeto) sitúa al espectador en una determinada situación para hacer mas comprensible la escena. Plano medio (P.M) (toma de la mitad del sujeto) establece una interacción con el o los sujetos pero también nos muestra un poco de su entorno.

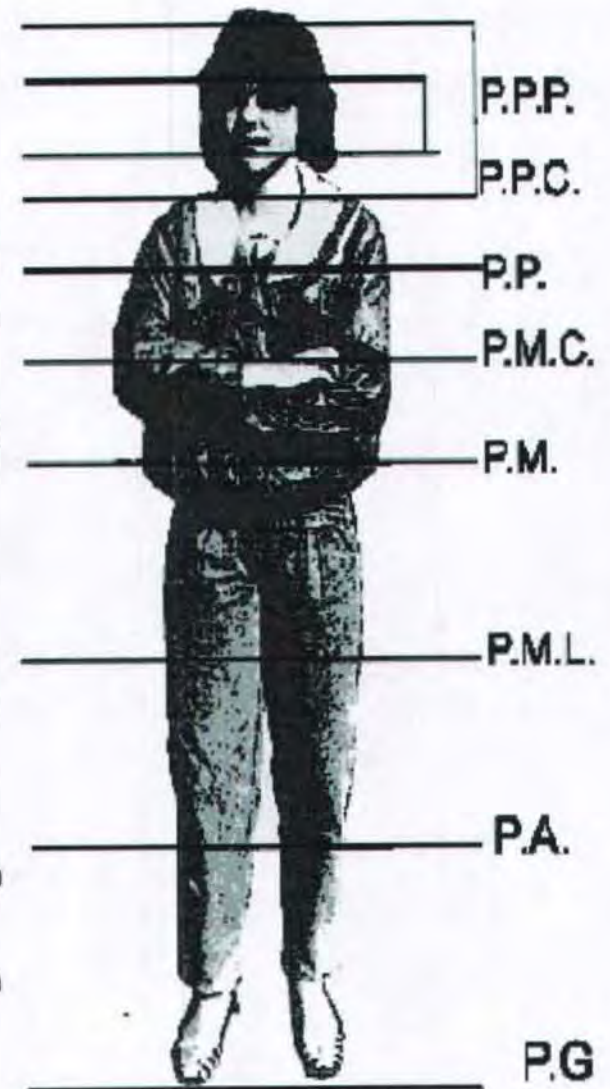
Primer plano (P.P) (toma del pecho hacia arriba del sujeto) se concentra en algún detalle específico de un sujeto o situación.

La finalidad de los tres planos es la atención del espectador en una determinada situación.

Un plano es un segmento continuo de grabación en el que se muestra un aspecto determinado de un tema. El plano que utilizemos influye en el mensaje que será transmitido al espectador, aunque en su interpretación intervienen factores como la iluminación, el dialogo y la acción.

3.9.7.1.1 Subdivisiones de planos

- Vista general (V.G) muestra el entorno donde se desarrolla la situación.
- **Gran plano general (G.P.G)** muestra algún detalle en específico del entorno.
- Plano general corto (P.G.C) se aplica a la figura humana en una toma de las rodillas hacia arriba.
- Plano medio largo (P.M.L.) encuadra aproximadamente la tercera parte del personaje.
- Plano medio corto (P.M.C) es el encuadre que corta al personaje a la altura del pecho.
- Gran primer plano (G.P.P) es en el que se desea concentrar la atención en una sola imagen la cual ocupa toda la pantalla.
- Primerísimo primer plano (P.P.P) muestra únicamente alguna parte del rostro del sujeto.
- Plano de detalle (P.D) muestra algún detalle del personaje o la situación.
- Plano subjetivo: es un plano tomado desde el punto de vista de un personaje.



3.9.7.2 Encuadre

La selección del campo que capta la cámara es la manera en la que la imagen comunica, delimita un espacio mediante una composición, convirtiendo un signo en realidad (formas estéticamente estructuradas) aísla objetos o personajes dándoles un significado en el espacio y tiempo. A través del encuadre se recorta una porción concreta de la realidad, que luego se muestra, estáticamente en la fotografía y de forma dinámica – o sea, en la filmación.

El encuadre constituye una de las unidades más pequeñas en que puede descomponerse una película, y vendrá definiendo también por una posición de la cámara y una duración determinadas. El encuadre ofrece una infinita variedad de posibilidades que han llevado a que, a lo largo de la historia del cine, se generen un determinado tipo de lenguaje.

3.9.7.3 El eje

Consiste en mantener la geografía cuando se cambia la posición de la

cámara entre dos tomas. Establece la relación de espacio entre los personajes y los objetos o el entorno y la dirección en la que se desplaza la acción.

3.9.7.4 Profundidad de campo

Es el espacio dentro del cual todos los elementos están enfocados para proporcionar una imagen correcta. Es la relación establecida entre diversos objetos, personas o los ambientes representados.

3.9.7.5 Movimientos de cámara

“La movilidad da la posibilidad de expresar al hombre un lenguaje de razonamientos y sentimientos, el movimiento visual permitirá que un elemento se vea desplazado en relación a otro.”²³

El movimiento y los ángulos describen el espacio y lo temporalizan en un discurso descriptivo del espacio tridimensional.

Los movimientos de cámara constituyen el mejor método para lograr nuevas e interesantes modalidades de expresión, logrando cierto dinamismo en la filmación. Deberán llevarse a cabo en caso necesario, tan solo los movimientos adecuados y efectuados a una

velocidad apropiada adquieren significado.

- Panorámica. es el movimiento de giro horizontal de la cámara sobre su eje vertical, su velocidad debe ser suave y continuo, sin saltos, ya que ayudará al espectador a observar todos los elementos que se encuentran entre el principio y el final del plano o a seguir a la trayectoria de un personaje.

Se emplea cuando se desea obtener una amplia visión de un escenario o cuando se sigue con la cámara el movimiento de un objeto o la mirada de uno de los personajes. Debe cuidarse muy bien el enfoque pues puede producir vibraciones que perjudican la intención.

- Travelling. es el movimiento que se utilizar para mostrarle al espectador lo que ve uno de los personajes. Mediante el uso de vías pueden obtenerse interesantes desplazamientos de cámara. Logra atraer el interés del espectador y seguir a los actores.

- El basculamiento. es un movimiento igual que el de la panorámica solo que este se desarrolla de manera vertical, se utiliza para recorrer algún elemento situado frente a un personaje que no puede ser observado de un solo vistazo en su totalidad.
- Zoom. aleja o acerca las imágenes, de esta manera concentran la atención y dramatice la acción manteniendo una continuidad visual una sensación al ojo humano.

3.9.7.6 Iluminación

La iluminación ayuda a crear sensaciones más reales a los entornos a grabar o efectos expresivos en el personaje, estas pueden ser grabadas a luz natural, en penumbra o luz artificial.

La iluminación es uno de los elementos más importantes para componer una imagen y crear un determinado ambiente. Mediante una iluminación adecuada pueden obtenerse interesantes efectos de luces y sombras.

La luz y la sombra están estrechamente unidas y es su combinación la que define el carácter de una escena.

Desde el punto de vista semiótico la iluminación es el valor visual y expresivo que se le da a la ambientación, los objetos o personas por el hecho de recibir mayor o menor cantidad de luz.

Existen diferentes formas de dirigir una fuente de luz en un interior:

- Foco principal: la luz es uniforme e ilumina con un mínimo de sombras.
- Foco puntual: se trata de una luz concentrada que se orienta directamente hacia el sujeto. El foco producirá sombras muy duras, por lo que se debe calcular bien la posición.
- Contraluz: Luz también directa, pero más suave, con la que se ilumina al sujeto por detrás. El contraluz se utiliza para destacar contornos y siluetas, pero esa luz no debe llegar directamente a la cámara. "La iluminación afecta la visión de un objeto y la reacción del espectador"²⁴
- Luz natural.

Intensidad (brillo), calidad de la luz (sombras), contraste de luz, dirección, temperatura del color (cuando se utilizan efectos con luz coloreada, se deben tomar en cuenta factores en su matiz, saturación, y luminancia). Luz del sol, velas, bombillas: produce sombras fuertes y definidas, muestra las texturas.

- La luz dura procede de fuentes pequeñas y alejadas, como el sol y las bombillas o flashes directos. La distancia y el tamaño determinan el grado de dureza, es idónea para destacar la textura, la forma y el color y proporciona el mayor grado de contraste.

- Iluminación suave.

Se produce cuando el sol está cubierto por alguna nube y en el caso de la luz artificial se utilizan difusores para dispersar la luz, produce sombras sutiles. La luz suave es muy difusa y no proyecta apenas sombras. La fuente luminosa ha de ser muy extensa como un cielo cubierto o rebotarse sobre una superficie muy grande y próxima, como el techo, pantallas, lienzos, etc. Esta iluminación es la menos espectacular de todas pero la más agradable y fácil de controlar.

- La iluminación semidifusa procede de fuentes más grandes y próximas al objeto y, aunque produce sombras definidas, ya no tienen los bordes nítidos. La luz semidifusa destaca el volumen y la textura, pero sin sombras negras y vacías y sin el elevado contraste

de la luz dura. El color resulta más apagado

- La luz en relación con la imagen es un elemento que traza la imagen

y la vincula con su entorno, funciona como una expresión dramática del personaje y del ambiente además de informar sobre el lugar y el tiempo.

- La luz frontal produce aplanamiento de los objetos, aumenta la cantidad de detalles pero anula la textura. Los colores se reproducen con gran brillantez.

- La iluminación lateral destaca el volumen y la profundidad de los objetos tridimensionales y resalta la textura; aunque da menor información sobre los detalles que la luz frontal y además, aumenta el contraste de la imagen.

- El contraluz convierte los motivos en siluetas lo cual puede resultar conveniente para simplificar un tema conocido y lograr su abstracción, a ello hay que añadir, además, la supresión que se consigue de los colores.

- Reflectores:

Se utilizan para mejorar la iluminación del sujeto u objeto

durante las tomas con luz solar, dependiendo de su tamaño, color y distancia a la que se encuentre del personaje y de la luz natural.

3.9.7.7 Cromatismo

Esta sensación tiene tres características:

- Matiz o tono. Gracias a sus variaciones se diferencian los colores dentro del espectro azul, rojo, verde. Saturación. Grado de pureza de cada color.

- Brillo o luminosidad. Según la capacidad para reflejar la luz blanca que incide sobre el objeto. La diversidad de colores se produce por adición o suma a partir de los tres colores básicos (rojo azul y verde más utilizadas en medios electrónicos) o por sustratos (cyan, magenta, amarillo) utilizado en fotografía e impresiones gráficas. Los colores en la información visual se asocian a determinadas emociones los cálidos como el rojo provocan euforia, excitación, agresividad, los fríos como azul o verde producen tranquilidad, relajamiento o serenidad. característica de producir en el receptor la sensación que quiere expresar el emisor.

Este lenguaje tiene desventajas como la inestabilidad, ya que esta sujeto a ruidos físicos y semánticos que alteran su percepción, al ser fugaces los sonidos, nos impiden la mayoría de las veces su repetición.

Entre sus ventajas se encuentra la relación que puede establecer entre el emisor y el receptor despertando la creatividad, la imaginación y la participación.

El sonido se caracteriza por su intensidad, (volumen) tono, (agudo o grave) timbre (identificación del sonido) y duración, estas características tienen repercusión en el estado anímico de los oyentes, el oído es capaz de crear imágenes dependiendo de la sensibilidad e imaginación de cada persona.

Los componentes sonoros se integran a la expresión oral, es decir al habla, la cual provoca una imagen conceptual, de acuerdo al tono y la intención con la que sea escuchado; la música, la cual esta basada en la articulación armónica de los sonidos con un ritmo ya sean los propios de las voces o de los instrumentos, la música evoca una imagen acústica abstracta que se ve reflejada en sentimientos o emociones según los oyentes, puede ser parte de la información o complemento de ella;

los ruidos se dividen en dos, los que no permiten escuchar con claridad y los que al ser escuchados se precia a que objeto o realidad sonora pertenecen.

Finalmente encontramos el silencio el cual por si solo no constituye ningún signo, solo al ser vinculado, ofrece expresividad para el espectador ya que las imágenes adquieren una significación por si mismas.

El nivel expresivo es en el que la sustancia sonora se organiza en modos y distribuciones concretas, componiendo formas, para que se les pueda dar sentido. Es cierto que la percepción de formas es aprendida, pero también se organiza basándose en las leyes físicas que rigen el sonido, las leyes fisiológicas y psicológicas que rigen la percepción auditiva.

“Una forma sonora es toda configuración acústica que tiende a ser percibida como un bloque sonoro unitario y coherente. Las formas sonoras más simples son el ruido y el silencio.”²⁵

El ruido se entiende como todo sonido de ámbito audiovisual que no son de origen verbal ni musical que dificulta un proceso de comunicación son formas que no tienen una estructura acústica definida.

El silencio se define esencialmente como sensación de la ausencia de sonido, se trata de un efecto perceptivo producido por determinadas formas sonoras, pues la ausencia absoluta no es posible. El oído humano es perfectamente capaz de realizar tres funciones distintas simultáneamente: el timbre que se refiere al análisis de la complejidad frecuencial; la intensidad que es el análisis de la evolución de la dinámica (variaciones de intensidad); y el tono que es el análisis de la evolución de la entonación y melodía. El uso expresivo del efecto-silencio se divide en tres categorías: El uso sintáctico: Cuando los efectos-silencio se utilizan para organizar y estructurar los contenidos audiovisuales. El naturalista: corresponde a aquellos efectos-silencio que se utilizan imitando estrictamente los sonidos de la realidad referencial. El dramático: se le llama al uso consciente del efecto-silencio del narrador para expresar algún tipo de información simbólica concreta. Su uso es abierto y la carga simbólica depende del tipo información emocional que contiene el discurso que lo precede.

Los conceptos esenciales que nos permite con la percepción sónica del sonido son:

- El sonido el resultado de percibir auditivamente variaciones oscilantes de algún cuerpo físico, normalmente a través del aire. La fuente sonora: cualquier objeto físico mientras esta emitiendo un sonido.
- El objeto sonoro: cualquier sonido que aislamos físicamente o con instrumentos conceptuales, acotándolo de una manera precisa para que su estudio sea posible.
- El ente acústico: se le llama a cualquier forma sonora que habiendo sido separada de su fuente original, es reconocida por el receptor como una fuente sonora concreta que esta situada en algún lugar de un espacio sonoro.
- En el proceso de construcción de sentido, la lingüística y a partir de la semiología proporcionan el concepto de signo, explicando la construcción de sentido a partir de la interacción de los conceptos de significado, significante y el referente.

3.10.2 Lenguaje verbal

3.10.2.1 Definición

Es el medio de comunicación más elaborado que además puede ser convertido en escritura, pero además de este existen otros lenguajes que pueden modificar sus contenidos como el sonido o las imágenes mismas, todo esto depende de tal manera en que sean presentadas y combinadas. "El elemento verbal está representado por la palabra oral o escrita. La primera es la reproducida por la voz humana y la segunda por la mano de cualquier instrumento diseñado para ello."²⁶

3.10.3 Aportación del sonido en lo audiovisual

3.10.3.1 Definición

El papel del sonido en una narración audiovisual es el de un acompañamiento redundante. La asociación del sonido y la imagen genera una percepción distinta a lo que produce cada uno de ellos por separado. En el contexto del lenguaje audiovisual, el sonido no enriquece la imagen sino que modifica la percepción global del

receptor.

El audio actúa en la narrativa audiovisual siguiendo tres líneas expresivas:

1.- Transmisión de sensaciones espaciales. La sensación auditiva del espacio es casi exclusiva de la percepción de distancias mediante la intensidad, tomando en cuenta que, el oído tiene una gran capacidad para identificar formas y volúmenes espaciales reconociendo las reflexiones del sonido y su envolvente espectral.

2.- Conducción de la interpretación audiovisual. Esta línea expresiva emana directamente del sistema perceptivo. Mediante la imagen-sonido reorienta su propuesta narrativa inicial conduciendo al espectador hacia la interpretación correcta.

3.- Organización narrativa del flujo audiovisual. Nuestro sistema sensorial sabe que todo cambio brusco en el sonido supone el final de un fenómeno y el comienzo de otro y nos lo hace percibir así.

La creación de mensajes audiovisuales proporciona a los alumnos el entendimiento del contenido de los mensajes, además de desarrollar su capacidad creativa y crítica.

Dentro de un soporte audiovisual encontramos opciones narrativas como la acusmatización que es lo que escuchamos sin saber de donde proviene como lo es el doblaje, ambientación musical y creación de efectos sonoros.

"El lenguaje audiovisual es el conjunto de sistemas artificiales de recursos expresivos que organizan al sonido y la imagen utilizados para transmitir sensaciones o ideas tomando en consideración la percepción y comprensión del público al cual va dirigido."²⁷

²⁶ García Sánchez, José Luis. *Lenguaje audiovisual*. México, Alambra, Biblioteca de recursos didácticos, primera reimpresión México, 1988, pp. 22

²⁷ Rodríguez Ángel, *La dimensión sonora del lenguaje audiovisual*. Editorial Paidós Barcelona 1998 pp. 221

Abordando la importancia del sonido en el contexto de la narración audiovisual y en la producción audiovisual, una de las funciones fundamentales de los tratamientos del sonido es su alteración, al cambio de sus formas. Refiriéndonos al filtrado, compresión, la aceleración, la adición de resonancias, etc. Al crear una ambientación es necesario cambiar el sonido o alterar acústicamente su forma. La única forma de saber como trabajarlo de que tipo es y el nivel de resonancia hay que añadir, es utilizando los instrumentos conceptuales y técnicos de la disciplina que estudia el sonido observándolo como ente físico en la acústica. Además, es un instrumento que nos permite estudiar con precisión las formas sonoras, descubriendo como el ser humano da sentido a cada sonido al ser escuchado e interpretado por el. Existen dos categorías de fenómenos sonoros, los que simplemente escuchamos y los que nos producen una sensación. La parte sonora de los mensajes audiovisuales consiste por un lado en la búsqueda de partes musicales que sean adaptadas al sujeto visual y recreen las situaciones emotivas deseadas y por otra parte se encuentra el registro de la voz y

ruidos o sonidos ambientales. La acusmatización es todo aquello que se oye sin ver la fuente de donde proviene; aísla los objetos sonoros y los convierte en portadores de conceptos. El sonido prescinde de su fuente y se conecta con un nuevo sentido que ya no tiene nada que ver con su origen directo sino con su forma sonora y con su situación en el contexto audiovisual. La posibilidad que proporciona la tecnología del audio, de separar el sonido de su fuente original y soltarlo a voluntad del narrador, ha abierto una serie de grandes posibilidades. Situado en la estructura de la comunicación de masas, la posibilidad de trabajar con el sonido aislado permite establecer nuevas asociaciones virtuales entre sonidos e imágenes que no existen en el universo referencial. Los medios audiovisuales en general no se dirigen solo a la vista, existe una gran e importante conexión perceptiva: El audio y la vista. En la combinación audiovisual, una percepción influye en la otra y la transforma: no se ve lo mismo cuando se oye; no se oye lo mismo cuando se ve. La unión del sonido y la imagen crea una ilusión a la cual que se le denomina el valor añadido.

"Se le designa valor añadido al valor expresivo e informativo con el que un sonido enriquece una imagen. Este fenómeno del valor añadido funciona sobre todo en el marco del sincronismo sonido / imagen por el principio de la sincronía que permite establecer una relación inmediata y necesaria entre algo que se ve y algo que se oye".²⁸ El valor añadido es la música pues expresa directamente su participación en la emoción de la escena, adaptando el ritmo, el tono y el fraseo, en función de códigos culturales de la tristeza, la alegría de la emoción y del movimiento.

También existe lo contrario, que es aquella la cual intensifica una emoción que desarrolla la escena, la cual refuerza en la película la emoción individual de los personajes y del espectador en la medida misma en que fingen ignorarla. Este efecto la mayoría de veces concierne a la música, pero puede utilizarse también con ruidos.

La música para el compositor Aaron Copland esta considerada en tres planos, el sensual en el que ésta produce un placer y crea un estado de animo, un plano expresivo que es lo que nos dice con palabras y un plano puramente musical donde se escuchan las melodías, los ritmos, armonías y timbres, aun que no significan lo mismo para todos los oyentes, el autor inicia con una idea musical dándole un significado emocional al tema.

La música tiene cuatro elementos el ritmo, con el cual se acentúan notas de acuerdo con el sentido de la frase, la melodía, que causa una emoción intelectual, la armonía con el tono y el timbre que da un color al sonido de acuerdo a la percepción y emoción producida por diversos

instrumentos.

La música implica tres factores: el compositor, el intérprete y el oyente. La imagen, el habla, la música y los sonidos ambientales son considerados elementos fundamentales del mensaje audiovisual.

En ellos el texto esta ambientado, es una forma de comunicar ya que prevé un conocimiento que se transmitirá a través del mensaje. La situación y el sentido que el espectador le da a las imágenes en pantalla se deben en gran medida a la aportación del sonido y la imaginación.

- Sonido real. Es aquel que se graba al mismo momento que las imágenes,
- Efectos de sonido. Realidad al acontecimiento.
- Sonido añadido. Música, narraciones en voz en off.

Capítulo 4

Elementos que intervienen en la realización de un interactivo y página Web

4.1 Pre-producción

4.1.1 Guión

4.1.1.1 Definición

"El guión es el instrumento que establece todas las condiciones necesarias para realizar un programa audiovisual, debe de contener todos los elementos de coordinación de audio y de video así como el conjunto de la palabra, imagen y el sonido en cada secuencia"²⁹

La duración de cada toma y secuencia establecen el ritmo y determinan el impacto de la imagen por lo que deben durar el tiempo necesario para expresar únicamente aquello que se quiere decir.

Un guión es un texto en el que queremos que algo se vea y se escuche, imágenes y sonidos que nos dicen y representan algo, paisajes, figuras, gráficos, música, ruidos, efectos y silencios que forman parte enriquecedora de la historia.

Gracias al recurso de la narración se hace entendible el guión, en el se desarrollan historias donde los personajes realizan ciertas acciones en un determinado entorno.

El guionista tiene la tarea de

expresarse mediante imágenes en movimiento una historia original, atractiva, incitada por la imaginación capaz de impresionar, con un movimiento dramático de los personajes que logren identificarse con el espectador y que expresen un argumento bien definido mediante lo que hacen y dicen.

Un guión plantea una historia y a la vez propone personajes que formaran parte de este relato. Para su creación requiere de una inventiva para crear la historia y darle vida en pantalla, una imaginación visual para "ver" los acontecimientos descritos y una sensibilidad para establecer una relación con el espectador.

El mérito de un material audiovisual depende de la manera en la que se cuenta y el empleo de recursos narrativos que les den a los personajes o elementos que intervienen para lograr el interés deseado.

Un guión es una historia contada en imágenes que implica una narración ordenada que se desarrollará dentro de un producto audiovisual, el lenguaje que se utiliza será visual y sonoro, un guión audiovisual debe contar con un discurso en el que se

incluya la forma en que aparecen y suceden las imágenes, textos, sonidos y todos los elementos que apoyan el mensaje, así como una dramatización donde participen conflictos y sentimientos.

Para elaborar un guión debemos respondernos tres preguntas previas: qué, a quién y para qué, una vez respondidas deberemos comenzar a traducir esas ideas en imágenes, sonidos y textos.

Todas las ideas que tengamos deben ser plasmadas en un papel, de esta manera las organizamos y seguimos un esquema en el que serán representadas, a esto lo denominamos guión.

Un guión se compone de un escenario natural o decorado, es el lugar donde se desarrolla la secuencia, se escribe siempre en mayúsculas, e indica si la acción se

²⁹ Adame Goddard Lourdes, Guionismo. Como redactar guiones para montajes audiovisuales, televisión y cine, Editorial Diana, México 1989 pp. 51

encuentra en un interior, exterior, el lugar y el momento del día. La descripción escrita de lo que ocurre en una secuencia se denomina acción o situación, el texto describe los movimientos de los personajes así como los detalles de la escenografía y ambientación, todo lo escrito en el guión salvo el dialogo se denomina acción o situación.

Escenas

La construcción de la historia se lleva a cabo por medio de escenas, "una escena es el lugar donde uno o varios personajes realizan acciones en un tiempo determinado, la variación de cualquiera de estos tres constituye un cambio de escena."³⁰

División de las escenas

Ayudan a determinar el tiempo real de la historia, entre más escenas existan mayor será el tiempo, esta división ayuda a establecer el ritmo de la narración, una escena cambia a otra cuando cambia el lugar, cambian los personajes aunque el lugar permanezca, cambian significativamente las acciones aunque el lugar y los personajes permanezcan,

cambia el tiempo aunque el lugar los personajes y las acciones permanezcan.

Elementos para identificar una escena

Si la escena sucede en un interior o exterior, esto facilita el trabajo de la producción a la hora de las grabaciones.

El lugar en sí mismo, el cual debe describirse con el menor número posible de palabras. Si la escena sucede de día o de noche sirve a la producción para tomar decisiones sobre la iluminación.

Ejemplos:

Interior-casa-día

Exterior-parque-noche

Factores que determinan la duración de una escena

El tiempo lo determinan varios factores, el sentido del ritmo dramático, el sentido musical, el momento de la historia, generalmente las del principio son mas largas, el tipo de acción y los diálogos que se presenten en ellas y el número de personajes que participen.

El número de escenas del guión determina los lugares donde

transcurren las acciones, cada escena contiene una descripción breve del lugar y personajes, de la acción y de diálogos.

4.1.1.4 Etapas del guión

El argumento es el primer esbozo de la narración, es un resumen escrito sobre los personajes y hechos esenciales que tienen lugar en nuestra historia. Tras definir el argumento hemos de elaborar el guión.

Lourdes Adame Goddard en su libro "Guionismo Como redactar guiones para montajes audiovisuales, televisión y cine" propone cuatro etapas para la elaboración de un guión:

Idea: es el principio, el motivo inicial del proyecto, es la manera en la que se da expresividad a través de los recursos literarios y técnicos de los que se dispone.

Para que una idea sea creativa se apoya en 4 fuentes principales:

- La investigación. Ofrece datos importantes sobre efectos políticos, sociales, culturales o educativos, ya que podrán ser analizadas para no repetir las en su contenido y cumplan eficazmente con sus objetivos.
- La lógica. Una idea es una combinación de datos que ya son conocidos, la creatividad se encuentra al combinarlos para que resulte algo nuevo.
- El ingenio. Es la capacidad de inventiva para darle un giro a una idea.
- La imaginación. Es la combinación de aptitudes para observar y proyectar con creatividad lo que se dice.

Además de estos elementos debe contar con fluidez en la información ya sea verbal, figurativa, simbólica o expresiva, flexibilidad en la manera de abordarla, originalidad plasmada en el estilo personal del pensar y el hacer y la capacidad en la elaboración de desarrollar ideas y llegar a una realización.

- Sinopsis: se destaca lo esencial ofreciendo una idea clara del contenido en su totalidad, es una narración completa aún que no

detallada de forma sintetizada, clara, breve, precisa y concreta; además del planteamiento, desarrollo y final de la historia.

- Tratamiento: en él se establecen y describen las secuencias de acuerdo al orden cronológico en el que serán presentados, está compuesta por escenas unidas entre si por un contenido narrativo, en ellas se buscan los elementos necesarios como los personajes, objetos y situaciones que contribuyan al significado y expresividad de la imagen visual, sonora y audiovisual.

Etapas de la historia

El relato tiene tres partes: planteamiento, desarrollo y desenlace, este es un orden lineal aunque no necesariamente tienen que ser de esta manera, el planteamiento presenta los personajes y acción a la que se dedicara, el desarrollo muestra como solucionara el conflicto y el desenlace lleva a la resolución de éste.

Toda historia tiene tres partes importantes: primero, la presentación de los hechos, luego, la creación y desarrollo del problema y por último la solución y desenlace final.

Con estos tres elementos se

comienza a escribir el argumento y construir imágenes que van a contar la historia, para eso se divide en secuencias, escenas y tomas. Una secuencia ocurre en un tiempo de la historia. En la secuencia se plantea una situación dramática y luego se desarrolla, después, en la misma secuencia se termina de resolver.

Desarrollo del guión

Desde el punto de vista argumental, el guión debe contener ciertos elementos de narrativos que deben seguir un orden cronológico. Estos elementos de la narrativa tradicional son los que nos van a ayudar a mantener un interés en el tema, estos puntos son:

- 1. Planteamiento:** En este punto se ofrece al espectador los elementos básicos para comprender las intenciones, actitudes y comportamientos de los personajes.
 - 2. El nudo o parte central de la trama,** donde se dan una serie de interrelaciones entre los personajes que conducen hacia una situación concreta.
 - 3. El clímax o fase del incremento del interés** es el punto central del problema, situación tensa, emotiva, determinante.
 - 4. El desenlace,** descarga la tensión del clímax hacia la solución final, objetivo último de la historia.
- No necesariamente estas fases se deben exponer en el mismo orden

de su enunciado.

Es frecuente iniciar una historia a partir de su desenlace o incluso de su clímax.

En un audiovisual no se puede desatender la ambientación ya que es parte esencial para que el espectador se mantenga interesado en la historia, existen varias maneras para trabajar la ambientación:

- **Uso de personajes.** En el se muestran las cualidades del o los protagonistas.
- **Acción iniciada.** Se comienza directamente en un punto y una acción específica.
- **Por paisaje.** Se hace un recorrido por los ambientes donde se desarrolla la acción.
- **Complicidad ideológica.** Expone un problema o una queja al principio para que el receptor se sienta identificado.

4.1.1.3 Tipos de guión

4.1.1.3.1 El guión literario

El guión literario consiste en la narración ordenada de la historia incluyendo los diálogos y la acción pero sin especificaciones técnicas. Características en la redacción de un guión literario:

- Se debe comunicar una acción relacionada con un personaje pero no explícitamente.
- Nunca debe hacerse referencia en el texto a una acción que no va a suceder.
- El uso del texto debe explicar aquello que no puede hacerlo las imágenes ni con la acción ni con los personajes.
- Todo lo que se explica en un guión debe justificarse en la narración.
- El pensamiento del personaje debe ser explicado por el mismo.
- El ritmo de la acción no debe decaer, debe ser ininterrumpido. Debe contar con un estilo, el cual, es una cualidad del lenguaje que comunican con precisión, emociones o pensamientos, para que el guión tenga un buen estilo debe tener:
- **Claridad.** La construcción de las ideas debe tener un orden lógico de tal modo que no provoque malas interpretaciones

- **Concisión.** Lo que se quiere transmitir debe ser preciso pero sin limitar la imaginación
- **Sencillez.** Debe ser una redacción fácil de comprender.
- **Naturalidad.** Consiste en utilizar labras apropiadas simples y exactas que el tema exige.
- **Originalidad.** No depende tanto del tema si no del tratamiento que se le de a este, es el modo de decir las cosas.

El guión literario es aquél en el cual vamos a desarrollar nuestra idea, texto escrito, diálogos, descripción de personajes, el ambiente, detalles psicológicos, etc.

Los diálogos

Es el conjunto de palabras que dicen los actores, se escribe en una columna en el centro de la pagina y van encabezados por el nombre del personaje en letras mayúsculas, para mencionar como será el estado de animo del personaje se escribe debajo del nombre entre paréntesis

MARIA
(Asustada)
¿Que haces aquí?

El habla constituye una herramienta necesaria en la caracterización de los personajes ya que de esta manera se expresa lo que dice y lo que piensa. Los diálogos exhiben características de los personajes y revelan datos sobre ellos ya que expresan de manera natural su manera de sentir, en la pantalla cumplen la misma función que en la vida real, comunican algo y se relacionan entre si, dan cuenta de la situación dramática y hacen que la historia avance, registran el entorno político, histórico y social ya que ponen al tanto de lo que esta ocurriendo.

Al trabajar los diálogos se debe evitar que los personajes comuniquen cierta información al espectador, debe ser comunicada entre ellos para que el receptor pueda entenderlos y no deben informar sobre lo que las imágenes dicen.

“Los diálogos son complementos de las imágenes, expresan a los personajes mediante el contenido y la forma tanto por la manera de expresar como por lo que expresan”³¹

Tipos de diálogos

Diálogos de generalidad. Todos aquellos que resultan necesarios para dar realidad a la escena como los saludos, despedidas, preguntas, indicaciones.

- **Diálogos activos.** Sirven para justificar las ideas e introducciones de los personajes, interrumpir conversaciones, y dar realismo a la escena.

- **Diálogos expresivos.** Son los dramáticos constituidos por frases que expresan los pensamientos opiniones o intenciones de los personajes.

- **Funciones del dialogo.**

Complementar la acción añadiendo más elementos a la imagen o preparando la acción futura para su mayor comprensión. Explica el personaje y lo caracteriza.

Los personajes

Son el elemento principal de la estructura narrativa ya que ellos son los que realizan las acciones en los lugares y en el tiempo, en los guiones audiovisuales es muy importante contar con:

- **Un personaje principal** que será quien realizará las acciones más importantes de la historia, es el

primer elemento que debe ser creado.

- Los personajes secundarios son creados en función al principal, podemos clasificarlos en tres categorías:

- Personaje secundario protagonista: son los que están más cercanos y sus acciones van en dirección al principal.

- Personaje secundario antagonico: aun que también son importantes sus acciones se oponen al personaje principal.

- Personajes secundarios incidentales: su participación es breve y puede o no tener relación con el principal.

Estos deben de tener vida, se deben conocer sus características psicológicas, su manera de relacionarse con los demás, obsesiones, recuerdos, pensamientos, ademanes, manías, las repercusiones que tienen ante los demás y en las circunstancias del relato, ya que de esta manera el espectador lograra conocerlos e integrarlos con la historia, crear personajes consiste en darle vida mediante palabras y acciones a seres que están desarrollando una determinada actividad en un

determinado entorno, los personajes se dividen en planos y complejos, los primeros son aquellos que se construye con base a una sola idea característica o función, resultan ser inalterables, siempre buenos o siempre malos, generosos o mezquinos, los segundos muestran una combinación de elementos físicos, intelectuales, psicológicos, por lo que sus actitudes son difícilmente predecibles, deben contar con una transformaciones como resultado de un proceso dentro del desarrollo de la historia.

La mejor manera de crear personajes es mediante la observación en nuestros semejantes, respondiendo preguntas como ¿Cuál es su origen socioeconómico, que educación tienen, amistades? Y cualquier tipo de pregunta que nos de una respuesta que nos pueda ser útil para crear el pasado y su futuro; así elaboramos una pequeña biografía de aspectos profesionales y personales.

Lajos Egri propone tres dimensiones para crear el perfil de un personaje: Física fisiológica. Edad, sexo, aspecto físico, enfermedades.

Social. Clase a la que pertenece, ocupación, educación, religión, raza, lugar de nacimiento.

Psicológica. Historia familiar, autoestima, actitud, habilidades, cualidades, defectos, valores.

Al crear un personaje con estas características se le relaciona con el medio, entorno social y amigos, para entender las causas y efectos de sus acciones.

Los nombres de los personajes aparecerán en mayúsculas y la primera vez que aparezcan en el guión deberán ir subrayados.

4.1.1.3.2 Guión multimedia

El guión multimedia es un documento escrito que contiene una descripción detallada de todas y cada una de las escenas del producto audiovisual, su contenido debe estar muy bien organizado para que la información sea fácilmente entendible. Un material educativo de carácter multimedia nunca puede abarcar todas las necesidades e intereses formativos de los destinatarios; su función es introducir, reforzar o ampliar los conocimientos, pero no sustituye la relación profesor-alumno, al hacer un guión multimedia estamos dando forma visual, sonora o textual a las ideas de nuestro tema y que, por consiguiente, tanto la imagen como el sonido o las palabras escritas poseen el mismo nivel de importancia en el

desarrollo del discurso.

Introducir el tema a través de una historia, un contexto o la descripción de una situación cotidiana capta mejor la atención porque produce empatía y complicidad, genera sentimientos, mueve a la reflexión al provocar conflictos e incrementa la curiosidad por conocer el desenlace, esto lo obtenemos al tener una buena narración.

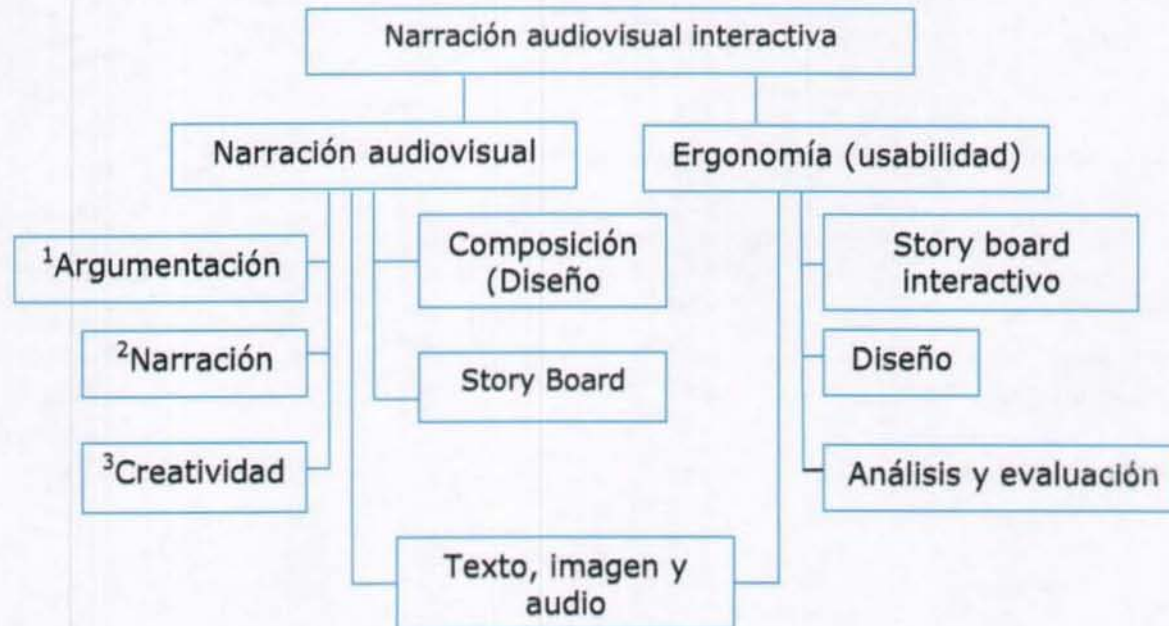
El manejo del tiempo es un elemento esencial en el diseño y elaboración de un producto audiovisual, a este se le denomina ritmo se debe ser breve y concretos. Todos y cada uno de los elementos visuales, sonoros y textuales deben contener la información precisa y nada más. Dentro de la producción multimedia encontramos tres factores que influyen en su desarrollo:

- Económicos. Los presupuestos de las aplicaciones multimedia son de costo reducido.
- Conceptuales. Su desarrollo se sustenta en la narración audiovisual y la interactividad.
- Metodológicos. Requiere de una investigación de aplicaciones de producción.

La narración para un buen guión debe tener una construcción de argumentos con tramas y personajes creíbles, debe ser eficiente en cualquier discurso, es decir convincente y deben de conocerse perfectamente los procesos de producción.

"El objetivo de un guión multimedia es mantener la atención del espectador ante las aplicaciones ya sea por su naturaleza misma (información) o por su apariencia, debe mantenerlo ocupado por lo que no se debe dar toda la información de un solo golpe, si no dejar que el usuario mismo la vaya construyendo, debe existir una economía en el espacio tiempo, conceptos y lenguaje para mostrar una agilidad."³²

Para la creación de un guión multimedia utilizamos conceptos referentes a la narrativa, lo audiovisual y lo interactivo:



¹ Parte de la retórica donde se enseña a exponer nuestras ideas.

² Es el arte de contar historias.

³ Trucos para que lo que se va a

Aspectos a observar en el diseño de una pantalla:

- **Profundidad.** Deben abrir ante el usuario una visión total de la pantalla de lo que ofrece la aplicación multimedia.
- **Barrido.** Es la composición visual el diseño y la carga de imágenes con la que contará la pantalla.
- **Rotura de marco.** Se refiere a la sutileza en la utilización de técnicas de diseño para que la pantalla no se vea rígida.
- **Simetría, distribución y semejanza.** Es el equilibrio de cada uno de los elementos por separado y en conjunto que participan en la pantalla.

La sucesión de imágenes y sonidos forman el discurso audiovisual y por lo tanto el mensaje que se forma en la mente del espectador.

La unidad básica en un trabajo multimedia es la escena interactiva, esta pantalla que está a la vista del usuario, consta de los siguientes elementos:

- **Lote de tareas de entrada.** Son todas las acciones que se producen antes de que el usuario interactúe como las ilustraciones de fondo, la música inicial y textos.
- **Zonas sensibles.** Son las zonas que

reaccionan al clic del ratón, estas pueden estar sobre las formas, sobre la orientación las cuales son por lo general son de manera horizontal, sobre el comportamiento regular para la familiarización con el usuario y sobre el comportamiento irregular las cuales aumentan la interactividad, la sorpresa y la frescura del discurso narrativo.

El texto como elemento de un multimedia tiene tres funciones respecto a la imagen:

- **Complementaria.** Cuando texto e imagen se unen para formar un mensaje.
- **Relevo.** Es cuando el peso comunicativo recae sobre una imagen, después sobre un texto y así sucesivamente.
- **Anclaje.** Es cuando el texto asigna un significado concreto a una imagen.

Fundamentos de diseño:

- **Anticipación.** Un multimedia interactivo siempre debe anticiparse a las necesidades del receptor para que este no pierda tiempo en la búsqueda de resoluciones.
- **Autonomía.** El usuario debe sentir un control sobre la información que se le presente.

- **Colores distinguibles.** Estos deben ser de acuerdo al contexto de la presentación, es decir fáciles de identificar para el espectador.
- **Consistencias.** El multimedia interactivo debe cumplir con las expectativas de los usuarios.
- **Eficiencias del usuario.** Está basada en la productividad del usuario y no de la máquina, por lo que hay que mantener al receptor ocupado.
- **Interficies explorables.** El usuario debe tener muy clara la ruta que tiene que seguir durante la navegación.
- **Aprendizaje.** La utilización de este medio deberá conseguir una enseñanza en el usuario en un corto tiempo.
- **Utilización de metáforas.**
- **Legibilidad.** Tamaño, tipografía, y colores adecuados para que tenga una óptima visibilidad.
- **Economía de tiempo.** Evitar secuencias demasiado largas, por lo que no se debe decir nada absolutamente necesario, que se reitere o alargue un mensaje.
- **Economía de espacio.** El espacio donde se ubica la imagen debe ser utilizado al máximo para que los

elementos tengan fuerza dramática

- Economía conceptual. Los textos que acompañan a las imágenes no deben sobreinformar al receptor.
- Economía de lenguaje. El receptor debe deducir el significado completo del discurso que acompañe a la imagen.
- Economía de espera. Consiste en respetar el ritmo de las imágenes y el sonido.

4.1.1.3.3 Guión técnico

La autora Lourdes Adame Goddard lo distingue principalmente del literario por que añade datos técnicos necesarios para su realización. Incluye el número de escenas, planos, descripción de la acción, texto, música, tiempo total y las indicaciones sobre efectos sonoros y visuales. Aparece dividido en secuencias y escenas que aparecen cronológicamente numeradas, el lugar donde se va a desarrollar la escena con las siguientes, características:

- Interior o exterior
 - Mañana, día, tarde noche o memento en el que se desarrolla la acción
 - El lugar específico donde se va a desarrollar la acción.
- El guión se redacta en 2 columnas verticales, además de la columna del número de toma y en algunos se designa una columna extra para el plano.
- En la columna de la izquierda se describen las imágenes de acuerdo a las siguientes indicaciones:
- Planos, movimientos de las cámaras, descripción de la acción, transiciones.
- En la columna de la derecha se encuentra el audio con las siguientes indicaciones:
- Textos diálogos, música, efectos sonoros, silencios.
- Un guión debe ser una combinación entre originalidad, flexibilidad y sensibilidad para elaborar secuencias de pensamientos que serán transmitidos, dentro de la originalidad se encuentra lo innovador, lo creativo, novedoso, inesperado, imprevisible y poco común, adecuado al contexto donde se presenta y que intente transformar la realidad y conducen a nuevas formas de pensar.

En el guión técnico incluiremos además de los textos, todas las referencias técnicas necesarias para la grabación (planos, transiciones, movimientos de cámara, banda sonora y efectos) Para organizar el guión técnico partiremos una división clara: imagen y sonido (vídeo y audio). En cada uno de los dos apartados, especificaremos los detalles de la imagen coincidiendo a su vez con los de sonido; esto es, no pueden ir separados.

Método para la creación de un guión:

Maximiliano Maza Pérez en su libro Guión para medios audiovisuales, cine, radio, televisión, propone la siguiente metodología para la creación de un guión:

- 1.- Determinar el personaje y el asunto de la historia: el personaje tiene la necesidad de satisfacer y realizar las acciones encaminadas a resolver esta necesidad en los lugares y tiempo determinados, al elegir la idea se deben describir entre cuatro oraciones, en ellas se deberá determinar el personaje de acuerdo a un necesidades y la relación al resolver el conflicto.

2.- Redactar la propuesta, la función de este paso es lograr que quien la revise visualice la historia completa a partir de unas cuantas palabras.

3.- Redactar un análisis completo del personaje principal.

4.- Redactar la sinopsis de la historia.

5.- Redactar el tratamiento de la historia.

6.- Dividir la historia en escenas.

7.- Redactar el guión

Personajes:

- Determinación del personaje.
- Investigación sobre el personaje: donde se necesita saber el contexto, cultura, valores, creencias, ocupación, vocabulario, donde viven, actividades.
- Definición del carácter del personaje: involucra la observación, cuestionamientos, experiencias, creación de rasgos de personalidad, detalles de carácter, emociones, actitudes, y cualquier especificación que haga que el personaje sea único, esto se logra con ayuda de la observación de la gente que tenemos alrededor, las experiencias personales, aun que esto únicamente sirva de apoyo ya que el personaje que se creará será totalmente único.
- Creación del contexto biográfico: Se basa principalmente en acciones del pasado que repercutirán en las

acciones del presente y del futuro, una biografía debe incluir datos fisiológicos, psicológicos y sociológicos.

• **Comprensión profunda del carácter del personaje:**

Consiste en comprender la psicología del personaje, sus patrones, sus conductas y actitudes, el carácter esta definido por aspectos de la vida interior, eventos pasados, el inconsciente, la personalidad y la manera de experimentar la vida.

• **Creaciones de la relación entre el personaje y otros personajes:** Los personajes no existen solos, tiene una prelación con sus actividades y otros personajes, ya sea por que tienen algo en común que los atrae y los mantiene juntos, por el contrario un conflicto que los mantiene separados u oposición de personalidades.

• **La sinopsis:**

Nace cuando la estructura dramática, los personajes y el dialogo, están perfectamente bien ordenados y escritos, se puede definir como un boceto de la historia, breve, escrita en tiempo presente y en tercer persona cumple con dos funciones la primera es cómo ayuda para el guionista en el desarrollo de la

historia, como referencia y al lector para conocer la historia y evaluar su calidad en un futuro proyecto audiovisual.

• **El tratamiento:**

Es la etapa en la que el guionista debe adaptar la historia a las características específicas, es una sinopsis pero totalmente detallada, en ocasiones puede incluir una descripción de la acción con especificaciones de ángulos de cámara, sonidos específicos, ya que será un boceto del guión final. Para redactar un tratamiento se inicia por examinar la historia, cual es la escena inicial, donde ocurre, que hace el personaje, como va desarrollando sus acciones a través de dirección y movimientos, continúa con el punto de confrontación, posteriormente con el de resolución.

Maximiliano Maza Pérez autor del libro guión para medios audiovisuales propone un esquema para el tratamiento:

- Media página para describir la acción inicial
- Media página para describir la acción general del punto de resolución.

- Una página para describir la acción de la resolución

El diálogo:

Es parte esencial de los personajes, a través de él se manifiestan las acciones y las emociones que queremos expresar, proporciona información al público sobre los lugares, acciones, tiempo y personajes, además de caracterizarlos como seres individuales, por su vestimenta, su físico y su entorno. Su valor se combina con el de la imagen, los sonidos, la música y el silencio.

El diálogo es un medio entre el mundo interno del personaje y la personalidad que muestra en el exterior, es la principal fuente de información de la historia pero ésta debe ser proporcionada en el momento adecuado y con la combinación de imágenes y otros sonidos.

Formato de guión:

Cada hoja del guión corresponde aproximadamente a un minuto de pantalla, debe contener una portada con el nombre de la película o programa, duración aproximada, versión del guión (primero, segundo borrador) datos del realizador, lugar y fecha,

en la primera hoja se pone nuevamente el nombre del proyecto con mayúsculas y subrayado, al inicio del guión se escribe con mayúsculas la indicación de fundido de apertura o fade in, se comienzan a numerar las escenas y se subraya el encabezado de la primera de ellas (int. o ext., lugar y tiempo).

Los diálogos se escriben en una columna angosta colocada al centro de la hoja. Si una escena o diálogo continúa en la siguiente hoja se escribe esta palabra en mayúsculas en el margen inferior derecho y en el margen superior izquierdo de la siguiente hoja, todas las páginas deben ir numeradas en el margen superior derecho a partir de la segunda hoja.

Al finalizar el guión se escribe con mayúsculas la palabra fin o fade out en el margen inferior derecho de la última hoja del guión.

4.2 Story board

4.2.1 Definición

“El story board es un formato de guión, es una herramienta complementaria que se utiliza para marcar con dibujos y anotaciones la secuencia que llevara el producto final, en él se boceta la acción propuesta para ilustrar lo que se va a

representar (imágenes), el comentario descriptivo, narración o dialogo que acompaña la secuencia (audio) y el tiempo parcial por toma y el tiempo acumulado por secuencia o pantalla.”³³

Su propósito principal es el de representar la acción que se verá en la escena lo mas real posible.

El story board ayuda a visualizar una acción a partir de las palabras, a su desarrollo y hace que el guionista piense en imágenes, es un elemento necesario en el proceso de post-producción.

Un buen story ofrece pistas inmediatas para ciertos requisitos de producción tales como localización o posición de personajes, botones, imágenes, secuencias o entradas y salidas de audio.

Pasos para la creación de un story board:

Se debe dividir la historia en locaciones y personajes principales o en el caso de un proyecto en las paginas principales, títulos, gráficos, videos, y posteriormente los subtemas, que son las partes complementarias.

Una vez teniendo una idea base se divide el contenido en video, fotos fijas y en movimiento, audio, gráficos y texto.

33 Adame Goddard Lourdes, Guionismo. Como redactar guiones para montajes audiovisuales, televisión y cine. Editorial Diana, México 1989 pp. 84

4.2.2 Formato

STORYBOARD DE MULTIMEDIA

Nombre: _____

Nombre del proyecto: _____

Fecha: ___ / ___ / ___

Página: ___ de ___

Título	
Pantalla	Texto
	Nombre:
	Imágenes / Animaciones
	Imagen 1:
	Imagen 2:
	Imagen 3:
	Imagen 4:
	Imagen 5:
Video	Audio
Video 1:	Audio 1:
Video 2:	Audio 2:

NOTAS:

4.3 Pre-producción de un proyecto multimedia

Jerram Peter propone estos pasos para la pre-producción de un proyecto multimedia:

- Concebir la idea. Una vez definido el tema se pueden hacer comparaciones con productos existentes del mismo tipo, con el fin de familiarizarse con el mercado, debe existir una razón para su creación, debe proporcionar información coherente, diversión, emoción o entretenimiento, de este principio se parte para empezar con la creación del proyecto, esto se resuelve respondiendo a cual es el título, la idea y la meta que queremos lograr.
- Plan de trabajo del proceso de desarrollo: En esta se debe decidir que es lo importante para el proyecto en cuanto a imágenes, sonidos, iluminación, recursos basados en el lenguaje, el mensaje con el fin de que sean los mas óptimos para la audiencia y ayuden a enfocar mejor la idea principal, la pre-producción requiere de una buena imaginación y creatividad para visualizar un proyecto que no existe como tal,

es decir apenas será creado.

- Definición del proyecto: Dentro de la fase de planificación de desarrolla un esquema del proyecto el cual contiene una definición del contenido, la interactividad, gráficos y sonido.
- La audiencia. Ésta determina la presentación, realización y distribución del proyecto multimedia, ya que cualquier idea puede presentarse solo se debe conocer a cuantas y que tipo de personas va dirigido.
- El contenido. Es el elemento más importante, son el corazón del proyecto, en el se basa la manera en la que se manejara la interactividad y los elementos del menú, se organizan las imágenes que se utilizarán, ya sean fijas o en movimiento, la relación que tendrán con el texto, la tipografía, animaciones, sonidos, efectos, y videos.
- Los gráficos. Son el principal centro de atención por lo que deben concordar perfectamente con el contenido del que se está hablando, pueden ser imágenes fijas o con alguna animación, el objetivo es que tengan un estilo visual con las necesidades del proyecto.
- Los sonidos. Pueden añadir mas intensidad en el mensaje que

cualquier otro elemento, este se puede ver presente en las imágenes en movimiento, en los videos, como ambientación del interactivo, en el sonido al dar un click, o en la respuesta ante la interacción con un elemento o una narración.

- Presentación y estilo. De esto depende que los usuarios sean atraídos o repelidos por el producto, debe manejar mensajes sencillos, claros y estéticos.
- Interfase e interactividad. Un diagrama de flujo muestra un esquema visual de cómo se relacionaran entre si todas las partes del proyecto multimedia y el saber como navegará el usuario desde al menú principal hasta los submenús para saber como se organizarán los datos y como se vincularan.
- Diseño y pre-producción. En esta etapa se debe seleccionar que es lo que debe o no ir dentro del proyecto multimedia, en esta fase se escribe el guión con los textos, los sonidos y las imágenes narrativas.
- Boceto y prototipo. Es la creación de un story board para definir la organización del proyecto, flujo y arquitectita interna, así como requisitos técnicos y estéticos, dentro del boceto se encuentran los textos

que serán empleados, y especificaciones de las imágenes, describe cuando el sonido se centra en el mensaje y como se presenta en la audiencia. El guión y el boceto se emplean para determinar el presupuesto y el tiempo, este debe dar una clara y rápida visualización del material necesario.

- Prototipo para visualizar la interactividad. Es conveniente crear un mapa de flujos para saber como el usuario pasara de una pantalla a otra, se pueden incluir algunos gráficos, textos o indicaciones de sonidos, lugar de botones, y ventanas con el fin de proporcionar una visualización del proyecto y su complejidad o sencillez.
- Story board. Es un esquema secuencial de los elementos que aparecerán, mostrando la pantalla con la organización preliminar de las imágenes, el interfaz grafico y las instrucciones.
- Desarrollo y objetivo de las plataformas. Se debe conocer el equipo de software y hardware con el que se cuenta para la producción de este material, así como las características que deberá tener el equipo del usuario para que pueda ser visualizado.

- Determinar la forma final. De acuerdo al tamaño del producto se debe definir cual será el soporte de distribución, este puede ser desde un disco de 3 1/2, discos ópticos, CD ROM o videodisco, por medio de proyectores, todo esto también depende del lugar donde será usado el proyecto y el numero de veces que será visto.
- Fechas y presupuestos. El paso final de la pre-producción y antes de la producción, se deben asignar tareas específicas para cada una de las personas que intervendrán en la realización, una tabla de tiempos y las metas a cumplir.

4.4 Pre-producción para páginas Web

Para Patrick Lynch los principios básicos de diseño en la pre-producción de páginas Web son:

- Definición del sitio y planificación. En esta etapa se definen los objetivos y las metas del sitio Web, así como la recopilación de información que será usada así como la tecnología con la se cuenta para su producción como la que deberá tener o a la que va dirigida el usuario.
- Arquitectura de la información. En esta etapa se organizan y desarrollan

los contenidos para el sitio, de esta manera deberán crearse prototipos o bocetos para revisar como se adapta el contenido al diseño y la navegación, estos prototipos deben incluir especificaciones del diseño, contenidos, imágenes en miniatura, especificaciones de los requerimientos tecnológicos, uno o varios bocetos de cada una de las páginas.

- Diseño. Una vez definida la retícula o estructura de la página los siguientes elementos que la definirán serán los gráficos y el material audiovisual, así como la organización del texto en cada una de las páginas para así terminar con su construcción. Se deben revisar detalles como la edición y corrección de textos, especificaciones de los elementos de diseño gráfico de las plantillas, así como de los encabezados, pies de páginas, botones y gráficos, así como de la interfaz y la interactividad.
- Diseño del sitio. En esta fase del proyecto se define que es lo que quiere el publico a quien se dirige, que es lo que se quiere decir y como será representado. La

información escrita debe presentarse de manera corta y legible ya que pocos usuarios permanecen largo tiempo leyendo párrafos extensos en la pantalla, por lo general cuando la información solicitada es muy amplia el usuario opta por guardarla en su disco duro o imprimirla, además de que la información sintetizada se visualiza de mejor manera en un monitor.

- Los sitios de la Web dependen de una jerarquización que va de lo general a lo particular, es decir del home o inicio a las páginas del contenido específico o submenús en ellos la información también se deberá encontrar clasificada y organizada según su importancia desde los conceptos más importantes hasta los más detallados.

- Páginas principales. Todas las paginas Web están organizadas a través de una pagina principal o home la cual contendrá los enlaces o esquemas de navegación, se debe decidir sobre la cantidad de elementos gráficos que aparecerán en ella, ya que por su importancia no deberá saturarse pero tampoco verse vacía, además que esto

influirá en el tiempo de la descarga total de la pagina dependiendo de la velocidad de conexión.

En una página principal se debe mostrar de manera simple los contenidos del sitio en general, esto le dará una idea al usuario de la cantidad de información o los temas que se tratarán en ella.

- Información de contacto y relación con el usuario. Al ser un medio bidireccional los sitios Web permiten la interacción del usuario con la empresa u organización, es importante incluir una pagina en la que se puedan enviar sugerencias o preguntas para así tener un mayor contacto y conocer las inquietudes del usuario. De la misma manera es muy importante incluir los teléfonos, direcciones y mail para que se pueda tener otro tipo de contacto además de la misma página.

4.5 Pre-producción de la animación digital

“Los pasos a seguir van desde la creación o generación de la imagen hasta su elaboración narrativa pasando por criterios de elaboración y producción.”³⁴

Guión. No existe un modelo definido para las animaciones, por lo general se utiliza como referencia el de televisión, representa la forma escrita del proyecto, por la escasa definición que posee es conveniente utilizar planos cortos y breves ya que se debe mantener la atención del espectador, el tamaño reducido de la pantalla, obliga a centrar un poco mas el interés con el fin e no distraer al usuario del discurso narrativo. El guión es la base textual sobre la cual se elabora la narrativa audiovisual, producto de todo un proceso de la elaboración y la concepción de una idea, se cuenta tal y como se vera en pantalla, éste será útil para la realización del story board. Etapas del guión.

- Idea: el origen de la acción en la que intervienen el pensamiento.
- Story line: es un breve resumen de lo que tratara la animación.
- Idea argumental: resumen más detallado.

- **Argumento:** es el desarrollo narrativo de la idea, cuenta con el contenido y la finalidad de una futura producción, en ella se determinan los personajes si los hay o los escenarios, se puede ver como será la sucesión de escenas y secuencias, no tienen detalles de movimiento.
- Cuando una animación lleva personaje se debe desarrollar su carácter a través de la elaboración del argumento o la sinopsis, se debe realizar bocetos de ellos, con vistas frontales y laterales para que sirvan como ejemplo para la hora de hacer la animación, a través del contorno, volumen, color y textura se determinará su carácter y se le ubicará en el espacio y en el tiempo. Los personajes pueden ser protagonistas o antagonistas
- **Diseño escenográfico.** La escenografía virtual requiere el boceto de los lugares, dibujos explicativos, así como la totalidad de los elementos que intervienen como animales y vehículos, entre otros.
- **Story board.** Representa gráficamente la acción de cada uno de los planos de la escena y secuencias que organizan la trama, cada una tiene su localización en el espacio y el tiempo, su estructura es

la descripción de cada una de los planos ordenados en el tiempo para formar escenas y secuencias, el bloque narrativo debe estar conformado de forma lógica y consecuente, especificando diálogos, efectos sonoros o la banda sonora. Debe incluir la duración, es decir la extensión de cada plano en números de frames, su comienzo, final y total de los mismos.

4.6 Producción de un proyecto multimedia

"Producir es hacer que una idea se convierta en un producto multimedia, televisivo, de cine, de radio o de video, el productor es el encargado de la presentación de esta idea, de conocer y marcar los tiempos, del concepto y el total de la coordinación de las diferentes actividades de producción."³⁵

Las ideas del plan de pre-producción deben traducirse en mensajes efectivos tanto visuales como sonoros, requiere de la coordinación de elementos como gente, dinero, maquinaria, espacio y tiempo. Toda producción tiene un modo de causa - efecto donde la forma en la que reaccionan los espectadores es el efecto de comunicación, este proceso se da de la producción al espectador, para que una idea de los resultados que se quiere, debe tener una buena propuesta, un título que sea fácil de recordar, un mensaje objetivo y conocer la audiencia a la que va dirigida. En un presupuesto se organizan los gastos que tendrá la producción, la mejor manera de organizarlo es dividiéndolo en categorías de preproducción,

producción y postproducción. El realizador tiene la función de traducir un guión en imágenes y sonidos, de traducir el proceso de mensaje a través de un proceso de producción, por lo que se debe conocer el proceso del mensaje, su propósito y el efecto que se espera tenga en la audiencia, una vez definido este punto se deben conocer los pasos técnicos de la producción, para esto se detalla un esquema con actividades y horarios. El realizador de video es un narrador que utiliza todas las posibilidades existentes para contar una historia o desarrollar un tema. En la realización de un guión debe armarse una estructura argumental en la que se definen los personajes, se establecen protagonistas y antagonistas, se marcan los conflictos, se le da color y realismo la ambiente para crear una historia. La escenificación del argumento o tema se define como guión técnico y es donde se pone en escena toda la producción, la combinación de los planos, armado de secuencias, movimientos de personajes y de cámara, característica de encuadre, y recursos para narrar con imágenes y sonidos.

El realizador es el encargado de llevar la narración audiovisual a través de de un tema desarrollado en imágenes reales, escenas recreadas, dibujos, sonidos, fotografías y gráficos, deberá conocer plenamente la función del video o la animación, la audiencia a la que va dirigida y el mensaje que se quiere transmitir a esta audiencia, para esto deberá recurrir a un proceso de investigación, asesoramiento e información que ayude al desarrollo del tema. El aporte del sonido. Lo que provoca un sonido ambiental, la música, los ruidos o incluso el silencio motiva estímulos en el receptor lo que da un efecto más intenso sobre las imágenes.

35 Herbert Zettl, Manual de producción para video y Tv., Madrid 1996. pp. 402

Escenografía y efectos especiales. La responsabilidad del escenógrafo radica en dar una ambientación y un realismo a la historia, aporta su imaginación, creatividad y fantasía desde el momento en el que empieza a bocetar, la escenografía puede ser diseñada por él o si ésta se encuentra en una locación su trabajo será el de buscar la mas adecuada para la grabación, se ocupará no solo de la parte creativa y estética sino también de la económica, debe conocer bastante de cultura, de la vida del hombre, sus costumbres, su relación diaria con los objetos, la decoración y el vestuario para poder ubicar a los personajes en la época y situaciones que requiera la historia. El decorado es el fondo donde se desarrolla la obra audiovisual por lo que es el primer soporte de la narración, en el se desarrollarán las acciones y se desenvolverán los personajes, deberá proporcionar armonía, estética y equilibrio a las imágenes a través de líneas, volúmenes, colores, sombras, angulaciones y encuadres.

Producción de elementos del proyecto.

- Producción de interfase. Se realiza con programas especiales de

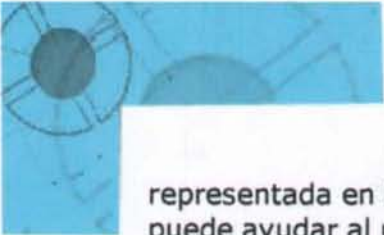
cómputo, este diseño debe ser adecuado para que atraiga a los usuarios y estén en relación con el contenido, y la arquitectura del proyecto.

- Diseño de la arquitectura de la interfase.
- En ella se preparan los contenidos y se componen los elementos de una manera coherente, una vez creadas, las pantallas se trasladan a otros programas especiales para conectar unas pantallas con otras y lograr la interactividad, se importan sonidos de otros programas, animaciones, videos etc.
- Las fuentes tipográficas suelen representar algunos problemas ya que en ocasiones algunas maquinas no pueden leerla o la distorsionan en forma y tamaño, una solución es convertir los textos en imágenes para que no sufran cambio alguno, o utilizar las fuentes mas comunes.
- Colores y paletas. En el mismo caso que con la tipografía, se puede llegar a tener alteraciones en algunos colores, aun que en la actualidad esto no es común debido al avance de la tecnología.
- Video. Es la mejor herramienta cuando se quiere mostrar imágenes de lugares o situaciones que se

encuentran alejados del entorno del usuario, al incluir un video en un interactivo se debe tomar en cuenta que tal vez los usuarios no tengan maquinas con capacidad suficiente para visualizarlo por lo que se deberá tomar en cuenta la calidad y el tamaño en que será presentados esto sin interferir en el mensaje ni en la estética. Al insertar un video es conveniente comunicarle al usuario si necesitara de algún programa especial para su visualización, este no debe ser muy pesado pues tardará mucho tiempo en descargar o quizá el usuario no pueda verlo.

- Sonido. De igual manera en los requerimientos necesarios para ver el producto se debe mencionar que es necesaria la utilización de bocinas.

para que el proyecto no pierda su sentido informativo si es que el usuario no cuenta con ellas. La música funciona para crear un tono o un ambiente en la presentación, ayuda a crear sensaciones, establecer ritmos, los botones y animaciones pueden completarse con sonidos, la voz



representada en la narración puede ayudar al usuario al identificar algunas etapas del proyecto o conceptos que sean difíciles de explicar con imágenes.

- **Interfaz e interactividad.** La interfaz es el punto de control de un multimedia se compone del texto, los gráficos, sonidos, animaciones, y video.

- **Planificar un material multimedia** significa crear un diseño y una estructura de la información, a fin de que el usuario no tenga que seguir una línea recta para obtener la información deseada y esta pueda ser comunicada por varias vías, a través de botones, sin olvidar que debe ser de una manera coherente para que el usuario no se pierda ni se confunda.

Un diseño de un interfaz claro e intuitivo se obtiene con el uso correcto de iconos, buen diseño de pantallas, ordenado lógico del contenido y una interactividad coherente, las pantallas deberán tener el mismo peso de diseño, con botones en la misma posición o tamaño, si son diferentes deberán estar justificados.

Algunos interactivos incluyen mapas donde muestran los niveles

y subniveles para darle mayor entendimiento al usuario pues mientras mas grande y complicado sea el proyecto mas ayuda necesitara el usuario para navegar.

- **Ergonomía.** Un diseño de interfase debe tener ergonomía y fluir entre diferentes funciones, el usuario debe encontrar la información sin tener que buscarla por todos lados

- **El medio dinámico en un proyecto multimedia** se refiere a la utilización de audio, video y animaciones, estos agregan mayor impacto al mensaje que se quiere transmitir, aun que no hay que abusar de ellos pues la maquina no podrá leerlos y el sistema se volverá lento.

- **Texto.** Si se requiere de mucho texto hay que distribuir la información para que las pantallas no se vean saturadas, si van a ser importados deben venir sin faltas de ortografía y ya listos para ensamblarse.

- **Gráficos.** Las imágenes deben convertirse a un formato que pueda ser leído por cualquier ordenador, la lectura y aparición de imágenes debe de estar en un tiempo razonable para que el usuario no pierda detalles, cuando las fotografías son escaneadas deben tener una excelente resolución, sean estas a color o en blanco y negro.

- **Animaciones.** Las animaciones pueden ser de imágenes, fondos, botones o textos, por lo general se utilizan para explicar conceptos que el usuario ya conoce y son fáciles de reconocer.

4.7 Producción de una Página Web

En esta etapa donde ya se encuentran todos los elementos que componen el sitio, se unen las páginas para crear su interactividad, a su vez se hacen pruebas de navegación para corroborar el sentido y la organización del sitio, ya no como páginas separadas sino en conjunto, conviene que las páginas sean revisadas también por gente externa para que de su opinión si algo no es comprensible o existe confusión en la navegación. Es conveniente siempre guardar archivos de seguridad no solo como respaldo, sino también por la utilidad que tendrán cuando se quiera hacer cambios en la página, aun cuando esta ya se encuentre funcionando en la Web.

Principios de diseño de una página Web. "Claridad, Veracidad y Orden, en una página son los principios para la creación de un sitio"³⁶, estos se logran mediante la organización objetiva y espacial de textos, gráficos y todos los elementos que intervienen en ella, con el fin de lograr un equilibrio que produzca un impacto y una continuidad visual para hacer una interacción más eficaz.

El diseño gráfico es totalmente visual,

es la primera forma en la que el usuario recibe la información, por lo tanto se debe basar en una correcta composición, tipografía e ilustración, esto conlleva a la forma, el fondo y el color, así el receptor visualiza primero las imágenes en conjunto para después poner más atención sobre los textos.

La repetición de elementos en varias pantallas del sitio le da al usuario la sensación de estabilidad ya que lo hace sentir dentro de un mismo lugar aunque estas le ofrezcan información diferente, además de mantener unidad.

- Dimensiones de la página.

Se debe utilizar una medida estándar de 640 x 480 píxeles ya que es la de visualización de la mayoría de los monitores, con el fin de no perder información o que se vea de manera incompleta, en el caso de que la pantalla tenga la necesidad de rebasar su información de manera vertical es necesario que los temas de mayor prioridad, los gráficos más importantes y los enlaces se encuentren en la parte superior para que estén a primera vista del espectador.

- Composición de la página. La mejor manera de diseñar una página es


mediante tablas, su utilización ayudará a crear la composición de textos, gráficos y todos los elementos que intervienen en su construcción.

Cuando el sitio tiene demasiado texto se debe tomar en cuenta la longitud de la línea que formara la columna del texto, ya que esta no debe ser demasiado grande para no perder al receptor, deben tener márgenes establecidos, no debe sobrepasar las 2 columnas.

Al trabajar con imágenes las tablas permiten mayor flexibilidad en su uso ya que se pueden acomodar en relación a un texto en específico, al del contenido o a todo el conjunto de la página. Otra manera funcional y flexible es crear marcos, en ellos se encuentra información que se repetirá en todas las páginas como son el menú, logotipos o identidades.

- Tipografía. "Es el equilibrio e interacción entre los distintos caracteres de una página", una buena tipografía establece un buen contenido visual al relacionar texto e imagen, esta debe ser legible y tener un contraste o un tratamiento para que se noten las

³⁶ Lynch Patrick, *Principios básicos de diseño para la creación de sitios Web*, Editorial Gustavo Gili, Barcelona 2000, pp.53



diferencias en jerarquías de textos, para una mejor legibilidad se recomienda el alineado a la izquierda en los sitios Web pues este lado es constante y predecible y no resta capacidad en la lectura, el uso de mayúsculas en los títulos tienden a crear rectángulos monótonos que le dicen poco al ojo del receptor por lo que es conveniente utilizar mayúscula sólo en la primera letra y minúsculas en las demás. El interlineado debe ser en relación al puntaje de lo contrario los renglones se verán sobrepuestos o muy separados lo que creará confusión en el usuario. Cada tipografía adopta un carácter propio lo cual ayuda a crear una composición, y armonía visual en los contenidos, esta debe ser una de las que vienen por defecto en los sistemas operativos de las maquinas de lo contrario el usuario no podrá visualizar el texto o lo verá cambiado a otra fuente u otro puntaje, se recomienda utilizar no más de dos familias diferentes o fuentes por páginas y utilizar "negritas o cursivas" en el caso que se quiera resaltar algo.

- **Negritas:** contrasta con el texto normal por su color, se lee bien en pantalla aunque no debe utilizarse en exceso.
- **Cursiva:** atrae por la forma diferente al demás texto pero solo debe usarse ocasionalmente de lo contrario perderá resolución y no se podrá leer.
- **Subrayado:** únicamente se utiliza cuando se quiere resaltar un enlace si se hace para marcar un texto lo más probable es que se confunda al espectador.
- **Texto en color:** regularmente se usa de la misma manera que el subrayado aunque si se usa un mismo color en varios tonos puede dar la impresión de jerarquías o diferentes conceptos, para marcar un enlace por lo general se usa el azul o el violeta.
- **Mayúsculas:** no debe usarse solamente dentro de un texto por que cansará la vista y hará que el usuario deje de leer.
- **Espacio y sangrado:** se utiliza para diferenciar de forma sutil y efectiva el contraste visual y diferenciar en importancia el texto.
- **Tipografía como textura visual.** El texto como elemento gráfico puede estar estrechamente integrado con la

imagen o presentarse como tal, de esta, manera se evitan problemas de lectura por manejar diferentes fuentes o puntajes, aunque regularmente se usa para la creación de banners o de botones por cuestiones estéticas, pero nunca para sustituir textos grandes, encabezados, o subtítulos.

4.8 Producción de la animación digital

"Se puede definir como la realización de las actividades y procesos humanos, económicos, comerciales y técnicos para la elaboración de la animación tomando en cuenta aspectos como a quien va dirigida, su finalidad, duración, y medios y recursos financieros con los que se cuenta."³⁷

Es la acción que abarca todo el proceso de elaboración y desarrollo de la idea original con el fin de obtener el resultado deseado, abarca desde el guión ya finalizado hasta el último render que contenga sin llegar a la post producción.

Pasos de la producción.

- Creación de modelado 3D: Implica el desglose de los elementos 3D que intervienen en la animación, es decir que se encuentran dentro de las coordenadas X, Y, Z, así como su posición, rotación, escala y forma.
- Una vez creados los modelos se necesitara de luz para iluminar los objetos, estas indicaciones deben estar especificadas con anterioridad en el story board, puede ser:
 - Luz ambiental: como es un medio digital se puede controlar la luminosidad o color pero solamente mostrará la silueta del modelo.

- Luz multidireccional: se puede ubicar en cualquier punto del espacio y emite rayos de luz en todas las direcciones por igual, en una parte se mostrara el objeto iluminado mientras que en la parte se creara una sombra, se puede acentuar algunos objetos.
- Luz direccional: se puede crear en un punto del espacio, estableciendo su dirección, crea sombras propias o proyectadas.
- Materiales. La elección de los materiales, textura, color, brillo y transparencia de los objetos son aspectos de suma importancia en la realización de una animación, se puede crear cualquier apariencia real o imaginaria:
 - Luminancia: suponen la cantidad o ausencia de luz en los objetos, ya sea de manera individual o en conjunto.
 - Crominancia: modifica el cambio de color o saturación.
 - Brillo: define la manera en la que rebota la luz define cuan mate o brillante es.
 - Reflexión: pueden ser modificados en su nitidez, agudeza e intensidad.
 - Transparencia y opacidad: puede ser modificado en cualquier porcentaje.
- Rugosidad: permite elegir una textura dándole al objeto una aplicación de relieve.
- Suavizado: controla el grado de difuminación de las texturas.
- Auto iluminación: asigna al material características de luz reflejada o propia y no afecta la luz a ningún otro objeto o ambiente de la escena.
- Texturas: da la posibilidad de recrear materiales como madera, metal, nubes, agua, humo y tela, así como efectos atmosféricos como la lluvia o nieve.
- Cámaras. La cámara virtual será el elemento que permitirá al emisor crear la animación, ofrece grandes posibilidades al no tener limitaciones físicas, sus encuadres, posiciones y movimientos deben estar especificados en los bocetos del story board.
- Animación 3D. Es el apartado mas importante de todo el proceso de producción y realización, se ejecuta a la par con el story board antes de incorporar el movimiento se debe tener listos los objetos diseñados, la posición de luces, rotación y cámaras.

4.9 Post- producción de un proyecto multimedia y página Web

Una vez finalizada la parte de diseño y producción se deben armar las pantallas con el fin de revisar la interactividad y elementos que pudieran de faltar o no funcionar, se recomienda que una vez lista personal ajena a su construcción lo revise con el fin de encontrar detalles que pueden ser difíciles de observar por los creadores.

"El propósito de los gráficos de diseño es proporcionarle cierta información al espectador como los títulos al inicio y los realizadores en los créditos del final la proporción del pantalla es de 4 unidades de ancho por 3 de alto."³⁸

La composición de palabras, títulos y logos da más flexibilidad que las imágenes, estos deben contar con un margen adecuado a su alrededor, en los créditos se debe considerar un espacio adecuado entre un nombre y otro para que al ir apareciendo le den tiempo la espectador de leer, debe ser una velocidad aceptable de lo contrario lo hará lento y el receptor se aburrirá, se deben

tener en cuenta aspectos como el que el texto se encuentre dentro del área esencial, elegir fuentes que tengan un contorno definido, limitar la cantidad de información, colocarla sobre fondos que no estén recargados y que tengan una relación de color, forma y fondo. Finalmente se procede a la distribución del material el cual debe contener especificaciones del ordenador para su visualización. Es importante guardar siempre en el equipo copias de seguridad para futuros cambios.

4.10 Post- producción de una animación.

Es la última fase en la realización de la animación, consiste en la grabación de la imagen y el sonido por medio de la edición y montaje computarizado, en esta fase se crea el render.

La edición se puede definir como la correcta colocación de unos planos con otros con el fin de seguir una secuencia, sirve para hacer cambios de una toma a otra ya sea por medio de un corte o una transición. El audio debe ser respecto a la duración de las tomas o de la animación completa, ya sea que sea

una pista creada específicamente para este proyecto o adaptar una ya existente.

El autor Mascelli Joseph en las, las cinco C's de la cinematografía, explica los recursos de transición: Icnográficos y sonoros. Existen varios métodos para crear efectos de transiciones y que estos tengan un significado, uno de ellos son crear títulos de introducción con el nombre, el lugar y el tiempo en el calendario, la imagen de un mapa con el fin de situar al espectador.

Recursos ópticos:

- Fades. Un fade in es un efecto en la que la pantalla se ilumina gradualmente hasta formar una imagen, se utiliza al inicio de una historia, o una secuencia. Fade out es un efecto en la que la pantalla se oscurece hasta llegar a negro y se utiliza al finalizar una historia o una secuencia.
- Varias secuencias pueden ir enlazadas de fades para dividir las unidades narrativas, estas pueden sugerir cambio de tiempos o de lugar.
- Disolvencias. Este efecto fusiona o funde una escena con otra, se utilizan para cubrir un cambio de lugar o suavizar un corte, en algunos casos se utilizan disolvencias borrosas para

dar a entender un cambio súbito en el subconsciente del personaje o un estado anormal de la mente, estas disolvencias acompañadas por un sonido se utilizan frecuentemente para introducir un flash back, el utilizar disolvencias congeladas entre dos escenas da la sensación de que el tiempo se ha detenido.

- Cortinillas. Son efectos ópticos en movimiento en la que una escena parece empujar a otra de manera vertical, horizontal o diagonal, pueden tener movimientos circulares, expansivos, giratorios o tener una forma en particular, en la actualidad se utilizan en los trailers o comerciales publicitarios.

- Transición de montaje. Son una serie de escenas cortas que describen acontecimientos pero no a detalle, son breves, pero tienen un propósito narrativo, las imágenes sobreimpresas pueden utilizarse para conectar 2 o más ideas, el cuadro puede dividirse o tener una imagen central y varias alrededor, estas pueden ser fijas o en movimiento, pero siempre tomando en cuenta factores como ángulos de cámara, iluminación y diseño de edición.

- Transiciones sonoras. Una narración simple puede servir para enlazar

escenas, un monólogo, una llamada telefónica o la lectura de un papel viejo, pueden hacer que una escena avance o retroceda a un tiempo o lugar diferente.

Los efectos sonoros solos o mezclados con diálogos también funcionan como transiciones sonoras, estos pueden disolverse, mezclarse, distorsionarse o combinarse; como el oído requiere de mayor tiempo que el ojo para captar lo que sucede es mejor preparar al público introduciendo el sonido antes que la imagen.

Edición.

La edición se encarga de unir secuencias a fin de crear una narración continua y coherente con una variedad visual. Que capte la atención del público y mantenga su atención desde el inicio hasta el final.

- Edición en continuidad. Es aquella donde la narración depende de las escenas consecutivas, pasan de un plano a otro y la acción aparece como una serie continua de imágenes en movimiento.

- Edición de compilación. Esta se concentra en las imágenes animadas que se enlazan por medio de una narración, la pista sonora mantiene la

unidad del relato y enlaza las escenas.

- Montaje paralelo. Es la edición de dos o mas imágenes con el fin de incrementar el interés al describir acciones que sucedan simultáneamente, ya sea en el mismo espacio o en diferente, para mostrar dos situaciones que se unen en un clímax, con el fin de elevar el interés del espectador y desarrollar el relato en tiempo y espacio.

- Corte continuidad y composición. Ambos están ligados, con el fin de formar imágenes armónicas y continuas, están ligados a actores, decorados utilería y escenografía, estos elementos deben mantener un eje de acción entre ellos, cuidar los movimientos y ángulos de cámara.

- Disolvencias. Son empleadas para dar transiciones de tiempo y espacio, alterar la condición mental de un personaje o fusionar planos, para fundir títulos de los créditos, para iniciar un flash back y para lograr una continuidad visual.

La continuidad visual y auditiva debe mantenerse de modo

estricto durante el rodaje a fin de que imágenes y diálogos mantengan una sincronía.

Necesidades de edición. Debe contar con tres requisitos:

- Requisitos técnicos: Fotografía, iluminación, color, exposición, sonido, deben mantenerse uniformes, no deben existir variaciones visibles o sonoras notables.
- Elementos estéticos: las imágenes en movimiento y los sonidos deben producir emociones en el espectador, deben ser fáciles de comprender, la composición escénica y los movimientos de cámara y de los personajes deben estar acorde a efectos de iluminación, selección de colores, fondos, vestuarios, maquillaje y todos aquellos elementos icnográficos que le de realismo y estética a las escenas.
- Factores narrativos. Los planos deben estar bien manejados para obtener un significado lógico y coherente, debe conocerse perfectamente el guión y el auditorio al que va dirigido para lograr que éste se involucre en las acciones y con los personajes. El jefe de sonido tiene una labor altamente creativa ya que se

encarga de la calidad artística y técnica de los registros sonoros de una producción, de las mezclas y de la banda sonora, realiza una especie de guión de sonidos donde desarrolla los efectos sonoros necesarios para complementar la imagen.

Trabajar con sonido en exteriores es complicado debido a los sonidos que no se pueden controlar del ambiente como el viento, debe conocer las escenografía y el acomodo de los personajes y la iluminación para no interferir con la luz al usar el micrófono con la jirafa y crear sombras en muros o actores, realiza indicaciones a los personajes sobre dicción, o legibilidad de la voz.

Registro de audio. Se realiza mediante una sincronización de imágenes sobre todo en los diálogos, estos deben de ser limpios, es decir estar libres de sonidos ambientales que hagan que no se escuchen claramente la música es un aporte fundamental debes servir a la obra pero no restarle importancia a las imágenes ino complementarse , marcar un ambiente apropiado y sostener el desarrollo de la historia, no debe abusarse de este recurso ya que algunos sonidos ambientales e incluso el silencio tiene una importancia y un

significado.

El montaje de video requiere de gran memoria visual, cuidado por los detalles, sentido del encuadre, del orden, suficiente atención destreza manual, sentido crítico, de análisis, y un buen oído.

Modos de transición

- Corte. Hace referencia al ensamblado de una imagen con otra por yuxtaposición simple, es decir, que a una imagen nítida le sucede otra de las mismas características. Es la transición más sencilla se imprime un carácter dinámico en la asociación de dos situaciones. Su principal fuerza expresiva radica en la instantaneidad. El sistema ideal de paso de una escena a otra es aquel que pasa desapercibido para el espectador ya que si los cortes son bruscos, puede distraerse la atención rompiendo la ilusión de presenciar una acción continua e ininterrumpida. Por corte podemos pasar de una vista a otra, de un escenario a otro. La edición por corte conduce la acción suprimiendo lo que no es necesario para el desarrollo dramático, debiendo hacer comprensible a los espectadores la evolución espacio temporal del relato, sin ninguna indicación externa a la

propia información audiovisual.

- Encadenado. La transición entre dos escenas es más suave. Consiste en ver cómo una imagen se desvanece mientras una segunda imagen va apareciendo. Se utiliza, entre otras posibilidades, para pasar de un personaje al mismo en otra situación. Indica pasos de tiempo no muy largos. Existen algunos encadenados tan rápidos que pasan totalmente desapercibidos para el espectador. Especialmente la publicidad hace continuo uso de esta técnica como sustitutiva del corte, ya que facilitan una visualización más suavizada de la gran acumulación de planos en pocos segundos, propia de los spots publicitarios televisivos. El empleo correcto del encadenado permite realizar secuencias de montaje que resumen largos períodos de tiempo, hace posible realizar elipsis sobre las acciones de un mismo personaje y permite, entre otras cosas, pasar de una situación a otra distanciada en el espacio o en el tiempo.

- Fundido. Consiste en la gradual desaparición de una imagen hasta dejar el cuadro en un color. En un principio los fundidos iban de la imagen al negro, pero en la actualidad funden a cualquier color. El fundido surge de la necesidad de separar

temporalmente los episodios del relato. La imagen siguiente aparece a partir del color en que fundió la anterior, es decir, que si una imagen funde a negro la siguiente viene de negro y se aclara progresivamente hasta conseguir un nivel de tonos correcto. El fundido da una sensación de salto temporal más acusada que el encadenado.

- Desenfoque. Desenfocar una imagen y pasar a la siguiente de desenfocado hasta una visión enfocada, es un recurso que se ha aplicado para indicar pasos de tiempo cortos o cambios de uno a otro espacio. El desenfoque en visión subjetiva es un recurso expresivo que sirve para indicar el desvanecimiento o pérdida de la conciencia de un personaje y en visión objetiva, se ha empleado para iniciar un flash-back o vuelta atrás en el tiempo para pasar a ver los recuerdos del personaje. Existe un empleo retórico utilizado para variar la atención de un motivo o personaje enfocado a otro motivo o personaje que estaba fuera de foco.

- Barrido. Es un efecto que se produce en la fase de registro de la imagen y que consiste en un giro rapidísimo de la cámara que produce un efecto visual semejante al paso de

un elemento que ocupa toda la pantalla, tan deprisa que no da tiempo a ver de qué se trata. El barrido se utiliza para pasar de un espacio a otro de forma instantánea. • Cortinillas. Consisten en la utilización de formas geométricas para dar paso a nuevas imágenes. Pueden tener formas muy variadas: horizontal, vertical, de estrella, de iris, etc. Se utilizan para facilitar los cambios de escenario y sus desplazamientos. Es una técnica en la que la segunda imagen "invade" la primera y ha tomado múltiples formas: de arriba abajo, de izquierda a derecha, pasos de página, etcétera. La gama de este tipo de transiciones se ha prolongado extraordinariamente con el registro en vídeo y las posibilidades que aportan los sistemas analógicos y digitales de postproducción: mosaicos, vueltas de página, espirales, etc.

Capítulo 5

Propuesta del Interactivo para Castellanos Villarreal Arquitectos S.C.

5.1 Planteamiento

5.1.1 Método de trabajo

El método de trabajo para la presentación del interactivo, se hará de la forma que va de lo general a lo particular, es decir se empezará recavando ideas conceptuales de lo que pretenden los clientes para los que se realizará dicha presentación, de ahí se partirá a presentarles bocetos de la misma, los cuales presentan ideas generales de cómo podría quedar al final;

después se proseguirá con los guiones para saber especificaciones técnicas que deberán ser tomadas en cuenta, una vez acabado éste se realizará el story board para crear una idea de la Interactividad y estructura de cada una de las pantallas que intervendrán y para dar un orden claro a los elementos que estarán participando y las siguientes 2 semanas se trabajará con el área de producción que consistirá en el armado de las paginas y el audio, así como la edición de las animaciones, por último se realizará la edición con la guía de los elementos anteriores

con el finde tener el interactivo terminado y entrar a la etapa de prueba.

Cabe señalar que los tiempos pueden variar de acuerdo a las necesidades y cambios propios del despacho.

Cronograma

Interactivo	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 5	Semana 6
Bocetos						
Guión literario						
Story board						
Producción						
Edición y etapa de prueba						

5.1.2 Recursos Humanos

La elaboración del Interactivo en esta tesis fue realizado por la alumna que la presenta; en esta misma los insumos fueron proporcionados por la empresa de arquitectura y urbanismo a la cual se le hizo dicho Interactivo, cabe señalar que estos insumos e ideas ya estaban preconcebidos por parte de la empresa y tenían una idea clara de que elementos eran los que necesitarían que aparecieran, más no así el concepto de diseño.

El objetivo de la firma Castellanos Villarreal Arquitectos era crear una presentación lo suficientemente atractiva para difundir y vender sus servicios, así como para mostrar su portafolio de trabajos realizados y los integrantes especializados de cada área que maneja la empresa; esto llevó al despacho a solicitar la colaboración de un diseñador en comunicación visual con la finalidad de crear un interactivo que pueda ser mostrado a sus clientes potenciales.

Para el desarrollo de este Interactivo, se hizo entrega por parte de la diagramación de las distintas pantallas, la homologación de los colores y fondos, la disposición de textos, la edición de logotipos, fondos e imágenes, así como la edición de animaciones, igualmente la composición y configuración de los .

comandos ó botones que crearán la interactividad de la presentación y la programación y sistematización para crear el propio Interactivo

5.1.3 Recursos Técnicos

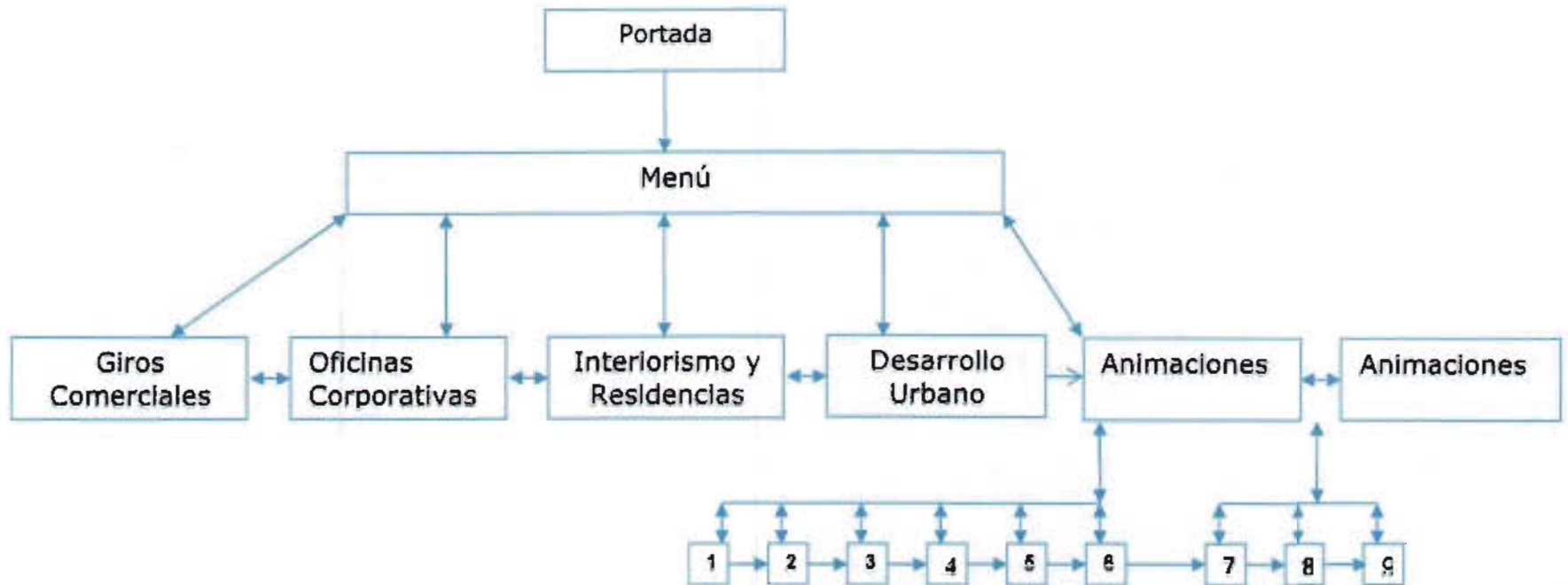
En cuanto a los recursos técnicos que se utilizaron para hacer este Interactivo, se contó con elementos tales como: la diseñadora en comunicación visual como personal técnico, y software especializado. Entre este se encuentran programas como: Photoshop, Director, Flash, Premiere, Movie Maker y Quick Time principalmente. Cabe señalar que para la realización del interactivo se operó todo en plataforma PC, con el quemador para discos compactos, scanner e impresora a color.

5.1.4 Recursos Económicos

En lo que se refiere a los recursos económicos, estos significaron únicamente los que la empresa proporcionó para la obtención de insumos y consumibles. La diseñadora en comunicación visual fue contratada no sólo para la realización de este trabajo, sino de otros varios en este sentido, por lo que cuenta con un sueldo base como empleada de la empresa y ésta también cubrió los gastos externos, como son los discos para grabar información, así como

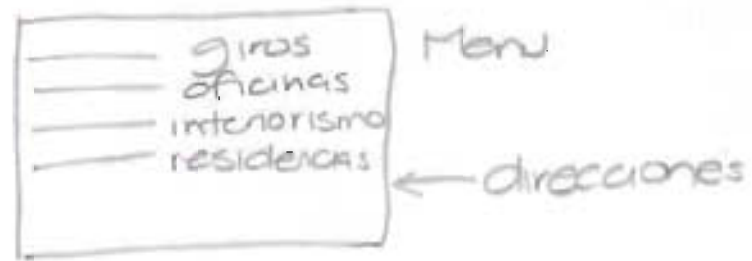
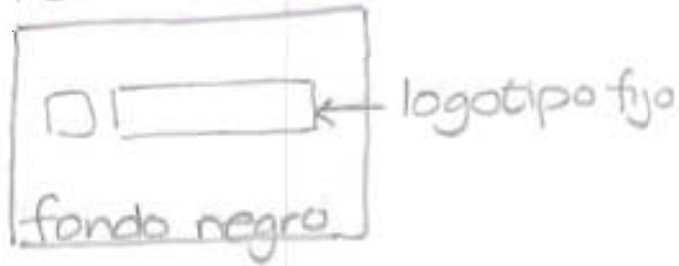
cajas y etiquetas para estos mismos. Cabe destacar que dentro del campo de trabajo del diseñador en Comunicación Visual un interactivo se cotiza según sus características de diseño y programación, así como del cliente al que se le ofrezca dentro de un estimado de \$10,000 y \$70,000.

5.1.5 Diagrama de flujo del interactivo

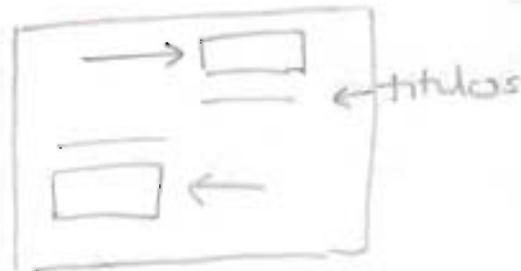
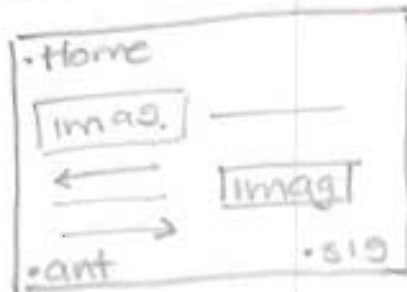


5.1.6 Bocetos

Interactivo CV
Propuesta 1
Director
Portada



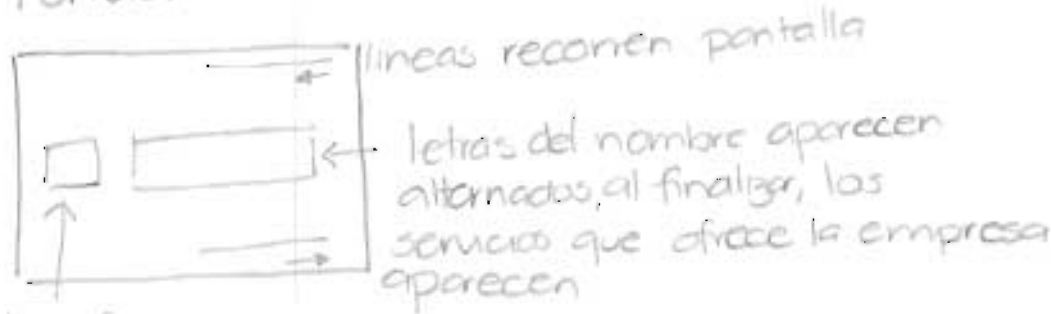
Pantallas



Sin animación

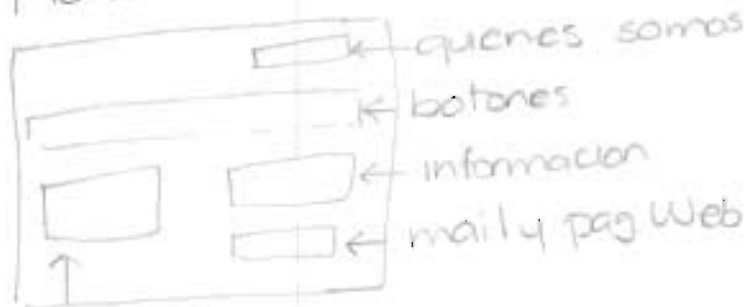
Las imágenes entran y salen en esta dirección sobre fondo negro empezando con una transparencia mientras que en el recorrido llegan al tono original

Interactivo CV Propuesta 2 Portada



logo fijo desde inicio

Menú



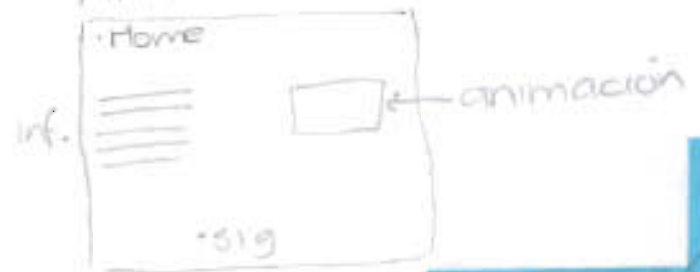
direccione

Animaciones menu



textus

Animaciones



5.2 Pre-producción

5.2.1. Análisis de Información

La empresa proporcionó para la creación del interactivo la música, textos, imágenes, logotipo, fondos y animaciones por lo que se decidió hacer una división de apartados para presentarla, de esta manera se organizó en un orden gráfico y textual de tal manera que en el inicio se presentara el logotipo, en un menú una breve descripción de lo que hace la empresa, la página Web y correo electrónico, así como enlaces donde se mostraran los proyectos y animaciones, estos quedaron divididos de la siguiente manera:

Giros Comerciales, Oficinas Corporativas, Interiorismo y Residencia: Nombres de los proyectos desarrollados con la presentación de imágenes de cada uno.

Animaciones: En ella se muestra una animación de los proyectos realizados con una breve descripción de ellos.

5.2.2 Planteamiento conceptual

El software utilizado para la creación del interactivo fue el Macromedia Director MX, donde se ubican las pantallas principales, sobre las cuales está diseñado la totalidad del interactivo, estas pantallas que sirven como fondos tienen una medida regular de 800 x 600 píxeles, esto con el objetivo de que puedan ser visualizadas en cualquier monitor independientemente de su tamaño y resolución.

Por otra parte cabe mencionar que todas las características de los background fueron proporcionados por la misma empresa ya que existía para estos casos una imagen para textos y colores definidos con anterioridad y con los cuales decidieron seguir trabajando. Así que la labor y responsabilidad del diseñador en comunicación visual consistió más bien en proporcionar la diagramación debida para un buen diseño y para organizar los diferentes elementos que crearan la interactividad que se requiere, de este modo se procurará una composición

visual agradable para el receptor que le invite a verla de principio a fin, asimismo le transmita un mensaje en el cual se presentarán los servicios y proyectos de la empresa.

Este interactivo cuenta con varios tipos de animaciones, los cuales estuvieron hechos mediante el software que ofrece Macromedia Flash MX, que por sus características permite dar al interactivo mayor dinamismo en sus elementos, mismas características que le ofrecen al receptor participar de una manera más dinámica en su visualización. Con estas ideas se pretende que la pantalla de inicio cuente con una animación donde irán apareciendo por partes los textos, hasta que estos lleguen a formar el nombre de la empresa a la que se está refiriendo y los servicios que esta ofrece, al mismo tiempo hay dos líneas degradadas que recorren la pantalla

de manera horizontal de derecha a izquierda y viceversa en la parte inferior y superior de la pantalla, esta animación va mostrando poco a poco el nombre de la empresa, el objeto de tener a estas líneas siempre presentes es mantener al receptor atento a la pantalla, ya que transmiten un efecto de continuidad.

En cuanto a la animación de la pantalla del menú, como primer concepto aparece el texto de "Quiénes Somos", donde al deslizar el mouse por encima de ella muestra el clásico pictograma de una mano, el cual es un botón, ó bien, el indicador universal entendible en cualquier parte del mundo y que advierte que hay un enlace siguiente, asimismo invita y propone el seguirlo. Del mismo modo en el momento en que se pasa el cursor por encima del texto, aparece la información complementaria en la parte de debajo de la pantalla, información que se refiere a las actividades que se dedica y ofrece la empresa de arquitectura y urbanismo, igualmente al retirar el mouse de este texto la información señalada anteriormente desaparece.

Los comandos ó botones en general que aparecen dentro del menú en este interactivo, tales como los que se refieren a los proyectos y los diferentes nombres de las animaciones se muestran en color blanco, para que de esta manera sobresalgan de los fondos y se les pueda aplicar un rollover de color azul, este último se muestra al deslizar el mouse sobre la palabra donde se verá nuevamente el pictograma formado por una mano.

La tipografía que se utiliza para estos elementos es del tipo "arial", que aparte de coincidir con la imagen institucional de la empresa, es legible en cualquier monitor, el dimensión de la fuente que se utiliza para estos textos es el de 10 puntos por ser un tamaño que le dará jerarquía, ya que para los demás textos complementarlos se usará un puntaje de 8 con el mismo tipo de letra, esto permitirá darle una organización e importancia debida a los diferentes componentes de la pantalla.

El botón representativo para regresar al menú es el pictograma utilizado con mayor frecuencia, la forma de una casa, y para avanzar y retroceder la mano con el dedo

indicando la dirección hacia la que se quiere ir, éstas se utilizan bajo esta misma función en el interactivo con el fin de no confundir al usuario ya que por lo general al estar familiarizado con ellos sabrá de antemano su función.

Por otra parte se utiliza también el pictograma de una cámara para hacer referencia de que en ese proyecto se encuentra una animación, éste no tiene un enlace directo ya que existe un menú específico por separado donde se encuentran las animaciones, mismas que se podrán visualizar en el orden deseado, es solo una referencia para el usuario.

Cabe señalar que los botones que aparecen en este interactivo, tienen la característica de que al ejercer su función se escuche un sonido que indique que se está pasando a otra operación, esta presente en todas las pantallas a excepción de las que contienen animaciones con el fin de no crear una interferencia con la música de fondo.

Dentro de dicho menú se encuentra siempre presente la dirección electrónica de la empresa, esta dirección en realidad es un enlace que al activarlo y si se cuenta con conexión a Internet en el momento lleva al espectador directamente al sitio Web, abriendo un programa explorador para visualizarla. Del mismo modo aparece la dirección de correo electrónico, que con las mismas características de enlace dirige la acción a una nueva pantalla perteneciente al programa de Outlook de Microsoft, donde se pueden escribir y mandar por parte del receptor comentarios, dudas ó sugerencias y ser recibidas por la empresa en su servidor.

Una vez situado el espectador dentro de las pantallas de los proyectos, se encontrará con dos tipos de animaciones, por una parte una tendrá los nombres de las obras realizadas por la empresa, las cuales contarán con el efecto del pictograma de la mano mencionada anteriormente, donde también al deslizar esta sobre los respectivos elementos, aparecerán del lado contrario las imágenes que corresponden a cada texto, igualmente al retirar dicha mano

desaparecen las imágenes, esto con el objetivo de que el usuario decida que imágenes quiere ver según donde se sitúe con el mouse. La segunda animación en esta pantalla, es una línea vertical de color blanco, que a manera de distracción y para abatir la monotonía, estará recorriendo la pantalla de manera ascendente durante todo el tiempo que el usuario se encuentre situado en dicha pantalla.

En cuanto a la diagramación que es la forma en la que se organizan los elementos para formar una interfaz gráfica en el interactivo, esta hecha a partir de la sección aurea de donde se obtuvieron puntos de intersección los cuales con referentes de líneas horizontales, verticales y diagonales crearon nuevos módulos dentro de los cuales y toman en cuenta las intersecciones se colocaron los puntos centrales de los textos e imágenes, para el caso del menú, en este se encuentran situados los nombres de los giros de operación a los que se dedica la empresa; asimismo se acomodan con un orden relativo a las figuras geométricas las animaciones, los botones, las direcciones y los teléfonos, así como el logotipo, la dirección de e-mail y

página Web.

Cabe señalar que en todos estos casos sigue imperando la tipografía "arial" para mantener la uniformidad, y que como se dijo, solo varían en tamaño y estilo (bold) para imponer una jerarquía entre estos.

En el caso de la pantalla correspondiente a los proyectos, la tipografía que se muestra en el giro del proyecto se encuentra en una combinación de "bold" y "normal", esto se hace para crear un contraste sobre y entre los textos que serán de color blanco. Para los nombres de los trabajos u obras realizadas aparecen como una constante del lado izquierdo de la pantalla mientras que las imágenes se encuentran del lado derecho.

En un sentido estricto de interactividad, ésta se da de modo bidireccional, es decir se puede ir de un lugar a otro (hacia delante ó hacia atrás, según lo requiera el usuario) y se encuentra en función de que el usuario pueda recorrer las pantallas a su libre decisión en el momento que así lo decida y no sienta que pueda perder continuidad, ni sentido en la información.

Para la presentación de las animaciones, se dará en una pantalla que muestre primero las imágenes pequeñas a las que se refieren cada una de ellas, además de contar con un título breve que las describa, estas imágenes también funcionarán como botón ó link, con un rollover azul, su tipografía estará dada en blanco y cuenta con enlaces directos a su respectiva animación. En cuanto a la estructura de la pantalla, como en los otros casos, se manejan los textos hacia el lado izquierdo y la animación aparece del lado derecho, asimismo y con un texto que aparece hacia el inferior de la imagen se expone una breve descripción que refiere la animación que esta dándose en ese momento.

De igual manera los botones que aparecen dentro de estas pantallas tienen la opción de avanzar ó retroceder al menú de animaciones.

Las animaciones tienen un fondo musical con el fin de hacerlas más atractivas y sean un estímulo para que el espectador espere a que terminen completamente las mismas.

En este sentido se tiene la característica de que al empezar a visualizar una animación empieza la música, si se pasa a la siguiente animación la misma música se oye sin interrupciones, en cambio si se pasa de una animación al menú de animaciones se corta el fondo musical y al comenzar de nuevo otra animación empieza nuevamente la música.

Gracias a que el programa de director permite crear proyectores una vez finalizado da la posibilidad para que los recursos técnicos con los que cuenta no se vean limitados pudiendo a si insertar elementos como animaciones y videos en Quick Time con audio así mismo crea un archivo protegido el cual no puede ser modificado por los clientes.

5.2.3 Gulones

5.2.3.1 Gulón literario

En esta etapa se recopila toda la información escrita que interviene en la creación del interactivo.

• Inicio:

Castellanos + Villarreal Arquitectos
architecture interior design urban
planning

• Menú:

quienes somos
Somos un despacho de arquitectos especializados, en la planeación y el desarrollo urbano sustentable, nuestra cartera de clientes nos respaldan como un grupo profesional que ofrece servicios integrales de asesoría inmobiliaria, diseño arquitectónico, proyectos de interiorismo y construcción de: hoteles, residencias, fraccionamientos, centros comerciales y oficinas corporativas entre otro.

A continuación presentamos algunos de los trabajos realizados, la selección esta dividida por categorías y tipos de proyecto, en cada una se encontrarán imágenes de los proyectos desarrollados.

Giros comerciales

Oficinas Corporativas

Interiorismo y residencias

Desarrollo Urbano

Animaciones

www.cvarquitectos.com

info@cvarquitectos.com

Ciudad de México, Concepción

Beistegui 205 desp. 402 Col. del Valle
t+f 11077164

Cancún Q.Roo Mosquito 380 S.M 51
Fraccionamiento Mónaco t (9988)
482769

Giros Comerciales:

Tower Records Pabellón Altavista (1995) Tower Records Mundo E (1999) Restaurante Piantao (1999) Nails & Body (2002) Spa Bagua Sport City Monterrey (2002) Locales Comerciales CANACO Cancún, Q. Roo. (2002) Mueblería Cancún Q. Roo (2002) Palacio de Hierro Fidelus Audio (2003) Centro Comercial Cuernavaca (2004).
 Oficinas corporativas: Becktel, Estado de México (1995) Laboratorios Olarte y Akle DF. (1997) Agencia de publicidad Lebrlja & Rubio DF (1999) Corporativo CAPSA Cancún Q. Roo (2001) CANACO y SERVITUR Cancún, Q. Roo. (2002) Cemex Tepeaca Puebla (2002) Casa de la Cultura Suprema Corte de Justicia de la Nación, Toluca Edo. de México (2004).
 Interiorismo y residencias:
 Acrópolis Interlomas Edo. México (1995) Proyecto Laura Kaim Cancún Q. Roo Roofgarden Cancún Q. Roo. (2002) Bosques de las Lomas (2002) Conjunto Residencial Cacahuatales DF. (2002) Casa minimal Fraccionamiento San Jerónimo Monterrey interior (2003) Casa minimal Fraccionamiento San Jerónimo Monterrey exterior (2003)

Casa habitación Coatepec Veracruz (2004) Casa Rattinger, Chico Morelos (2004) Casa Dávila, Juriquilla Querétaro (2004) Casa Familia Reverte, Campanario Querétaro (2004) Departamentos Pedregal Farallón (2004) Edificio Residencial Polanco (2004).

Desarrollo urbano:

Fraccionamiento Mónaco Cancún Q. Roo (1993) Fraccionamiento Valle del Peñón DF (2003) Plan Parcial Malecón uso de suelo Cancún Q. Roo (2004) Plan Parcial Malecón Modelo 3D Cancún Q. Roo (2004) Costa Maya Caseta de Ventas y Puerta de Acceso (2004).

Menú de Animaciones

Casa Dávila Casa Rattinger Casa Reverte Casa Veracruz Conjunto Residencial Cañahuatales Casa de la Cultura Centro Comercial Cuernavaca Costa Maya Malecón Cancún

Animación

Casa Dávila Juriquilla Querétaro 2004 Una casa con espacios muy amplios, estilo mexicano contemporáneo, y un gran jardín son las características principales de esta casa. La vista del jardín es hacia la presa y el campo de

golf.

Casa Rattinger Chico Morelos 2003

Pequeña casa habitación de descanso. Tiene dos habitaciones, comedor, estancia, estudio, terraza y un gran jardín con vista a la pista del aeropuerto de Chiconcuac y los hangares.

Casa Familia Reverté Campanario Querétaro 2004

La casa se encuentra en uno de los fraccionamientos más exclusivos del centro de México, el terreno cuenta con 1500 m², la casa tiene 550m² de construcción e incorpora criterios de estilo mexicano contemporáneo.

Casa Veracruz Coatepec Veracruz 2004

Diseño del proyecto arquitectónico para una casa de descanso ubicada en Rancho de la Higuera en Coatepec Veracruz. El proyecto contempla una construcción aproximada de 250m² con 3 recámaras, sala, comedor, cocina, terraza con chimenea y deck hacia el río Coatepec.

Conjunto Residencial Cacahuatales 2003

Desarrollo del proyecto arquitectónico para un conjunto residencial con 37 casas aproximadamente de 215 m². El proyecto contempla un área común (parque) de 200m² y un salón de usos múltiples de 100m² y estacionamiento de visitas. Las casas cuentan con jardín propio, estacionamiento cubierto para 2 autos, sala, comedor, 3 recamaras, 2 baños y medio, cuarto de lavado, cuarto de servicio con baño y family room.

Casa de la Cultura Jurídica Estado de México Toluca 2004

Proyecto Integral para la Suprema Corte de Justicia de la Nación. El proyecto cuenta con 1300m² aproximadamente de áreas de consulta, cafetería, biblioteca, hemeroteca, salones de usos múltiples entre otros. Creado con materiales contemporáneos, sin olvidar el contexto del entorno inmediato.

Centro Comercial Cuernavaca 2004
Proyecto ubicado en una de las principales avenidas de Cuernavaca.

Es un centro de entretenimiento para toda la familia, cuenta con cines, restaurantes, tiendas comerciales y foodcourt. Proyecto Ideal para la zona norte del sitio que carece de lugares como este.

Costa Maya Caseta de Ventas y Puerta de Acceso (2004)

Plan maestro y conceptual para el desarrollo de la primera etapa del CPI de Costa Maya, en el se integran de acuerdo con los análisis de mercado efectuados, productos turísticos e inmobiliarios de la más alta calidad orientados a segmentos de mercado de alto gasto, estadía y repetitividad. El proyecto realizado es la puerta de acceso y la caseta de ventas donde se pretende detonar la comercialización de desarrollo y su promoción.

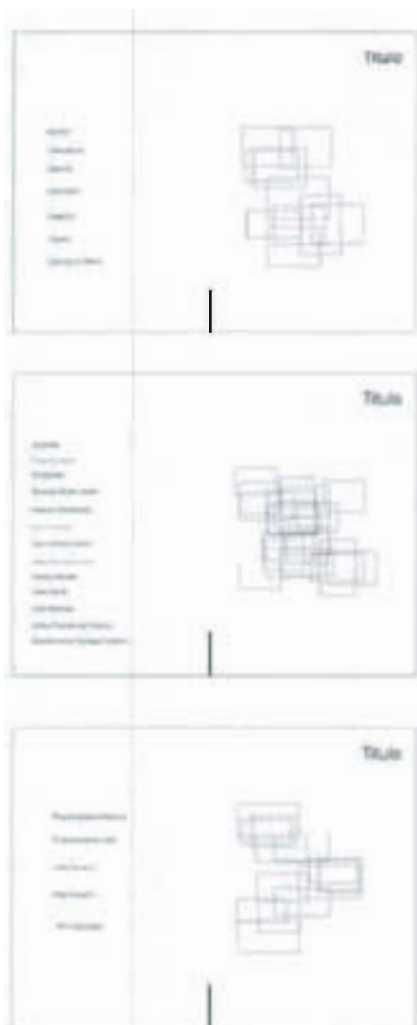
Plan Parcial Malecón Cancún Q. Roo 2004

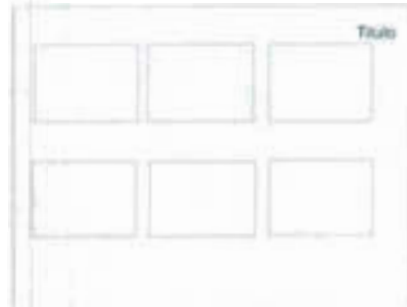
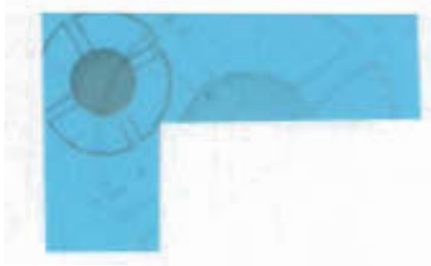
El proyecto fue creado para FONATUR, el despacho como consultor propone una integración de la ciudad de Cancún con la Zona Turística, para hacer de Malecón Cancún, un espacio para le gante local y sus visitantes. El proyecto está acorde a la visión 2025 de la ciudad. Se propone un incremento en la

altura de los edificios con el fin de maximizar las áreas públicas y verdes del proyecto. La prioridad es el uso mixto y el peatón.

5.2.3.2 Story Board del interactivo







WUOLAH



5.2.3.3 Guion descriptivo

Pantalla	Especificación	Audio
Portada 1- logo fijo desde el inicio, la palabra Castellanos +Villarreal arquitectos aparecerá alternando letras del principio y final.	10 segundos y se queda fijo	Sin audio
1-Architecture interior design y urban planning aparece después de que aparece Castellanos + Villarreal arquitectos.	1 seg. y se queda fijo	Sin audio
1-Líneas en color azul degradado que recorren en la parte superior e inferior la pantalla de izquierda a derecha en loop.	1 segundo en recorrer la pantalla 1 segundos en lo que aparecen todos los elementos loop continuo	Sin audio
1.- Al aparecer todos los elementos click sobre el logo para ir a la siguiente pantalla.		Sin audio

Pantalla	Especificación	Audio
Menú 2- Todos los elementos son fijos	Aparecen Inmediatamente	Sin audio
2- quienes somos	Al colocar el mouse sobre esta palabra aparece en la parte inferior derecha la Información al retirar el mouse desaparece	Sin audio
2- Giros comerciales, oficinas corporativas, Interiorismo y residencias y desarrollo urbano	Función de Botón con link hacia las pantallas de cada una de ellas, tipografía de color azul con rollover blanco	Sin audio
2- Direcciones	Tipografía blanca, elementos fijos que aparecen en la parte inferior derecha de la pantalla	Sin audio
2. Dirección Electrónica Mail	Tipografía azul con link hacia la página Web Tipografía azul sin link solo informativa	Sin audio

Pantalla	Especificación	Audio
<p>Giros comerciales 3-Descripción de cada proyecto</p>	<p>Al colocar el mouse sobre el proyecto aparecerá del lado izquierdo de la pantalla las imágenes de cada uno, al retirar el mouse desaparecen.</p>	<p>Sin audio</p>
<p>3-Imágenes</p>	<p>Estas representan a cada proyecto y aparecen al colocar el mouse sobre el nombre.</p>	<p>Sin audio</p>
<p>3- Píctograma de Home</p>	<p>Función de botón, lleva al home.</p>	<p>Sonido al presionar el mouse</p>
<p>3- Pictograma de Siguiete</p>	<p>Función de botón tipografía blanca con rollover azul, lleva a la siguiente pantalla.</p>	<p>Sonido al presionar el mouse</p>
<p>3- Línea</p>	<p>Línea blanca con movimiento ascendente entre los proyectos desarrollados y las imágenes, su desplazamiento es continuo, duración de 1 segundo de movimiento.</p>	<p>Sin audio</p>
<p>3- Elemento gráfico que representa que ese proyecto tiene una animación</p>	<p>Color blanco, aparece inmediatamente al entrar a esa pantalla.</p>	<p>Sin audio</p>

Oficinas corporativas, (4) Interiorismo y residencias (5) y Desarrollo Urbano (6) funcionan bajo los mismos criterios descritos para Giros Comerciales

Pantalla	Especificación	Audio
Animaciones Pantalla 1 7- Imágenes con título (6)	Imagen de cada proyecto con título azul rollover blanco y link hacia la animación.	Sin audio
7- Pictograma de Home	Función de botón, lleva al home.	Sonido al presionar el mouse
7- Pictograma de Sigulente	Función de botón lleva a la siguiente pantalla.	Sonido al presionar el mouse
8- Imágenes con título (3)	Imagen de cada proyecto con título azul rollover blanco y link hacia la animación.	Sonido al presionar el mouse
8- Pictograma de Home	Función de botón tipografía blanca con rollover azul, lleva al home.	Sonido al presionar el mouse
8- Pictograma de Anterior	Función de botón tipografía blanca con rollover azul, lleva a la pantalla anterior de animaciones	Sonido al presionar el mouse

Pantalla	Especificación	Audio
<p>Pantallas de animaciones 9- título, descripción y animación</p>	<p>Imagen representativa de las animaciones con título en tipografía arial con rollover azul con enlace a animaciones</p>	<p>Sin audio</p>
<p>9-Pictograma Home</p>	<p>Función de botón lleva al menú.</p>	<p>Sin audio</p>
<p>9- Pictograma de Sigulente</p>	<p>Función de botón tipografía blanca con rollover azul, lleva a la siguelnte animaciones.</p>	<p>Sonido al presionar el mouse</p>

5.2.3.4 Gulón técnico de las Animaciones

A pesar de que estas fueron hechas por los arquitectos, la participación por parte del Diseñador en Comunicación Visual se ve reflejado en la parte de edición, por lo que se describen a continuación.

Casa Dávila

Texto	Imagen	Audio
<p data-bbox="298 421 747 483">Casa Dávila Juriquilla Querétaro abril 2004</p> <p data-bbox="298 1141 681 1241">Casa Dávila 500m² en una planta Juriquilla Querétaro, Qro.</p>	<p data-bbox="858 421 1312 517">Títulos sobrepuestos, tipografía arial blanca, sobre fondo de CV duración 4 seg.</p> <p data-bbox="1044 525 1124 548">Corte</p> <p data-bbox="874 543 1322 1074">Vista exterior de la casa, zoom In hacia jardín trasero, fuente y estacionamientos, la cámara se dirige al interior de la casa, gira hacia el lado derecho para observar ubicación del baño, regresa hacia el lado izquierdo para observar cocina, se desplaza hacia la sala y el comedor, para observar la recamara principal, voltea hacia la derecha hacia la segunda recamara, corte, vista de conjunto por la parte superior giro de 360° se observa un corte en planta.</p> <p data-bbox="1056 1082 1137 1105">Corte</p> <p data-bbox="975 1105 1316 1136">Duración 1 min. 06 seg.</p> <p data-bbox="883 1136 1306 1272">Créditos tipografía arial blanca sobre fondo CV se desplazan de abajo hacia arriba Fondo de CV Duración 12 seg.</p>	<p data-bbox="1483 748 1761 874">Adiemus London Philharmonic Miriam Stockley 1:22</p>

Duración total: 1 minuto 22 segundos

Casa Familia Reverté

Texto	Imagen	Audio
<p>Casa Habitación Familia Reverte Querétaro, Querétaro</p>	<p>Fade In Títulos sobrepuestos, tipografía arial blanca, sobre fondo de CV duración 4 seg. Disolvenca Disolvenca Giro de 90° sobre la vista exterior frontal, la cámara se dirige hacia el interior de la casa, paneo por los pasillos centrales, la cámara gira hacia la izquierda para recorrer la sala y el comedor, giro hacia la derecha para recorrer el pasillo, giro nuevamente a la derecha para observar la cocina, la cámara sale de la casa hacia a tras para mostrar el jardín , la fuente y recorre a 360° toda la casa por el exterior, Imagen fija mientras se muestra el movimiento del sol y la incidencia de luz sobre la casa, la cámara se dirige hacia el interior del segundo</p>	<p>Adlemus London Philarmonic Miriam Stockley 2:25</p>

Texto	Imagen	Audio
<p>Imágenes</p> <p>Casa Familia Reverte 550 m² en dos niveles Hacienda el Campanario Querétaro, Qro. 2004</p>	<p>piso gira hacia la izquierda para mostrar una recamara, posteriormente gira a la derecha para recorrer el pasillo, giro hacia vestidor, la cámara sale de la casa para hacer una toma superior de corte en planta, se vuelve hacer el recorrido del sol, la cámara baja para hacer nuevamente un giro a 360° de la casa. Duración 1 min. 45 seg. Disolvencia</p> <p>Disolvencia</p> <p>Títulos sobrepuestos, tipografía arial blanca, sobre fondo de CV duración 4 seg. Disolvencia 3 imágenes con disolvencias entre ellas, muestran 3 fachadas de la casa. Duración 12 seg. Disolvencia</p> <p>Créditos tipografía arial blanca sobre fondo CV se desplazan de abajo hacia arriba Fondo de CV Duración 18 seg.</p>	<p>Adlemus London Philharmonic Mirlam Stockley 2:25</p>

Duración total: 2 minutos 25 segundos

Casa Veracruz

Texto	Imagen	Audio
<p>Casa Habitación Veracruz</p>	<p>Fade In Títulos sobrepuestos, tipografía arial blanca, sobre fondo de CV duración 4 seg. Corte Zoom In hacia el interior de la casa hasta el jardín, giro hacia la izquierda para recorrer sala, comedor, cocina, giro hacia la izquierda para recorrer una de las recamaras, la cámara sale por el lado izquierdo para realizar un giro de 360° sobre el jardín, zoom out para visualizar toda la casa por el exterior, giro a la derecha para ubicar la recamara 2, recorrido por el pasillo, giro hacia la izquierda para subir las escaleras, giro a la izquierda para llegar a la recamara principal, zoom out hacia el exterior de la casa. Duración 1min. 11 seg. Disolvencia</p>	<p>Adlemus London Philharmonic Miriam Stockley 1:41</p>

Conjunto Residencial Cacahuatales

Texto	Imagen	Audio
<p>Conjunto Residencial Cacahuatales</p>	<p>Fade in Títulos sobrepuestos, tipografía arial blanca, sobre fondo de CV duración 3 seg. Disolvenca Disolvenca Vista lateral del corte de la casa , va apareciendo gradualmente de manera ascendente, giro hacia la derecha para mostrar el corte lateral transición al corte lateral contrario en blanco y negro, gradualmente entra el color, con un giro a la derecha de 90° para mostrar el corte frontal , regresa a blanco y negro y con transición muestra los 4 cortes sobre el mismo eje giro a 90° sobre el exterior de la casa, aparece el color nuevamente para realizar un giro de 90° a la izquierda y en blanco y negro el corte nuevamente desaparece de manera descendente Disolvenca Duración 29 seg. Corte</p>	<p>Adiemus London Philarmonic Miriam Stockley 42 seg.</p>

Texto	Imagen	Audio
<p>Conjunto Residencial Cacahuatales México D.F.</p>	<p>Créditos tipografía arial blanca sobre fondo CV se desplazan de abajo hacia arriba Fondo de CV Duración 9 seg.</p>	<p>Adiemus London Philharmonic Miriam Stockley 1:41</p>

Duración total: 42 seg.

Casa de la Cultura

Texto	Imagen	Audio
<p>Casa de la Cultura Jurídica Suprema Corte de la Nación</p>	<p>Fade In Títulos sobrepuestos, tipografía arial blanca, sobre fondo de CV duración 4 seg. Disolvencia</p> <p>Disolvencia</p> <p>Girol de 360° hacia la izquierda del exterior de la casa, corte a vista en planta la cual va de manera ascendente hasta que queda completada, giro hacia la derecha para visualizar corte lateral, giro de 360° hacia los demás cortes laterales, la cámara se dirige al interior de la casa para recorrer la biblioteca y la cafetería. Duración 36 seg. Disolvencia</p>	<p>Adiemus London Philharmonic Miriam Stockley 1:27</p>

Centro Comercial Cuernavaca

Texto	Imagen	Audio
<p>Centro Comercial Cuernavaca</p> <p>Imágenes</p>	<p>Fade in Títulos sobrepuestos, tipografía arial blanca, sobre fondo de CV duración 4 seg. Disolvencia</p> <p>Disolvencia</p> <p>4 Imágenes con disolvencia entre ellas de ejemplos de centro comerciales Disolvencia</p> <p>Concepto Vista de conjunto del centro comercial Disolvencia</p> <p>Vista de cines de propuesta Disolvencia</p> <p>Zona de comida de propuesta Disolvencia</p> <p>3 Imágenes de zona comercial de la propuesta Duración: 54 seg. Disolvencia</p>	<p>Adiemus London Philharmonic Miriam Stockley 3.00</p>

Texto	Imagen	Audio
<p>Modelo 3d</p> <p>Animación</p>	<p>Fade in Títulos sobrepuestos, tipografía arial blanca, sobre fondo de CV duración 4 seg. Disolvencia</p> <p>Disolvencia</p> <p>La cámara recorre por el interior los pasillos del centro comercial, giro a la derecha para seguir recorriéndolo, vista aérea de la planta en conjunto con un giro de 360° para recorrer los exteriores y los estacionamientos Duración 1 min. 38 seg. Disolvencia</p>	<p>Adiemus London Philharmonic Mirlam Stockley 3.00</p>
<p>Centro Comercial Cuernavaca Terreno 15,000m² Construcción 30,000m² Cines Foodcourt Entretenimiento</p>	<p>Créditos tipografía arial blanca sobre fondo CV se desplazan de abajo hacia arriba Fondo de CV Duración 21 seg.</p>	

Duración total: 3 min

Costa Maya

Texto	Imagen	Audio
<p>Costa Maya Puerta de acceso Caseta de ventas</p>	<p>Fade In Títulos sobrepuestos, tipografía arial blanca, fondo de CV Duración 4 seg. Disolvencia</p>	
<p>Logotipo Costa Maya</p>	<p>Disolvencia Logotipo Costa Maya fijo Duración 3 seg. Disolvencia</p>	
<p>Animación</p>	<p>Disolvencia Vista aérea de la planta de conjunto, recorrido por el interior del desarrollo, pasillos, glorieta, vista área de conjunto con giro de 360°, la cámara baja para hacer nuevamente el recorrido desde la parte trasera hasta la frontal, giro a la derecha para recorrer a detalle la caseta de ventas, vistas de corte lateral y frontal termina con una vista aérea de conjunto.</p>	<p>Adiemus London Phllarmonic Miriam Stockley 2.25</p>

Texto	Imagen	Audio
<p>Imágenes</p>	<p>Disolvencia Títulos sobrepuestos, tipografía arrial blanca, sobre fondo de CV Duración 4 seg. Disolvencia Disolvencia 3 Imágenes de cortes laterales con disolvencias entre ellosPlano de la planta en conjunto blanco y negro Disolvencia 3 Planos de la planta en conjunto a color en perspectivas diferentes. Duración: 28 seg. Disolvencia</p>	<p>Adiemus London Philarmonic Miriam Stockley 2.25</p>

Malecón Cancún

Texto	Imagen	Audio
Malecón Cancún	<p>Fade In Títulos sobrepuestos, tipografía arial blanca, sobre fondo de CV duración 4 seg. Corte</p> <p>Imagen en blanco y negro del malecón Duración 2 seg. Corte</p>	
Concepto	<p>Fade In Títulos sobrepuestos, tipografía arial blanca, sobre fondo de CV Duración 2 seg. Corte</p> <p>3 bocetos con disolvenca entre ellos Duración 10 seg.</p>	<p>Adiemus London Philharmonic Miriam Stockley 3.45</p>
Modelo Uso de suelo	<p>Fade In Títulos sobrepuestos, tipografía arial blanca, sobre fondo de CV duración 4 seg. DisolvencaModelo de uso de suelo vista aérea con giro de 360° hacia la izquierda Duración 14 seg. Disolvenca</p>	

Malecón Cancún

Texto	Imagen	Audio
<p>Imagen conceptual</p>	<p>Disolvenca Títulos sobrepuestos, tipografía arial blanca, sobre fondo de CV Duración 4 seg. Disolvenca 11 imágenes con transición de barras entre ellas Duración 39 seg. Disolvenca</p>	
<p>Malecón Cancún (Propuesta Volumétrica)</p>	<p>Fade in Títulos sobrepuestos, tipografía arial blanca, sobre fondo de CV duración 4 seg. Disolvenca</p>	<p>Adlemus London Phllarmonic Miriam Stockley 3.45</p>
<p>Animación</p>	<p>Disolvenca Vista área a 360° zoom In al Interior del malecón, la cámara desciende par recorrer los Interiores del desarrollo, zoom out de diferentes secciones del malecón. Duración: 55 seg. Disolvenca</p>	

Malecón Cancún

Texto	Imagen	Audio
<p>Color</p>	<p>Fade In Títulos sobrepuestos, tipografía arial blanca, sobre fondo de CV Duración 4 seg. Disolvencia</p>	
<p>Animación</p>	<p>Disolvencia Vista área a 360° zoom In al interior del malecón, la cámara desciende par recorrer los Interiores del desarrollo, zoom out de diferentes secciones del malecón. Duración: 1 min. 20 seg. Disolvencia</p>	<p>Adlemus London Philharmonic Miriam Stockley 3.45</p>
<p>Plan Parcial Malecón Cancún FONATUR 2004</p>	<p>Créditos tipografía arial blanca sobre fondo CV se desplazan de abajo hacia arriba Fondo de CV Duración 8 seg.</p>	

Duración total: 3 min. 45 seg.

5.2.3.4 Gulón técnico del interactivo

Pantallas	Criterios Morfológicos	Criterios Cromáticos	Criterios Tipográficos	Criterios Icónicos	Sonido
Inicio	Logotipo al centro de la pantalla con animación	Fondo negro y logotipo proporcionado por la empresa, color azul R:102,G:153, B:255 y Blanco	Tipografía arial a 24 y a 14 puntos los servicios en tipografía blanca	Logotipo de 3x4 cm. RGB, JPEG, resolución de 75 DPI, 27k.	
Retícula 1 Menú					
Fondo	800 x 600	75 DPI 227K	Arial 12 puntos		
Quienes somos	Cuadrante 6a	Blanco	Arial 12 puntos		
Informa.	Cuadrante 4d,5d,6d y 4e,5e,6e	Blanco	Arial 12 puntos		
Logotipo	Cuadrante 1d, 2d	Color azul R:102,G:153, B:255 y Blanco	Arial 12 puntos	Imagen 8.5x2cm. RGB, JPEG 75 DPI 32k	
Direcciones	Cuadrante 1d, 2d	Blanco	Arial 12 puntos		
Página Web	Cuadrante 5e, 6e	Azul R:102,G:153, B:255	Arial 12 puntos		
Correo electrónico	Cuadrante 5e, 6e	Azul R:102,G:153, B:255	Arial 12 puntos		
Giros comerciales	Cuadrante 1c	Blanco	Arial 12 puntos		Al click
Oficinas Corporativas	Cuadrante 2c, 3c	Blanco	Arial 12 puntos		Al click

Pantallas	Criterios Morfológicos	Criterios Cromáticos	Criterios Tipográficos	Criterios Icónicos	Sonido
Interiorismo y residencias	Cuadrante 4c	Blanco	Arial 12 puntos		Al click
Desarrollo Urbano	Cuadrante 5c	Blanco	Arial 12 puntos		Al click
Animaciones	Cuadrante 6c	Blanco	Arial 12 puntos		Al click
Giros Comerciales	Cuadrante 5a, 6a	Blanco	Arial 18 puntos primera palabra en estilo normal y segunda en bold		
Nombres de proyectos, al presionar el mouse sobre ellos aparece imagen	Cuadrante 1b,1c,1d,1e, 2b,2c,2d,2e	Blanco	Arial 12 puntos		
Imágenes	Cuadrante 4b,4c,4d,4e y 5b,5c,5d,5e			JPEG, RGB Promedio de 8x5 cm para las horizontales y 5x11 verticales promedio peso 20 k	

Pantallas	Criterios Morfológicos	Criterios Cromáticos	Criterios Tipográficos	Criterios Icónicos	Sonido
Línea	Cuadrante 3d en movimiento ascendente	Blanco			
Home	Cuadrante 1a	Azul R:102, G:153, B:255 Blanco		Pictograma de una casa 1X1 cm GIF 3K	Al click
Siguiente	Cuadrante 3d	Blanco		Pictograma de mano 1x1 cm GIF	Al click
Oficinas Comerciales	Cuadrante 4a, 5a	Blanco	Arial 18 puntos primera letra en estilo normal y segunda en bold		
Nombres de proyectos, al presionar el mouse sobre ellos aparece imagen	Cuadrante 1b,1c, 1d,1e, 2b,2c,2d,2e	Blanco	Arial 12 puntos		

Pantallas	Criterios Morfológicos	Criterios Cromáticos	Criterios Tipográficos	Criterios Icónicos	Sonido
Imágenes	Cuadrante 4b,4c,4d,4e y 5b,5c,5d,5e			JPEG, RGB Promedio de tamaño 8x5 cm para las horizontales y 5x11 verticales promedio peso 20 k	
Línea	Cuadrante 3d en movimiento ascendente	Blanco			
Home	Cuadrante 1a	Azul R:102,G:153, B:255 Blanco		Pictograma de una casa 1X1 cm GIF 3K	Al click
Siguiente	Cuadrante 3d	Blanco		Pictograma de una mano 1x1 cm GIF	Al click
Interiorismo y residencias	Cuadrante 4a, 5a	Blanco	Arial 18 puntos primera palabra en estilo normal y segunda en bold		

Pantallas	Criterios Morfológicos	Criterios Cromáticos	Criterios Tipográficos	Criterios Icónicos	Sonido
Nombres de proyectos, al presionar el mouse sobre ellos aparece imagen	Cuadrante 1b,1c, 1d,1e, 2b,2c,2d,2e	Blanco	Arial 12 puntos		
Imágenes	Cuadrante 4b,4c, 4d, 4e y 5b, 5c,5d,5e			JPEG, RGB Promedio de tamaño 8x5 cm para las horizontales y 5x11 verticales promedio peso 20 k	
Línea	Cuadrante 3d en movimiento ascendente	Blanco			
Home	Cuadrante 1a	Azul R:102,G:153, B:255 Blanco		Pictograma de una casa 1X1 cm GIF 3K	Al click

Pantallas	Criterios Morfológicos	Criterios Cromáticos	Criterios Tipográficos	Criterios Icónicos	Sonido
Sigulente	Cuadrante 3d	Blanco		Pictograma de una mano 1x1 cm GIF	Al click
Desarrollo urbano	Cuadrante 4a, 5a	Blanco	Arial 18 puntos primera palabra en estilo normal y segunda en bold		
Nombres de proyectos, al presionar el mouse sobre ellos aparece imagen	Cuadrante 1b,1c, 1d,1e, 2b,2c,2d,2e	Blanco	Arial 12 puntos		
Imágenes	Cuadrante 4b,4c, 4d, 4e y 5b, 5c,5d,5e			JPEG, RGB Promedio de tamaño 8x5 cm para las horizontales y 5x11 verticales promedio peso 20 k	

Pantallas	Criterios Morfológicos	Criterios Cromáticos	Criterios Tipográficos	Criterios Icónicos	Sonido
Línea	Cuadrante 3d en movimiento ascendente	Blanco			
Home	Cuadrante 1a	Azul R:102,G:153, B:255 Blanco		Pictograma de una casa 1X1 cm GIF 3K	Al click
Reticula 3 Animaciones 1	Cuadrante 12a, 13a, 14a, 15a	Blanco	Arial18 puntos bold		
Home	Cuadrante 1a	Blanco		Pictograma de una casa 1X1 cm GIF 3K	Al click
Siguiente	Cuadrante 9p	Azul R:102,G:153, B:255 Blanco		Pictograma de una mano 1x1 cm GIF	Al click
Casa Dávila	Texto Cuadrante 3g,4g Imagen 2c,3c,4c,5c 2f,3f,4f,5f	Blanco	Arial 12 puntos	6.5x4 cm JPEG 32K	Al click
Casa Rattlinger	Texto Cuadrante 8g,9g Imagen 7c,8c,9c,10c, 7f,8f,9f,10f	Blanco	Arial 12 puntos	6.5x4 cm JPEG 32K	Al click

Pantallas	Criterios Morfológicos	Criterios Cromáticos	Criterios Tipográficos	Criterios Icónicos	Sonido
Casa Reverté	Texto Cuadrante 13g, 14g Imagen 12c,13c,14c,15c, 12f,13f,14f,15f	Blanco	Arial 12 puntos	6.5x4 cm JPEG 32K	Al click
Casa Veracruz	Texto Cuadrante 3m,4m Imagen 2l,3l,4l,5l,2L,3L,4L,5L	Blanco	Arial 12 puntos	6.5x4 cm JPEG 32K	Al click
Conjunto Cacahuatal	Texto Cuadrante 6m,7m,8m,9m,10m, 11m Imagen 7i,8i,9i,10i, 7L,8L,9L,10L,	Blanco	Arial 12 puntos	6.5x4 cm JPEG 32K	Al click
Casa de la cultura	Texto Cuadrante 12m,13m,14m,15m Imagen 12l,13l,14l,15l, 12L,13L,14L,15L	Blanco	Arial 12 puntos	6.5x4 cm JPEG 32K	Al click
Animaclones 1	Cuadrante 12a, 13a, 14a, 15a	Blanco	Arial 18 puntos bold		

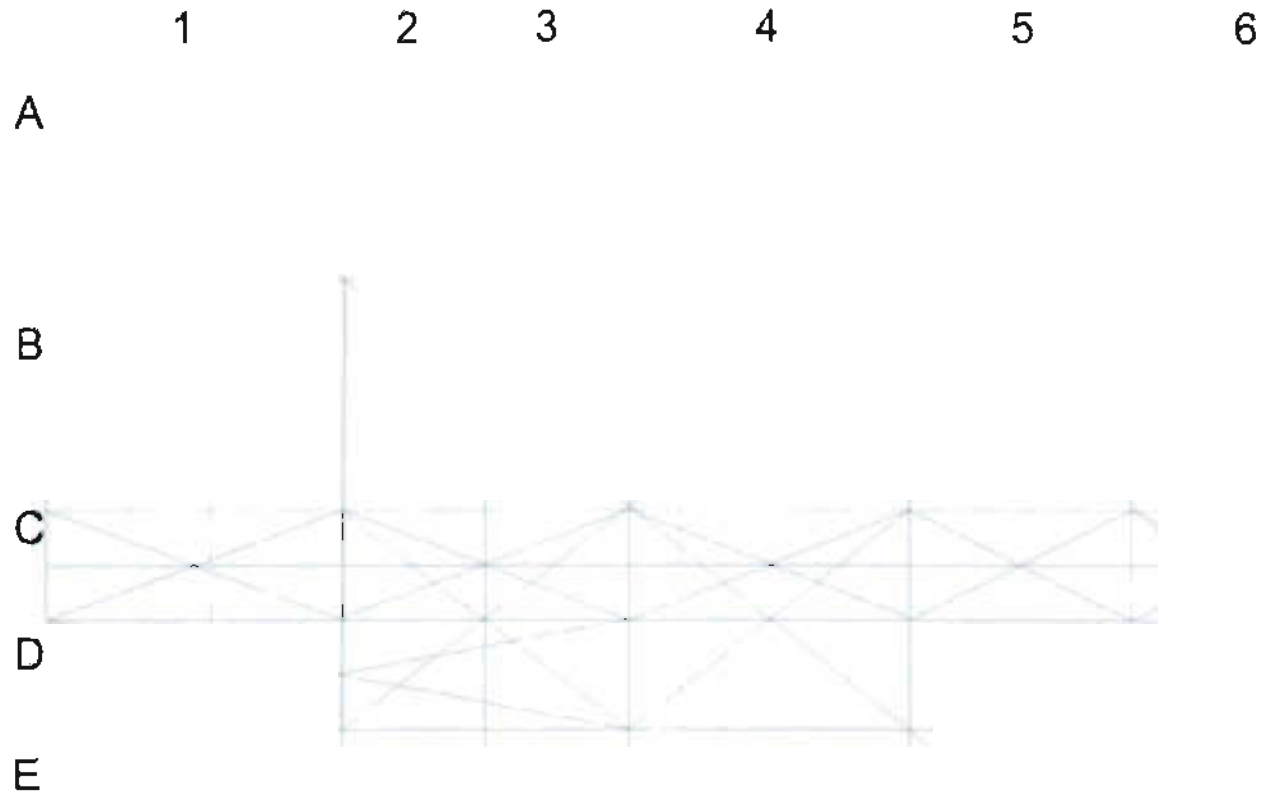
Pantallas	Criterios Morfológicos	Criterios Cromáticos	Criterios Tipográficos	Criterios Icónicos	Sonido
Home	Cuadrante 1a	Azul R:102,G:153, B:255 Blanco		Pictograma de una casa 1X1 cm GIF 3K	Al click
Anterior	Cuadrante 2p	Blanco		Pictograma de una mano 1x1 cm GIF	Al click
Centro Comercial Cuernavaca	Texto Cuadrante 2g,3g,4g,5g,6g Imagen 2c,3c,4c,5c 2f,3f,4f,5f	Blanco	Arial 12 puntos	6.5x4 cm JPEG 32K	Al click
Costa Maya	Texto Cuadrante 8g,9g, Imagen 7c,8c,9c,10c, 7f,8f,9f,10f	Blanco	Arial 12 puntos	6.5x4 cm JPEG 32K	Al click
Malecón Cancún	Texto Cuadrante 12g,13g,14g,15g, Imagen 12c,13c,14c,15c, 12f,13f,14f,15f	Blanco	Arial 12 puntos	6.5x4 cm JPEG 32K	Al click
Retícula 4 Home	Cuadrante 1a	Azul R:102,G:153, B:255 Blanco		Pictograma de una casa 1X1 cm GIF 3K	Al click

Pantallas	Criterios Morfológicos	Criterios Cromáticos	Criterios Tipográficos	Criterios Icónicos	Sonido
Siguiente	Cuadrante 4d	Blanco		Pictograma de una mano 1x1 cm GIF	Al click
Texto animaciones	Texto Cuadrante 1c,2c,3c,4c, 1d,2,3,4d	Blanco	Arial titulo 14 puntos bold información 12 puntos normal	Todas las Imágenes son de 9X7 cm. JPEG 30 K	
Animaciones	Imagen 5c,6c 5d,6d			Animación en .mov a 24 cuadros por segundos	

5.3 Producción
5.3.1 Pantallas



Retícula 1 Menú



Somos un despacho de profesionales en la arquitectura, integrados por arquitectos con experiencia en el sector del sector público, privado y académico, así como en el sector de la construcción y desarrollo, con perfiles de especialización. Trabajamos de manera conjunta, integrando la experiencia de cada uno de ellos, para ofrecer un servicio de calidad profesional y competitiva.

Nos especializamos en proyectos de desarrollo urbano y de vivienda, así como en el diseño de interiores, oficinas corporativas, centros comerciales y residencias.

Para más información en proyectos, servicios, experiencia y de contacto.

quienes somos



Giros comerciales



Oficinas Corporativas



Interiorismo y Residencias



Desarrollo Urbano



Animaciones



castaños + vilareal arquitectos
architecture interior design urban planning

Ciudad de México
Concepción Beistegui 205 desp. 402
Col. del Valle 03100
t+f (55) 1107 7164

Cancun Q.Roo
Mosquito 380 S.M 51
Fraccionamiento Mónaco
t. (9988) 482 769

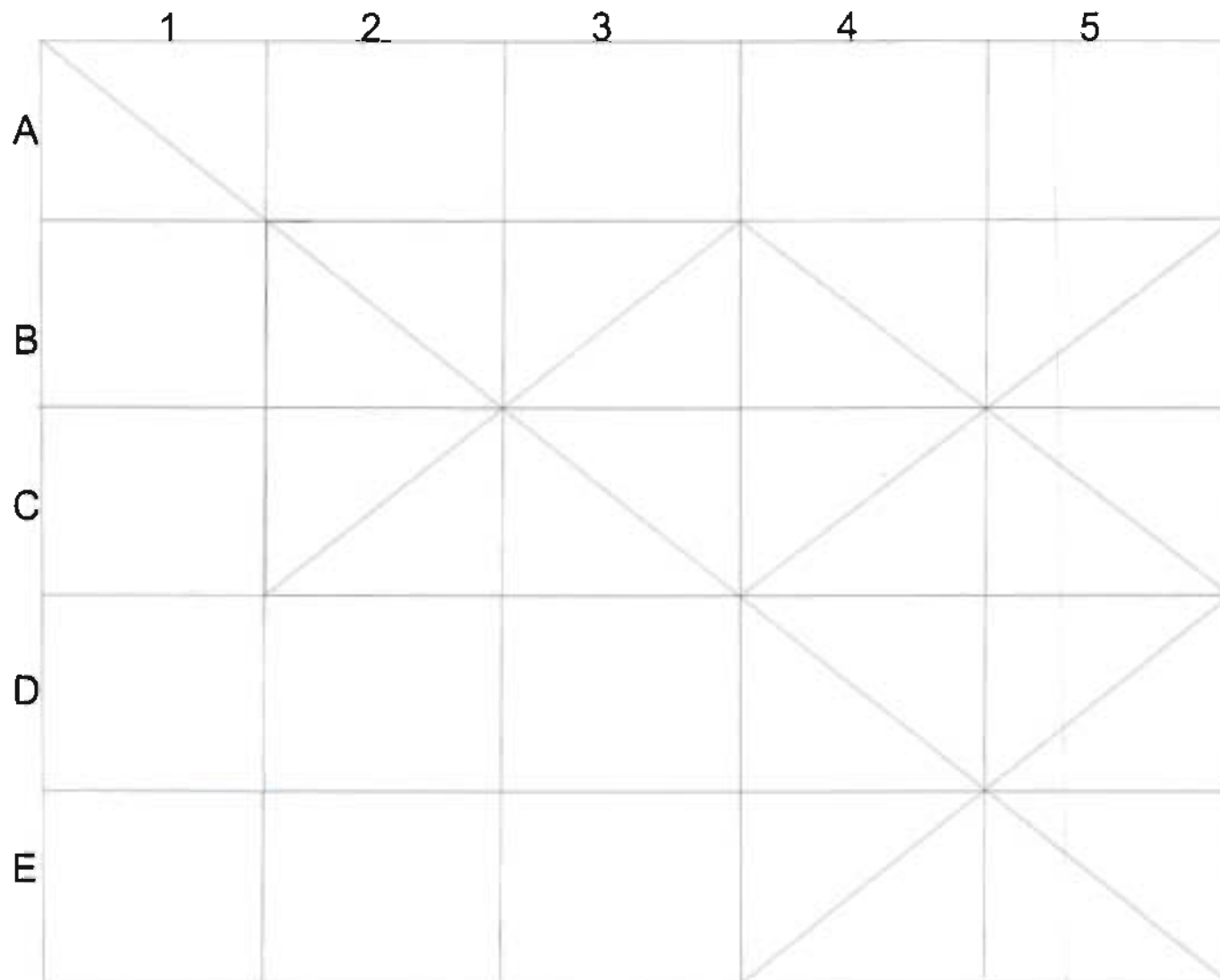
Somos un despacho de arquitectos especializados en la planeación y el desarrollo urbano sustentable. nuestra cartera de clientes nos respaldan como un grupo profesional que ofrece servicios integrales de asesoría inmobiliaria, diseño arquitectónico, proyectos de interiorismo y construcción de: hoteles, residencias, fraccionamientos, centros comerciales y oficinas corporativas entre otros, así como proyectos locales y regionales de planeación urbana.

Presentamos a continuación algunos de nuestros proyectos desarrollados. Para más información contacte o escriba directamente a:

www.cvarquitectos.com

info@cvarquitectos.com

Retícula giros comerciales, interiorismo y residencias, oficinas corporativas y desarrollo urbano



Giros comerciales

Home icon

- Tower Records Pabellón Alzavista D.F.
- Tower Records Muncio E.D.F.
- Restaurante Plantao D.F.
- Nails & Body D.F.
- Spa Bagua Sport City Monterrey
- Muebleria Cancun Q.Roo
- Locales CANACO Cancun Q.Roo
- Sears Audio Fidelus Polanco, Durango,
- Centro Comercial Cuernavaca Morelos

castellanos + villarreal arquitectos



Oficinas corporativas

Becktel Edo. De México

Laboratorios Olarte y Akle D.F.

Agencia de publicidad Lebrija y Rubio D.F.

Corporativo CAPSA D.F.

CANACO Y SERVITUR Cancún Q.Roo.

Cemex Tepeaca Puebla

Casa de la Cultura Jurídica de Toluca Edo. De Méx.



castellanos + villarreal arquitectos

arquitectura | interior design | urban planning



Interiorismo y residencias

Acropolis Interformas Edo. De Mexico

Proyecto Laura Kraim Cancún Q. Roo.

Roofgarden Cancún Q. Roo.

Bosques de las Lomas D.F.

Conjunto Residencial Cacahuatales D.F.

Casa Veracruz Coatepec Ver.

Casa minimal interior Monterrey

Casa minimal exterior Monterrey

Familia Revertè Campanario Querétaro

Casa Dávila Querétaro

Casa Rattinger Querétaro

Edificio Residencial Polanco D.F.

Departamentos Pedregal Farallon 220 D.F.



castellanos + villarreal arquitectos

arquitectos de interiores y exteriores



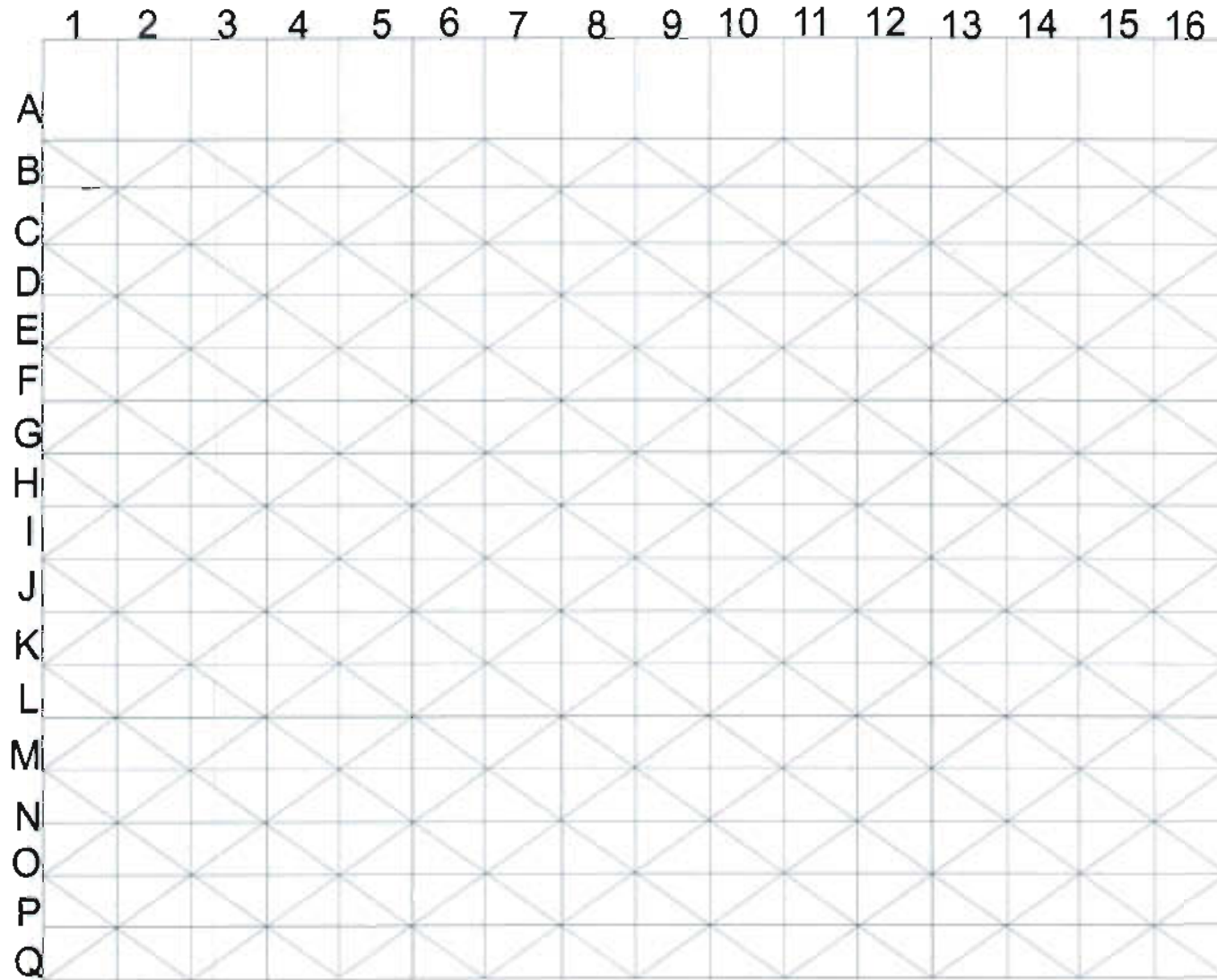
Desarrollo urbano

- Fraccionamiento Mónaco Cancún Q.Roo
- Fraccionamiento Valle del Peñon D.F.
- Plan Parcial 1 Malecón Cancún Q.Roo
- Plan Parcial 2 Malecón Cancún Q.Roo
- PTI Costa Maya Cancún Q.Roo

castellanos + villarreal arquitectos

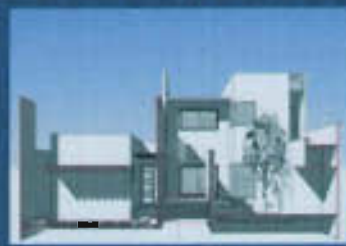
The image shows a digital interface for an urban development project. It features a dark blue header with a white home icon on the left and the title 'Desarrollo urbano' on the right. Below the header is a grid of five menu items, each with a light blue background and a faint grid pattern. To the right of the menu items is a vertical stack of five architectural renderings, each showing a different urban development project. At the bottom right, there is a logo for 'castellanos + villarreal arquitectos' consisting of a blue square grid pattern.

Retícula 3





animaciones



Casa Dávila



Casa Rattinger



Casa Reverté



Casa Veracruz



Conjunto Residencial Cacahuatales



Casa de la cultura



castellanos villarreal arquitectura



animaciones



Centro Comercial Cuernavaca



Costa Maya

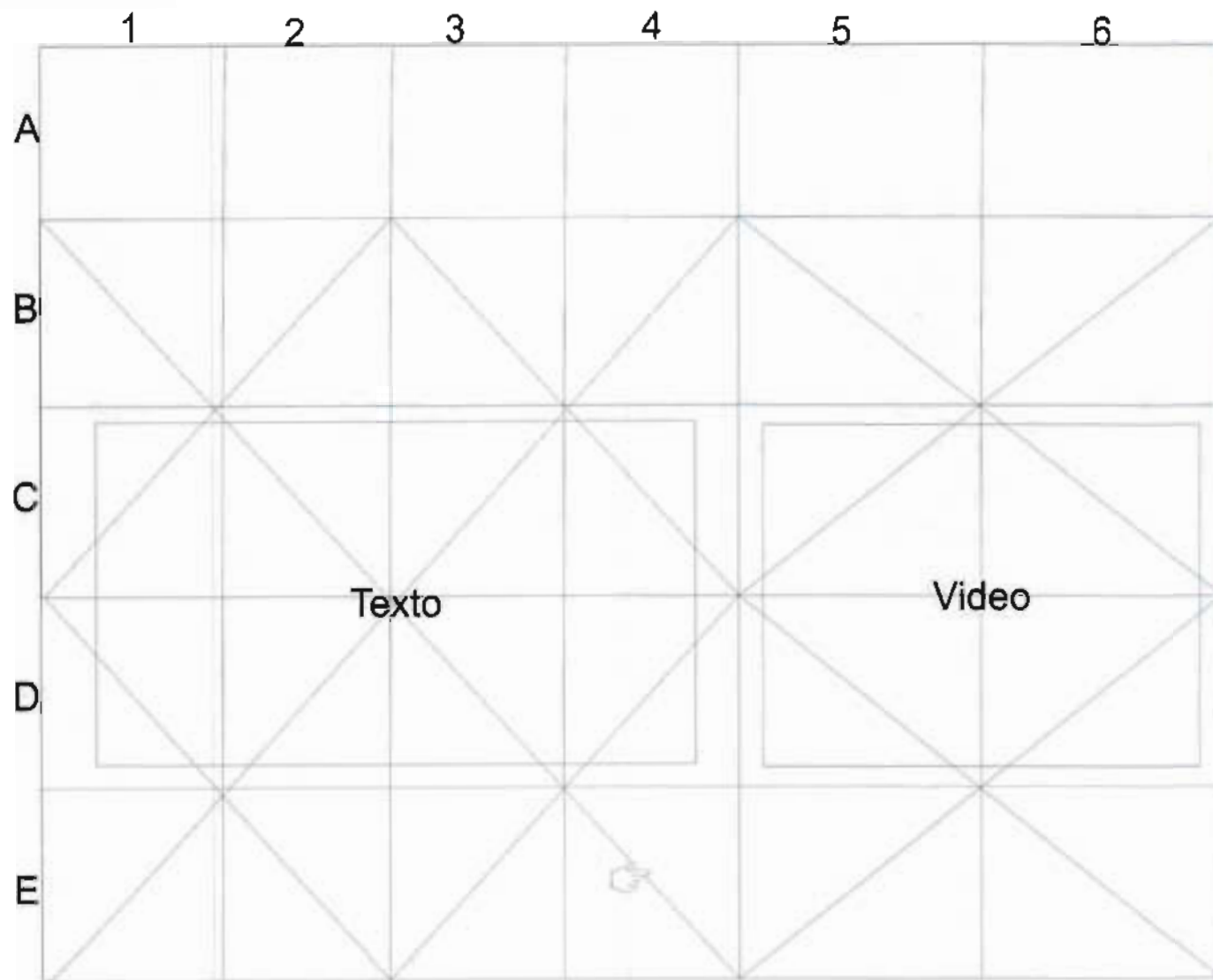


Malecón Cancún



castellanos villarreal

Retícula 4



Igual para todas las animaciones



Conjunto Residencial Cacahuatales 2003

Desarrollo del proyecto arquitectónico para un conjunto residencial con 37 casas de aproximadamente 215 m². El proyecto contempla un área común (parque) de 200m² y un salón de usos múltiples de 100m² y estacionamiento de visitas. Las casas cuentan con un jardín propio, estacionamiento cubierto para 2 autos, salas, comedor, 3 recámaras, 2 baños, y medio, cuarto de lavado, cuarto de servicio con baño y family room.



castellanos + villarreal arquitectos

5.4 Post producción

5.4.1. Edición

Esta etapa consistió en la propia edición de las animaciones, ya que fueron proporcionados por el personal del despacho, solo fue necesario agregar los títulos y créditos así como transiciones entre estos y las animaciones e imágenes; en este sentido se utilizó el mismo fondo que también proporcionó la empresa para mantener la unidad, así se insertó el título de la animación el cual comienza con un fade y termina con una disolución para entrar a la animación, los títulos se utilizaron con un texto sobrepuesto en tipografía arrial a 16 puntos los cuales mantienen un movimiento hasta que inicia la proyección, de la misma manera fueron creados los títulos de imágenes y modelos. Por otra parte los créditos aparecen en tipografía arrial a 12 puntos, estos recorren la pantalla de manera ascendente y vertical para finalizar con el mismo fondo del inicio, estos también comienzan con una disolución que proviene del final de las animaciones. Cabe destacar que todo este trabajo se realizó mediante el software de Premiere Pro.

El audio se editó de acuerdo a la duración total de las animaciones con el software de Sound Edit y se ajustó el volumen de tal manera que fuera adecuado. También se trabajó con los enlaces que tendrían las páginas, es decir, se fueron vinculando uno a uno para crear interactividad y así el usuario pudiera recorrer el interactivo de la manera en la que lo decidiera, de esta manera se logra tener unidas todas las pantallas entre sí y al mismo tiempo con los elementos vinculados; todo este procedimiento se realizó mediante el software de Director. Finalmente y con este mismo programa se creó el proyector el cual contiene la función de una reproducción automática para su ejecución.

5.4.2. Sincronización audio-video

En esta etapa lo que se hizo fue sincronizar la duración del audio con las animaciones de tal manera que tuvieran la función de escucharse al visualizar las animaciones de corrido o por separado, esto se programó en el software de Director.

5.4.3. Etapa de prueba

Consistió en verificar que todos los elementos que intervinieran en la interfaz gráfica funcionaran de manera adecuada, es decir, las animaciones de la portada y de las pantallas operaran en el tiempo adecuado y corrieran adecuadamente. Asimismo para las funciones de los botones, tanto los de vínculo hacia otras pantallas como los que funcionan como elementos de interacción para visualizar las imágenes; ya que este proyecto sí incluye audio se debió revisar la duración, el volumen y la sincronía que se tiene con la imagen y que no se perdiera la secuencia al cambiar de una animación a otra. Una vez completado, el interactivo fue revisado por los integrantes del despacho para de esta forma poder crear el proyector y ser grabados en disco compactos para distribuirlos entre los clientes. Cabe señalar que se hizo una revisión del disco grabado para verificar que se visualizaran los elementos externos como las animaciones, el audio, así como que el disco realizara una reproducción automática al insertarlo en la computadora.

5.5. Propuesta de la Página Web

5.5.1. Método de trabajo

El procedimiento de operación para la realización de la página Web, se obtendrán primero las ideas generales que desean los clientes del despacho para quien se hizo la página, después, con estas primeras ideas se realizarán los bocetos correspondientes para mostrarles el concepto general del diseño. Una vez aprobado se prosiguió con el guión

literario, enseguida el story board y la etapa de producción, donde se organizaron y estructuraron los elementos que se verían en pantalla, cabe señalar que como los videos son los mismos que se utilizarán en el interactivo aun que sin audio éstos ya se encuentran listos, finalmente se terminará la página con su edición, revisión e Integración a Internet.

Cronograma

Página Web	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 5
Bocetos					
Guión literario					
Story board					
Producción					
Edición y etapa de prueba					

5.5.2 Recursos Humanos

La diseñadora de comunicación visual que presenta esta tesis es quien produce en todos sentidos esta página Web. Por otra parte la empresa a quien se le hace es quien ha aportado las ideas generales, en cuanto a imagen institucional e Insumos.

El despacho de arquitectura y urbanismo llamado Castellanos Villarreal Arquitectos tiene la necesidad de crear una página Web, donde se oferten sus servicios y se difundan los trabajos que ha realizado a manera de currículum, asimismo mostrando el potencial del personal que ahí trabaja. Con esta necesidad la firma citada buscó la ayuda de la diseñadora para crear la página Web y esta pueda ser vista en cualquier parte del mundo a través de Internet.

Cabe señalar que para el desarrollo de esta página electrónica, la empresa entregó a la diseñadora ideas preconcebidas de lo que se requería, así como material diverso como lo es: el texto, los colores institucionales para el fondo e imágenes y animaciones sin editar.

El trabajo de la diseñadora en este caso es el de integrar y ordenar

estos elementos (como las pantallas, los colores y fondos, los textos, la edición de logotipos, fondos e imágenes, las animaciones y los comandos ó botones), darles una estructuración y diagramación, dotarlos de composición y configurar la correcta programación para que se vea y se navegue a través de ella convenientemente.

5.5.3 Recursos Técnicos

Los elementos técnicos con los que se cuenta para producir la página Web, son los siguientes: la diseñadora en comunicación visual como personal técnico, un servidor para integrarse a Internet y software especializado.

En cuanto al software que se utilizó, se apunta que todo fue operado desde una plataforma de PC, y los programas que principalmente se usaron son: Photoshop, Director, Flash, Premiere, Movie Maker, Quick Time. Así como los recursos técnicos para integrar a la red esta página, es decir el software de Dreamweaver y Yahoo Sitebuilder que es el servidor que se ha utilizado para subir la página a Internet, ya que cuenta con posibilidad para más de 6 correos electrónicos. También se utilizó

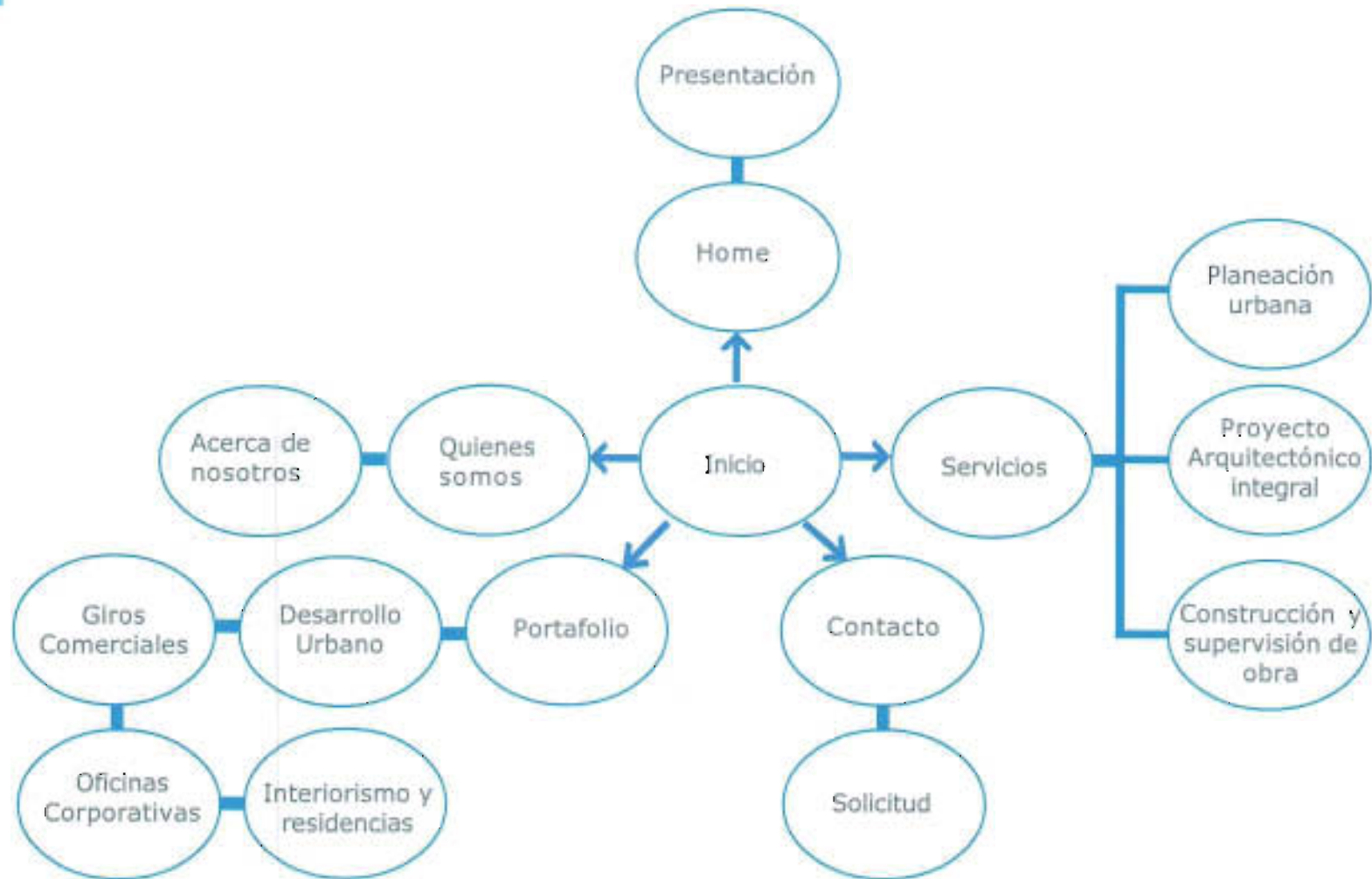
hardware que fue proporcionado por la empresa para la operación de la página, este es: maquina PC con quemador de discos compactos.

5.5.4 Recursos económicos

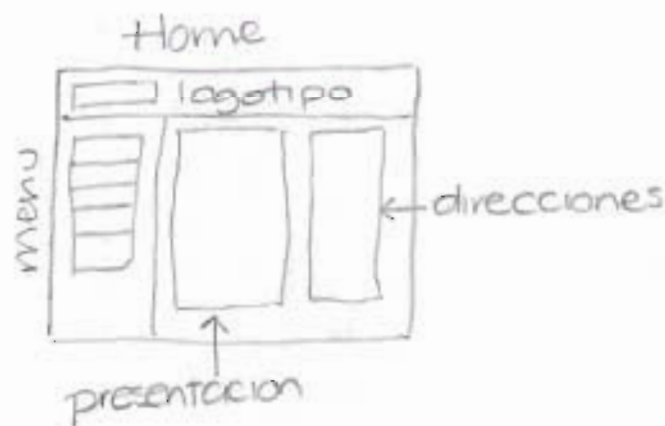
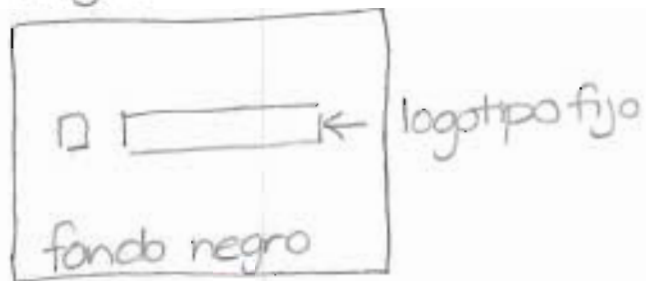
Los recursos económicos que se otorgaron fueron para cubrir gastos de consumibles e Insumos de operación. Para este caso la diseñadora en comunicación visual fue contratada para trabajar de planta para realizar otros proyectos más de diseño, en este sentido cuenta con un salario base como empleada. También se señala que dado el presupuesto que la empresa tiene destinado para cubrir los gastos mensuales del servidor, fue necesario adaptarse a ciertos egresos y limitantes del propio servidor, como lo es espacio de sólo de 2 GB para poder subir la página, cuentas de correo y mantenimiento, elementos que por ahora se decidió son suficientes para las pretensiones de esta firma de arquitectura y urbanismo.

Cabe señalar que en la actualidad dentro del campo de trabajo del Diseñador en Comunicación Visual una página Web se cotiza entre los \$5,000 y \$10,000 dependiendo de la complejidad y programación.

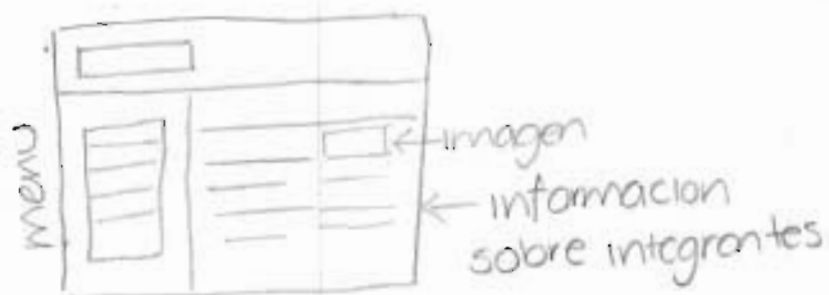
5.5.5 Diagrama de flujo



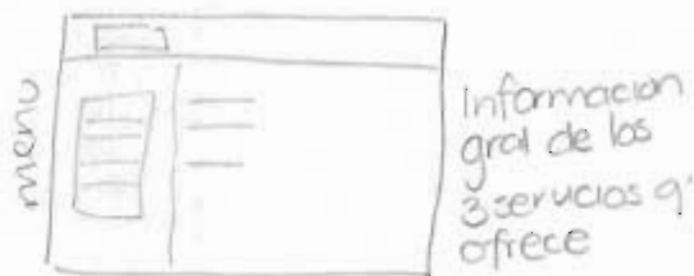
5.5.6 Bocetos Pag. Web



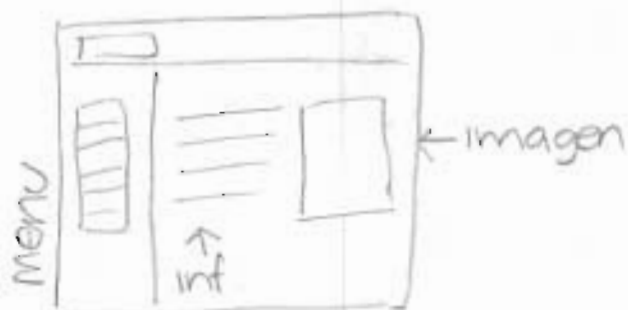
Quiénes somos



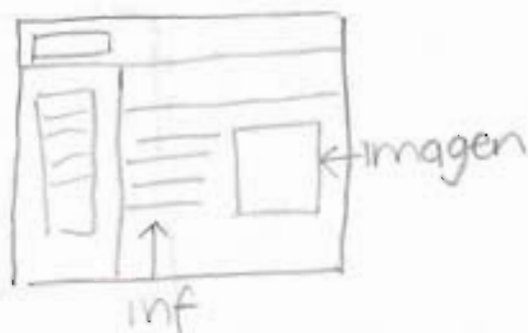
Servicios 1



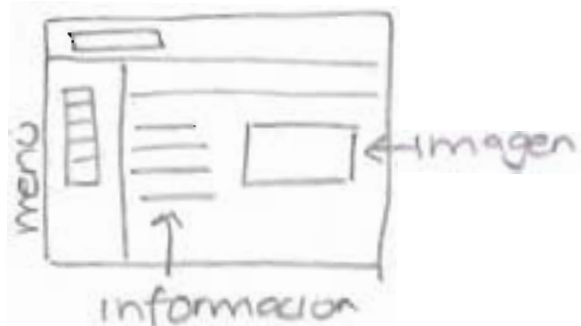
Servicios 2



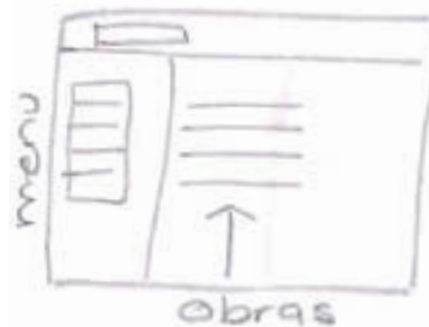
Servicios 3



Servicios 4



Portafolio



Giros comerciales, desarrollo urbano, interiorismo y residencias
oficinas corporativas



Contacto



5.6. Pre-producción

5.6.1 Análisis de información

Al igual que para la creación del interactivo la empresa proporcionó textos, imágenes, logotipo, fondos y animaciones por lo que se decidió crear apartados que debido a su orden gráfico y textual quedaron divididos de la siguiente manera, cabe destacar que los botones de cada uno de ellos mantienen en una constante en todas las páginas.

Home: Una breve descripción de la empresa, direcciones, ejemplos de trabajos.

Quienes somos: Referencia de Los integrantes de la empresa con direcciones electrónicas.

Servicios: Presenta los 3 diferentes servicios q ofrece la empresa y cada uno de ellos deberá tener un enlace donde se explique a detalle.

Portafolio: Presenta los 4 rubros en los que ha desarrollado proyectos la empresa, de igual manera cada uno muestra los nombres de las obras con sus respectivas imágenes y animaciones en los casos que así contengan.

Contacto: Muestra una solicitud para comentarios, dudas o sugerencias.

5.6.2. Planteamiento conceptual

El elemento trascendental en toda composición es el mensaje que se debe transmitir, éste mensaje tiene que contar con una composición que impacte visualmente y lo convierta en receptivo para quien va dirigido.

Los componentes que se suman para intervenir en esta página Web, son tales como: los fondos ó background, logotipos ó imagen institucional, animaciones de los proyectos específicos, imágenes de obras y proyectos, así como los textos que Informan sobre los ofrecimientos y logros de la empresa. Con esta idea y con estos componentes se armará la página Web, con una estructura y diagramación establecida con anterioridad en la etapa de pre-producción, de esta manera se organizan las diferentes paginas que compondrán el sitio, posteriormente se unen con un orden diseñado en específico para crear interactividad entre ellas y sus componentes. Se considera que la página Web debe de ser clara y veraz en sus imágenes, así como en su información escrita; además debe de poseer orden y disposición amable para mantener al receptor interesado y atento. Es importante señalar que una página

Web de este tipo impacta de manera casi total a la vista, por lo cual la importancia y el cuidado que se le da a elementos tales como: la composición, la tipografía y el color. Para la página Web de CV Arquitectos en específico, los fondos ó background, así como las características de los textos, fueron proporcionados por el cliente, lo mismo pasa con las imágenes y los textos respectivos, los cuales se acondicionaron para adecuarse de la mejor manera posible y fueran de fácil lectura en la pantalla.

En cuanto a la medida de la pantalla, ésta fue estándar: de 800 x 600 píxeles. Esto con el fin de que pueda ser vista en cualquier monitor sin importar su tamaño, de este modo no se pierde información, ni el usuario tiene la necesidad de mover los cursores de manera vertical ni horizontal para ver en su completa dimensión la página así como todos sus componentes, los cuales se reducen al mínimo en cantidad, como lo son el título de la pagina, el logotipo y los backgrounds que permanecen siempre como una constante en la parte superior de la pantalla, con el fin de mantener situado al receptor en la página.

La composición de esta página fue realizada mediante los programas (software) Dreamweaver y Yahoo Sitebuilder, principalmente; estos programas fueron escogidos ya que permiten la utilización de tablas y retículas, que hacen más sencilla la visualización y organización de los elementos que estarán presentes en este caso.

Esta estructura que se crea con dicho reticulado debe seguir una lógica en cada página que forma este sitio, así se proporciona consistencia y homogeneidad al mismo.

En cambio y para inspirar interés en el receptor se da también un contraste con otros elementos como colores e imágenes, que crean un efecto que permite resaltar el peso visual de uno o más elementos permitiendo atraer la atención hacia estos.

En lo que respecta al logotipo, debe de tener un tamaño relativo y adecuado a la página, que esté siempre presente a la vista del espectador. Para los sistemas de navegación ó menús, se tienen los siguientes elementos como títulos y que en orden descendiente son: Home (presentación), Quienes Somos (presentación de integrantes), Servicios, Portafolio (proyectos desarrollados) y Contacto solicitud

para dudas, quejas y comentarios). Éste menú se maneja hacia el lado izquierdo de la pantalla, para que sea visible siempre, y en un color de fondo y texto que sean legibles, asimismo se maneja un tamaño conveniente para que se permita puedan ser vistos y manejados con facilidad, asimismo el tamaño no debe de restarle importancia al contenido informativo de la página. Mediante el reticulado, se relacionan y se diseñan con armonía los bloques de contenido que formarán la composición con sus respectivos elementos informativos, como son: el logotipo de la empresa de CV Arquitectos, los títulos, las imágenes, los comandos del menú, elementos constantes de fondo y sus colores. Este diseño se da con el fin de procurar un estilo propio y visualmente lógico que aporte a la página: organización, equilibrio y estabilidad. Cabe señalar que los fondos están adaptados en sus dimensiones para que cumplan con la medida de pantalla estándar mencionada anteriormente. En este sentido las páginas están construidas con una base de rectángulos, los cuales mantienen sus dimensiones en todo el sitio; los espacios se conservan entre ellos con

el fin de crear y mantener separaciones entre los elementos pero manteniéndolos en el mismo conjunto.

Los elementos de texto aparecen alineados constantemente hacia la izquierda de la pantalla, manteniéndose en una persistente organización visual; con esta idea cabe mencionar que los gráficos permanecen del lado derecho de la pantalla, así se separan los diferentes elementos y se estructuran las páginas.

Los elementos gráficos que componen los fondos de la parte superior de la página están resueltos bajo un diseño de líneas horizontales con el fin de mantener un equilibrio mientras que los demás elementos se diseñan bajo una forma vertical manteniendo una simetría dentro del contexto.

Los demás componentes gráficos de la página como son: background, los logotipos, las imágenes y botones, tienen como objetivo transmitir sensaciones visuales mediante sus formas, colores y contrastes. En el otro sentido se encuentran los textos que son elementos informativos, que explican los servicios que se

ofrecen así como los productos terminados que se anuncian de la empresa, por estas razones los textos deben de ser claros y sintetizados con el fin de mantener al receptor interesado en la información que se le ofrece. En cuanto a la estructura de esta página Web, se toman en cuenta los respectivos componentes y consideraciones de escala y proporción. En este sentido las imágenes reducidas que se presentan de los proyectos desarrollados tienen una función que abre un vínculo en una página subsecuente con la misma imagen de referencia con una resolución mayor y que se visualiza en su totalidad, de este modo no se satura de elementos a la página principal y se facilita su lectura. En lo que se refiere a los colores, estos tendrán la función de delimitar las diferentes zonas de cada página y conservar identidad en el sitio, esto se logra mediante el manejo de tonos diferentes, pero que resguardan los colores base, que son los institucionales, así en la parte superior los elementos de fondo y los logotipos correspondientes, así como los menús, destacan más

por ser la zona que debe de ser visualizada a primera vista por el receptor y siempre tenerla como evidente. En cuanto al color de de la tipografía, que es la que trata la información escrita, esta sobresale del fondo ó background en un color que le contrasta, pero que no trata de restarle importancia a los demás elementos gráficos.

Esta tipografía que se maneja es la llamada "arial", ésta se escogió debido a que es una fuente universal del tipo sans serif que la mayoría de las computadoras traen expresamente, lo que hace posible ser vista en cualquier país e idioma y casi en cualquier sistema operativo; cabe señalar que el tamaño que se le ha dado es de 10 puntos, esto con el fin de hacer los caracteres legibles y sin escalado. Con estas características de fuente se persigue dar a esta empresa de arquitectura y urbanismo, por una parte identidad institucional y por otra claridad en la información que se ofrece, esto da un resultado al espectador de seguridad, confianza y fiabilidad.

En el caso de los botones ó comandos, así como del logotipo, sus información escrita y gráfica esta dada como imagen, esto con la finalidad de que la resolución, el

tamaño y el color de la misma no se vean afectados al ser elementos externos a la tipografía que ofrecen los programas de edición de páginas Web, al mismo tiempo que se gana calidad en la imagen.

En estos casos, tanto la tipografía y su tamaño ó puntaje están resueltos bajo un estándar que va acorde a la resolución de la pantalla, que como se mencionó es de 800 x 600 píxeles, para que el espectador lo pueda visualizar sin ninguna dificultad y sin importar las características del monitor o el sistema de la máquina. Los colores de los textos se manejan en diferentes tonalidades de grises, esto con el objetivo de poder destacar jerárquicamente los diferentes niveles de información, según la importancia que se le requiere dar, pero sin dejar de imprimir la debida calidad de contraste con el fondo en el que se encuentren; así por ejemplo, se maneja la información en un tono y puntaje mas pequeño que el propio título de la página.

Para los enlaces ó links hacia las imágenes, hacia las animaciones y hacia otras páginas, estos aparecerán siempre subrayados y en un color azul que se distinga del fondo y que

sea identificado por el espectador y le invite a entrar a este enlace. Cabe señalar que esta es la manera más común de indicarle al usuario que existe un vínculo externo al cual puede dirigirse, pero más que esta cuestión se trata de que sea atractivo e invite a usarlo.

La página Web también contiene un reloj de tipo digital que indica la fecha (con día y número) y la hora en tiempo real (con referencia del Greenwich Mean Time GMT-5), estos elementos en la página son un indicador para que el espectador sepa que éstas están en una constante actualización.

Como se apuntó para los enlaces, cabe señalar que para la secuencia que se maneja en cada una de las páginas que componen este sitio Web, se enlazan por medio de comandos en el menú que se encuentra a la izquierda superior de la pantalla, estos al momento de ejercer su función como tal, producen el sonido característico que emiten los programas exploradores de diferentes sistemas operativos cuando se cambia de página; son bidireccionales, es decir, manejan una interactividad que puede llevar al usuario hacia delante y hacia atrás con el fin de que pueda recorrer todo

el sitio de la manera en que guste y no regrese al menú principal forzosamente y sin que se vea afectada ni la información, ni el orden del sitio, así al presionar uno de los comandos o botones en específico, éste se dirigirá hacia otra página que contiene una nueva información con imágenes o animaciones.

En cuanto al dominio, a la empresa se le recomendó contratar los servicios de un servidor para poder publicar la página en Internet, este debía de poder contener imágenes y videos y tener la suficiente capacidad para que publicara todos estos elementos, también se calculó que tendría que ofrecer una capacidad mínima de 2 GB y a un costo razonable. En este servidor se facilita presentar las animaciones en formato wmv (Windows media) el cual por sus características permite una calidad de alta definición en un formato más reducido y que se pueda ver en la mayoría de sistemas operativos, sin embargo, para facilitar la vista de estas animaciones y para poder cumplir con el espacio de publicación que requiere el servidor es necesario presentarlas sin audio.

5.6.3 Guiones

5.6.3.1 Guión literario

En esta etapa se recopila toda la información escrita que interviene en la creación de la página Web. Castellanos + Villarreal Arquitectos architecture Interior design urban planning

Menú Home, Quiénes somos, Servicios, Portafolio Contacto Ciudad de México Concepción Beistegui 205 desp. 402 Col. del Valle t+f 11077164

Cancún Q.Roo Mosquito 380 S.M 51 Fraccionamiento Mónaco t (9988) 482769

Presentación

La creciente complejidad de los fenómenos a los que se enfrenta actualmente la sociedad ha propiciado que en muchos casos las instituciones, organismos y empresas públicos y privados, enfrenten cada vez mayores dificultades para alcanzar sus objetivos.

Esta realidad ha generado la necesidad de racionalizar cada día más la toma de decisiones, a través de mejores apoyos profesionales y técnicos, basados en la ciencia, la investigación y la

experiencia.

La satisfacción de demandas sociales y económicas, la realización eficiente

de proyectos y acciones, así como la consecución de metas y resultados, suponen la adopción y el seguimiento de sistemas, procedimientos y tecnologías que optimicen los costos y beneficios inherentes a dichos procesos.

Castellanos Villarreal Arquitectos. Sociedad Civil - es una empresa que ofrece servicios interdisciplinarios de planeación urbana, desarrollo integral de proyectos arquitectónicos, diseño de interiorismo y realización de obras con varios años de experiencia, obras publicadas y diversos clientes atendidos.

Quienes somos

Acerca de Nosotros

Los servicios que proporciona, Castellanos Villarreal Arquitectos S.C., cuenta con una organización por proyectos, en los que se integran los profesionistas y técnicos necesarios para llevarlos a cabo bajo la coordinación de un ejecutivo de proyecto, de acuerdo a los propósitos y objetivos del cliente y sus correspondientes programas y

presupuestos.

El cuerpo técnico de Castellanos Villarreal Arquitectos, S.C., está conformado por las siguientes personas:

Guillermo A. Villarreal Zarco. Arquitecto por la Universidad Nacional Autónoma de México, con maestría en Proyectos para el Desarrollo Urbano en la Universidad Iberoamericana y actualmente forma parte del personal docente como catedrático de la Universidad La Salle Cancún en Arquitectura. guillermo.villarreal@cvarquitectos.com

Alfredo Castellanos Cruz. Arquitecto por la Universidad Iberoamericana con maestría en Proyectos para el Desarrollo Urbano en la Universidad Iberoamericana y actualmente forma parte del personal docente como catedrático de la Universidad Iberoamericana, en la escuela de Arquitectura. alfredo.castellanos@cvarquitectos.com

Anastacio Gaona Benítez. Arquitecto, egresado de la Universidad Iberoamericana con estudios de diplomado en Desarrollo de proyectos Inmobiliarios y Bienes Raíces. Cuenta

con experiencia en el desarrollo de proyecto arquitectónico y construcción de obra nueva y remodelaciones.

anastacio.gaona@cvarquitectos.com

Arely Jiménez Villarreal. Diseño y Comunicación Visual por la Universidad Nacional Autónoma de México en la Escuela Nacional de Artes Plásticas.

arely.jimenez@cvarquitectos.com

Victor Salas Castilla. Planificador urbano egresado de la Universidad Autónoma Metropolitana y con posgrado en la Universidad Iberoamericana, ha participado en la coordinación de distintos proyectos en planeación y diseño urbanos en estados de la República Mexicana tales como, Oaxaca, Tlaxcala y Tabasco, así como las ciudades de Querétaro, Puebla, Cancún y Distrito Federal.

victor.salas@cvarquitectos.com

Portafolio:

Somos un despacho de arquitectos especializados en la planeación y el desarrollo urbano sustentable, nuestra cartera de clientes nos respaldan como un grupo profesional que ofrece servicios Integrales de

asesoría inmobiliaria, diseño arquitectónico, proyectos de interiorismo y construcción de: hoteles, residencias, fraccionamientos, centros comerciales y oficinas corporativas entre otros.

A continuación les presentamos algunos de los trabajos realizados, la selección esta dividida por categorías y tipo de proyecto, en cada una de estas usted encontrará imágenes y en algunos casos animaciones de los proyectos desarrollados.

Desarrollo urbano

Giros comerciales

Interiorismo y Residencias

Oficinas Corporativas

Desarrollo urbano

Proyectos Desarrollados

Fraccionamiento Mónaco Cancún Q.Roo 2003 Fraccionamiento Valle del Peñon D.F. 2004 Plan Parcial Malecón Cancún 2004

Fonatur Plan Maestro y de Negocios Malecón Cancún 2004 Fonatur Documento para Publicación del Plan Parcial Malecón Cancún 2004 Fonatur PTI Costa Maya 2004 Fonatur Lineamientos de Diseño para Malecón Cancún 2005 Fonatur.

Giros Comerciales

Proyectos Desarrollados

Tower Records Pabellón Altavista 1995 Tower Records Mundo E 1999 Restaurante Piantao D.F. 1999 Nail & Body D.F 2002 Bagua Spa Sport City Monterrey 2002 Mueblería Cancún Q.Roo 2002 Locales Comerciales CANACO Cancún Q.roo 2002 Fidelus Audio Palacio de Hierro 2003 Centro Comercial Cuernavaca Mor. 2004.

Interiorismo y residencias

Proyectos Desarrollados Acrópolis

Interlomas Edo. de Méx 1995 Proyecto Laura Kalm Cancún Q.Roo 2001 Roofgarden Cancún Q.Roo. 2001 Remodelación Casa Habitación Amores D.F. 2001 Bosques de las Lomas D.F 2002 Casa Minimal 1 y 2 San Jerónimo Monterrey 2002 Conjunto Residencial Cacahuatales D.F 2003 Casa Rattinger en Chiconcuac, Morelos 2004 Casa Habitación Familia Dávila Juriquilla Qro. 2004 Casa Habitación Coatepec, Veracruz 2004 Edificio Residencial Polanco D.F. 2004 Casa Habitación Familia Reverte Qro. 2004 Departamentos Farallón 220, D.F. 2004

Oficinas corporativas

Proyectos Desarrollados

Becktel Edo. de México 1995 Laboratorios Olarte y Akle D.F 1997 Agencia de Publicidad Lebrija & Rubio D.F 1999 Oficinas Corporativas Kätedra D.F. 2001 Oficinas Corporativas Adcebra D.F. 2001 Corporativo Capsa Cancún Q.Roo 2001 CANACO y SERVITUR Cancún Q.Roo 2001 Oficinas Corporativas Hermes - Zachery D.F. 2001 Remodelación Oficinas y Bodegas Toluca 2002 Cemex Planta Tepeaca Puebla 2002 Casa de la Cultura Jurídica Edo. de México Toluca 2004

Servicios

Nuestros Servicios

La empresa puede participar tanto en las fases de análisis y planeación como en las de instrumentación, evaluación de proyectos inmobiliarios, desarrollo de proyectos arquitectónicos integrales y obras en los siguientes temas y servicios: Estudios en materia de planeación urbana y regional Proyecto Arquitectónico Integral Dirección arquitectónica, construcción y supervisión de obra

Planeación Urbana y Regional

Elaboración y evaluación de planes y programas de desarrollo urbano y regional, incluyendo, entre otras acciones, las siguientes:

Formulación y gestión de estudios de impacto urbano.

Formulación de normas y reglamentos de usos del suelo, construcciones, imagen urbana, patrimonio cultural y fraccionamientos.

Diseño de instrumentos para la planeación y administración urbana y habitacional.

Evaluación técnica y financiera de proyectos y desarrollos inmobiliarios.

Proyecto Arquitectónico Integral

Desarrollo de proyectos arquitectónicos integrales, adaptaciones y remodelaciones. Asistencia en la adquisición, planeación y desarrollo de proyectos inmobiliarios. Proyecto ejecutivo, coordinación y realización de proyecto de ingenierías eléctricas, hidráulico-sanitarias, sistemas, telefonía, estructurales y especiales. Planeación y proyecto de arquitectura de interiores.

Adaptación de proyecto arquitectónico a espacios existentes en remodelaciones o ampliaciones. Presupuestos integrales de obra con calendarios de realización y programas de egresos y avance de obra.

Estudios de factibilidad económica y financiera para desarrollos inmobiliarios.

Dirección Arquitectónica, Construcción y Supervisión de Obra

Proporcionamos servicios integrales de administración, construcción, dirección arquitectónica y supervisión de obra con el concepto integrado de llave en mano a nuestros clientes.

Construcción, administración y dirección arquitectónica de obra nueva y remodelaciones.

Coordinación y dirección de otras ingenierías que inciden en el desarrollo de obras nuevas y remodelaciones.

Integración y coordinación de proveedores de equipo y servicios para la realización de obras llave en mano.

Solicitud de Información Adicional

Para mayor información sobre la compañía, productos y servicios, por favor llene esta forma.

Nombre:

E-mail:

Teléfono

Comentarios:

Directorio

admin@cvarquitectos.com

info@cvarquitectos.com

ventas@cvarquitectos.com

alfredo.castellanos@cvarquitectos.com

guillermo.villarreal@cvarquitectos.com

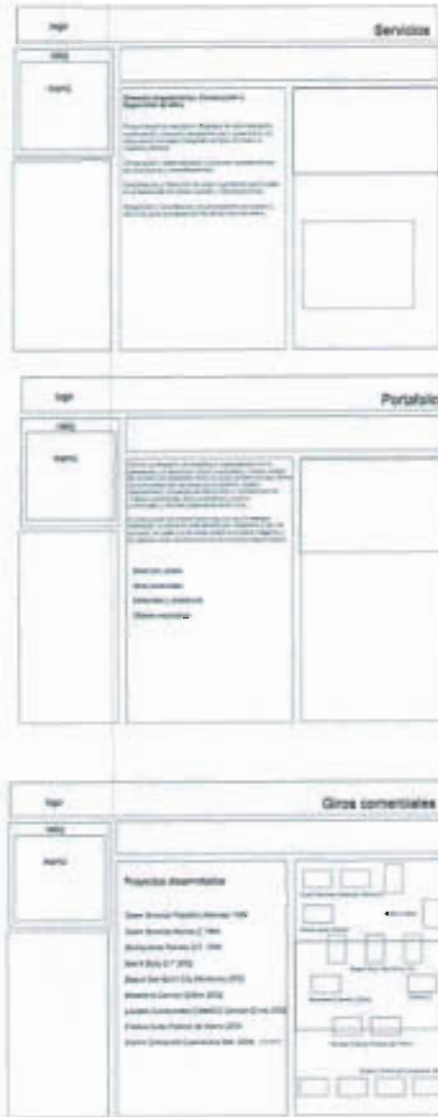
anastacio.gaona@cvarquitectos.com

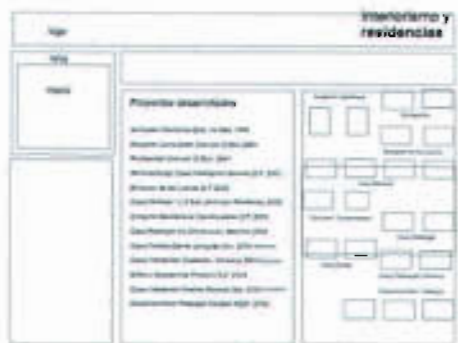
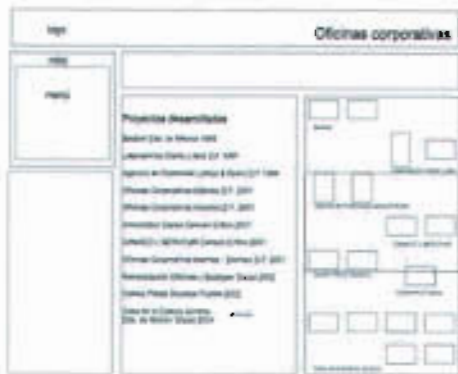
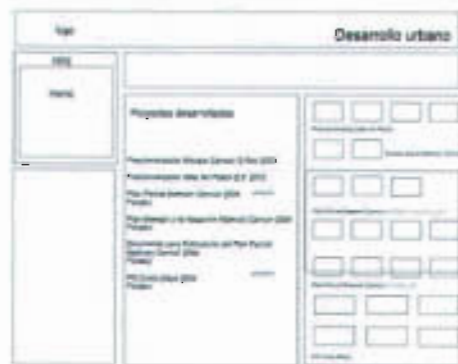
arely.jimenez@cvarquitectos.com

victor.salas@cvarquitectos.com

5.6.3.2 Story board de la Página Web







A wireframe of a contact form titled "Contacto". The form is enclosed in a rectangular border. At the top left, there is a small box labeled "Inicio". To the right of the title, there is a "Inicio" button. The main content area is divided into three columns. The left column contains a "Inicio" button. The middle column contains the heading "Servicio de información adicional" followed by a paragraph of text: "Para mayor información sobre la compañía, productos y servicios, por favor llena este formulario." Below this text are three input fields labeled "Email", "Telefono", and "Comentarios". At the bottom of this column are two buttons labeled "Enviar" and "Cancelar". The right column contains a "Inicio" button and a paragraph of text: "Si necesitas información adicional sobre nuestros productos y servicios, por favor llena este formulario." Below this text are two buttons labeled "Enviar" and "Cancelar".

A mockup of a contact form with a blue header and a map. The form is enclosed in a rectangular border. At the top left, there is a small box labeled "Inicio". To the right of the title, there is a "Inicio" button. The main content area is divided into three columns. The left column contains a "Inicio" button. The middle column contains the heading "Servicio de información adicional" followed by a paragraph of text: "Para mayor información sobre la compañía, productos y servicios, por favor llena este formulario." Below this text are three input fields labeled "Email", "Telefono", and "Comentarios". At the bottom of this column are two buttons labeled "Enviar" and "Cancelar". The right column contains a "Inicio" button and a map of a city.

5.6.3.3 Guión descriptivo

Pantalla	Especificación	Audio
Portada 1- logo fijo desde el inicio	Al presionar el mouse enlace al menú	Al click
Menú 2- Todos los elementos son fijos	Aparecen tras una disolvenca	Al click
2- Botón home (elemento constante en todas las páginas)	Aparece información del despacho direcciones y 2 imágenes tipografía blanca arlal a 12 puntos	Al click
2- Botón quienes somos (elemento constante en todas las páginas)		Al click

Pantalla	Especificación	Audio
2.- Botón servicios(elemento constante en todas las páginas)		Al click
2.- Botón portafolio (elemento constante en todas las páginas)		Al click
2.- Botón contacto(elemento constante en todas las páginas)		Al click
1.- Pagina quienes somos	Aparece con una disolvenca una breve descripción de los integrantes de la empresa con enlace al correo electrónico de cada uno de ellos.	Al click

Pantalla	Especificación	Audio
2.- Servicios 1	Aparece con una disolvenca una breve descripción de los servicios de la empresa con 3 apartados en tipografía arial 12 puntos de color negro	Al click
3.- Servicios 2	Aparece con una disolvenca una breve descripción del servicio proyecto estudios en planeación urbana y regional en tipografía arial 12 puntos de color negro con un enlace hacia la página de servicios 1	Al click
4.- Servicios 3	Aparece con una disolvenca una breve descripción del servicio proyecto arquitectónico Integral en tipografía arial 12 puntos de color negro con un enlace hacia la página de servicios 1	Al click
5.- Servicios 4	Aparece con una disolvenca una breve descripción del servicio proyecto dirección arquitectónica y supervisión de obra en tipografía arial 12 puntos de color negro con un enlace hacia la página de servicios 1	Al click

Pantalla	Especificación	Audio
1.- Portafolio	Aparece con una disolvenca una breve descripción de los diferentes rubros donde se realizan proyectos y sus 4 divisiones	Al click
Desarrollo Urbano 1-Nombre de los proyectos	Textos fijos en tipografía arlal a 12 puntos	Sin audio
2-Imágenes	Estas representan los proyectos al presionar el mouse sobre alguna de ellas abre en una ventana nueva	Al click
3.- Animaciones	En el caso de algunos proyectos se presenta una animación la cual abre en una ventana nueva en el reproductor de Windows	Sin audio

Pantalla	Especificación	Audio
Giros comerciales 1-Nombre de los proyectos	Tras una disolvencia aparece la página, los textos fijos en tipografía arial a 12 puntos	Sin audio
2-Imágenes	Estas representan los proyectos al presionar el mouse sobre alguna de ellas abre en una ventana nueva	Al click
3.- Animaciones	En el caso de algunos proyectos se presenta una animación la cual abre en una ventana nueva en el reproductor de Windows	Sin audio
Interiorismo y Residencias 1-Nombre de los proyectos	Textos fijos en tipografía arial a 12 puntos	Sin audio

Pantalla	Especificación	Audio
2-Imágenes	Estas representan los proyectos al presionar el mouse sobre alguna de ellas abre en una ventana nueva	Al click
3.- Animaciones	En el caso de algunos proyectos se presenta una animación la cual abre en una ventana nueva en el reproductor de Windows	Sin audio
Oficinas Corporativas 1-Nombre de los proyectos	Textos fijos en tipografía arial a 12 puntos	Sin audio
2-Imágenes	Estas representan los proyectos al presionar el mouse sobre alguna de ellas abre en una ventana nueva	Al click

Pantalla	Especificación	Audio
3.- Anlmaclones	En el caso de algunos proyectos se presenta una animación la cual abre en una ventana nueva en el reproductor de Windows	Sin audio
Animaciones	Aparecen en una nueva ventana en formato wmv	Sin audio
1. Contacto	Aparece después de una disolvencia el formulario para dudas, preguntas o sugerencias, y el correo electrónico de cada Integrante	Al click

5.6.3.4 Guión técnico

Pantallas	Criterios Morfológicos	Criterios Cromáticos	Criterios Tipográficos	Criterios Icónicos	Sonido
Inicio	Logotipo al centro de la pantalla	Fondo negro y logotipo proporcionado por la empresa, color azul R:102,G:153, B:255 y Blanco	Tipografía arial a 24 y a 14 puntos los servicios en tipografía blanca	Logotipo de 3x4 cm. RGB, JPEG, resolución de 75 DPI, 27k.	
Elementos constantes en el sitio					
Logotipo	Cuadrante 1a	Fondo negro y logotipo proporcionado por la empresa, color azul R:102,G:153, B:255 y Blanco		Logotipo de 3x4 cm. RGB, JPEG, resolución de 75 DPI, 27k.	
Pleca negra	Cuadrante 1a,2a,3a,4a			JPEGResolución 75 DPI 30K	
Pleca azul	Cuadrante 2b,3b,4b			JPEGResolución 75 DPI 30K	
Fondo gris izquierdo	Cuadrante 1b,1c			JPEGResolución 75 DPI 30K	

Pantallas	Criterios Morfológicos	Criterios Cromáticos	Criterios Tipográficos	Criterios Icónicos	Sonido
Imagen de ventana	Cuadrante 1d,1e			JPEG Resolución 75 DPI 30K	
Botones	Cuadrante 1b,1c	Blanco	Arial 14 puntos	JPEG Resolución 75 DPI 30K	Al click
Fondo azul de texto	Cuadrante 2c,3c 4c,2d,3d,4d,2e 3e, 4e	Blanco		JPEG Resolución 75 DPI 40K	
Títulos	Cuadrante 1a		Arial 14 puntos bold		
Retícula 1					
Home	Texto Cuadrante 2c,2d Imagen derecha Cuadrante 3c,3d,4c,4d Imágenes inferiores 2e	Negro	Arial 12 puntos	Imagen derecha JPEG 7K 75 DPI Imágenes Inferiores JPEG 330K 75 DPI	

Pantallas	Criterios Morfológicos	Criterios Cromáticos	Criterios Tipográficos	Criterios Icónicos	Sonido
Quienes somos	Texto Cuadrante 2c,2d,2e,2f, 3d,3e,4d,4e Imagen 3c,4c	NegroLink Azul R:102,G:153, B:255	Arial 12 puntos	JPEG 63K 75 DPI	
Servicios 1	Texto Cuadrante 2c,2dImagen 3c,3d,3e,3f,4c, 4d,4e,4f,	Negro	Arial 12 puntos	JPG 23k 75 DPI	
Servicios 2	Texto Cuadrante 2c,2dImagen superior 3c,4c Imagen inferior 3e,3f, 4e,4f	Negro	Arial 12 puntos	JPEG 36K 64K 75 DPI	
Servicios 3	Texto Cuadrante 2c,2d,2e Imagen superior 3c,4cImagen Interior 3e,3f,4e,4f	Negro	Arial 12 puntos	JPEG 36K 64K 75 DPI	
Servicios 4	Texto Cuadrante 2c,2dImagen superior 3c,4cImagen Interior 3e,3f,4e,4f	Negro	Arial 12 puntos	JPEG 36K 64K 75 DPI	

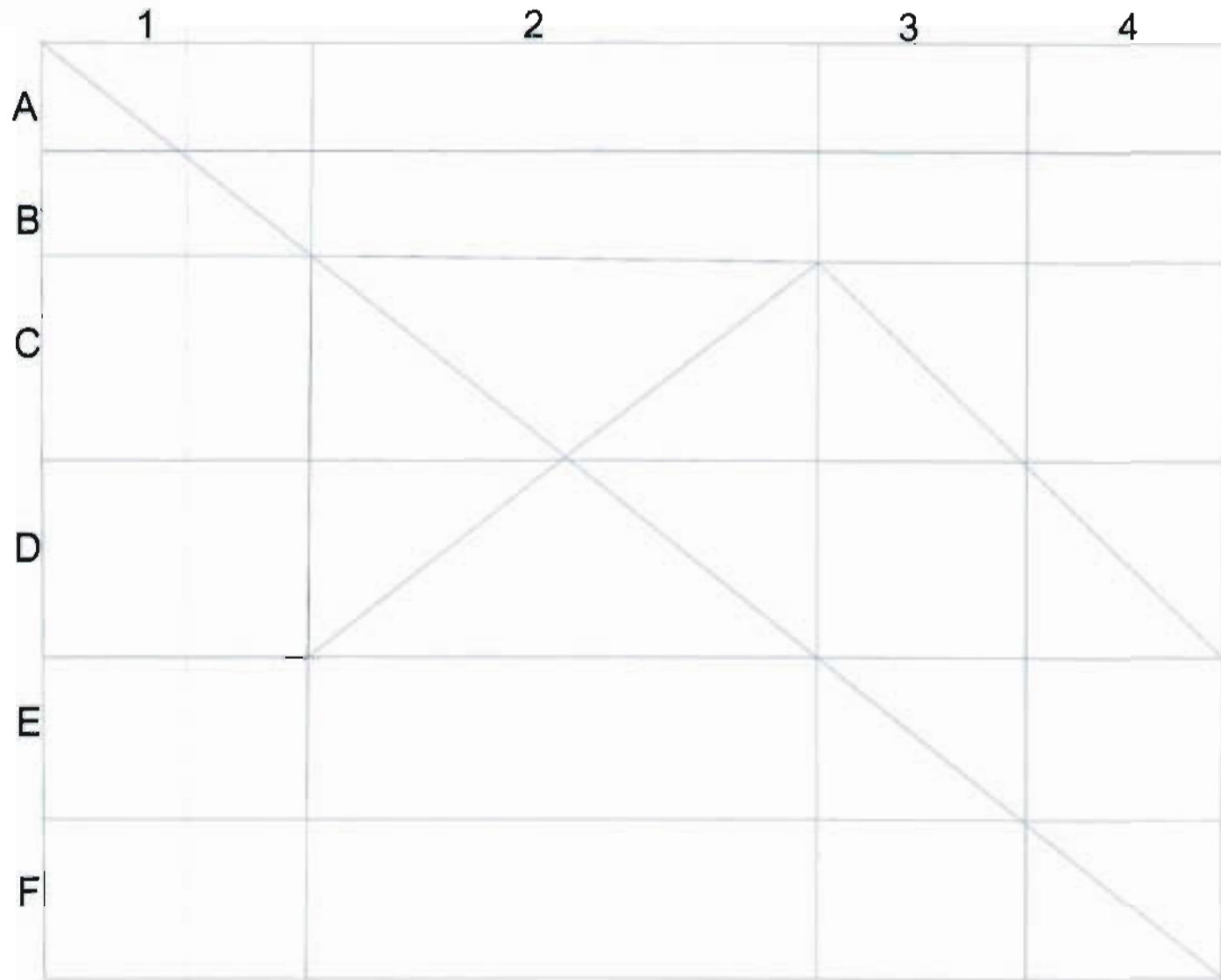
Pantallas	Criterios Morfológicos	Criterios Cromáticos	Criterios Tipográficos	Criterios Icónicos	Sonido
Contacto	Texto Cuadrante 2c,2d,2e,2f,5d,5e,5f, 6d,6e,6f, Imagen 3c,4c	Negro Link Azul R:102,G:153, B:255	Arial 12 puntos	JPEG 36 K64K	
Portafolio	Texto Cuadrante 2c,2d,2e Imagen 3c,4c	Negro	Arial 12 puntos	JPEG 36 K64K	
Reticula 2					
Desarrollo urbano	Texto Cuadrante 2c,2d,3eImágenes 3c,3d,3e,3f,4c,4d, 4e,4f5c,5d,5e, 5f,6c,6d,6e,6f	Negro	Arial 12 puntos	1.5 x 1 cm. en imágenes horizontales y verticales 1x 1.5 JPEG 75 DPI 20K	
Giros comerciales	Texto Cuadrante 2c,2d,3e Imágenes 3c,3d,3e,3f,4c,4d, 4e,4f5c,5d,5e, 5f,6c,6d,6e,6f	Negro	Arial 12 puntos	1.5 x 1 cm. en imágenes horizontales y verticales 1x 1.5 JPEG 75 DPI 20 K	
Oficinas corporativas	Texto Cuadrante 2c,2d,3eImágenes 3c,3d,3e,3f,4c,4d, 4e,4f5c,5d,5e,5f, 6c,6d,6e,6f	Negro	Arial 12 puntos	1.5 x 1 cm. en imágenes horizontales y verticales 1x 1.5 JPEG 75 DPI 20 K	

5.7 Producción

5.7.1 Pantallas de la Página Web



Retícula 1 para Home, Quienes somos, Servicios y Contacto





Quiénes somos

Acerca de Nosotros
 Los servicios que proporciona, Castellanos Villarreal Arquitectos S.C., cuenta con una organización por proyectos, en los que se integran los profesionistas y técnicos necesarios para llevarlos a cabo bajo la coordinación de un ejecutivo de proyecto, de acuerdo a los propósitos y objetivos del cliente y sus correspondientes programas y presupuestos.

El cuerpo técnico de Castellanos Villarreal Arquitectos, S.C., está conformado por las siguientes personas:

<p>Guillermo A. Villarreal Zarco. Arquitecto por la Universidad Nacional Autónoma de México, con maestría en Proyectos para el Desarrollo Urbano en la Universidad Iberoamericana y actualmente forma parte del personal docente como catedrático de la Universidad La Salle Cancún en Arquitectura. guillermo.villarreal@cvarquitectos.com</p>	<p>Arely Jiménez Villarreal. Diseño y Comunicación Visual por la Universidad Nacional Autónoma de México en la Escuela Nacional de Artes Plásticas. arely.jimenez@cvarquitectos.com</p>
<p>Alfredo Castellanos Cruz. Arquitecto por la Universidad Iberoamericana con maestría en Proyectos para el Desarrollo Urbano en la Universidad Iberoamericana y actualmente forma parte del personal docente como catedrático de la Universidad Iberoamericana, en la escuela de Arquitectura. alfredo.castellanos@cvarquitectos.com</p>	<p>Victor Sales Castilla. Planificador urbano egresado de la Universidad Autónoma Metropolitana y con posgrado en la Universidad Iberoamericana, ha participado en la coordinación de distintos proyectos en planeación y diseño urbanos en estados de la República Mexicana tales como, Oaxaca, Tlaxcala, Tabasco, así como las ciudades de Querétaro, Puebla, Cancún y Distrito Federal. victor.sales@cvarquitectos.com</p>
<p>Anastacio Geona Benitez. Arquitecto, egresado de la Universidad Iberoamericana con estudios de diplomado en Desarrollo de proyectos inmobiliarios y Bienes Raíces. Cuenta con experiencia en el desarrollo de proyecto arquitectónico y construcción de obra nueva y remodelaciones. anastacio.geona@cvarquitectos.com</p>	

The image shows a screenshot of a website for 'castellanos + villarreal arquitectos'. The website has a dark blue header with the company name and logo on the left, and the word 'Servicios' on the right. Below the header is a navigation menu with five items: 'Home', 'Quiénes Somos', 'Servicios', 'Portafolio', and 'Contacto'. The main content area is divided into two columns. The left column contains the text 'Servicios que ofrecemos' followed by a paragraph describing the company's services and a list of three specific services. The right column features a large blue graphic with architectural drawings and a small inset image of a building. The footer of the page repeats the company name and logo.

castellanos + villarreal arquitectos
arquitectos + urbanistas + ingenieros

Servicios

Home
Quiénes Somos
Servicios
Portafolio
Contacto

Servicios que ofrecemos

La empresa puede participar tanto en las fases de análisis y planeación como en las de instrumentación, evaluación de proyectos inmobiliarios, desarrollo de proyectos arquitectónicos integrales y obras en los siguientes temas y servicios:

- > Estudios en materia de planeación urbana y regional
- > Proyecto Arquitectónico Integral
- > Dirección arquitectónica, construcción y supervisión de obra

castellanos + villarreal arquitectos
arquitectos + urbanistas + ingenieros

		Servicios	
Home			
Quiénes Somos			
Servicios			
Portafolio			
Contacto			
		Planeación Urbana y Regional	
		<ul style="list-style-type: none">> Elaboración y evaluación de planes y programas de desarrollo urbano y regional, incluyendo, entre otras acciones, las siguientes:> Formulación y gestión de estudios de impacto urbano.> Formulación de normas y reglamentos de usos del suelo, construcciones, imagen urbana, patrimonio cultural y fraccionamientos.> Diseño de instrumentos para la planeación y administración urbana y habitacional.> Evaluación técnica y financiera de proyectos y desarrollos inmobiliarios.	

Logo: **estudios + urbanos arquitectos**
arquitectos | ingenieros | diseñadores


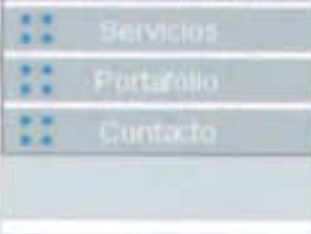





Servicios

- Home
- Quiénes Somos
- Servicios
- Portafolio
- Contacto

Proyecto Arquitectónico Integral

- > Desarrollo de proyectos arquitectónicos integrales, adaptaciones y remodelaciones.
- > Asistencia en la adquisición, planeación y desarrollo de proyectos inmobiliarios.
- > Proyecto ejecutivo, coordinación y realización de proyecto de ingenierías eléctricas, hidráulico-sanitarias, sistemas, telefonía, estructurales y especiales.
- > Planeación y proyecto de arquitectura de interiores.
- > Adaptación de proyecto arquitectónico a espacios existentes en remodelaciones o ampliaciones.
- > Presupuestos integrales de obra con calendarios de realización y programas de egresos y avance de obra.
- > Estudios de factibilidad económica y financiera.



		<p>Servicios</p>	
<ul style="list-style-type: none"> Home Quiénes Somos Servicios Portafolio Contacto 		<p>Dirección Arquitectónica, Construcción y Supervisión de Obra</p> <p>Proporcionamos servicios integrales de administración, construcción, dirección arquitectónica y supervisión de obra con el concepto integrado de llave en mano a nuestros clientes.</p> <ul style="list-style-type: none"> > Construcción, administración y dirección arquitectónica de obra nueva y remodelaciones. > Coordinación y dirección de otras ingenierías que inciden en el desarrollo de obras nuevas y remodelaciones. > Integración y coordinación de proveedores de equipo y servicios para la realización de obras llave en mano. 	
			
			
			



The image shows a screenshot of a website's contact page. The page has a dark header with a logo on the left and the word "Contacto" on the right. A navigation menu on the left lists "Home", "Quiénes Somos", "Servicios", "Portafolio", and "Contacto". The main content area contains a form titled "Solicitud de Información adicional" with the instruction "Para mayor información sobre la compañía, productos y servicios, porfavor llene esta forma." The form includes input fields for "Nombre:", "E-mail:", and "Teléfono:", and a larger text area for "Comentarios:". At the bottom of the form are "Submit" and "Reset" buttons. A large, semi-transparent 'X' watermark is overlaid across the entire form area. The right side of the page features a decorative background image of a city street grid.

The screenshot shows a website layout with a dark header containing the company logo and name 'Castellanos + Asociados Arquitectos' on the left and the word 'Portafolio' on the right. A vertical navigation menu on the left side includes links for 'Home', 'Quiénes Somos', 'Servicios', 'Portafolio', and 'Contacto'. The main content area features a large blue banner at the top, followed by a descriptive paragraph about the firm's services in sustainable urban planning and architecture. Below this is a list of project categories with right-pointing chevrons: 'Desarrollo urbano', 'Giros comerciales', 'Interiorismo y residencias', and 'Oficinas corporativas'. A faint architectural drawing of a city plan is visible in the background of the main content area.

Castellanos + Asociados Arquitectos

Portafolio

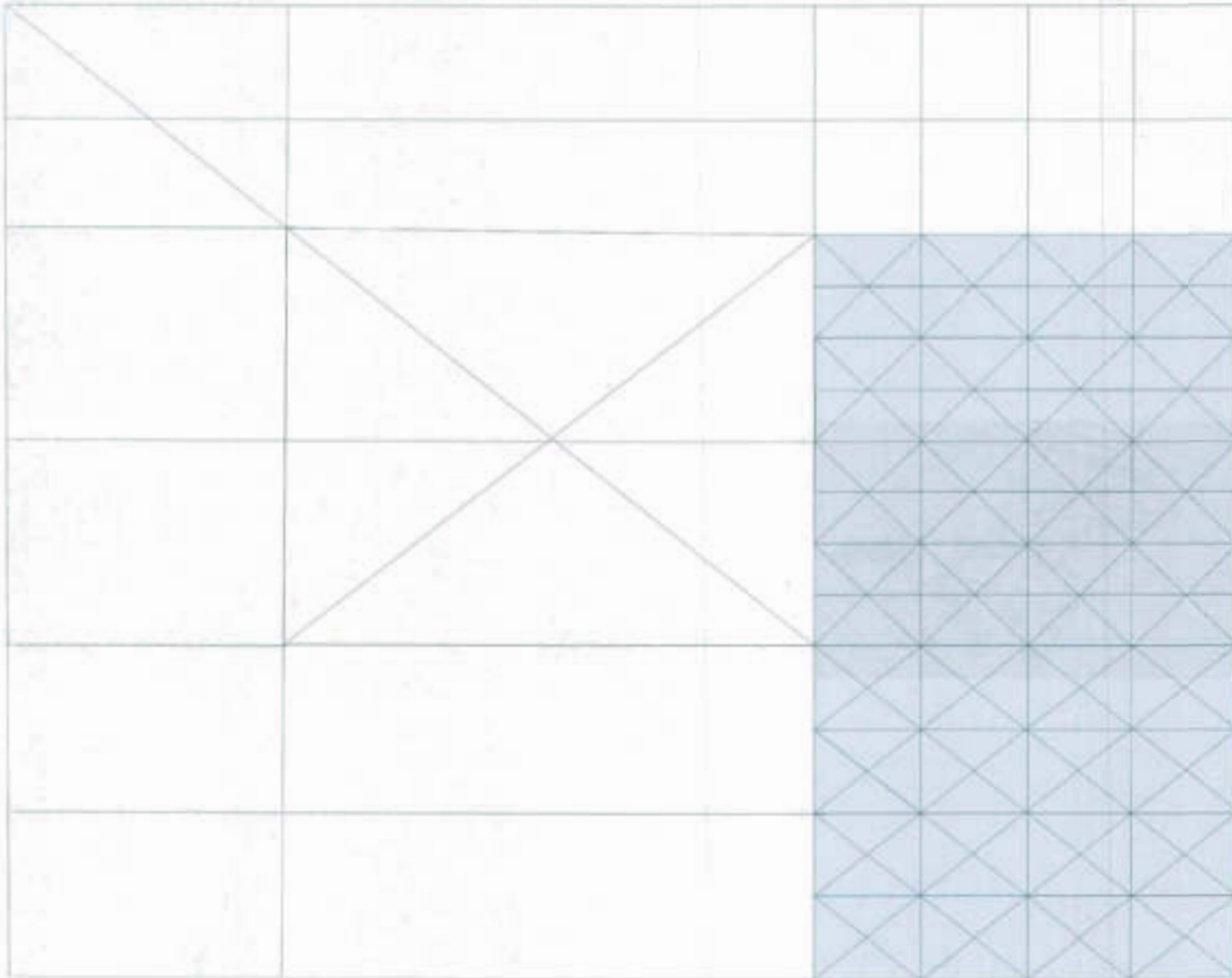
- Home
- Quiénes Somos
- Servicios
- Portafolio
- Contacto

Somos un despacho de arquitectos especializados en la planeación y el desarrollo urbano sustentable, nuestra cartera de clientes nos respaldan como un grupo profesional que ofrece servicios integrales de asesoría inmobiliaria, diseño arquitectónico, proyectos de interiorismo y construcción de: hoteles, residencias, fraccionamientos, centros comerciales y oficinas corporativas entre otros.

A continuación les presentamos algunos de los trabajos realizados, la selección esta dividida por categorías y tipo de proyecto, en cada una de estas usted encontrará imágenes y en algunos casos animaciones de los proyectos desarrollados.

- > Desarrollo urbano
- > Giros comerciales
- > Interiorismo y residencias
- > Oficinas corporativas

Retícula 2 para Desarrollo Urbano, Giros Comerciales, Interiorismo y Residencias y Oficinas Corporativas



Desarrollo urbano

Logo: **LaboCanoa • Villanov Ingulfo**
Ingeniería • Arquitectura • Urbanismo

- Home
- Quiénes Somos
- Servicios
- Portafolio
- Contacto

Proyectos desarrollados

- Fraccionamiento Mónaco Cancún Q.Roo 2003
- Fraccionamiento Valle del Peñon D.F. 2003
- Plan Parcial Malecón Cancún 2004 [ver más](#)
Fonatur
- Plan Maestro y de Negocios Malecón Cancún 2004
Fonatur
- Documento para Publicación del Plan Parcial Malecón Cancún 2004
Fonatur
- PTI Costa Maya 2004 [ver más](#)
Fonatur

Grid of images showing project results:

- Fraccionamiento Valle del Peñón
- Estado Actual Malecón Cancún
- Plan Parcial Malecón Cancún
- Plan Parcial Malecón Cancún
- Plan Parcial Malecón Cancún
- Plan Parcial Malecón Cancún
- PTI Costa Maya

Giros comerciales

casaltemas + editorial arquitectos

- Home
- Quiénes Somos
- Servicios
- Portafolio
- Contacto

Proyectos desarrollados

- Tower Records Pabellón Altavista 1995
- Tower Records Mundo E 1999
- Restaurante Piantao D.F. 1999
- Nail & Body D.F 2002
- Bagua Spa Sport City Monterrey 2002
- Mueblería Cancún Q Roo 2002
- Locales Comerciales CANACO Cancún Q.roo 2002
- Fidelus Audio Palacio de Hierro 2003
- Centro Comercial Cuernavaca Mor. 2004 [animación](#)

Tower Records Altavista, Mundo E

Nails & Body

Restaurante Piantao

Bagua Spa, Monterrey, N.L.

Mueblería Cancún Q Roo

CANACO

Tiendas Fidelus Palacio de Hierro

Centro Comercial Cuernavaca, Mor



Interiorismo y residencias

<p>Home</p> <p>Quiéres Somos</p> <p>Servicios</p> <p>Portafolio</p> <p>Contacto</p>	<h2 style="text-align: center;">Proyectos desarrollados</h2> <p>Acrópolis Interlomas Edo. de Méx 1995</p> <p>Proyecto Laura Kaim Cancún Q.Roo 2001</p> <p>Roofgarden Cancún Q.Roo. 2001</p> <p>Remodelación Casa Habitación Amores D.F. 2001</p> <p>Bosques de las Lomas D.F 2002</p> <p>Casa Minimal 1 y 2 San Jerónimo Monterrey 2002</p> <p>Conjunto Residencial Cacahuatales D.F 2003</p> <p>Casa Rattinger en Chiconcuac, Morelos 2004</p> <p>Casa Familia Dávila Juriquilla Qro. 2004 <small>animación</small></p> <p>Casa Habitación Coatepec, Veracruz 2004 <small>animación</small></p> <p>Edificio Residencial Polanco D.F. 2004</p> <p>Casa Habitación Familia Revarte Qro. 2004 <small>animación</small></p> <p>Departamentos Pedregal Farallón #220 2004</p>	<div style="display: flex; flex-wrap: wrap;"> <div style="width: 50%;"> <p style="text-align: center;">Acropolis Interlomas</p>  </div> <div style="width: 50%;"> <p style="text-align: center;">Roofgarden</p>  </div> <div style="width: 50%;"> <p style="text-align: center;">Bosques de las Lomas</p>  </div> <div style="width: 50%;"> <p style="text-align: center;">Casa Minimal</p>  </div> <div style="width: 50%;"> <p style="text-align: center;">Conjunto Cacahuatales</p>  </div> <div style="width: 50%;"> <p style="text-align: center;">Casa Rattinger</p>  </div> <div style="width: 50%;"> <p style="text-align: center;">Casa Dávila</p>  </div> <div style="width: 50%;"> <p style="text-align: center;">Casa Habitación Veracruz</p>  </div> <div style="width: 50%;"> <p style="text-align: center;">Departamentos Pedregal</p>  </div> </div>
---	---	---

 <p>Estudio de Arquitectura arquitectura • diseño audiovisual • interactividad</p>	<h1>Oficinas corporativas</h1>		
<ul style="list-style-type: none"> Home 			
<ul style="list-style-type: none"> Quiénes Somos 			
<ul style="list-style-type: none"> Servicios 			
<ul style="list-style-type: none"> Portafolio 			
<ul style="list-style-type: none"> Contacto 			

Proyectos desarrollados		
Becktel Edo. de México 1995		
Laboratorios Olarte y Akle D.F 1997		 
Agencia de Publicidad Lebrija & Rubio D.F 1999		
Oficinas Corporativas Kátedra D.F. 2001		
Oficinas Corporativas Adcebra D.F. 2001		
Corporativo Capsa Cancún Q.Roo 2001		 
CANACO y SERVITUR Cancún Q.Roo 2001		<p>CANACO y SERVITUR</p>
Oficinas Corporativas Hermes - Zachery D.F. 2001		
Remodelación Oficinas y Bodegas Toluca 2002		
Cemex Planta Tepeaca Puebla 2002		<p>Corporativo Capsa</p>
Casa de la Cultura Jurídica Edo. de México Toluca 2004		  
	<p>Casa de la Cultura Jurídica</p>	 

5.8 Post producción

5.8.1 Edición

La edición de la página de Internet consistió en darle función específica a los botones para crear Interactividad, también se programó cada una de las imágenes para que puedan ser vistas en un mayor tamaño y en una página nueva pero dentro del mismo sitio; de igual manera se crearon los enlaces hacia las animaciones las cuales abren directamente en el reproductor de Windows.

Al cambiar de una página a otra se insertó una transición de disolución en la cual va desapareciendo la página actual para dar paso a una nueva, además de contar con un sonido el cual se activa al presionar el mouse para dirigirse a otro enlace. Cabe destacar que por los requerimientos del servidor de Internet en cuanto a peso de archivos las animaciones tuvieron que ser presentadas en un formato wmv sin audio, con títulos y créditos más sencillos.

5.8.2 Etapa de prueba

Gracias al programa en el que se realizó la página se puede visualizar aún sin que se encuentre en Internet; esto da la facilidad de poder hacer cambios y modificaciones a la misma. En el caso particular de ésta se tuvo que revisar la Interfaz gráfica, la resolución de las imágenes y que las animaciones se vieran correctamente, pero sobre todo que los botones y la Interactividad funcionaran bien, tanto para los enlaces a los vínculos externos como internos de la página, de este modo al quedar completada se le dio a revisión a los integrantes del despacho para que fuera finalmente aprobada y se pudiera publicar en Internet.

Conclusiones

El interactivo y la página Web realizado para esta tesis fue un trabajo que proporcionó y a la vez refirmó conocimientos, ofreció la oportunidad de conocer las necesidades de diseño y comunicación de una empresa que labora actualmente en el mercado y no tenía una idea muy clara de cómo dar a conocer sus servicios a los clientes, fue un trabajo en equipo en el cual se fueron desarrollando y plasmando las ideas de la empresa con los conocimientos adquiridos de la licenciatura, gracias a ello se reafirmó que el Diseño y la Comunicación Visual, no solo es agradable para la vista sino que también y lo más importante, tiene la función de comunicar, ya que tiene la capacidad de informar, y hacer partícipes de una forma dinámica al emisor y al receptor, para ello se utilizaron todos los recursos con los que cuenta el diseño y la comunicación, no solo visual si no también audiovisual, como lo son técnicas, criterios y categorías. Existen lineamientos para diseñar dentro de los cuales se encuentra la estructuración y diagramación

para lograr que los elementos tengan un orden compositivo que no solo sea agradable a la vista si no también funcional, así mismo existen criterios icónicos, tipográficos y cromáticos, los cuales tienen una funcionalidad y finalidad de acuerdo al contexto al cual están referidos, de lo contrario, podrían tener un significado diferente y la información podría ser distorsionada, bajo estos criterios se diseñaron estos dos proyectos dándole a cada elemento la importancia y organización adecuada con el fin de hacerlos entendibles, dinámicos y agradables visualmente. Pero todos y cada uno de estos elementos, no nos sirven de mucho por separado, al conjuntarlos y formar un diseño que será audiovisual, es decir, que contendrá textos, imágenes, ya sean fijas o en movimiento y audio debe tener un orden narrativo, es decir una secuencia en un determinado tiempo y espacio para que sea entendible, más si es un diseño que por sus características será bidireccional, como es el caso de estos dos proyectos los cuales permiten su navegación por sus diferentes

pantallas sin tener un orden obligado y no perder detalle de la información, lo que hace que no se vuelva aburrido y monótono. Al ser proyectos multimedia, cuentan además con conceptos de animaciones, interactividad Internet, los cuales refuerzan el contenido que se quiere transmitir, más al ser una empresa donde los servicios que se ofrecen se dan a conocer de una manera más clara para el cliente de manera audiovisual.

Cada uno de estos elementos cuentan con varias etapas en su realización, iniciando por la pre-producción donde por medio de guiones, bocetos y story boards se empiezan a organizar y darle forma a las ideas, de esta manera se empezaron a plasmar para darles una lógica a la información proporcionada por la empresa, la siguiente etapa es la de producción en ella, se crearon las pantallas utilizadas en ambos proyectos mediante software con el fin de darle a cada elemento una función tal y como quedó

establecido en la etapa anterior poniendo en práctica técnicas visuales como el equilibrio, la unidad, transparencia, tanto en elementos icónicos como tipográficos y cromáticos, finalmente en la post-producción se conjuntaron las pantallas dándoles un orden y agregándoles audio, entrando así en una etapa de prueba para corregir errores en el caso de que los tuvieran para así ser entregados a los clientes. En esta tesis se pueden encontrar desarrollados cada uno de los temas que se tomaron en cuenta para la realización de los proyectos, con el fin de que sea entendible, práctico y funcional el proceso para la realización de estos dos soportes multimedia.

1. Adame Goddard Lourdes, "Guionismo". Como redactar guiones para montajes audiovisuales, televisión y cine, Editorial Diana, México 1989, pp. 140
2. Bart-hes, Ro-land "Lo obvio y lo obtuso". Imágenes, gestos, voces. Paidos Comunicación. México 1986, pp. 380
3. Bartolomé Antonio, Video Interactivo: el audiovisual y la informática al encuentro, Editorial Alertes, Barcelona 1990 pp. 151
4. Berlo, David K., El proceso de comunicación, introducción a la teoría y la práctica. México, El Ateneo, pp.239
5. Bou Bauza Guillemel, Guión multimedia, Edición 2003, Madrid Anaya Multimedia pp. 575
6. Browne Steven, El montaje en la cinta de video, Factor básico en la post- producción, Instituto Oficial de Radio y televisión, Madrid 1990 pp. 255
7. Castañeda Margarita, Los medios de comunicación y la tecnología educativa, 2ª Edición, Trillas, México 1979, pp. 184
8. Castro Gil Manuel, Diseño y desarrollo multimedia, Editorial Alfaomega, México 2003, pp. 560
9. Cebrián Herreros Mariano, Información audiovisual, conceptos, técnicas, expresión y aplicación. Editorial Síntesis, Madrid 2002 pp. 520
10. Cebrián Herreros Mariano, Géneros informativos audiovisuales, Ediciones Ciencia 3 Distribución S.A. Madrid 2002 pp. 457
11. Charaudeau Patrick, El discurso de la información, Editorial Gedisa, España 2003, pp. 317
12. Chion Michell, La audiovisión, Editorial Paidos, Barcelona 1993 pp. 206
13. Colle de SCH Rymond, Iniciación al lenguaje de la imagen, Ediciones Universidad Católica de Chile, Chile 1994 pp.201
14. Copland Aarón, Como escuchar la música, Fondo de Cultura Económica, México 1975 pp. 202
15. Corominas Agustín, La comunicación audiovisual, Editorial GRAO, Barcelona 1994, pp. 183
16. Crittenden, Roger, Manual de edición cinematográfica, UNAM, Centro Universitario de Estudios Cinematográficos, México 1990, pp. 207
17. Covi Druetta Delia Maria, Metodología para la producción y evaluación de materiales didácticos, Bogotá 1990 pp.122
18. Dondis D.A., La sintaxis de la imagen. Barcelona GG 1976, pp. 211
19. Ferres Joan, Video y educación, Editorial Paidos, España 1992, pp.213
20. García Sánchez, José Luis. Lenguaje audiovisual. México, Alambra, Biblioteca de recursos didácticos, primera reimpresión México, 1988, pp.78

21. Giacomantonio, Marcello. La enseñanza audiovisual: metodología didáctica. Barcelona, Gustavo Gili, 1979, pp.213.
22. González Alonso Carlos, El guión, Editorial Trillas, México 1992 pp. 167
23. González Radio Vicente, Usos y efectos de la comunicación audiovisual, España 1999 pp. 116
24. Herbert Zettl, Manual de producción para video y t.v, Madrid 1996. pp. 542
25. Hilliard Robert, Guionismo para radio, televisión y nuevos medios, México 2000 International Thomson, pp. 466
26. Jerram Peter, El manual multimedia, Escuela de cine y video, España 1999, pp. 459
27. Jones Frederic Hicks, Video digital, Barcelona 2000, editorial Anaya multimedia, pp. 258
28. Kämer Bernhard, Teoría y practica del video, Editorial Roca, Barcelona 1993 pp. 174
29. Kandinski, Vasili, Punto y línea sobre el plano. España, Paidós, 1998.
30. Lazotti Fontana, Comunicación visual y escuela, Ediciones Gustavo Gili, México D.F. pp. 170
31. Levitan Eli, Generación electrónica de imágenes, Barcelona 1980, pp. 257
32. Linares Marco, El guión, elementos, formatos, estructuras, 5ª Edición, Alambra, México 1994, pp. 302
33. Lynch Patrick, Principios básicos de diseño para la creación de sitios Web, Editorial Gustavo Gili, Barcelona 2000 pp.163
34. Mallas Casas Santiago, Técnicas y recursos audiovisuales, Barcelona 1977 pp. 163
35. Marion March, Tipografía creativa, Editorial Gustavo Gili, España 1990, pp. 144
36. Martínez José, Introducción a la tecnología audiovisual, televisión, video y radio, 2ª Edición, Paidos, España 1991, pp. 231
37. Maza Pérez Maximiliano, Guión para medios audiovisuales, cine, radio, televisión, Editorial Alambra Mexicana, México 1994 pp. 403
38. Miller Pat, La supervisión del guión, Centro de Formación RTVE, Madrid 1990, pp. 236
39. Millerson Gerarld, Manual de producción de video, Editorial Paraninfo, Madrid 1990 pp. 270
40. Moreira Marco Antonio, Aprendizaje significativo: Teoría y practica, Aprendizaje Visor, Madrid 2000, pp. 100
41. Munari Bruno, Diseño y Comunicación Visual: contribución a una metodología didáctica, España, Gustavo Gili, Séptima edición, 1983, pp. 359
42. Nazareno Taddei, Educación con la imagen, Editorial Marova, Madrid 1999 pp. 175
43. Peña Timón Vicente, Narración audiovisual, Ediciones del Laberinto, España 2001, pp. 176
44. Raimundo Soto Mario, Manual del realizador profesional del video, Ediciones DORSC, Madrid 1993, pp. 394
45. Rodríguez Ángel, La dimensión sonora del lenguaje audiovisual, Editorial Paidos pp. 270
46. Roselló Tormo Emilio, Crear en multimedia, Universidad Politécnica de Valencia, España 2000 pp. 190
47. Ruiz Vasallo Francisco, Video, Editorial Ceac, Barcelona 1989 pp. 585

48. Sánchez, Rafael, Montaje cinematográfico: arte en movimiento, UNAM, Centro Universitario de Estudios Cinematográficos, México 1994, pp.335
49. Serie de folletos de carreras de la UNAM, Diseño y Comunicación Visual
50. Torre, Gerardo El guión: modelo para armar México, DF. : Ficticia: SOGEM, 2003 pp. 162
51. Tyner K. y Lloyd D. Aprender con los medios de comunicación, Ediciones de la Torre, Madrid 1995, pp. 190
52. Utz Peter, Manual moderno de equipos de video, Tomo III y IV Barsa, México 1992, pp. 400
53. Varela Acosta Daniel, Fundamentos de video y t.v., Universidad de Guadalajara, México 1995, pp.
54. Vilchis Luz del Carmen, Metodología del diseño, México 1998 pp. 161

Paginas Web consultadas

1. <http://www.causes.20m.com/aud2.htm> la Autora del texto Liliana Pascual
2. <http://dewey.uab.es/pmarques/estructu.htm>
3. www.dewey.uab.es/pmarques/calidadi.html
4. http://www.google.com.mx/search?q=cache:mhf6-h8i_syj:www.alejandria.cl/recursos/documentos/caballero.ppt+estructura+audiovisual&hl=es Autora del texto Alejandra Caballero
5. www.dewey.uab.es/pmarques/avmulti.html Referencia: Rodríguez, José Luis (1977). Las funciones de la imagen en la enseñanza. Barcelona: Gustavo Gili.
6. <http://personal2.redestb.es/javabe/index.htm>
7. <http://www.imval.com/curonline/video/iniciaci.htm#37>
8. www.videoenredos.org
9. <http://mozart.cuaad.udg.mx>
10. http://www.unex.es/didactica/Tecnologia_Educativa/guion06.htm