



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

**FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES
ACATLÁN**

**MANUAL BÁSICO DE ESCENOGRAFÍA PARA TELEVISIÓN:
MATERIAL DE APOYO PARA EL DISEÑADOR GRÁFICO DEL ÁREA DE
MEDIOS AUDIOVISUALES**

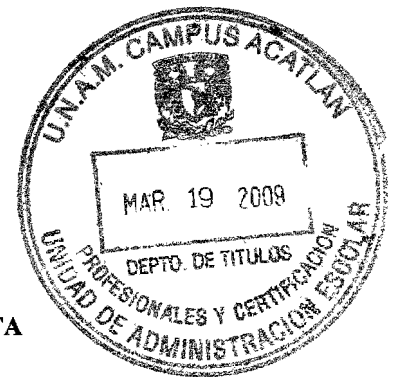
T E S I S

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
LICENCIADO EN DISEÑO GRÁFICO**

PRESENTA:

GLORIA NANCY MARTÍNEZ IBAÑEZ

ASESOR: LIC. MARÍA ELIZA SUÁREZ ZAVALA



Marzo, 2009.



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

DEDICATORIAS

A MI MAMÁ:

Gracias por ser mi guía, mi ángel guardián y un gran ejemplo a seguir. A pesar de que te fuiste hace ya varios años, sé que has seguido cada uno de mis pasos y que has estado a mi lado siempre. Agradezco tus consejos, tu apoyo y tu incomparable amor. Espero que en donde estés te sientas tan orgullosa de mí como yo me siento de ser tu hija.

A MI PAPÁ:

Este logro es una muestra más de lo que tu hija puede hacer, el cual quiero compartir contigo y espero que lo tomes como parte del pago que te debo por lo que me has dado. Ojalá algún día te des cuenta de lo que soy, de lo que he hecho y logres sentirte orgulloso de mí.

A MI HERMANA:

Quiero compartir contigo la culminación de una de mis metas ya que eres la persona que desde hace años se ha convertido en mi amiga, mi confidente, mi familia completa, quien se ha preocupado por mí y quien me ha inspirado para no darme por vencida. Te agradezco todo lo que me has dado y sobre todo, tu apoyo incondicional para hacer este sueño realidad. Eres a quien más quiero en este mundo y este triunfo es de las dos.

**A MI HERMANO, A GABY Y A MIS
SOBRINOS**

Aunque la distancia nos separa y no estemos juntos todo el tiempo, quiero compartir con ustedes parte de mis sueños porque me dan fuerza para seguir adelante.

A MI TÍA REYNA:

A pesar que desde hace tiempo las cosas han cambiado y las circunstancias nos han alejado un poco, sé que cuento contigo y quiero que formes parte de este momento.

A MI HERMANITA MARÍA ISABEL:

Por ser un angelito guardián que desde el cielo me cuida y que siempre estará presente en mis pensamientos y en lo que haga.

A LA UNAM:

Por tener el honor de pertenecer a esta gran escuela que me ha dado la oportunidad de llevar orgullosamente sus colores azul y oro.

A LA FES ACATLÁN:

Por ser el lugar en donde pasé momentos buenos, malos, desvelos, en donde encontré amigos y buenos compañeros y porque en ella pasé una etapa de mi vida difícil, llena de cambios pero en donde demostré lo que podía llegar a hacer.

A MIS MAESTROS:

A quienes agradezco darme las bases necesarias que cada semestre me fueron formando profesionalmente.

**A MI ASESORA
PROFRA. ELISA SUÁREZ ZAVALA:**

Gracias por aceptar asesorarme, por su apoyo, su tiempo y orientación para la realización de esta tesis. Admiro su dedicación y sus conocimientos que me han servido para lograr una de mis metas.

**A MIS SINODALES:
D.G. CÉSAR ANÍBAL TRÁNSITO LEAL
D. G. ANA FABIOLA GUTIERREZ GUZMÁN
D. G. ILIANA CORONA LÓPEZ
LIC. VÍCTOR CASTAÑEDA SALAZAR**

A quienes agradezco sus conocimientos, aportaciones y diferentes opiniones para que esta tesis fuera un mejor trabajo.

MANUAL BÁSICO DE ESCENOGRAFÍA
PARA TELEVISIÓN:

**MATERIAL DE APOYO PARA EL
DISEÑADOR GRÁFICO DEL ÁREA DE
MEDIOS AUDIOVISUALES**

ÍNDICE

	PÁG.
INTRODUCCIÓN	
CAPÍTULO I.- DISEÑO GRÁFICO Y SUS DIFERENTES ÁREAS	3
1.1 Concepto de Diseño Gráfico	4
1.2 Áreas del Diseño Gráfico	6
1.2.1 Envase y Embalaje	7
1.2.2 Ilustración	8
1.2.3 Informática	9
1.2.4 Material Didáctico	10
1.2.5 Medios Audiovisuales	11
1.2.6 Diseño Editorial	12
CAPÍTULO II.- LA ESCENOGRAFÍA A TRAVÉS DEL TIEMPO	14
2.1 Concepto de escenografía	15
2.2 Inicios de la escenografía en teatro y cine	17
2.3 La televisión como gran impulsora de la escenografía	36

CAPÍTULO III.- PRODUCTOS EDITORIALES Y SU APOYO A LOS

MEDIOS AUDIOVISUALES	46
3.1 Características y aportaciones de diferentes productos editoriales a la televisión	47
3.1.1 Libro	48
3.1.2 Revista	50
3.1.3 Folleto	52
3.1.4 Manual	54

CAPÍTULO IV.- PROPUESTA GRÁFICA: MANUAL BÁSICO DE ESCENOGRAFIA

PARA TELEVISIÓN	57
4.1 Teoría de la Comunicación	58
4.2 Método de Diseño: Método Sistemático para diseñadores de Bruce Archer	62
4.3 Desarrollo del método	64
4.3.1 Definición del problema	64
4.3.2 Programación	64
4.3.3 Obtención de información	65
4.3.3.1 Formatos	65
4.3.3.2 Tipografía	67
4.3.3.3 Reticula tipográfica	72

4.3.3.4 Contenido del manual:	77
- Capítulo 1.- Elementos de Diseño Gráfico aplicados en la escenografía	77
- Capítulo 2.- El equipo de producción y el escenógrafo	78
- Capítulo 3.- Planificación y producción de la escenografía	78
- Capítulo 4.- Unidades escenográficas básicas	79
- Capítulo 5.- El área de trabajo	80
- Capítulo 6.- La iluminación y su papel en la escenografía	81
4.3.4 Análisis de datos	82
4.3.5 Síntesis y Desarrollo	85
4.3.6 Comunicación y Solución	90
CONCLUSIONES	95
FUENTES DE INFORMACIÓN	97

INTRODUCCIÓN

El hombre siempre ha buscado la transmisión de las ideas a través de diversas técnicas y materiales que han ido modificándose de acuerdo a las características sociales que han afectado tanto a las ciencias como a las artes y humanidades.

El Diseño Gráfico desde sus inicios, ha creado infinidad de productos útiles para la sociedad con el objetivo de comunicar e informar, de aportar e influir y en el cual se han reflejado las visiones, que tanto el diseñador como el receptor, tienen acerca de la vida diaria. Puede ser a través de ilustraciones, de un libro, de un empaque, de un cartel o cualquier otro en donde se plasmen todas estas ideas.

Debido a la amplia gama de actividades que han surgido entorno a esto, el diseñador gráfico ha buscado adentrarse en cada una de ellas utilizando su creatividad y sus conocimientos para darle a los materiales, características funcionales y estéticas que hagan destacar al producto de los demás.

Una de las áreas más recientes es la de Medios Audiovisuales, que abarca cine, televisión y radio, convirtiéndose en una de las más solicitadas debido a que estos medios de comunicación llegan a toda clase de personas y se han vuelto indispensables en la vida cotidiana, por lo cual la competencia por destacar y permanecer en el gusto del público, en especial en televisión, ha ido más allá del contenido y de los presentadores del programa. Es muy importante darle a la emisión una imagen visual que invite al receptor a adentrarse en ellos y esto se hace a través de la escenografía.

El Diseño Escenográfico comprende la planificación y elaboración de un ambiente adecuado en donde los talentos desarrollarán una acción destinada. Debe de dar una idea precisa del espacio y tiempo que

se estén tratando por medio del uso de diversos elementos tanto visuales como corpóreos, por lo cual, la escenografía es el tema central de esta investigación y de la propuesta gráfica que tienen como objetivo principal mostrarle al diseñador gráfico una opción más dentro de la televisión en donde pueda desempeñar un gran papel como creador de escenografías y que al mismo tiempo lleve a la práctica los conocimientos adquiridos.

La manera en la que se darán a conocer los puntos básicos de la escenografía es a través de un manual, propuesta que servirá como material de apoyo para el diseñador gráfico del área de medios audiovisuales de la FES Acatlán ya que es un producto en donde se abarcan los conceptos y procesos de elaboración de manera sencilla y concreta antes de llevarlos a la práctica, conjuntando de esta manera dos áreas del Diseño Gráfico: los Medios Audiovisuales, por tener como base a la escenografía y el Diseño Editorial, por recurrir a uno de sus soportes para exponer la información, además de la aplicación de varios elementos como retículas, tipografía, entre otros, que servirán para hacer del manual un producto útil y funcional.

CAPÍTULO I

DISEÑO GRÁFICO
Y SUS DIFERENTES ÁREAS

CAPÍTULO I

DISEÑO GRÁFICO Y SUS DIFERENTES ÁREAS

En el presente capítulo se definirá el concepto de Diseño Gráfico y sus diferentes áreas para ubicar dentro de ellas a la escenografía y al manual e identificar cuáles se desarrollarán a lo largo de la investigación y de la propuesta gráfica.

1.1 CONCEPTO DE DISEÑO GRÁFICO

El mundo del Diseño Gráfico es muy amplio y complejo ya que abarca múltiples facetas que están ligadas a diferentes profesiones, conocimientos e incluso estilos de vida y no depende solamente de la creatividad del diseñador, sino también de las necesidades e intereses de la sociedad, siendo el objetivo principal comunicar o transmitir una idea con ayuda de diferentes técnicas, materiales y procesos de comunicación.

El autor Quentin Newark en su libro *¿Qué es Diseño Gráfico?*, presenta el siguiente concepto:

El diseño gráfico es la más universal de todas las artes. Nos envuelve comunicando, decorando o identificando; aporta significados y trasfondo a nuestro entorno vital. El diseño gráfico cumple distintas funciones. Clasifica y diferencia. Informa y comunica. Interviene en nuestro estado de ánimo y nos ayuda a formar nuestras emociones acerca del mundo que nos rodea. El padre del término “diseño gráfico” fue el americano William Addison Dwiggins, un próspero diseñador que trabajó con material publicitario en distintos formatos, desde carteles y panfletos hasta anuncios en periódicos y revistas. Dwiggins concebía al diseño gráfico exclusivamente como la organización de los materiales que debían pasar luego al papel.¹

¹ Newark, Quentin, *¿Qué es el Diseño Gráfico? Manual de Diseño*, Tr. Joan Escofet, Ed. Gustavo Gili, México, 2002, págs. 6, 10.

En el libro *Diseño* de Philip Rawson se presenta la siguiente definición:

El diseño es el medio por el que ordenamos nuestro entorno, remodelando los materiales para satisfacer nuestras necesidades y lograr nuestros propósitos. El diseño implica modificar las formas de los materiales existentes haciéndolos apropiados para lo que deseamos que hagan.²

Otra definición es la realizada por el autor Robert Scott en su libro *Fundamentos de Diseño* y dice:

Diseñar es un acto humano fundamental: diseñamos toda vez que hacemos algo por una razón definida. Ciertas acciones son no sólo intencionales, sino que terminan por crear algo nuevo, es decir, son creadoras. Tenemos ya, pues, una definición formal: diseño es toda acción creadora que cumple su finalidad.³

La última definición que se presentará para determinar lo que es Diseño Gráfico es la que hace Scott Vandyke en su libro *De la línea al Diseño*, en donde se menciona lo siguiente:

El **Diseño** es la resolución del problema. Involucra un proceso cíclico aunque progresivo de evaluación, síntesis y refinamiento de ideas de diseño. Sin embargo, diseñar no es meramente ingresar información y vomitar una solución. Corresponde más bien a una batalla creativa que a menudo se gana o pierde en las etapas iniciales del esfuerzo. El buen diseño se sustenta en conceptos sólidos y bien organizados para asegurarse la victoria. Estos conceptos son el resultado del proceso cíclico que es fundamental para la resolución de problemas de diseño.

El **Grafismo** es la visualización del proceso de diseño, desde la concepción hasta su culminación. Proporciona los medios a través de los cuales podrás evaluar, sintetizar y perfeccionar tus ideas con mayor eficacia. Representa una parte integral del diseño, no un producto acabado.

La significación de la relación diseño-grafismo consiste en que permite la *comunicación* de tus ideas rápida y eficazmente.⁴

² Rawson, Philip, *Diseño*, Tr. Alberto Villalba, Ed. Nerea, Madrid, 1990, pág. 10.

³ Scott, Robert, *Fundamentos de diseño*, Tr. Marta del Castillo de Molina y Vedia, Ed. Victor Lerú, Buenos Aires, 1975, pág. 1.

⁴ Vandyke, Scott, *De la línea al diseño. Comunicación, Diseño, Grafismo*, Tr. Iris Menéndez, 2da. ed., Ed. Gustavo Gili, México, 1986, pág. 8-9.

Concluyendo, que el Diseño Gráfico es seleccionar, crear y construir con diferentes elementos, un producto que tenga la finalidad de comunicar una idea, cumpliendo con las características de función y estética, es decir, que transmita y al mismo tiempo sea atractivo. El diseñador gráfico, quien es el encargado de llevar a cabo este trabajo, debe de ser capaz de poner en práctica sus conocimientos de acuerdo al producto que se va a realizar ya sea una ilustración, un logotipo, animaciones, escenografías o cualquier otro ejemplar de sus diferentes áreas.

1.2 ÁREAS DEL DISEÑO GRÁFICO

Debido a la amplia variedad de actividades que abarca el Diseño Gráfico, éste se divide en diversas áreas basadas en las necesidades del mercado. A pesar de esta división, todas las áreas están ligadas debido a que los procesos de diseño se aplican en cada una de ellas y varias de las técnicas utilizadas no son exclusivas de una sola sino que sirven para apoyar y hacer al proyecto interesante, propositivo, innovador y por supuesto, funcional.

La siguiente división fue hecha, desde hace ya algunos años en la licenciatura, dentro de la Facultad de Estudios Superiores Acatlán, para ofrecer a los estudiantes el dominio de una de las áreas y también para satisfacer las demandas sociales y del mercado, quedando en esta forma:

- Envase y embalaje.
- Ilustración.
- Informática.
- Material didáctico.
- Medios audiovisuales.
- Diseño editorial.

1.2.1 Envase y Embalaje.

El área de Envase y embalaje se refiere a la realización de contenedores o soportes tridimensionales para productos que van a ser puestos a la venta.

Los envases primarios son los recipientes que están en contacto directo con el producto, pueden ser botellas o bolsas y su finalidad es contener el producto (fig. 1). En algunos casos, como en los alimentos, sirven para mantenerlos frescos por un largo tiempo.

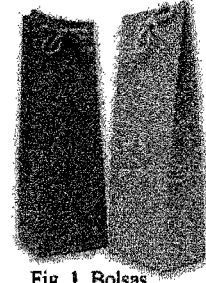


Fig. 1. Bolsas

La mayoría de las veces, el diseñador gráfico no interviene en la creación del primer envase, pero su trabajo se pondrá a prueba a la hora de realizar el envase secundario comúnmente señalado como empaque, es decir, el soporte o contenedor que mostrará las características de los productos y los hará competir con otras marcas en el mercado.

En el libro *¿Qué es el packaging?* de Giles Calver, se dan algunas referencias sobre la importancia del empaque:

En la actualidad al envase se le considera como una dinámica herramienta comercial capaz de destacar entre una multitud de ofertas con el fin de vender un producto. Desempeña un papel fundamental a la hora de asegurar que la percepción que el consumidor tiene de la marca quede reflejada en el envase y empaque. El papel de los envases se ha ido ampliando como respuesta al cambiante estilo de vida de los consumidores y desempeña distintos papeles: desde el puramente funcional al de defensor de la marca, lograr una distribución eficiente o diferenciar marcas y productos.⁵

⁵ Calver, Giles, *¿Qué es el packaging?*, Tr. Enrique Alda Delgado, Ed. Gustavo Gili, México, 2004, págs. 7-8.



Fig. 2. Diversos tipos de empaques y envases

Por último queda el contenedor terciario o embalaje, que servirá para el transporte y distribución del producto sin que sufra daños. Debe ser resistente y lo suficientemente grande de acuerdo al tipo de transporte y cantidades destinados.

El diseñador gráfico debe de tomar en cuenta todos estos aspectos para lograr cumplir con los objetivos planteados y llevar a cabo un gran trabajo. (fig. 2)

1.2.2 Ilustración

La Ilustración es una de las primeras manifestaciones artísticas de la humanidad (fig. 3). Para el Diseño Gráfico, la Ilustración se define como la visualización de las ideas plasmadas en algún soporte que servirán para comunicar un mensaje.

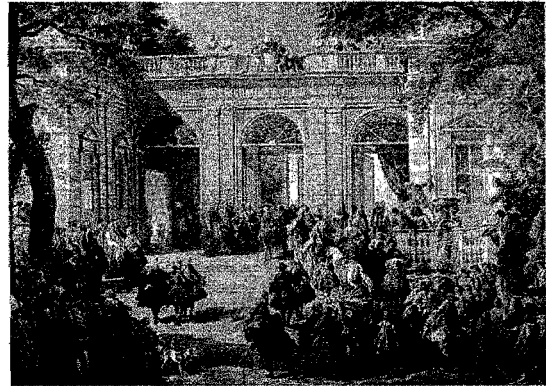


Fig. 3. Ilustración realista

En esta área lo que se busca es agregar más conocimientos de dibujo, color, utilización de técnicas y el uso de la computadora, entre otros.

El autor Quentin Newark dice lo siguiente:

La ilustración recupera la presencia de la persona, de un punto de vista individual y particular. Algunas ideas sólo pueden comunicarse a través de la ilustración – la parte del trabajo de un diseñador gráfico que mantiene vínculos más directos con el arte-. La ilustración se utiliza como una forma de contraste con la fotografía o, en algunos trabajos, como ayuda para una mejor comunicación y comprensión de los contenidos.⁶

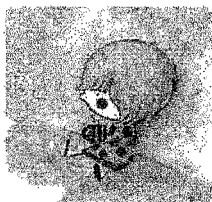


Fig. 4. Ilustración de tipo caricaturesco

La ilustración se ocupa en todas las áreas y es la base de cualquier proyecto de diseño, ya que para poder visualizar se necesita plasmar en papel las ideas. (fig.4).

1.2.3 Informática

El incremento en el uso de la computadora tanto como herramienta de trabajo como un pasatiempo, ha dado al diseñador gráfico otra oportunidad de explotar su creatividad al máximo y darse a notar con diferentes tipos de público.

⁶ Newark, Op.cit., pág. 86.

El área de Informática se refiere al uso de la computadora para la creación de animaciones, páginas web, gráficos para cine y televisión, entre otros y sirve como apoyo para todas las demás áreas. (fig. 5)

Actualmente es uno de los campos del Diseño Gráfico más importantes para la sociedad, debido a la existencia de infinidad de programas que facilitan la creación de proyectos.

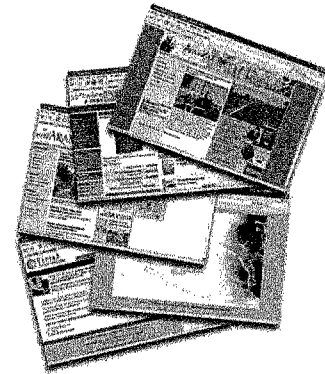


Fig. 5. Páginas web.

1.2.4 Material Didáctico

Se entiende por Material Didáctico al auxiliar para la enseñanza de conocimientos exigiendo una participación de los integrantes que lo ocupan. Su finalidad es facilitar la comprensión de hechos y conocimientos, motivando al aprendizaje y su fijación mental.



Fig. 6. Cd's, videos, rompecabezas, etc., funcionan como materiales de apoyo

Puede ser un material impreso, audiovisual o gráfico por lo que esta área se presenta en todas las demás, ya que el objetivo general del Diseño Gráfico es comunicar a través de un material o de un producto, un mensaje. (fig. 6)

Estos materiales pueden dirigirse a cualquier tipo de público adecuándose a las necesidades y características para el cuál va dirigido, utilizando teorías psicológicas, pedagógicas y didácticas.

1.2.5 Medios audiovisuales

El área de Medios Audiovisuales ofrece al Diseñador Gráfico el incursionar en televisión, cine e incluso radio, ya que los conocimientos que se adquieren permiten conocer las bases teóricas y prácticas pertenecientes a cada uno de ellos. No sólo se trata de hacer gráficos, sino también lograr un gran impacto visual a través de diversas imágenes, composiciones, escenografías y propuestas en contenidos. (fig. 7)

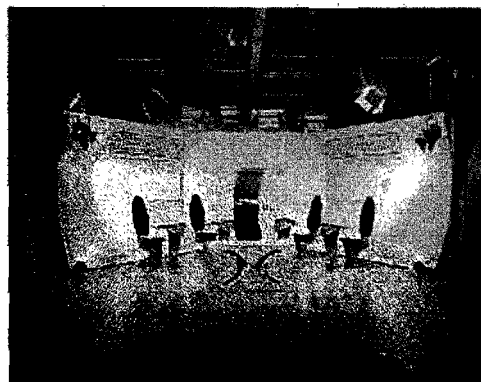


Fig. 7. Escenografía para programa de televisión.

El autor Rafael Ráfols en su libro *El Diseño Audiovisual*, habla de la importancia del diseño en esta área y menciona lo siguiente:

La función principal del diseño es resolver problemas comunicativos y, al parecer, en el audiovisual hay cuestiones que sólo pueden resolverse con la utilización del diseño. El diseño audiovisual es la más joven de las disciplinas del diseño. Nació con el cine, se desarrolló con la televisión y alcanzó su plenitud con la informática. Es un medio de comunicación y creatividad que ha crecido. Su objetivo es buscar soluciones a problemas comunicativos ligados a medios que utilizan la imagen como forma natural de transmisión de contenidos.⁷

Los medios de comunicación llegan a toda clase de público, por lo que es importante conocer sus características para poder atraer el interés y tener un mayor dominio, por lo que el diseñador gráfico esta capacitado para adentrarse en esta área que no se desliga de las demás, ya que se necesitan conocer diversos estilos y técnicas para realizar una producción audiovisual.

⁷ Ráfols, Rafael, *El Diseño Audiovisual*, Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 2003, pág. 9.

En el Capítulo 2 de esta investigación se conocerá el concepto y la historia de uno de los elementos principales en una producción y el cual es el centro de la propuesta gráfica: la Escenografía, la parte que dará a un proyecto de teatro, cine o televisión, una imagen visual atractiva que hará una invitación al receptor para adentrarse en él.

1.2.6 Diseño Editorial



Fig. 8. Libros, revistas y manuales.

El área de Diseño Editorial se refiere a la creación de cualquier material impreso, ya sea un cartel, un folleto, un libro, un manual o una revista. (fig. 8)

El papel del diseñador gráfico consistirá en aplicar y distribuir elementos como tipografía, color e imágenes en un determinado formato que estará ligado, como cualquier proyecto de diseño, a las necesidades comunicativas del cliente o del público al que va dirigido.

En esta área lo que se busca es que el receptor conozca diversos temas, autores, géneros, eventos, entre otros, que ayuden a la divulgación de diferentes mensajes que sean útiles en la vida diaria y que al mismo tiempo sean atractivos, por lo que en el Capítulo 3 se definirán algunos productos editoriales que ayudarán para la elección y la realización de la propuesta gráfica ya que se expondrán las características y aportaciones que cada uno de ellos ofrece.

Después de haber mencionado las características de cada una de las áreas del Diseño Gráfico se concluye que a lo largo de la investigación y de la propuesta gráfica se desarrollarán el área de Medios Audiovisuales, por abarcar un tema perteneciente a ésta que es la Escenografía para televisión y el área de Diseño Editorial ya que se utilizará uno de sus soportes para la presentación y exposición del tema además de recurrir al uso de algunos elementos necesarios para su elaboración con la finalidad de crear un material funcional que ofrezca información útil para el diseñador gráfico así como, explorar una actividad que puede desempeñar profesionalmente.

CAPÍTULO II

LA ESCENOGRAFÍA
A TRAVÉS DEL TIEMPO

CAPÍTULO II

LA ESCENOGRAFÍA A TRAVÉS DEL TIEMPO

En el presente capítulo se definirá el concepto de escenografía, sus inicios, evolución y diferencias en teatro, cine y televisión, presentando a este último medio como el promotor del desarrollo de la escenografía a través de programas pertenecientes a los diferentes géneros televisivos planteando las características de cada uno de ellos con el objetivo de identificar las diferencias existentes en los diseños escenográficos.

2.1 CONCEPTO DE ESCENOGRAFÍA

La escenografía es un elemento visual que se utiliza para crear un ambiente adecuado en una producción, así cuando estamos sentados disfrutando un programa de televisión, una película o una obra de teatro, siempre se tiene una impresión de la realidad.

El autor Raymond Bravo, en su libro *Producción y dirección de Televisión* define a la escenografía de la siguiente manera:

La escenografía desempeña un papel de máxima importancia en el mensaje o expresión artística que se pretende destacar, dará una idea precisa del clima, ambiente, época y características de la acción descrita en el libreto.⁸

En el libro titulado *Diseño escenográfico para televisión* de Gerald Millerson se presenta el siguiente concepto:

⁸ Raymond Bravo, *Producción y Dirección de Televisión*, Ed. Limusa, México, 1993, pág.101.

El Diseño escenográfico es un arte que tiene una base muy amplia. La escenografía debe proporcionar un entorno de trabajo de cámara, la iluminación y el sonido y ha de permitir que todo el equipo de producción pueda trabajar con eficacia. En la mayoría de los casos el diseño escenográfico no es cuestión de crear decorados impresionantes sino un entorno apropiado que proporcione imágenes persuasivas y significativas.⁹

Para Artis Gener, la escenografía se describe de la siguiente manera:

Escenografía es, una arte versátil que puede expresarse usando distintos elementos y sirviendo de fondo en la acción dramática. Exige una perfección absoluta y constatamos a diario esa necesidad. Es ya un axioma que un decorado que esté mal ejecutado impresiona la mente del espectador hasta constituir obsesión. Un decorado perfecto, no llama la atención del espectador. Esta es, quizás, la perfección escenográfica. El decorado no puede distraer la atención del drama. Acompañarla es su exacta misión.¹⁰

Por lo que se entiende que la escenografía es la conjunción del espacio con diversos elementos tanto visuales como corpóreos, es decir, que cada uno de los objetos como paredes, cuadros, floreros, etc., que se observan en el escenario están acomodados de tal manera que provoquen en el receptor una ilusión de la realidad de acuerdo al tipo de producción, lo que hace posible transportarse a un lugar, una época o simplemente hacer atractivo un programa.

El diseño de este elemento dependerá de la visión del escenógrafo, del productor y director, así como de las características del proyecto como son el público al que va dirigido, horario, tiempo y presupuesto y variará de una manera notable de acuerdo al medio que se utilizará ya sea en teatro, cine o televisión, ya que cada uno de estos es diferente y se trabaja de distintas maneras con el espacio, por ejemplo, la escenografía en teatro es construida y pintada en planos y con perspectivas

⁹ Gerald Millerson, *Diseño escenográfico para televisión*, Tr. Eduardo Hernández Vilaamil, Instituto Oficial de Radio y Televisión, España, 1984, págs, 23,24.

¹⁰ Artis Gener, *La escenografía en el teatro y cine*, Ed. Centauro, México, 1947, pág.10.

para crear la sensación de realidad y está diseñada para entrar y salir del escenario durante cada acto y para un público que observará el trabajo directamente; mientras que la escenografía en cine y televisión son totalmente diferentes a la anterior, ya que aquí se utilizan estudios para lograr un ambiente con escenarios contruidos en los que los actores desarrollen la acción sin que el equipo tenga problemas de iluminación y espacio entre muchos otros factores.

Aún así, entre estos dos medios existen diferencias en relación al diseño escenográfico ya que actualmente para cine se buscan locaciones y los elementos que se utilizan son reales y en televisión se crea un entorno adecuado en un estudio que muchas veces no necesita presentar una época o lugar definido sino únicamente que concuerde con las características del programa, por lo tanto, los decorados son ficticios ya que son contruidos y ambientados para verse a través de la cámara y finalmente en una pantalla.

2.2 INICIOS DE LA ESCENOGRAFÍA EN TEATRO Y CINE

La evolución de la escenografía está estrictamente ligada a las diferentes corrientes artísticas, modas y avances tecnológicos que a través del tiempo han destacado por el uso de diversas técnicas y materiales, los cuales han influido en la sociedad y por lo tanto en cualquier expresión artística.

La escenografía como todas las artes, ha sido un reflejo del tiempo. Tanto los decorados como el propio espacio escénico han sufrido cambios para crear en la audiencia una visión más interesante de una acción, proporcionando un entorno adecuado para la realización de la misma.

El arte de la escenografía nació con el teatro y tiene sus raíces en la antigua Grecia. La cultura griega brilló de forma extraordinaria en las actividades humanas basadas en el antropocentrismo, es decir, considerando al hombre como el centro del universo y la medida de todas las cosas, la racionalidad y el perfeccionismo, generando grandes aportaciones tanto en las ciencias como en las artes y por lo cual han alcanzado la universalidad. Su literatura, constituida en sus inicios por poemas épicos o epopeyas, dio paso a la poesía lírica (temas sobre sentimientos y pasiones) y junto con este género surgió la poesía dramática o teatro de origen religioso. Estas representaciones teatrales se llevaban a cabo durante las fiestas dedicadas al dios Dionisio, considerando esto como el antecedente histórico más remoto del espacio escénico y del uso de decorados, los cuales eran casi inexistentes ya que la recitación de los actores, el vestuario y las máscaras creaban el ambiente de la acción.

El autor Netzahualcoyotl Galván refiere algunos aspectos acerca de las representaciones de aquella época:

Las dionisiacas se celebraban en las laderas del santuario, al sur de la Acrópolis ateniense, donde bajo el templo que cubría la imagen del dios, se extendía una explanada en forma de terraza en la cual se encontraba el ruedo para la danza (orquesta) cuyo centro era ocupado por el representante del dios y servía de eje para la evolución de los bailarines que danzaban a su alrededor y ante los cuales formando un segundo anillo, disponíanse los espectadores. La leyenda narra y ubica el año 534 a. de C. como el nacimiento de la tragedia y de la disposición frente a frente del espacio escénico, atribuyéndolo a Tepsis, actor ambulante de Icaria, quien dio origen a la dualidad auditorio-foro. Frenicio discípulo de Tepsis, incluyó el uso de máscaras que indicaban el sexo del personaje, lo que obligó al cambio de vestuario generando con ello entradas y salidas de los actores, creando la necesidad de contar con algún elemento tras el cual realizar los cambios de vestimenta o desaparecer al personaje, para lo que se dispuso de construcciones a manera de muro o tiendas de tela (skena) en la parte trasera del espacio escénico, delimitando así su profundidad que se denomina desde entonces "escena" o "escenario" y que se refiere específicamente al lugar para efectuar representaciones.¹¹

¹¹ Netzahualcoyotl Galván Robles, *El espacio escénico (una semblanza histórica del escenario)*, UNAM-ENAP, México, 1992, págs.2,3.

Uniéndose a estos datos, nuevamente el autor Artis Gener menciona lo siguiente:

Una tarima de una altura aproximada a 1.50 metros constituía el proscenio en el cual trabajaban los actores. Detrás del proscenio estaba la escena que ostentaba tres puertas. A ambos lados se colocaban las decoraciones que, de acuerdo con el asunto de la obra, representaban casas, o árboles, o calles. Esta es la primera manifestación real de la escenografía. Podía constituirlos objetos o bien pinturas.¹²

Así el escenario del dios Dionisio en Atenas (fig.9) puede considerarse como el prototipo arquitectónico de los teatros helénicos.

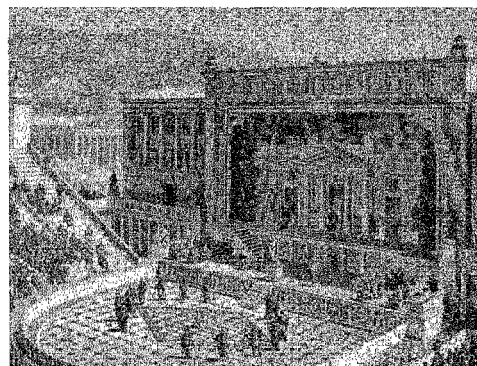


Fig. 9. Escenario del dios Dionisio.

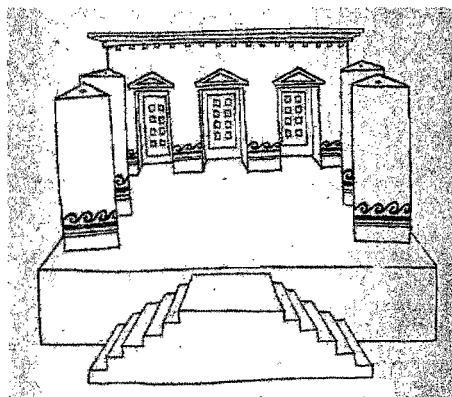


Fig. 10 Periacto

Las representaciones de Esquilo fueron las primeras en introducir el uso de decorados. Posteriormente se realizó una modificación, esto a través del **periacto** (fig.10), que consistía en un aparato prismático de tres o cuatro caras que hacía posible cambios de decorado, ya que se pintaban paisajes diferentes en cada una de sus caras que servían como fondo de una escena y para cambiarlo hacía girar el prisma que era sustentado por un eje vertical. El periacto se utilizó en obras de Agatarco y Sófocles como Edipo Rey (430 a. C.)

¹² Gener, Op.cit., págs. 17,18.

en la que el prisma que se situaba a la derecha representaba el distrito de la ciudad y el de la izquierda mostraba en perspectiva el camino por donde entraban los personajes que venían de Delfos.

De Grecia el teatro pasó a Roma. Las primeras representaciones romanas eran imitaciones de las griegas. Posteriormente el teatro adquirió personalidad y con el apoyo del Estado llegó a interesar a grandes masas, por lo que en todas las ciudades se debía incluir un teatro en su proyecto urbanístico. Con la construcción de ellos, se hicieron modificaciones al espacio escénico integrando al escenario un muro ornamentado que era utilizado como fondo para la representaciones y también en algunas ocasiones se elaboraban escenografías pintadas en forma realista que para los efectos de las mismas y para el uso de personajes se tenían incluidas de tres a cinco puertas que permanecían ocultas tras una gran cortina que al iniciarse el espectáculo caía en una ranura excavada en el suelo.

Aún con todo lo que Roma desarrolló el espacio escénico la significación cultural que el teatro tuvo en Grecia no tuvo lugar aquí, ya que para los romanos el teatro resultó ser el punto de reunión para la sociedad y los políticos, teniendo como consecuencia que las representaciones teatrales decayeran ante los espectáculos circenses llevados a cabo en los anfiteatros, que eran construcciones impresionantes hechas para mostrar la grandeza y el poder del Imperio. Un ejemplo es el Coliseo (fig11), donde se presentaban combates de gladiadores, carreras de carros y espectáculos o batallas con animales, por lo que el teatro murió y a partir de entonces el recinto escénico fue el espacio abierto.

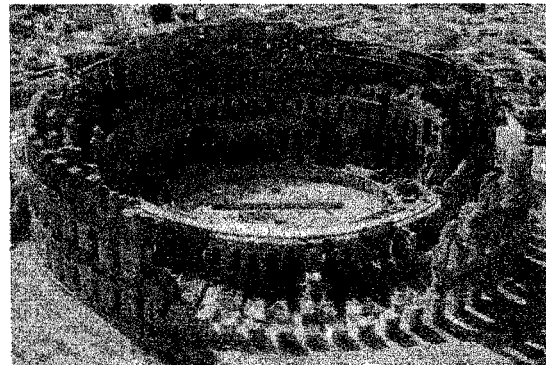


Fig. 11. Ruinas del Coliseo Romano

Con la caída del Imperio Romano se inicia otra etapa en la historia conocida como Edad Media, caracterizada por su ideología teocentrista en donde se consideraba a Dios como la base de todas las cosas, por lo que las ciencias, la política y las artes estaban estrictamente ligadas a la religión.

Esto provocó un estancamiento a nivel intelectual, ya que sólo unos cuantos miembros de la Iglesia habían tenido acceso a la educación y por lo tanto tenían la transmisión de conocimientos en sus manos.



Fig. 12. Pintura de las actividades en interior de la Iglesia.

En su afán por explicar a los fieles, mayoritariamente incultos y analfabetas, los misterios de la fe, se dieron a la tarea de crear escenificaciones tratando pasajes del Nuevo Testamento tales como el Nacimiento, La Pasión de Jesucristo, la Adoración de los pastores, entre otros, teniendo como escenario el interior de las iglesias, en el coro o parte central de la nave, por lo que no había decorados, interviniendo solo algunos elementos ambientales.(fig.12).

Estas obras se fueron haciendo más largas y espectaculares, ya que se podían constituir por hasta 40 dramas y también porque se empezaron a utilizar objetos decorativos como los elementos que hacían bajar de los techos, esto con la finalidad de hacer más reales e impresionantes las escenificaciones bíblicas por lo que fue necesario llevarlos a espacios más amplios como los patios conventuales y los atrios de las iglesias.

A pesar de que las representaciones de tipo religioso constituyeron el teatro medieval por excelencia, también existió un teatro profano, considerado así, en especial por la Iglesia, porque los ángeles, vírgenes y santos dejaban de ser los protagonistas para dar paso a personajes más terrenales y comunes. Tenían lugar en los salones de la corte o en las plazas de los pueblos y generalmente se llevaban a cabo para celebrar algún hecho importante como alguna victoria bélica. Para este tipo de representaciones la escenografía consistía en una tarima levantada sobre el nivel del suelo, utilizando como fondo en algunas ocasiones, una cortina decorada con temas relacionados a la obra (fig.13), ya que lo único que se buscaba era el entretenimiento del público, en su mayoría señores feudales y caballeros.

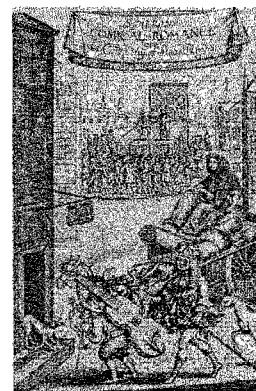


Fig.13. Dibujo de las representaciones que se llevaban a cabo en las plazas.

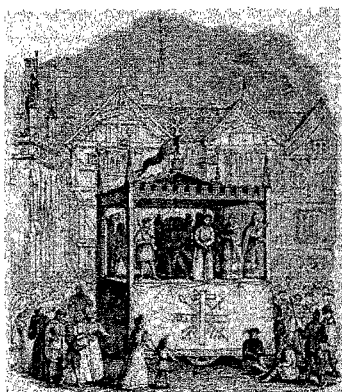


Fig.14. Carreta-escena.

Otro escenario del medioevo fue la carreta-escena (fig.14), la cual tenía sus cuatro lados pintados con temas distintos en cada uno de ellos y eran colocados frente al público de acuerdo con la acción del drama. Esto resultaba ser demasiado costoso, por lo que en Inglaterra resolvieron el problema de manera económica, no había decorados, había un fondo creado con cortinas y un cartel en el que se explicaba el lugar de la acción a pesar de que la mayoría de la gente no sabía leer, constituyendo así la escenografía.

Nuevamente el autor Netzahualcoyotl Galván menciona varios aspectos importantes sobre el espacio escénico medieval:

Al ganar el espacio abierto, surge un teatro procesional en el que la representación se disponía en forma de cortejo mediante el uso de carros o plataformas que aparecían en sucesión, regida su continuidad según las necesidades del hecho a narrar. Esto permitía al público deambular de escenario en escenario o aceptar el orden procesional de los carros. Así en la Europa medieval el espacio escénico se daba en cuando menos tres formas. Mientras en las regiones de lengua alemana se desarrollaba un escenario de escenas fijas y continuadas, en otras mas mediterráneas, se mantenía la procesión de carros, en tanto que en Inglaterra se dispusieron de templetos fijos y previamente seleccionados lugares de la localidad, lo que obligaba a los espectadores a recorrer la ciudad para totalizar la representación, formas que se diferenciaban por la disposición de los escenarios, pero que mantenían en común la calidad de pequeños foros (plataformas de construcción circunstancial que albergaba escenas aisladas en ninguna de las cuales se realizaría la totalidad de la representación).¹³

Poco a poco el teatro que ya era considerado como una expresión artística popular, paso de ser realizado en las calles y plazas a salas y jardines de los palacios pertenecientes a la aristocracia. Se hacían construir lujosos y complicados escenarios para realizar representaciones teatrales y en la medida en que estos escenarios eran más extravagantes y lujosos, les otorgaban mayor admiración y popularidad pero eran retirados una vez terminado el festejo por el cual se habían llevado a cabo. De esta manera se llega al Renacimiento.

El Renacimiento fue un movimiento cultural europeo surgido en Italia, entre los siglos XIV y XVI su nombre se debe a que se retomaron los elementos de la cultura grecorromana clásica especialmente del arte.

¹³ Galván, Op.cit., pág.7.

Hubo cambios intelectuales, científicos, ideológicos y sociales. Lo más característico de esta época es la separación entre lo cívico y lo religioso, es decir, que nuevamente el hombre es el eje para el desarrollo de todas las cosas haciendo a un lado el poder absoluto de la Iglesia.

El interés por el arte llevó a un gran desarrollo de la arquitectura, la pintura y el teatro, que se conjuntaron para dar nacimiento al término escenografía, es decir, a la planeación, la carpintería y el maquinismo para una puesta en escena.

Durante este periodo son construidos los teatros gracias a las clases eruditas que junto con su necesidad de dar a conocer distintas obras sin que hubiera alguna festividad para hacerlo, impulsaron la realización de un lugar permanente, teniendo como consecuencia el Teatro Olímpico de Vicenza (fig.15), que fue construido en un principio por el arquitecto Andrea Palladio y terminado por Vicencio Scamozzi, teniendo gradas en trece niveles en forma elíptica, un escenario de madera y la escenografía consistía en que la decoración estuviera

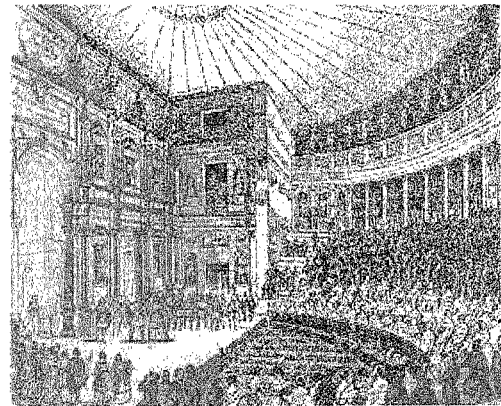


Fig. 15. Interior del teatro olímpico de Vicenza.

según las reglas o cánones artísticos de la perspectiva lineal con columnas, bajorrelieves, estatuas y cornisas que adornaban la fachada escénica, además de foros pintados en perspectiva y el piso inclinado ligeramente hacia el público para remarcar la ilusión de profundidad que fue muy apreciada en esta época.

Artis Gener menciona el surgimiento y el uso de la perspectiva en la escenografía renacentista:

Un escenógrafo italiano, Bramante, fue el descubridor de los teatros en perspectiva. Bramante se dio cuenta de que el escenario, a pesar de sus dimensiones reducidas, debía contener edificios, calles y plazas, bosques y campiñas. El nuevo arte resolvía el problema. Las líneas convergentes todas a un punto situado en el centro del escenario, creaban la ilusión óptica que podía aprovecharse. Los edificios colocados en diversos planos y cada uno de ellos de tamaño más reducido que el precedente daban una exacta tercera dimensión al escenario. Claro está que no todo eran ventajas en el nuevo método. Un actor que marchara hacia el fondo de la escena delataba la trampa de la misma, ya que su figura no se reducía de tamaño en la misma proporción de la escenografía.¹⁴

Además en este periodo la geometría y otras ramas de las matemáticas ocuparon un lugar esencial en la nueva concepción de la cultura, se hizo a un lado el arte puramente lineal y se buscó la introducción de la forma tridimensional.

A partir de la segunda mitad del siglo XVI se empiezan a generar numerosas guerras debido a la supremacía política y económica de varios países europeos. Algunas de estas guerras tuvieron motivos religiosos.

A pesar de esto, el arte en cada una de sus expresiones, sobresalió con algunas modificaciones, pero llegando a un nivel superior.

Surge el famoso teatro isabelino, su nombre se debe a que se desarrolló durante el reinado de Isabel I a finales del siglo XVI, teniendo como representantes literarios a Shakespeare y Moliere, quienes llevaron sus obras a la representación conjuntando su trabajo con los escenógrafos Mahelot y Laurent, quienes crearon decorados de tela pintada.

¹⁴ Gener, Op. Cit. Pág.20.

En cuanto a los lugares para representaciones, en España surgen los “corrales”, mientras que en Inglaterra sobresalió “el Globo”(fig.16), que fue el más renombrado de todos los recintos, ya que era un edificio octagonal de tres pisos dispuestos alrededor de un patio tomando uno de sus lados para poner un entarimado elevado, llevando a la escenografía hasta la exageración barroca tan grata para la nobleza. (fig. 17).

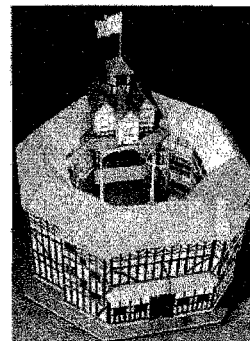


Fig.16 Maqueta “El Globo”

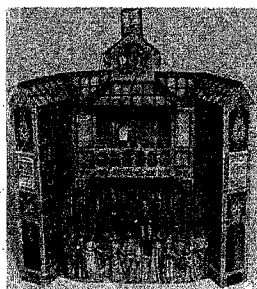


Fig.17. Interior del Globo.

Las tendencias en los decorados de los teatros creados por y para la gente adinerada, estaban ligadas a las características generales del Barroco, en donde se buscaban el movimiento, la energía, la perspectiva, el manejo del espacio y los contrastes para realzar los efectos escenográficos.

También existió un tipo de teatro que se le podía considerar como cortesano, que tenía lugar en los salones de la corte. La escenografía era similar a la del teatro medieval: un espacio escénico elevado con decorados que constaban de un telón de fondo y cuatro bastidores laterales a cada lado, que se colocaban más separados cuanto más cerca estaban del espectador y más juntos cuanto más lejos, produciendo una sensación de profundidad. Cabe señalar también que el concepto de simetría regía el espacio escénico tanto para los elementos que lo formaban como para la decoración de los mismos.

En este periodo también hace su aparición la ópera, un género en el que se combinan el canto, la declamación y hasta el baile en una puesta en escena. La primera obra considerada en este género

data aproximadamente del año 1597, esta fue Dafne, seguida por Eurídice, ambas escritas por Jacopo Peri.

La ópera impulsó de manera impresionante a la escenografía, teniendo su apogeo desde finales del siglo XVII hasta principios del XVIII ya que las escenografías construidas con suficientes recursos afrontaban las necesidades y exigencias de los libretos, además de poner a prueba la originalidad y personalidad de los artistas dedicados a la creación de la atmósfera escénica haciéndola vistosa y espectacular, por lo que poco a poco la decoración fija (creada por Bramante) fue transformándose en móvil, regresando también al sistema de prismas de la antigua Grecia, renovando aquella aportación ya que en lo que se mostraban unas caras del prisma, en otras se hacían modificaciones aumentando infinitamente las posibilidades de cambios de decorados.

Durante esta época surgieron grandes escenógrafos como Torelli, Futtentbach y Fernando Galli-Bibiena, este último, introdujo la perspectiva oblicua o pictórica, de forma que los elementos de la escenografía no solo se vieran de frente sino que ofrecieran aspectos desde diferentes ángulos.(fig.18)



Fig.18. Pintura de escenografía creada por Galli-Bibiena.

Este tipo de escenarios realistas fueron utilizados a partir de esta época hasta la primera mitad del siglo XIX, sin modificaciones sobresalientes, sólo la introducción de la luz de gas a la escena.

Las grandes transformaciones ocurridas a partir del siglo XVIII alcanzaron también el terreno de la técnica. Se efectuaron a mediados de ese siglo un conjunto de cambios que modificaron la vida del hombre. Este proceso inicialmente fue en Inglaterra y más tarde se extendió a los Estados Unidos, Francia, Alemania y otros países y ha sido denominado como Revolución Industrial que trajo beneficios materiales y sociales para los habitantes, ya que sus adelantos les proporcionaron nuevos bienes que elevaron su nivel de vida y se crearon un gran número de ocupaciones útiles para el hombre moderno, sustituyendo la producción con mano de obra por maquinaria. Las primeras transformaciones fueron entre 1760 y 1860 cuyas fuentes de energía fueron el carbón y el vapor de agua; la segunda etapa fue entre 1860 y 1914 que estuvo basada en la máquina de combustión interna y la electricidad, esta última fue introducida a las representaciones teatrales ya que aportaba grandes ventajas como la exaltación de los colores, proyección de sombras y creación de volúmenes. Los avances de la escenografía teatral no han sufrido cambios relevantes hasta la fecha.

Uno de los más grandes inventos, ya en el siglo XIX fue el cinematógrafo, creado por los hermanos Lumiere, el cual capturaba el movimiento por medios mecánicos y luminosos, plasmados en una película, en sus inicios en blanco y negro, basados en el desarrollo del daguerrotipo y la fotografía.

El cine fue oficialmente inaugurado en París, el 28 de diciembre de 1895 y consistió en una serie de imágenes documentales. Las películas más antiguas fueron las llamadas “vistas” que eran de 15 a 60 escenas reales que mostraban eventos cotidianos y no tenían argumento. La misma sociedad al estar cansada de la vistas, dejó de interesarse en ellas, por lo que se comenzaron a crear películas que contaban alguna historia.

Uno de los primeros cineastas fue Georges Méliés, quien comenzó con el uso de elementos de decorado para crear el ambiente de su obra “Un viaje a la Luna” (fig. 19), de 1902 en donde se construyeron elementos futuristas como cohetes y un imaginario mundo viviente en el espacio para hacer la idea más clara y por supuesto innovadora. Este film solo tenía una duración de 15 minutos.



Fig. 19. “Un viaje a la Luna”

A partir de ahí, el cine se fue convirtiendo en un arte complejo que necesitaba mostrar una estructura visual apegada a la realidad de la historia, además se vio influenciado por las corrientes artísticas que surgieron debido a los movimientos sociales que se llevaron a cabo en esa época como la Primera Guerra Mundial, en los comienzos del siglo XX entre 1914 y 1919, con la participación directa e indirecta de numerosos países que intervinieron en ella.

Después de esto, surgieron grandes escuelas y corrientes que se desarrollaron en el arte, la arquitectura y el diseño y por lo que la escenografía fue adoptando elementos de cada una de ellas.

Dan Bont menciona el proceso de cambio a partir de este periodo:

Las artes se han ido despojando progresivamente de elementos innecesarios y en lugar de representar literalmente, trata de sugerir por medio de líneas, volúmenes y colores simples y poco modulados, suprimiendo el detalle excesivo y el virtuosismo en la ejecución de los escenógrafos. Esta transformación y las nuevas tendencias que tanto afectan a la arquitectura como a todas las artes y especialmente a las del diseño, se deben a Walter Gropius; éste, como reacción al desolado Expresionismo posterior a la Gran Guerra y para que éste no influyese sobre todas las artes, creó en Weimar una Escuela de Arquitectura y Artes aplicadas, que luego en Dessau tomó el nombre de

“Bauhaus” a lo que se incorporaron Kles, Kandinsky y otros artistas que han contribuido notablemente al desarrollo del arte moderno.¹⁵

La Bauhaus (fig.20) sostenía que el arte debía responder a las necesidades de la sociedad y que no debía de haber una distinción entre las bellas artes y la artesanía utilitaria. También que la arquitectura y el arte debía responder a las necesidades e influencias del mundo industrial moderno y que un buen diseño debía ser agradable en lo estético y satisfactorio en lo técnico. Su estilo se caracterizó por la ausencia de ornamentación en los diseños, haciendo más funcionales los decorados.



Fig.20. Cartel.

Casi al mismo tiempo se desarrolló el Expresionismo (1905-1925), un movimiento artístico surgido en Alemania. Se entiende como una acentuación o deformación de la realidad. Los elementos más característicos de las obras de arte expresionistas son el color, el dinamismo y el sentimiento, la finalidad no era reflejar el mundo de manera realista y fiel sino romper las formas y transmitir las emociones y los sentimientos más profundos.



Fig.21. “El Gabinete del Dr. Caligari”
de Robert Wiene.

El expresionismo fue una de las corrientes que más se vinculó al cine. “El Gabinete del doctor Caligari” (fig.21) en 1919 dirigida por Robert Wiene, es una cinta considerada como el film expresionista de la historia en donde los decorados distorsionados crean una atmósfera amenazante. Los

¹⁵ Dan Bont, *Escenotécnicas en teatro, cine y tv. Artes visuales en escenarios y estudios.* LEDA, Barcelona, 1981, pág. 10.

responsables de la escenografía fueron Walter Rorig, Walter Reimann y Hermann Warm. El expresionismo de esta película se funda en la interpretación subjetiva del mundo de los personajes. La película se caracteriza por la estilización de los decorados que se representan como si fueran una maqueta o cartones pintados superpuestos para crear ilusiones, además con la iluminación se enfatizan sombras oscuras y contrastes.

Otra cinta fue “Nosferatu” (fig. 22) de 1922, dirigida por F. W. Murnau, en donde se trabaja el género de terror en la cual la escenografía, creada por Albin Grau, plasma el mundo que define al personaje y lo que provocará en la historia.



Fig.22. Nosferatu.

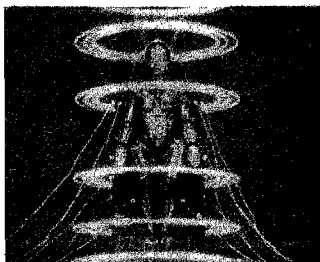


Fig.23. Metrópolis

Por último esta “Metrópolis” (fig.23) también un filme alemán de ciencia ficción, dirigida por Fritz Lang y que se considera como uno de los máximos exponentes del expresionismo alemán en las artes cinematográficas.

La historia se desarrolla en el año 2026 en una ciudad del mismo nombre, que fue creada basándose en las reglas o cánones artísticos de la época y en el art decó (fig. 24) en donde hay una importante geometrización de las formas, influencias maquinistas y materiales como aluminio y acero inoxidable entre otros y su significación gira en torno al progreso, el ordenamiento, la ciudad y lo urbano por lo que todos los decorados de esta película fueron creados con todas estas características.



Fig.24. La ciudad del 2026 “Metrópolis”

La innovación también fue hecha por los cineastas de la URSS, donde las películas no sólo eran hechas para entretener sino también para instruir a las masas en los alcances políticos y sociales de su nuevo gobierno.

El cine soviético usaba el montaje, complicadas técnicas de edición y elementos decorativos para crear una metáfora visual que afectaría las emociones del receptor, teniendo al teórico y cineasta Sergei M. Eisenstein como el representante más importante con su cinta **“El acorazado Potemkim”**(fig.25) la cual tuvo un gran impacto en el mundo entero.

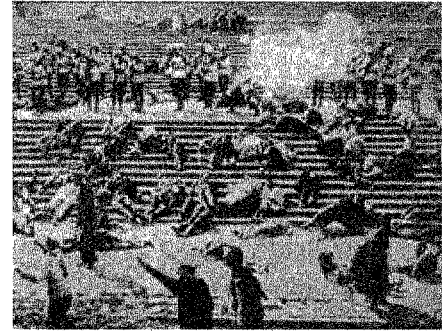


Fig. 25. Escena de la película el Acorazado Potemkim



Fig. 26. “The Kid” (el chico).

En Estados Unidos, el cine se consolidó con la creación de los primeros estudios profesionales en Hollywood, que permitieron la realización de películas que usualmente incluían una aventura, una comedia o un melodrama, sobresaliendo las obras realizadas con el actor Charlie Chaplin (fig.26) en donde se conjuntaba la fantasía con la realidad por lo que los decorados cobraron gran importancia y surgió así la escenografía realista y la escenografía abstracta creada en estudio con la finalidad de estimular la imaginación del espectador.

El cine también hizo su debut en México, el 6 de agosto de 1896 durante el mandato del presidente Porfirio Díaz, ocho meses después de su aparición en París. México fue el primer país de América Latina en disfrutar del nuevo medio. En un principio, cumplía con las mismas características, películas sin argumento, mostrando actividades cotidianas, especialmente del presidente y de la clase

alta, pero fue hasta años más tarde que el cine cobró mayor importancia debido a los sucesos ocurridos en el país y en el mundo entero, por lo que el cine se vio influenciado por las corrientes artísticas surgidas en Europa, destacando la intervención del cine ruso en la creación de las imágenes que caracterizaron al cine mexicano.

Eisenstein estuvo en México de 1930 a 1932 con el fin de filmar “*¡Que viva México!*”, la cual no pudo ser concluida pero su estética visual tuvo gran aportación en el cine nacional, los paisajes, las nubes fotogénicas y la exaltación del indigenismo fueron tres elementos sobresalientes de esta propuesta y a partir de ese momento los cineastas, junto con los escenógrafos buscaron destacar los elementos que caracterizarían sus obras.

Años más tarde, las grandes potencias se vieron envueltas en la Segunda Guerra Mundial (1939-1945), lo que provocó una disminución cinematográfica de la competencia extranjera, que no representó un problema considerable para la industria nacional.

Esta etapa es conocida como “**La época de oro**” del cine en México, ya que su auge favoreció el surgimiento de una nueva generación de especialistas en la materia: directores como **Emilio Fernández, Julio Bracho e Ismael Rodríguez**; actores como **Pedro Infante** (fig.27), **María Félix** (fig.28), **Pedro Armendáriz, Dolores del Río** (fig.29) entre otros y escenógrafos como **Jorge Fernández, Carlos Toussaint, Salvador Lozano y Jesús Bracho**, quienes buscaron, a través de diversos elementos tanto en locaciones como en estudio, mostrar los rasgos de la sociedad mexicana.



Fig.27. Pedro Infante "el ídolo de México"



Fig.28. "la Doña" María Félix



Fig.29 Dolores del Río.

Se destacan películas como **María Candelaria** (1943) (fig.30), **La perla** (1945), **Los Tres García** (1946), **Nosotros los pobres** (1947) (fig.31) y tiempo después **Los Olvidados** (fig.32) en 1950, dirigida por Luis Buñuel, con fotografía de Gabriel Figueroa y escenografía de Edward Fitzgeland, considerada como una de las grandes obras del director y del cine mexicano.



Fig.30, María Candelaria, protagonizada por Dolores del Río y Pedro Armendáriz.



Fig.31. Nosotros los pobres, con Pedro Infante y "Chachita".



Fig.32. "los Olvidados" de Luis Buñuel.

A pesar de ello, el cine comenzó a manifestar síntomas de decadencia, ya que las compañías productoras decidieron abaratar los costos de producción surgiendo así los llamados “churros”, películas de bajo presupuesto, filmadas en poco tiempo y de mala calidad en general. Los temas ya habían cansado al público por lo que se realizaron películas de luchadores como el Santo (fig.33), Blue Demon y Mil Máscaras, estas cintas fueron muy populares, al grado de que en Francia se considera a este cine como un producto casi artístico, pero nuevamente el cine, a pesar de la introducción del color, decayó, surgiendo los temas de ficheras, cabaret y albuces.



Fig.33. “El Enmascarado de plata” en la pantalla grande.

A partir de ahí, el cine nacional no se ha podido recuperar completamente debido a la falta de recursos para la realización de producciones y a la comercialización del cine extranjero, principalmente de Estados Unidos, que ha causado gran impacto y tenido gran popularidad por los temas de acción, espacio exterior, terror, etc., para los cuales los escenarios son creados e insertados por computadora, haciéndolos más impactantes, cosa que no sucede en México.

Pero la falta de apoyo y la llegada de películas extranjeras no fueron los únicos involucrados en el declive del cine mexicano. La aparición de un nuevo medio de comunicación traería grandes cambios a la sociedad, convirtiéndose de inmediato en la competencia del cine: la Televisión.

2.3 LA TELEVISIÓN COMO GRAN IMPULSORA DE LA ESCENOGRAFÍA

La televisión es un medio de comunicación muy importante que llega a todos los hogares y clases sociales, por lo cual tiene gran influencia en el comportamiento y la comunicación familiar y social.

La televisión nace a partir de una serie de fenómenos e investigaciones simultáneas pero desarrolladas aisladamente. En sus inicios se utilizaba el término “fototelegrafía”, es decir, la transmisión de imágenes vía ondas electromagnéticas y la palabra “televisión” se comenzaría a utilizar a partir de 1900.

Hay que mencionar que inicialmente los sistemas televisivos no contaban con la suficiente definición para lograr una buena imagen, por lo que no se alcanzaban a captar elementos de fondo, además lo poco que se transmitía eran sucesos ocurridos en el momento.

Las primeras transmisiones experimentales nacieron en Estados Unidos en 1928 (fig.34) con una definición de 48 líneas. Mientras que en Inglaterra, la BBC en 1929 (figs.35 y 36) comenzó con un servicio regular de transmisión de imágenes con cierto desgano ya que no veía en el nuevo invento alguna utilidad práctica. A pesar de ello, las transmisiones oficiales se iniciaron el 30 de septiembre del mismo año. La definición del equipo era de 30 líneas y a finales de 1932 ya se habían vendido más de 10 000 receptores.

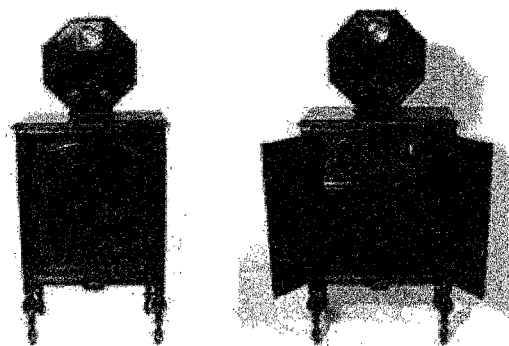


Fig.34. Televisor "Octagón" de 1928

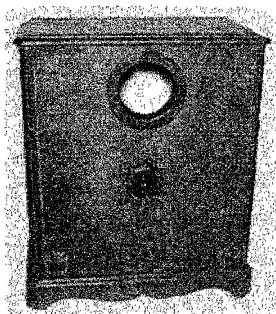


Fig.35. Televisor "Western" de 1929.

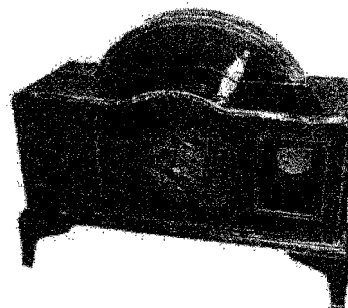


Fig.36. Televisor "Baird" de 1930.

El sistema fue perfeccionándose hasta alcanzar un barrido de 25 imágenes por segundo y 240 líneas por cuadro en 1936 y para 1947 el sonido se incorporó a la imagen.

México no se quedó atrás, también tuvo su etapa experimental de 1935 a 1950, donde se fueron realizando diversos preparativos, desde conceptuales y técnicos, hasta materiales y de construcción de los espacios donde se podrían albergar los primeros canales de televisión del país.

El autor Guillermo Orozco nombra a los tres grandes impulsores de la televisión mexicana:

En concreto, tres empresarios mexicanos se disputaban el privilegio de explotar comercialmente la televisión en México. El primero de ellos, Rómulo O'Farril Silva, que representaba el sector empresarial "duro" del país fue de hecho el que obtuvo la primera concesión, el Canal 4, que quedó bajo el manejo de Televisión de México S.A., empresa creada justamente para ello, con infraestructura y tecnología traídas desde los Estados Unidos. La visión empresarial de este impulsor de la televisión mexicana se enfocaba en concebir a la televisión esencialmente como una industria, aunque para ello fuera necesario importar la tecnología más avanzada. Otro de los empresarios fue Emilio Azcárraga Vidaurreta, ya en ese entonces un magnate de la radiodifusión que

desde 1943 estaba ampliando la famosa “dobleu” (XEW), frecuencia radiofónica que se anunciaba desde inicios de los cuarenta como “la voz de América Latina desde México” con una visión particular del negocio del espectáculo y con una experiencia acumulada en este sector, con el correr de los años, este empresario sería junto con su hijo Emilio Azcárraga Milmo el (los) hombre (s) fuerte (s) de la televisión en México. A los Azcárraga se les adjudicó el Canal 2, hoy más conocido como “el canal de las estrellas” y con ellos cobró fuerza y se hizo hegemónico el modelo televisivo compatible con una visión del espectáculo como negocio. El otro empresario era a la vez, y quizá más, un técnico y un inventor, Guillermo González Camarena, Este ingeniero de profesión había estado experimentando tanto con la televisión en blanco y negro, como con la de color y había logrado inaugurar la primera estación experimental de televisión en su propio domicilio. A este empresario se le otorgó la concesión del Canal 5. El Canal 4 (XHTV) hizo su primera transmisión el 27 de julio de 1950, el Canal 2 (XEW) inició transmisiones el 21 de marzo de 1951 y el Canal 5 (XHGC) el 10 de mayo de 1952. De la fusión de los tres canales surgió el 25 de marzo de 1955 una nueva y única empresa: Telesistema Mexicano.¹⁶

Las primeras imágenes de la televisión en blanco y negro aparecían en una pantalla muy pequeña y ovalada, siendo bastante imperfectas ya que no tenían la definición y nitidez de la imagen cinematográfica. Sin embargo, el gran impacto que causó en la gente fue enorme al grado de desplazar, no sólo en México sino en todo el mundo al cine.

Luis Reyes de la Maza comenta lo que este nuevo medio provocó en sus primeros años:

Se exhibía el invento en los vestíbulos de los cines ante un público pasmado y desconcertado por ese mueble inmenso con una pantallita que reproducía lo que captaba una cámara a poca distancia. La televisión nació sin idea clara de qué público la acogería e intentó todo con una pobreza de recursos impresionante. De hecho, heredaba de la radio muchos de sus recursos, como el de hacerse de capital. Ni el canal 4 ni, años después, el canal 2, producían sus programas sino, que vendían tiempo a las agencias publicitarias que, a su vez, armaban los programas. Éstas eran las que se llevaban la tajada financiera más grande, lo que explicaba la pobreza visual de la televisión en sus

¹⁶ Guillermo Orozco, *Historias de la televisión en América Latina*, Gedisa Editorial, España, 2002, pág.207-208.

primeros años y que los programas llevaran en el título la marca patrocinadora (Estudio Raleigh, Noticiero H. Steele, Sonrisas Colgate).¹⁷ (fig.37)



Fig.37. El "Chino" Herrera (derecha) mostró su excelencia artística en Estudio Raleigh, uno de los muchos programas de variedades pagados por un solo patrocinador.

Durante los primeros años se puede considerar a la televisión como un medio meramente informativo apostando por la imagen del presentador, ya que se destacaban por hacer una toma frontal del conductor sentado en su escritorio sin más elementos decorativos.

Había transmisiones los viernes en la noche de lucha libre, los sábados de box y los domingos corridas de toros.

La televisión permitió al auditorio radiofónico conocer los escenarios y los rostros de las estrellas de la XEW, que habían permanecido en el gusto del público por sus participaciones en cine o únicamente con su voz. Comenzando así las transmisiones con mayor audiencia, sin embargo en ese tiempo uno de los problemas frecuentes era la discontinuidad de la programación. A ciertas horas del día era normal que los canales dejaran de transmitir por lo que en otros países se crearon sistemas televisivos con la finalidad de una mayor recepción de imágenes teniendo más importancia con la televisión a color. En 1953 se adoptó el sistema NTSC (National Televisión System Comittee) que

¹⁷ Luis Reyes de la Maza, *Crónica de la telenovela. México Sentimental*, Editorial Clio, México, 1999, pág. 12.

contaba con 525 líneas proveniente de Estados Unidos, otros fueron el SECAM (Sequentiel Couleur A Memorie) desarrollado en 1967 con una definición de 625 líneas para Francia y el PAL (Phase Alternation Line) también de 625 líneas para Inglaterra y Alemania.

Poco a poco las emisiones se fueron haciendo más regulares y se adaptaron a la rutina cotidiana de la sociedad teniendo como consecuencia los géneros televisivos. Aparecieron programas de comedia, de variedades, infantiles, de concurso, musicales y uno de los más importantes dentro de la programación: la telenovela.

Este género fue dirigido especialmente al sector femenino teniendo una aceptación inmediata, siendo la primera **“Senda Prohibida”** protagonizada por Silvia Derbez, que comenzó el 6 de junio de 1958 seguida por **“Gutierritos”** (fig.38) en septiembre de 1959 con Rafael Banquells. Se consolidó así este género y se incrementó la venta de televisores.

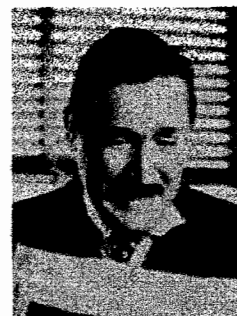


Fig.38. No había capitalino que no sufriera si “Gutierritos” sufría.

La telenovela fue en donde más se desarrolló la escenografía ya que se crearon escenarios realistas teniendo como punto principal el hogar. Estos sets eran pequeños y sencillos.

Los programas de las década de los 60's se caracterizaron por la utilización de escenografías hechas con papel o cartón pintados con gises o alguna otra clase de pintura simulando casas, calles y salones, otros recurrían al uso de cortinas como fondo, debido a la falta de recursos técnicos de producción y no alcanzaba el presupuesto para recrear una ciudad o hacer un entorno más adecuado.

Los patrocinadores, quienes realizaban sus propias producciones solo recurrían a fondos lisos y en primer plano su producto o usaban un colage con los logotipos de las marcas que anunciaban, un claro ejemplo: “**El club del hogar**” (fig.39), un programa de media hora de anuncios publicitarios dichos de manera cómica conducido por Daniel Pérez Alcaraz y Adaleno, siendo el programa con mayor duración al aire, 30 años. Todas las emisiones eran en vivo hasta 1962 que surgió el video tape.



Fig.39. El club del hogar.

La incorporación del color a la imagen se regularizó comercialmente hasta 1967, permitiendo que la escenografía cobrara importancia ya que se podía observar con mayor precisión las formas y texturas de los decorados, importaban las combinaciones, los materiales y las composiciones en cada proyecto escenográfico. Pero este elemento dividió a la sociedad, se decía que la imagen a color era para la clase alta y el blanco y negro para los demás.

En 1968 lanzó su señal el Canal 8, Televisión Independiente de México, que se encontraba afuera de los estudios cinematográficos San Ángel Inn y contaba con el equipo más moderno y hasta tenía un pueblo de cartón en donde se hacían telenovelas, a pesar de ello, siempre tuvo muy poco público y en 1973 se incorpora a Telesistema Mexicano, naciendo una nueva empresa: Televisa. Actualmente es el Canal 9 y sirve como repetidora.

Uno de los pocos programas exitosos de este canal en sus inicios fue “**el Chavo**” (fig. 40), un programa de corte cómico de Roberto Gómez Bolaños. Se creó una escenografía que simulaba una



Fig. 40. “el chavo”

vecindad en donde se desarrollarían las historia de los diversos personajes, se manejaban varias combinaciones en colores y texturas que hacían mucho más reales los decorados.

En 1968 el Canal 13 inaugura transmisiones y posteriormente en 1983 se convierte en IMEVISION (Instituto Mexicano de Televisión) perteneciente al gobierno y 10 años después, ahora también con el Canal 7, se creó Televisión Azteca considerándose como una gran competencia para la antigua Televisa. Teniendo una imagen fresca e innovadora, colaborando con ello los elementos decorativos. Ambas televisoras han competido por ser las mejores y conseguir un número mayor de audiencia, pero en cuanto a escenografía, ambos siguen los mismos parámetros que se verán reflejados en los diversos programas transmitidos.

De acuerdo al género, es el tipo de decorados, por ejemplo: los programas de revista o misceláneos, dirigidos principalmente a la mujer ama de casa siempre mantendrán el concepto del hogar y de las funciones que en él se realizan, teniendo una cocina, una sala y hasta un comedor, se verán cuadros, floreros e incluso las paredes que son creadas con paneles tendrán las texturas y acabados de los materiales de construcción (figs.41 y 42)



Fig. 41. Programa "Hoy" Televisa.
Canal 2.



Fig. 42. Programa "Venga la Alegría. TV
Azteca. Canal 13.

Los noticieros no han cambiado mucho el concepto creado desde las primeras transmisiones, es decir, que siguen teniendo cierta importancia del presentador ya que el objetivo es dar a conocer los sucesos ocurridos. Los escenarios para este tipo de programas se llaman “de módulo” porque se colocan escritorios o muebles para uso de personas que se mantienen fijas en un lugar y otra característica es mostrar como fondo una gran tecnología para ganar la credibilidad del público teniendo pantallas o viéndose el centro de información donde se reciben las imágenes de los acontecimientos. (figs. 43 y 44). Esta clase de escenografía también es utilizada en los espacios dedicados a la cultura como son los programas de canal 11 (creado en 1959 del IPN) y los del Canal 22 (fundado en 1982), ya que la finalidad es la de comunicar y transmitir información e ideas que sirvan para la propagación del conocimiento tanto de temas actuales como históricos. Los colores mas comunes son el azul, gris y negro con el objetivo de expresar la formalidad de la producción y del comunicador.



Fig. 43. Noticiero con Joaquín López-Dóriga. Televisa Canal 2. Horario Nocturno



Fig. 44. Primero Noticias. Televisa. Canal 2. Horario matutino.

Al menos que se trate de un noticiero informal en donde se mezclan la sátira, la comicidad y la información, la escenografía no será tan seria y es válido utilizar colores primarios y secundarios, como el amarillo o el naranja y elementos de decorado que destaquen el humor de los conductores (figs. 45 y 46).



Fig. 45. Matutino Express.
Televisa. Canal 4.



Fig. 46. Notifiero con Brozo.
Televisa. Canal 2.
Horario nocturno.

La barra cómica, casi exclusiva de Televisa, se caracteriza por el uso de fondos pintados o escenarios creados con materiales menos resistentes y de bajo costo que de inmediato resaltan al personaje y se notan ficticios completamente porque su objetivo es ese, el de hacer notar que se trata de temas humorísticos (figs. 47 y 48).



Fig. 47. Familia Peluche.
Televisa. Canal 2



Fig. 48. La hora pico.
Televisa. Canal 2.

Regresando a la telenovela, los decorados siempre son realistas pero dependerán de la época en el que se desarrolla la trama. No es lo mismo un decorado para una novela histórica o de alguna época pasada, que para una novela actual ya que las tendencias en decoración y diseño de muebles, han ido cambiando radicalmente, por más lujosos y elegantes que fueron en su tiempo, si se llegaran a utilizar en una novela de vanguardia cambiaría totalmente el concepto (figs. 49 y 50).



Fig. 49. Maximiliano y Carlota en "la antorcha encendida". Televisa.



Fig. 50. La fea más bella. Televisa.

En cada programa siempre existirá la diferencia en contenido, conductores, televisoras y por supuesto en escenografía. Cada diseñador le dará su propio toque, además de demostrar sus capacidades, trabajo en equipo y sus conocimientos sobre materiales, decoración, antecedentes históricos e incluso estilos de vida, que harán que el televidente se transporte a un lugar o una época. La escenografía, siendo el complemento visual de un programa, se irá adaptando a las modas que surjan en años venideros y a las necesidades de las diferentes producciones que siempre tendrán como objetivo principal buscar la atracción del público.

CAPÍTULO III

**PRODUCTOS EDITORIALES
Y SU APOYO A LOS MEDIOS AUDIOVISUALES**

CAPÍTULO III

PRODUCTOS EDITORIALES Y SU APOYO A LOS MEDIOS AUDIOVISUALES

En este capítulo se expondrán las características de diferentes productos del Diseño Editorial que serán analizados y comparados para determinar la propuesta gráfica, definiendo al manual como el material de apoyo para el diseñador gráfico del área de medios audiovisuales y la herramienta en donde se expondrán los diferentes puntos de la escenografía.

3.1 CARACTERÍSTICAS Y APORTACIONES DE DIFERENTES PRODUCTOS EDITORIALES A LA TELEVISIÓN

El Diseño Editorial abarca la realización de una gran variedad de productos impresos que llegan al receptor con la finalidad de dar a conocer alguna información.

Estos productos pueden ser de tipo publicitario o de tipo comunicativo. Los primeros tienen como objetivo principal promocionar, publicitar o vender algún producto o servicio. Los del segundo tipo sirven, como su nombre lo indica, para comunicar o informar un mensaje. En muchas ocasiones esta clasificación no se lleva a cabo ya que algunos impresos, como en el caso del folleto y la revista, se pueden cumplir ambas funciones.

Para entender lo que es el Diseño Escenográfico se necesita un material comunicativo en el cual se puedan exponer los diferentes puntos del tema, por lo que se analizará al libro, a la revista, al folleto y al manual por ser los materiales impresos a los que se ha recurrido desde sus inicios para la búsqueda

de información ya que en ellos se han tratado diversos temas y por lo tanto han aportado un gran número de conocimientos de Diseño Gráfico como de Televisión.

3.1.1 Libro

Un libro es un conjunto de hojas cosidas o encuadernadas cuyo contenido es variable. Puede ser alguna obra literaria de cualquier género o un tema de interés desarrollado de manera extensa.

En la publicación *Diseño Contemporáneo de Libros* de Roger Fawcett-Tang, se menciona lo siguiente:

El libro representa una puerta de entrada hacia un mundo fantástico, contribuye a reforzar la imaginación e introduce nuevas ideas y maneras de pensar. Los libros son una parte importante de nuestra vida; los utilizamos para formarnos, ilustrarnos e inspirarnos durante toda nuestra existencia.¹⁸

Los primeros libros, en la forma que conocemos actualmente se remontan a la época de los romanos, quienes iniciaron con la invención de los códices, un conjunto de hojas de pergamino cosidas. Para la Edad Media, se introduce un nuevo material, el papel, más barato y más fácil de manejar que el pergamino. En esta época, la Iglesia contribuyó notablemente en la creación de libros, debido a que la lectura era una actividad importante para el entendimiento de las doctrinas religiosas. La elaboración de libros era todo un arte, ya que eran escritos, decorados, ilustrados y encuadernados a mano.

Tiempo después, la imprenta llegó a revolucionar e industrializar la realización de libros, esto gracias a las técnicas de impresión de Gutenberg, siendo su primer material impreso la Biblia. Puede

¹⁸ Fawcett-Tang, Roger, *Diseño Contemporáneo de Libros*, Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 2004, pág. 11

considerarse a este invento como el avance tecnológico más importante para la historia del libro, ayudando a expandir la literatura y dando a la gente la oportunidad de conocer diversos temas y autores.

Con el paso del tiempo se han ido introduciendo nuevas y más desarrolladas técnicas que hacen más fácil la producción de estos materiales.

Un libro puede variar de tamaño, contenido y grosor, pero todos tienen diversos elementos que los caracterizan y los diferencian de otros soportes editoriales. En rasgos generales, las partes de un libro son:

- **Portada:** conocida también como cubierta o primera de forros. Es la parte que invita al lector a interesarse, ya que se indica el nombre del autor, el título de la obra y la editorial. Generalmente van acompañados de alguna imagen.
- **Contraportada:** es la cubierta trasera en donde a veces se hace una pequeña reseña del tema a tratar o se menciona algún aspecto del autor. También se conoce como cuarta de forros.
- **Lomo:** es la parte exterior que va unida a la portada y a la contraportada y que cubre la unión de las hojas. Aquí también se presenta el título de la obra, autor y editorial.
- **Guardas:** son las páginas que siguen después de la portada y antes de la contraportada, generalmente van en blanco y se conocen como páginas de respeto.
- **Anteportada o portadilla:** es la página en donde nuevamente se encuentra el autor, título y editorial.
- **Texto o Cuerpo de la obra:** es el tema desarrollado. Debe iniciar en una página impar. Si se presentan varios capítulos se puede recurrir al uso de carátulas.

Existen otros elementos internos como el prólogo, dedicatorias, índice, bibliografía, colofón, etc., que conforman al libro y que lo hacen un material único.

Para el Diseño Gráfico en general y para la Televisión, el libro ha sido un gran aportador de conocimientos debido a la variedad de temas generados en ambas ramas.

Los temas que se presentan son sobre historia, procesos de elaboración, algunos son recopilaciones de artistas, diseñadores o productores en donde se presentan sus obras, técnicas y experiencias profesionales.

Se considera a los libros de estas materias, como experimentales, ya que es en ellos en donde se han explorado distintas técnicas de producción ya sea en el formato, encuadernación o materiales, debido a que el público al que van dirigidos siempre busca la innovación y han dado pie a que estos estilos se sigan propagando y adaptando a las necesidades del receptor, quien prefiere comprar la publicación más atractiva a la vista, más fácil de leer y que presente la información más clara y comprensible, por lo que cada día los procesos de diseño cobran mayor importancia.

3.1.2 Revista

La revista es una publicación semanal, quincenal o mensual, constituida por una colección de diversos elementos (artículos, fotografías, títulos, etc.), unidos con la finalidad de dar a conocer a un público determinado información sobre temas de interés.

El autor Chris Foges, menciona lo siguiente:

La palabra revista en inglés (magazine) proviene del árabe y en esa lengua significa almacén. Las revistas son una colección de elementos diversos que tiene algo en común, por eso la tarea del diseñador es doble: primero, el diseño ha de aportar expresión y personalidad a esos elementos para que se les reconozca como a un todo coherente, para atraer al lector y conseguir su lealtad; segundo, los elementos se han de disponer de manera que, en ese *almacén*, el lector encuentre lo que le interesa.¹⁹

Las revistas, además de atraer al lector, sirven para informar y son esencialmente material de entretenimiento, siendo muy importante el diseño, la calidad de impresión, los colores y el tamaño.

El autor William Owen en su libro *Diseño de Revistas* presenta varios puntos acerca de los comienzos de este material impreso:

La revista es un invento de la Revolución Industrial, que ha madurado con el paso del tiempo. Fruto bastardo del libro y el diario, hermano advenedizo de la gacetilla literaria y pariente pobre del cartel, la revista carecía de un formato visual único, en consecuencia, se convirtió en un medio ideal para la exploración gráfica. La revista moderna nació directamente de la invención de la reproducción fotográfica y de la automatización de la imprenta. Se desarrolló inmediatamente después de la Primera Guerra Mundial, en Alemania, Unión Soviética y países bajos. A mediados de la década de 1930, el centro de creación se desplazó a Nueva York. Muy pocas de las características gráficas individuales propias de la revista se establecieron antes de 1900. Aceptando de manera generalizada que la "era dorada" del diseño de revistas se desarrolló aproximadamente entre 1945 y 1968. Durante este periodo, el diseño de la revista fue madurando, tras una breve adolescencia que duró poco más de cincuenta años, el tiempo que transcurrió desde la introducción de la fotografía en las revistas ilustradas. Sin embargo, este periodo no debe considerarse como la cumbre de la realización.²⁰

¹⁹ Foges, Chris, *Diseño de Revistas*, Mc Graw-Hill, México, 1995, pág.6

²⁰ Owen, William, *Diseño de Revistas*, Tr. Carlos Saénz, Ed. Gustavo Gili, México, 1991, págs.6,12-13.

En sus inicios, la revista sólo se distinguía del libro por su portada flexible, ya que el contenido era colocado de la misma forma que en un libro, por lo que poco a poco se fueron disponiendo de diferentes elementos y composiciones para hacer de ella un material con personalidad propia.

Los elementos básicos de una revista son: el formato, que es la base de su personalidad, el más común es el carta, pero puede ser más grande o más pequeño; la portada, que es el área que mostrará al público de manera general el contenido de la publicación, llamará la atención del mismo y servirá como elemento identificador; el contenido, que a su vez determinará la estructura de las diferentes páginas en donde se encontrarán el título o titular, el subtítulo, que es de un tamaño menor al primero, el texto, que se acomodará de acuerdo a las dimensiones de las columnas y las imágenes que en su mayoría se trata de fotografías.

La revista es uno de los materiales impresos que más ha colaborado con el desarrollo tanto del Diseño Gráfico como de los medios audiovisuales, debido a que sus contenidos exponen toda clase de información ya sea histórica, actual, de aspecto tecnológico, semblanzas, muestra de materiales, etc. Los artículos se basan en temas de interés y tienen la capacidad de comunicar, de manera no tan extensa como el libro y no tan breve como un folleto, alguna información que ayude al lector a un mayor entendimiento del tema.

3.1.3 Folleto

Un folleto (fig.51) es una publicación pequeña de dos o más páginas que pueden estar dobladas o engrapadas, generalmente con un fin



Fig. 51. Diferentes folletos

promocional pero puede utilizarse como material informativo para divulgar algún mensaje de interés social.

El formato más común es el carta, con diferentes dobleces. Ninguna de sus caras queda en blanco. Las formas más comunes son las siguientes:

- Díptico o doblado de 4 páginas.
- Tríptico o doblado de 6 páginas en forma de puerta o de acordeón.
- Doblado de 8 páginas en forma de acordeón y en paralelo.
- Folleto ensamblado con hojas dobladas en 4 páginas (se pueden utilizar grapas para unir las hojas).

En los folletos se presenta la información de manera concreta pero con la finalidad de dejar claro el mensaje que se pretende comunicar.

Dentro de los medios audiovisuales y en especial en televisión, no se recurre mucho a los folletos ya que la finalidad es utilizar y aprovechar al máximo las características y cualidades que los mismos medios ofrecen, sin necesitar más para transmitir información. Sin embargo, para el Diseño Gráfico ha sido una gran herramienta de exploración en formatos, materiales y creatividad que ha generado una gran diversidad entre ellos.

Adrian Shaughnessy en su libro *Look at this*, dice lo siguiente:

Los folletos ofrecen al diseñador una oportunidad casi sin igual de desplegar toda la gama de habilidades de diseño gráfico. La cubierta de un folleto, con su frecuente requisito de atraer las miradas y destacar, pone a prueba la capacidad del diseñador de seducir e

impactar, de informar o declamar. Ofrecen la oportunidad de usar toda una serie de materiales como papel, cartón y materiales sintéticos.²¹

Un folleto es un material desechable, porque al momento en el que receptor capta el mensaje, el material ya no es necesario, por lo que hay que tomar muy en cuenta el presupuesto, el público al que va dirigido y el tema a la hora de realizarlo.



3.1.4 Manual

Al manual se le considera como un libro funcional, en donde se exponen los elementos esenciales de un tema.(fig. 52)

Fig. 52. Manual

Puede contener conceptos y pasos a seguir para el entendimiento de un proceso. Su información es más extensa y más formal que la del folleto porque su objetivo es transmitir con seriedad un tema y sus diferentes pasos.

A pesar de parecerse al libro, el manual se constituye por una variedad de elementos que lo diferencian. Todo dependerá del tema, presupuesto, del realizador y para quien va dirigido. Los manuales pueden ser o no atractivos a la vista, ya que lo importante es la información que contengan. Deben de llevar una introducción en donde se plasme el objetivo y lo que se puede encontrar en él; un índice, ya sea general o particular, este último se encuentra en cada capítulo; el texto, que

²¹ Shaughnessy, Adrian, *Look at this. Folletos, Catálogos y Documentos Contemporáneos*, Tr. Silvia Guiu Navarro, Index Book S. L., España, 2006. Pág.13.

generalmente se coloca por columnas, puede variar e ir de 1 a 4 columnas, ya que se pretende que no sea tan extenso y que se aproveche el espacio al máximo. Casi en todos los casos, el texto se complementa con esquemas, uno que otro recurre al uso de fotografías. Se busca que sea un material que se pueda llevar y consultar en cualquier momento por lo que su tamaño puede variar pero se caracterizan por ser más pequeños que el tamaño carta. Sus páginas tienen que ir claramente numeradas y la tipografía debe ser fácil de leer, por lo que se recurre al grupo de las palo seco o sin serife.

Los manuales son los materiales impresos más solicitados y son parte fundamental para el Diseño Gráfico y la Televisión, debido a que en ambas ramas todos los conocimientos se llevan a la práctica y que mejor manera de conocer un tema de forma concreta y rápida si no es a través de un manual.

Se pueden encontrar muchísimos temas como por ejemplo del uso de color, producción de radio, cine y televisión, tipografía, etc., pero todos tienen la finalidad de facilitar el trabajo del receptor sin llegar a ser aburridos.

Después de haber analizado los diferentes productos editoriales, se llega a las siguientes conclusiones:

1. En el libro se exponen los temas de manera desarrollada y extensa. Lo que se busca es un material de apoyo, en donde se muestre un panorama de lo que es la escenografía para que el diseñador gráfico conozca el tema y pueda llevar a la práctica sus conocimientos.
2. La revista se constituye por diferentes artículos y los temas que se desarrollan a partir del Diseño Escenográfico no se pueden plasmar en ellos, ya que se pretende explicar un proceso paso a paso de manera sencilla y que se entienda fácilmente.

3. El folleto no es una herramienta muy útil dentro de la televisión y el objetivo no es crear publicidad sino dar a conocer un tema con todos sus aspectos y en el folleto la información debe ser muy concreta.
4. En un manual se pueden exponer tanto conceptos como procesos de elaboración relacionados con la escenografía. Es un material de apoyo para entender un proceso antes de llegar a la práctica. El Diseño Escenográfico por ser un tema prácticamente nuevo para el diseñador gráfico, debe de presentarse de manera formal pero al mismo tiempo fácil y entendible que invite al receptor a aplicar lo que contiene el manual y que al mismo tiempo sea un material de consulta.

CAPÍTULO IV

**PROPUESTA GRÁFICA:
MANUAL DE ESCENOGRAFÍA
PARA TELEVISIÓN**

CAPÍTULO IV

PROPUESTA GRÁFICA: MANUAL DE ESCENOGRAFÍA PARA TELEVISIÓN

En este capítulo se especificarán los factores principales, basados en la Teoría de la Comunicación (emisor-mensaje-receptor), para determinar la función, las características y la aportación de la propuesta gráfica que consistirá en la elaboración de un manual de escenografía para televisión en el cual se desarrollaran los temas básicos para la realización de un proyecto de este tipo que sirva como material de apoyo para que el diseñador gráfico analice la posibilidad de adentrarse en el medio, realizando una actividad diferente y aplicando los conocimientos adquiridos.

4.1 TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN

El objetivo de cualquier producto de Diseño Gráfico es el comunicar una idea a través de imágenes, técnicas y materiales. Por lo tanto, para entender que es un proceso comunicativo se necesita conocer los diversos factores que intervienen en él y es de lo que se encarga la Teoría de la Comunicación.

Manuel Martín Serrano menciona lo siguiente:

La Teoría de la Comunicación estudia la capacidad que poseen algunos seres vivos de relacionarse con otros seres vivos intercambiando información. La Teoría de la Comunicación es una reflexión científica muy nueva, pero, en cambio, su objeto de estudio -LA COMUNICACIÓN- es una actividad muy antigua: la aptitud para servirse de la información en la interacción la poseen especies animales que han antecedido al hombre en millones de años.²²

²² Martín Serrano, Manuel, *Teoría de la comunicación*, UNAM, México, 1991, pág.13.

Lo primero que hay que definir es el concepto de información y el de comunicación, ya que a partir de estos, se desarrollará un proceso de transmisión.

El autor Antonio Paoli, da sus definiciones y dice lo siguiente:

Entiendo por información un conjunto de mecanismos que permiten al individuo retomar los datos de su ambiente y estructurarlos de una manera determinada, de modo que le sirvan como guía de su acción. Entiendo la comunicación como el acto de relación entre dos o más sujetos mediante el cual se evoca en común un significado. La comunicación y la información son fenómenos ligados, dependen el uno del otro. Comunicación e información son dos aspectos de la totalidad de una sociedad. La sociedad no puede ser tal sin la comunicación y no puede transformarse sin la información.²³

La información se refiere a los datos, cifras, detalles, imágenes, etc., que serán transmitidos a través de un proceso de intercambio llamado comunicación, que sirve para conocer el entorno en el que no desarrollamos. Comunicar, supone la participación de una o varias personas.

El autor Manuel Martín Serrano plantea a cada uno de los participantes de la siguiente manera:

Denominaré "Actor de la comunicación" a cualquier ser vivo que interactúa con otro u otros seres vivos de su misma especie o de especies diferentes, recurriendo a la información. La comunicación, por ser una forma de interacción supone la participación de al menos dos Actores. Utilizaré el término "Ego" para referirme al primer Actor que en una determinada interacción inicia el intercambio comunicativo y "Alter" ("Alteres") para referirme al Actor (o Actores) que en esa misma interacción resulta ser solicitado comunicativamente por Ego.²⁴

En términos más comunes se conocen como Emisor y Receptor. El primero emite o presenta la información y el segundo la recibe.

²³ Paoli, Antonio, *Comunicación e información*. 3era. ed., Ed. Trillas, México, 1990, págs.11, 15, 17.

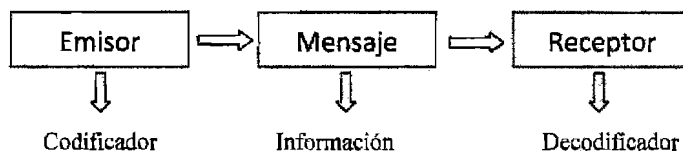
²⁴ Martín Serrano, op. cit., pág. 13.

El esquema más simplificado de la comunicación es el siguiente:



El mensaje es la información que se pretende dar a conocer y consiste en una señal o conjunto de señales que el receptor interpretará.

Para que el proceso de comunicación se lleve de manera adecuada y haya una buena interpretación, el emisor y el receptor deben de tener un mismo código, es decir, que ambos, cuenten con un marco de referencia tanto de conocimientos, entornos o intereses, que facilitarán el entendimiento del tema. Ahora el esquema sería de la siguiente manera:

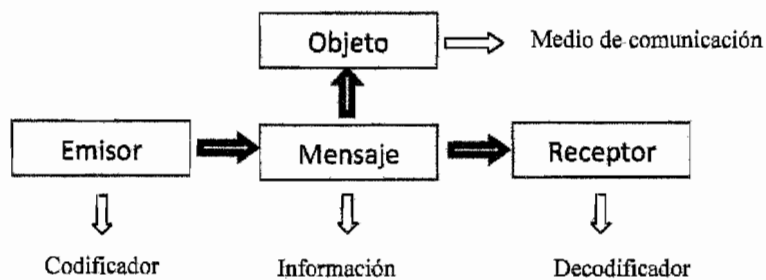


Además de que el emisor y el receptor generalmente comparten referencias, la forma en la que llega el mensaje también influye en la transmisión del mismo. En varias ocasiones, en especial cuando la información no llega de manera directa, es decir, que el emisor se vale de objetos para llevar el mensaje al receptor, el medio intervendrá al momento de recibir la información.

Abraham Moles en su libro *Teoría estructural de la comunicación y sociedad*, habla acerca de los medios de los que se vale el hombre para comunicarse:

El medio no es el mensaje, es uno de los componentes de la vida dentro del mundo de los mensajes; componente importante que ha sido en cierto modo fácilmente dissociado del contenido por los comunicadores, bajo el pretexto de que se trata de una técnica y que pueden escogerse varias compaginaciones para un mismo programa.²⁵

El medio o el objeto no es el mensaje en sí, pero dirá mucho sobre el tema e invitará al receptor a adentrarse. Para el Diseño Gráfico, la forma es primaria, esencial y dependiente del contenido, que actuará sobre el receptor. Entonces habría que agregar un nuevo elemento al esquema:

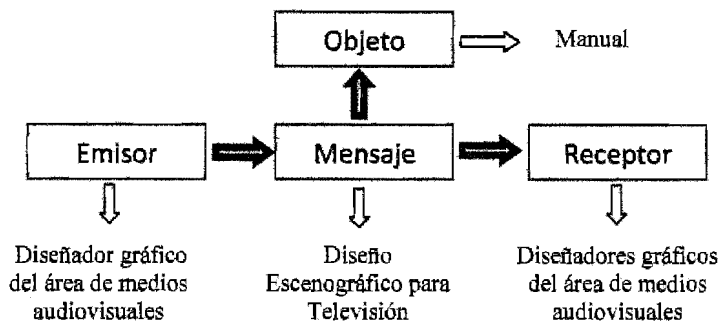


Aplicando todo esto a la propuesta gráfica que se diseñará quedaría de la siguiente manera:

El emisor (diseñador gráfico del área de medios audiovisuales), pretende transmitir información útil a un público en específico que cuenta con un mismo código, en este caso, el receptor es el diseñador gráfico del área de medios audiovisuales. El mensaje o información es sobre Diseño Escenográfico con el objetivo de darle al receptor una opción más para desarrollar sus capacidades. El objeto para la transmisión del mensaje será un manual, en el cual se abordarán los elementos que integran el proceso de elaboración de escenografías y que sirva como material de apoyo.

²⁵ Moles, Abraham, *Teoría estructural de la comunicación y sociedad*, Ed. Trillas, México, 1991, pág.73.

A manera de esquema quedaría de la siguiente manera:



Concluyendo entonces que todo diseño es un sistema de comunicación que tiene que basarse en integrantes y factores para poder concretar un proceso de transmisión de información.

4.2 MÉTODO DE DISEÑO: MÉTODO SISTEMÁTICO PARA DISEÑADORES DE BRUCE ARCHER

Diseñar es representar de manera gráfica una idea con la finalidad de crear un producto útil y práctico. Esto se hace a través de diversos métodos.

Una metodología se refiere al estudio de los métodos utilizados por una ciencia o por el arte que se siguen para alcanzar uno o varios objetivos en donde se abarca el análisis del proceso de investigación y el cuestionamiento de los principios que la guían.

Un método es un proceso de investigación que debe seguir la mente para acrecentar su conocimiento. Proviene del griego “methodos” que significa camino, vía, medio para llegar a un fin.

Por lo tanto, un Método de Diseño, es el seguimiento de varios pasos para la realización de un proyecto con la finalidad de crear un producto que cumpla con las características requeridas aplicadas en cualquier área del Diseño Gráfico.

Uno de los métodos utilizados por los diseñadores es el creado por Bruce Archer, quien se basa en el clásico método científico teniendo como meta el conocimiento y se conoce con el nombre de “Método Sistemático para Diseñadores” en donde Archer da su definición de Diseño: *“Es seleccionar los materiales correctos y darles forma para satisfacer necesidades de función y estéticas dentro de las limitaciones de los medios de producción disponibles”*.

Este método consta de 3 fases:

Fase analítica

- 1.- Definición del problema
- 2.- Programación
- 3.- Obtención de información

Fase creativa

- 4.- Análisis de datos
- 5.- Síntesis (Etapa de Bocetaje)
- 6.- Desarrollo (Creación de Prototipos –Dummy)

Fase ejecutiva

7.- Comunicación (Evaluación y prueba del prototipo)

8.- Solución (implementar documentos para la producción del diseño definitivo)

4.3 DESARROLLO DEL MÉTODO

4.3.1 Definición del problema

Dar al diseñador gráfico una opción más para desempeñarse dentro de la televisión a través del diseño de escenografías, siendo este un campo muy actual en donde los conocimientos de Diseño Gráfico son llevados y aplicados en una producción televisiva.

Por ser un tema reciente, se necesita darlo a conocer a través de un producto en donde se presenten los temas relacionados con esta actividad de manera concreta y fácil de comprender, por medio del cual el receptor pueda informarse en qué consiste y cómo se lleva a cabo una escenografía, las funciones del diseñador escenográfico, los materiales, etc., que pueda consultar y que sea práctico.

Por lo que la propuesta gráfica consistirá en la realización de un manual que sirva como material de consulta para el diseñador gráfico del área de medios audiovisuales y para todo aquel interesado en el tema.

4.3.2 Programación

Lo primero, es tomar en cuenta la búsqueda de información en donde se tendrá que exponer toda la información relevante para la realización de la propuesta gráfica, comenzando por los elementos que

caracterizarán al manual como el formato, la tipografía y retículas, para después analizar cada uno de ellos y elegir el más efectivo que se adapte a las necesidades de la propuesta gráfica. Después seguirá la búsqueda de información para el contenido del manual, en donde el objetivo principal será exponer los temas básicos que informen al diseñador gráfico acerca de la realización de escenografías.

Basándose en todo esto, se harán diferentes propuestas hasta conseguir el diseño apropiado.

4.3.3 Obtención de información

Manual.- Libro funcional en donde se exponen los elementos esenciales de un tema como conceptos y aplicaciones. El texto generalmente se acomoda en columnas (de 1 a 4) y se recurre al uso de esquemas, ilustraciones o fotografías. Casi siempre son más pequeños en relación al tamaño carta.

4.3.3.1 FORMATOS

El formato concierne a la forma y tamaño de un trabajo, el cual dependerá del tipo de texto y de la información que se pretende dar a conocer.

Los siguientes formatos son los más populares y utilizados en la realización de diversas publicaciones, los cuales han sido estandarizados tanto en papel como en cartulinas para un mejor aprovechamiento del material y del espacio. En México se encuentran en pliegos, tamaño oficio o carta con las medidas que a continuación se presentarán, considerando únicamente al papel bond y opalina para la impresión del manual debido a su accesibilidad en el mercado, su bajo costo y su absorción de tinta:

PAPEL BOND

57 x 87 cms. de 75 y 90 gramos.

70 x 95 cms. de 75, 90, 105 y 120 gramos.

PAPEL OPALINA FIRENZE

57 x 87 cms. de 125 gramos.

70 x 95 cms. de 125 gramos.

CARTULINA OPALINA FIRENZE

57 x 72 cms. de 225 gramos.

57 x 87 cms. de 225 gramos.

HOJAS DE PAPEL BOND, CARTULINA Y PAPEL OPALINA

- Carta: 21.59 cm x 27.94 cm
- Oficio: 21.59 cm x 35.56 cm

Existen formatos que forman parte de la gama ISO (adaptada de la norma alemana DIN de 1922) estandarizados y utilizados en diversos programas de Diseño Gráfico de los cuales se desprenden tres series como lo menciona el autor Phil Barnes:

Los formatos DIN hacen referencia a los estándares denominados A, B y C. Los tamaños A se basan en una hoja de tamaño estándar llamada A0 que mide 841 x 1,189mm. La mitad de dicho tamaño es A1, la mitad de A1 es A2, etc. Los A se utilizan para impresión y artículos de escritorio, son los más empleados.

Serie A (recortada)

A0	841 x 1189mm
A1	594 x 841 mm
A2	420 x 594 mm
A3	297 x 420 mm
A4	210 x 297 mm
A5	148 x 210 mm
A6	105 x 148 mm
A7	74 x 105 mm
A8	52 x 74 mm

Los tamaños B están pensados principalmente para carteles y otros objetos de gran escala y se encuentran entre B0 y B8.

Serie B

B0	1000 x 1414 mm
B1	707 x 1000 mm
B2	500 x 707 mm
B3	353 x 500 mm
B4	250 x 353 mm
B5	176 x 250 mm
B6	125 x 176 mm
B7	88 x 125 mm
B8	62 x 88 mm

La serie C describe los tamaños de sobres y demás elementos diseñados para introducir el material de papel de la serie A. Un sobre de cierto número admite pliegos de la serie A del mismo número. Por ejemplo, el C4 es el sobre para el A4 y también admite papeles A3 plegados una vez, etc.²⁶

4.3.3.2 TIPOGRAFÍA

La tipografía es el conjunto de signos gráficos que sirven para formar palabras, componer frases y realizar un texto. El diseñador emplea las letras para comunicar por medio de palabras o como imágenes en sí mismas, las cuales manipula de acuerdo a los requerimientos del diseño.

²⁶ Barnes, Phil, *Tipografía: función, forma y diseño*, Tr. Carlos Sáenz de Valicourt, Ed. Gustavo Gili, México, 2002, pág. 187.

El autor Phil Barnes define a la tipografía de la siguiente manera:

La tipografía se ocupa de estructurar y organizar el lenguaje visual. Es la notación y organización mecánica del lenguaje.²⁷

En el libro *Diseñar tipografía* de Karen Cheng, se encuentra el siguiente concepto:

La tipografía es la manifestación visual del lenguaje. La tipografía no solamente hace que los mensajes sean legibles. La forma misma de los tipos matiza, incluso altera, el propósito inicial de un mensaje. Los caracteres tipográficos pueden estar cargados de poder simbólico. La tipografía puede expresar emoción y personalidad. Los sentimientos negativos se pueden expresar con pesos gruesos y formas afiladas mientras que los pensamientos amables se pueden evocar mediante caracteres elegantes y delicados.²⁸

Los tipos se pueden clasificar en diferentes grupos que han dependido de la evolución de la escritura, de la tecnología y del arte. Cada autor las divide en menos o más grupos, por lo que se tomará la clasificación que hace el autor Jairo Camacho que es la siguiente:

1.- Romanos. Así llamados porque imitan el estilo de los letreros grabados en los antiguos monumentos romanos. Lo primero que hay que observar son las partes terminales de cada letra, llamadas gracias: en los romanos terminan formando un ángulo de 30 grados y la línea base es completamente plana.

A B C D E F G H I J K L M N
 Ñ O P Q R S T U V W X Y Z
 TIPO: Castellar

²⁷ Idem. Pág. 7

²⁸ Cheng, Karen, *Diseñar tipografía*, Tr. Mela Dávila, Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 2006, pág. 7.

2.- Medievales. Se crearon hacia el siglo XII y se usan hoy día en las series de tipos góticos, son muy fáciles de reconocer por sus formas angulosas y alargadas que imitan las formas de las letras realizadas con la pluma de ganso y tinta en la escritura antigua. Estos tipos presentan las astas terminales muy historiadas, sobre todo en las mayúsculas. Es una letra muy angular y vertical, caracterizada por ser bastante condensada y apiñada, siendo difícil diferenciar los caracteres.

a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z
 A B C D E F G H I J K L M N
 Ñ O P Q R S T U V W X Y Z

TIPO: Old English Text MT

3.- Venecianos. Proceden de los romanos y fueron creados hacia mediados del siglo XV; son todavía muy utilizados y el tipo más armonioso de esta familia es, sin lugar a dudas, el Garamond, muy usado en la composición de textos de libros, publicidad, etc. En los finales de letra, las gracias son parecidas a las de los romanos, pero con los ángulos más redondeados; la línea de la base es ligeramente cóncava, las diferencias de espesor entre las verticales y las oblicuas están más acentuadas e incluso en las letras redondas, las relaciones entre zonas finas y anchas son muy acusadas.

4.- De transición. Fueron creados entre 1693 y 1775 y no presentan innovaciones especiales respecto a los tipos venecianos que los antecedieron. Las gracias no tienen casi inclinación y se unen al asta vertical con una pequeña curva, mientras que la línea de la base es completamente recta. La C mayúscula, la G y la S tienen las orejas muy pronunciadas y las diferencias entre zonas finas y gruesas son más acusadas.

5.-Moderna (Bodoni). En 1771, Giambattista Bodoni creó uno de los más hermosos tipos que se habían ideado nunca y que todavía hoy es muy usado. Es un tipo elegante, armonioso y muy legible, tanto en redonda como en cursiva. Las gracias son completamente planas y el enlace con el asta vertical apenas se aprecia. La relación entre zonas gruesas y finas está más acentuada que en los tipos de transición; la C, la G y la S tienen orejas muy pronunciadas.

a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z
 A B C D E F G H I J K L M N
 Ñ O P Q R S T U V W X Y Z

TIPO: Bodoni MT

6.- Manuscritos. Son los tipos de letra que imitan los escritos a mano por los amanuenses y parecen realizados con pluma de ganso o con pluma y pincel; son inconfundibles y presentan características que el creador del tipo inventó de vez en cuando. Hoy día los más usados son los ingleses, historiados y muy elegantes, que se usan sobre todo en las tarjetas de visita, invitaciones y publicidad de algunos productos.

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMN
NO PQRSTU VWXY Z

TIPO: Edwardian scrip ITC

7.- Adornados. Son los tipos con adornos y sombreados que transforman la escritura en un friso ornamental. Durante el auge del art decó se inventaron muchos; no tiene reglas precisas y, por lo general presentan sólo letras mayúsculas. Son muy decorativos pero poco legibles. Se usan en casos muy especiales, sobre todo como letras iniciales y siempre flanqueadas por otros tipos.

8.- Egipcios. Surgieron a principios del siglo XIX y se inspiraron en los rótulos pintados en los fardos de mercancías procedentes de Egipto. Las gracias terminales y las orejas son muy gruesas; el círculo de enlace es casi inexistente, el tipo es muy pesado y legible incluso a distancia. Se usa mucho en publicidad para títulos, carteles, etc., pero poco indicado para textos largos.

9.- Lineales o de palo seco. Estos tipos, carentes de adornos o de gracias, nacieron alrededor de 1800. Muy legible, se usa a menudo en los rótulos de los carteles, los títulos de los periódicos, etc. Son fáciles de reconocer por su total carencia de adornos y por la armoniosidad de las letras redondas por lo que son ideales para frases breves y claras o bloques pequeños de texto.

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMN
 ÑOPQRSTUVWXYZ

TIPO: Century Gothic

10.- Fantasía. Son los tipos inventados y es imposible dar una regla o una característica precisa. Los tipos de fantasía por lo general, tienen las puntas de las

diversas astas inclinadas. Como los adornados, van siempre combinados con otros tipos.²⁹

**a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x
y z
A B C D E F G H I J K L M N
Ñ O P Q R S T U V W X Y Z**

TIPO: Magneto

Otra manera de clasificar los tipos, además de la anterior mencionada, es dividirlos en dos secciones diferentes: texto y titular.

La elección del tipo puede estar influida por la legibilidad (tipos con o sin remates) y por la naturaleza del texto, por ejemplo: las tipo palo seco o lineales, son perfectas para textos cortos o en bloques, no se usan con frecuencia en textos muy largos ya que se acepta que el fluir de las serifes facilita la lectura del texto y se les considera como menores de 14 puntos, ya que la idea es leer y no fijarse tanto en el tipo.

Los tipos para titular se reservan, como su nombre lo indica, para títulos y subtítulos. Los caracteres de titular se utilizan para resaltar, llamar la atención y funcionan de forma independiente unos de los otros, deben ser claramente legibles y mayores de 14 puntos.

Además hay que tomar en cuenta si se escribirá con letras de caja baja (minúsculas) o letras de caja alta (mayúsculas) ya que estas últimas tienen una mala legibilidad en un texto largo.

²⁹ Camacho, Jairo, *Curso de diseño gráfico*, Educar Cultura Recreativa, Colombia, 1991, págs. 29-32.

Un factor que el autor David Jury presenta, es la edad del receptor, expresando lo siguiente:

El tamaño óptimo cambia de forma considerable a medida que crece el niño, tanto en edad como en conocimiento de la mecánica de la lectura. En las primeras etapas, cuando aprende a reconocer los caracteres individuales o grupos de caracteres se utilizan tamaños de incluso 24 pts. Pero a medida que las habilidades de lectura mejoran, la necesidad de reconocer la forma de la palabra es cada vez mayor, de forma que se prefieren tipos de menor tamaño. Un tamaño óptimo de tipo para los adultos con visión normal va de 9 a 12 pts., siendo el de 10 pts., el tamaño preferido. Si superan los 12 pts., la lectura se ralentiza.³⁰

Edad	Tamaño
Menos de 7	24
7 a 8	18
8 a 9	16
9 a 10	14
10 a 12	12
Más de 12	11/10

4.3.3.3 RETÍCULA TIPOGRÁFICA

La retícula tipográfica es un sistema que ayuda a situar los elementos que conforman una página.

Timothy Samara en su libro *Diseñar con y sin retícula*, define a este elemento de la siguiente manera:

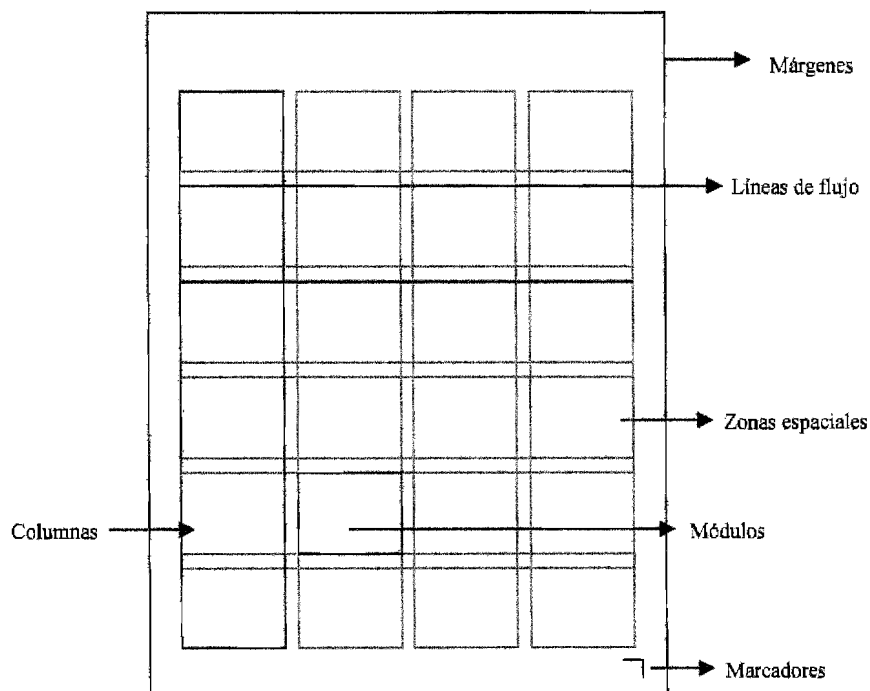
La retícula tipográfica es un sistema ortogonal de planificación que parcela la información en fragmentos manejables. La retícula sitúa los elementos en un área espacial dotada de regularidad, lo que los hace accesibles; los lectores saben donde encontrar la información que buscan, porque las uniones entre las divisiones verticales

³⁰ Jury, David, *Tipos de fuentes: regreso a las normas tipográficas*, Tr. Silvia Guiu Navarro, Index Book. España, 2002, pág. 74.

y las horizontales actúan como señales indicativas para su localización. En cierto modo, la retícula es como una especie de archivador visual.³¹

Una retícula ayuda a la resolución de problemas en la organización de imágenes, texto, titulares, entre otros. Es la manera de presentar a todos estos elementos juntos y en equilibrio. De acuerdo al contenido, es el tipo de retícula, tomando en cuenta también la tipografía y las imágenes que se vayan a utilizar.

Una retícula se conforma de la siguiente manera:



³¹ Samara, Timothy, *Diseñar con y sin retícula*, Tr. Mela Dávila, Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 2004, pág. 8

Los *márgenes* son los espacios negativos entre el borde del formato y el contenido, que rodean y definen la zona “viva” en la que pueden disponerse la tipografía y las imágenes. Las *líneas de flujo* son alineaciones que rompen el espacio dividiéndolo en bandas horizontales. Estas líneas guían al ojo a través del formato y pueden utilizarse para imponer paradas adicionales y crear puntos de inicio para el texto o las imágenes. Las *zonas espaciales* son grupos de módulos que en su conjunto, forman campos claramente identificables. Los *marcadores* son indicadores de posición para texto subordinado o repetido a lo largo del documento, como los folios explicativos, los títulos de sección, los números de páginas o cualquier otro elemento que ocupe una única posición en una maqueta. Los *módulos* son unidades individuales de espacio que están separados por intervalos regulares que, cuando se repiten en el formato de la página, crean columnas y filas. Las *columnas* son alineaciones verticales de tipografía que crean divisiones horizontales entre los márgenes y a veces tienen anchuras iguales y otras diferentes.

Tipos de retículas

a) Retícula de manuscrito:

La retícula de manuscrito, también conocida como de bloque, es la más sencilla. Su estructura se conforma por un área grande y rectangular que ocupa la mayor parte de la página. Generalmente se utiliza en los libros ya que los textos son largos y continuos. Los márgenes, los títulos del capítulo, el número de páginas y la tipografía definen su composición en la página. Los márgenes más anchos ayudarán a que la vista se centre en el texto y producen una impresión de calma o estabilidad. Si los márgenes son pequeños o estrechos aumentarán la tensión. (fig. 53)

b) Retícula de columnas:

La retícula de columnas es muy flexible y generalmente se utiliza para separar información que es discontinua, es decir, para contenido que se presenta en diferentes puntos. La anchura de las columnas dependerá del cuerpo de letra que se utilizará para el texto. Si la columna es demasiado estrecha seguramente las palabras quedarán cortadas y si es demasiado ancha puede resultar difícil encontrar el principio de las líneas de texto consecutivas.(fig.54)

c) Retícula modular:

Una retícula modular es una retícula de columnas combinada con un gran número de líneas de flujo horizontales que crean unos espacios llamados módulos. Cada módulo define un pequeño espacio en donde se pondrá información. Muchas veces este tipo de retículas se utilizan para el acomodo de imágenes. (fig.55)

d) Retícula jerárquica:

Estas retículas se adaptan a las necesidades de información que se pretende organizar, empezando por analizar la interacción que habrá entre los diversos elementos. Este tipo de retícula se utiliza para libros, carteles o páginas web.(fig. 56)

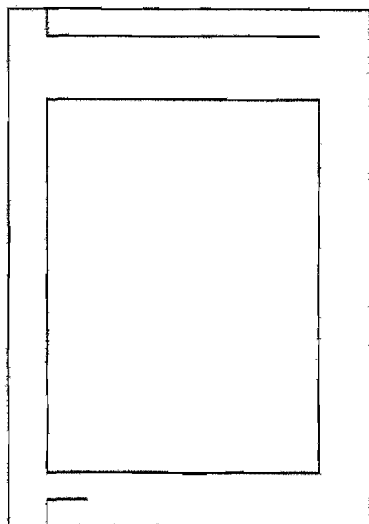


Fig. 53. Reticula de manuscrito o bloque

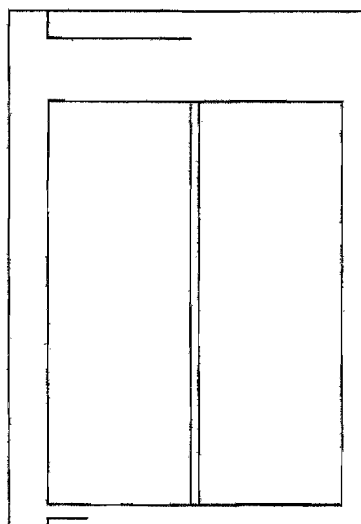


Fig. 54. Reticula de columnas

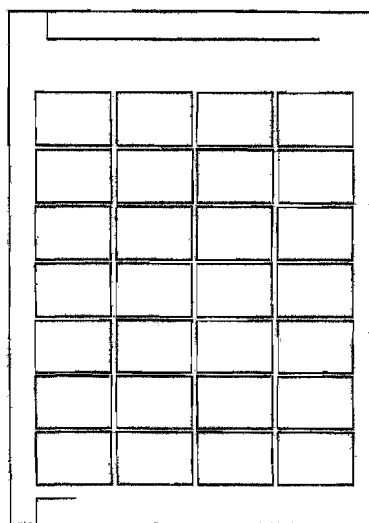


Fig. 55. Reticula modular

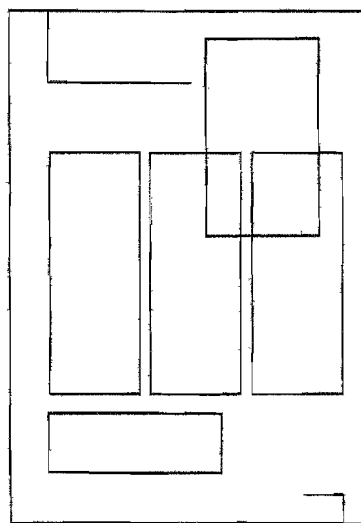


Fig. 56. Reticula jerárquica

4.3.3.4 CONTENIDO DEL MANUAL

El contenido del manual se basará en los conceptos y técnicas más importantes para la realización de un proyecto escenográfico, exponiendo los siguientes temas:

Capítulo 1.- Elementos de Diseño Gráfico aplicados en la escenografía

En este capítulo se concentrarán todos los elementos básicos de Diseño Gráfico exponiendo su relación y aplicación en la escenografía con la finalidad de mostrar que todo proyecto de diseño comienza a elaborarse a través de ellos. Estará conformado por los siguientes temas:

Punto

Línea

Forma

Textura

Composición

Proporción

Centro de interés

Ritmo

Destaque

Simplicidad

Contraste

Color

Lenguaje de los colores

El color en la escenografía

Capítulo 2.- El equipo de producción y el escenógrafo.

Este capítulo se basará en la presentación de las personas claves que conforman un equipo de producción, enfocándose en el diseñador escenográfico, mostrando sus funciones, responsabilidades y personal a cargo, para demostrar que un diseñador gráfico puede ser parte de una producción desempeñando diversas actividades, quedando de la siguiente manera:

Productor y Director

Director de cámaras

Técnico de audio y sonido

Director de iluminación

Diseñador escenográfico

Capítulo 3.- Planificación y producción de la escenografía.

Se presentarán los pasos esenciales para llevar a cabo un proyecto escenográfico, desde la idea hasta la construcción, ambientación y ensayo con cámaras, basados en las características de la producción, estilos y presupuesto asignado, con la finalidad de mostrar el procedimiento para la realización de una escenografía. Este capítulo se compondrá de la siguiente manera:

Características de la producción

Estilo

Neutral

Realista

Abstracto

Aspectos económicos

Etapa de bocetaje

Planos y alzados

Modelo a escala

Evaluación del proyecto y diseño final de la escenografía

Construcción y montaje de decorados

Ambientación de los decorados

Mobiliario de almacén y atrezzo

Ensayo con cámaras

Capítulo 4.- Unidades escenográficas básicas.

Aquí se presentarán y clasificarán las diversas piezas y estructuras básicas con las que se construye una escenografía, los materiales de los cuales están hechas, tamaños y usos de cada una de ellas para ver como se recurre a diferentes materiales para darle una buena presentación y enfoque a un programa de televisión. Los temas serán los siguientes:

Paneles

Piezas contorneadas

Piezas de decoración

Unidades arquitectónicas

Piezas construidas / piezas sólidas

Áreas de elevación

Colgaduras

- Ciclorama

- Tapices

Fondos

- Lienzos planos

- Lienzos decorativos

- Suelo del estudio

 - Pintura

 - Diseminación de otros materiales

 - Materiales de revestimiento

 - Motivos adhesivos

- Forillos

Capítulo 5.- El área de trabajo

Se describirá el área en donde se lleva a cabo toda la producción y realización de un proyecto televisivo, la clasificación de la escenografía de acuerdo al tipo de programa y el uso que se le dará, siendo estos puntos los que ayudarán a determinar el proyecto escenográfico.

Este capítulo se conformará por los siguientes puntos:

- El estudio de televisión

- El plató o escenario de Televisión

 - Tipos de escenario

Con fondo escénico o chroma key

De grandes áreas

De área abierta

De módulo

De caja

De composición

Para programas con público

Con decorados a dos niveles

Uso de la escenografía

Escenografía de estudio total

Decorados permanentes

Reajustes importantes

Ajustes menores

Capítulo 6.- La iluminación y su papel en la escenografía

Una escenografía no puede captarse perfectamente con una cámara si no está bien iluminada, por lo que es este capítulo se dará a conocer a la iluminación como un elemento que va estrictamente ligado a los decorados, sus objetivos y el papel que juega en la escenografía, para mostrar que son varios factores y miembros del equipo los que tienen que trabajar de manera conjunta para lograr una imagen visual atractiva para el televidente. Los puntos que se presentarán son:

Objetivos de la iluminación

El papel que juega la iluminación

Papel principal

Papel de realce

Papel suplementario

Bibliografía complementaria

4.3.4 Análisis de datos

Basándose en la información presentada y los requerimientos de la propuesta gráfica, se utilizarán los siguientes elementos:

Formato: El formato que se utilizará será de un tamaño menor al carta (21.59 x 27.94), para hacer al manual mucho más práctico para consultarlo, llevarlo y guardarlo por lo que se recurrirá al siguiente A5 (21 x 14.8 cms)

Tipografía: El tipo que se usará será del grupo de lineales o palo seco, ya que es muy legible en bloques de texto como los que se utilizarán en el manual. El tamaño será de 10 y 11 puntos, debido a que son los tamaños óptimos para una buena lectura, reconocida y fluida. Las propuestas son las siguientes:

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
Century Gothic, 11 pts.

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
Microsoft Sans Serif, 11 pts.

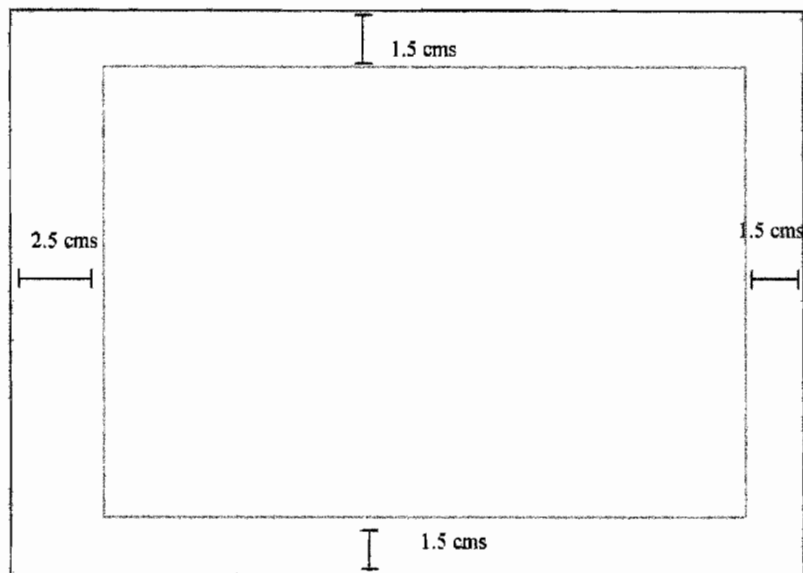
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
Tahoma, 11 pts.

Retícula tipográfica: Para la elaboración del manual se planea utilizar tres tipos de retículas:

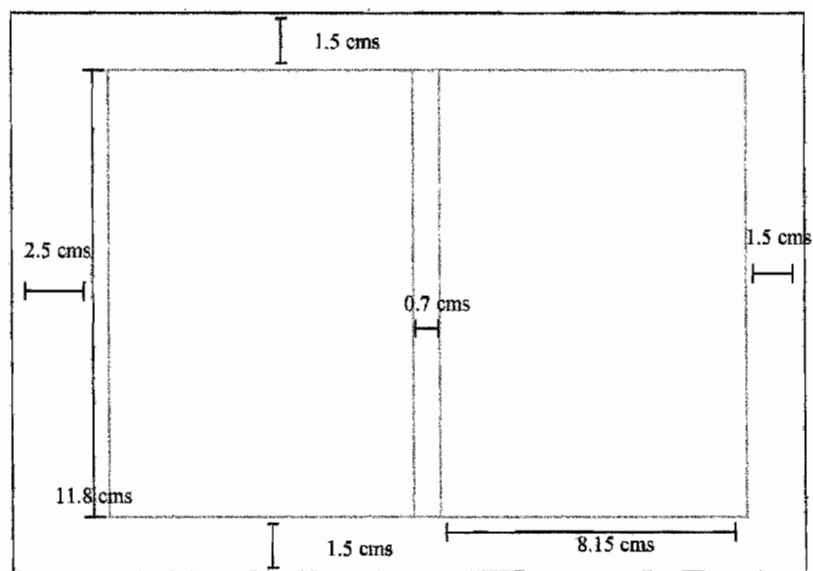
- 1.- Retícula de manuscrito o bloque. Únicamente será para el índice y bibliografía complementaria.
- 2.- Retícula de columnas. Se utilizará para el texto que conformará el contenido del manual.
- 3.- Retícula modular. Será para las páginas en donde se incluirá una imagen y su descripción.

Se considera que los márgenes tengan las siguientes medidas:

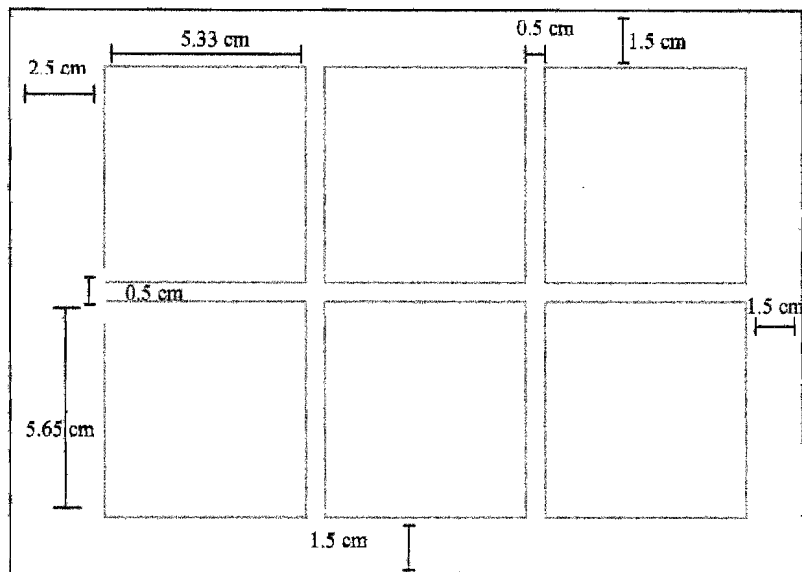
- Superior: 1.5 cms.
- Inferior: 1.5 cms.
- Exterior: 1.5 cms
- Interior: 2.5 cms.



Retícula de bloque.



Retícula de dos columnas.



Retícula modular.

4.3.5 Síntesis y Desarrollo (Etapa de bocetaje y creación de prototipos)

En esta etapa se presentarán pruebas tipográficas, la aplicación de estructuras reticulares y prototipos a escala del diseño del manual.

Los diferentes tipos (century gothic, microsoft sans serif y tahoma) se presentarán en bloques de texto que serán de la misma medida que tendrán en la retícula de columnas, en 10 y 11 pts, por ser los

tamaños óptimos para una buena identificación de los caracteres, aplicando interlineado sencillo e interlineado de 1.5.

CENTURY GOTHIC

El color en la escenografía

En la construcción y preparación de una escenografía para televisión no sólo se necesita una adecuada y efectiva combinación de los colores, sino que es necesario un considerable conocimiento del color. El tratamiento del color se puede apoyar en el modo de concebir los decorados, como en la dominante que se otorgue a la luz escénica. Una luz cálida (amarillenta) transmite un sentimiento de

10 pts., interlineado sencillo

El color en la escenografía

En la construcción y preparación de una escenografía para televisión no sólo se necesita una adecuada y efectiva combinación de los colores, sino que es necesario un considerable conocimiento del color. El tratamiento del color se puede

10 pts., interlineado de 1.5

El color en la escenografía

En la construcción y preparación de una escenografía para televisión no sólo se necesita una adecuada y efectiva combinación de los colores, sino que es necesario un considerable conocimiento del color. El tratamiento del color se puede apoyar en el modo de

11 pts., interlineado sencillo

El color en la escenografía

En la construcción y preparación de una escenografía para televisión no sólo se necesita una adecuada y efectiva combinación de los colores, sino que es necesario un considerable conocimiento del

11 pts., interlineado de 1.5

MICROSOFT SANS SERIF

El color en la escenografía

En la construcción y preparación de una escenografía para televisión no sólo se necesita una adecuada y efectiva combinación de los colores, sino que es necesario un considerable conocimiento del color. El tratamiento del color se puede apoyar en el modo de concebir los decorados, como en la dominante que se otorgue a la luz escénica. Una luz cálida (amarillenta) transmite un sentimiento de espacio cerrado y acogedor. Una luz fría (dominante azulado) remite a un espacio abierto.

10 pts., interlineado sencillo

El color en la escenografía

En la construcción y preparación de una escenografía para televisión no sólo se necesita una adecuada y efectiva combinación de los colores, sino que es necesario un considerable conocimiento del color. El tratamiento del color se puede apoyar en el modo de concebir los decorados, como en la dominante que se

10 pts., interlineado de 1.5

El color en la escenografía

En la construcción y preparación de una escenografía para televisión no sólo se necesita una adecuada y efectiva combinación de los colores, sino que es necesario un considerable conocimiento del color. El tratamiento del color se puede apoyar en el modo de concebir los decorados, como en la dominante que se otorgue a la luz escénica. Una

11 pts., interlineado sencillo

El color en la escenografía

En la construcción y preparación de una escenografía para televisión no sólo se necesita una adecuada y efectiva combinación de los colores, sino que es necesario un considerable conocimiento del color. El tratamiento del color se

11 pts., interlineado de 1.5

TAHOMA

El color en la escenografía

En la construcción y preparación de una escenografía para televisión no sólo se necesita una adecuada y efectiva combinación de los colores, sino que es necesario un considerable conocimiento del color. El tratamiento del color se puede apoyar en el modo de concebir los decorados, como en la dominante que se otorgue a la luz escénica. Una luz cálida (amarillenta) transmite un sentimiento de espacio cerrado y acogedor. Una luz fría

10 pts., interlineado sencillo

El color en la escenografía

En la construcción y preparación de una escenografía para televisión no sólo se necesita una adecuada y efectiva combinación de los colores, sino que es necesario un considerable conocimiento del color. El tratamiento del color se puede apoyar en el modo de concebir los decorados, como en la dominante que se

10 pts., interlineado de 1.5

El color en la escenografía

En la construcción y preparación de una escenografía para televisión no sólo se necesita una adecuada y efectiva combinación de los colores, sino que es necesario un considerable conocimiento del color. El tratamiento del color se puede apoyar en el modo de concebir los decorados, como en la dominante

11 pts., interlineado sencillo

El color en la escenografía

En la construcción y preparación de una escenografía para televisión no sólo se necesita una adecuada y efectiva combinación de los colores, sino que es necesario un considerable conocimiento

11 pts., interlineado de 1.5

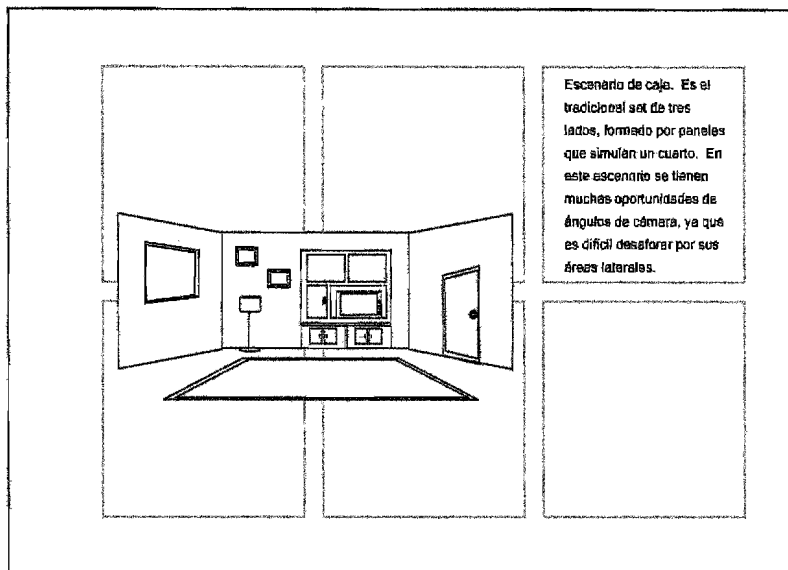
Después de realizar algunas pruebas con diferentes tipografías correspondientes al grupo de las lineales o palo seco, la que se utilizará en la propuesta gráfica debido a su fácil lectura será:

Microsoft Sans Serif en 10 pts con un interlineado de 1.5, en los títulos será del mismo puntaje pero subrayado y en “negritas”. El texto será alineado a la derecha, esto con la finalidad de no hacerlo rígido y/o muy formal.

Las imágenes que se realizarán serán de tipo esquemático, es decir, muy simples, únicamente líneas, sin colores e incluso burdas ya que el objetivo es representar lo más fácil y entendible el texto.

APLICACIÓN DE RETÍCULAS

<p>En la construcción y preparación de una escenografía para televisión no sólo se necesita una adecuada y efectiva combinación de los colores, sino que es necesario un considerable conocimiento del color. El tratamiento del color se puede apoyar en el modo de concebir los decorados; como en la dominante que se otorgue a la luz escénica. Una luz cálida (amarillenta) transmite un sentimiento de espacio cerrado y acogedor. Una luz fría (dominante azulada) remite a un espacio abierto, centrifugo, distante, silencioso. En todo caso un escenógrafo y un iluminador tienen que trabajar en conjunto para crear la atmósfera deseada. Ambos deben de saber que el color rojo es uno de los que con más dificultades se reproduce y que tiende, en televisión, a difuminar el contorno de las cosas iluminadas</p>	<p>Los haces de colores vivos (rojos, verdes, azules) son muy utilizados en los espectáculos de vídeo musical para crear un ambiente psicodélico o simplemente, colorista. El uso de blanco y negro no es habitual en producciones televisivas, pero en algunas ocasiones se utiliza como un recurso expresivo.</p>
---	---



4.3.6 Comunicación (evaluación y pruebas del prototipo) y Solución (implementar documentos para la producción del diseño definitivo).

Para hacer al manual más atractivo e informativo, se utilizarán otros elementos como caratulas e introducciones en cada uno de los capítulos, para presentar una idea del tema a desarrollar. Las imágenes que se utilicen en cada una de ellas serán representativas del tópico.

Los marcadores o números de páginas se harán más visibles porque se complementarán con una viñeta.

El texto seguirá en dos columnas pero se incluirá un filete o línea divisoria para hacer más evidente la separación del texto entre una columna y otra.

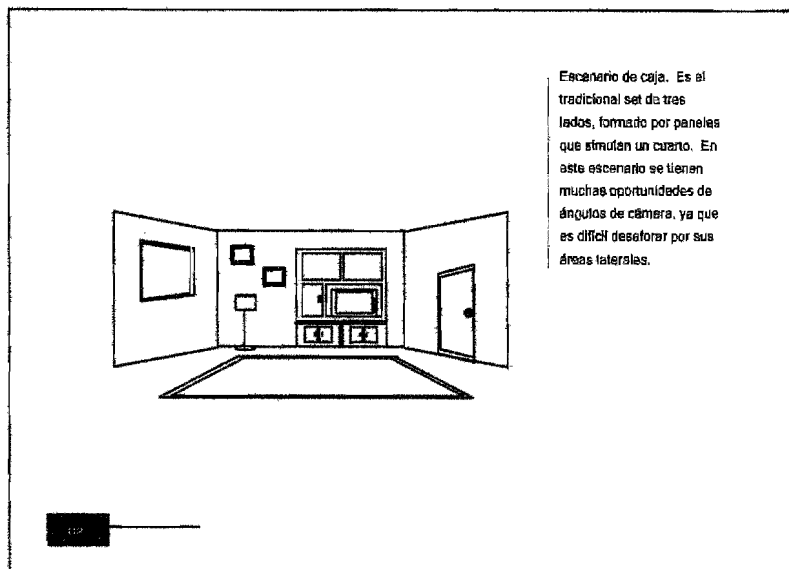
Para el diseño de la portada, lo que se busca es que sea atractiva e innovadora pero que al mismo tiempo sea sencilla y simple para que tanto los elementos interiores (imágenes y texto) como el exterior lleven una estructura muy similar y se logre una buena uniformidad. Los colores para la elaboración de ésta serán negro, blanco y escala de grises. El único elemento que se destacará por ser diferente será la imagen que se colocará en la portada, de manera gradiente para representar que la elaboración de un proyecto escenográfico es a partir de una serie de pasos que lograrán un objetivo y un buen diseño final.

DISEÑO FINAL DE LAS PÁGINAS

En la construcción y preparación de una escenografía para televisión no sólo se necesita una adecuada y efectiva combinación de los colores, sino que es necesario un considerable conocimiento del color. El tratamiento del color se puede apoyar en el modo de concebir los decorados, como en la dominante que se otorgue a la luz escénica. Una luz cálida (amarillenta) transmite un sentimiento de espacio cerrado y acogedor. Una luz fría (dominante azulada) remite a un espacio abierto, centrifugo, distante, silencioso. En todo caso un escenógrafo y un iluminador tienen que trabajar en conjunto para crear la atmósfera deseada. Ambos deben de saber que el color rojo es uno de los que con más dificultades se reproduce y que tiende, en televisión, a difuminar el contorno de las cosas iluminadas o pintadas de este color. Que la gama de colores

Los haces de colores vivos (rojos, verdes, azules) son muy utilizados en los espectáculos de vídeo musical para crear un ambiente psicodélico o, simplemente, colorista. El uso de blanco y negro no es habitual en producciones televisivas, pero en algunas ocasiones se utiliza como un recurso expresivo.





Bibliografía complementaria

- BERNSTEIN, Steven. *Técnicas de producción cinematográfica*. Ed Limusa, México, 1993, p.p. 339.
- BROWN, Blain. *Iluminación en cine y televisión*. Escuela de Cine y video, España, 1992, p.p. 260.
- EBERSOLE, Samuel. *Manual del operador profesional de radio y televisión*. D. O. R. S. L. Ediciones, Madrid, 1992, p.p. 375.
- GONZÁLEZ Treviño, Jorge. *Televisión y comunicación: un enfoque técnico práctico*. Ed. Alhambra Mexicana, México, 1994.
- GUARDIA, Mshual. *Técnicas de construcción, ornamentación y pintura de decorados*. Instituto Oficial de Radio y Televisión Española, España, 1993, p.p. 111.
- J. Brian. *Diseño creador en decoración*. LEDA, Barcelona, 1984, p.p. 141.
- MARTÍNEZ Abadía, José. *Introducción a la tecnología audiovisual*. Ed. Paidós, España, 1993, p.p. 238.
- MILLERSON, Gerald. *Diseño Escenográfico para televisión*. Tr. Eduardo Hernández Villamil, Instituto Oficial de Radio y Televisión Española, España, 1984, p.p. 335.
- MILLERSON, Gerald. *Iluminación para televisión y cine*. Tr. Eduardo Hernández Villamil, Instituto Oficial de Radio y Televisión Española, España, p.p. 480.
- MILLERSON, Gerald. *Técnicas de Realización y producción de televisión*. Tr. Eduardo Hernández Villamil, Centro de Formación RTVE, Madrid, 1991, p.p. 628.
- MORALES Díaz, Karen. *Televisión, teoría y práctica*. Ed. Alhambra Mexicana, México, 1989.

DISEÑO DE CARÁTULA E INTRODUCCIÓN

UNIDAD 1

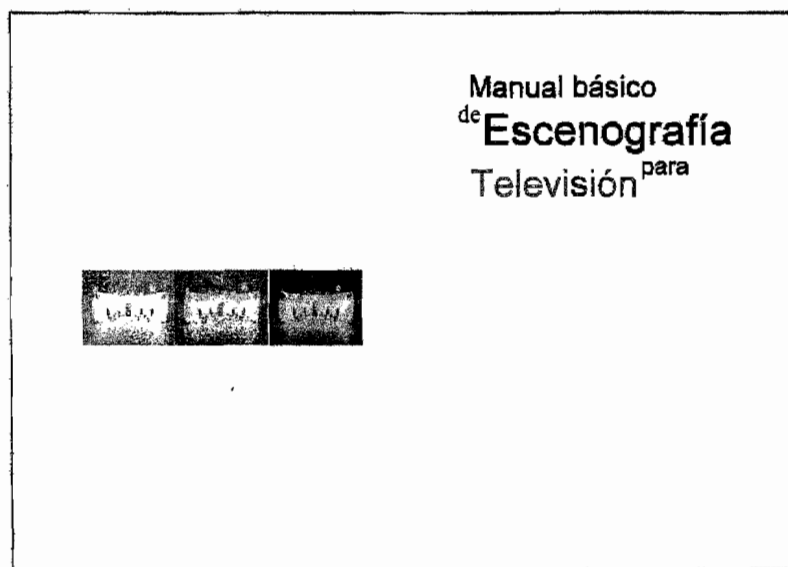
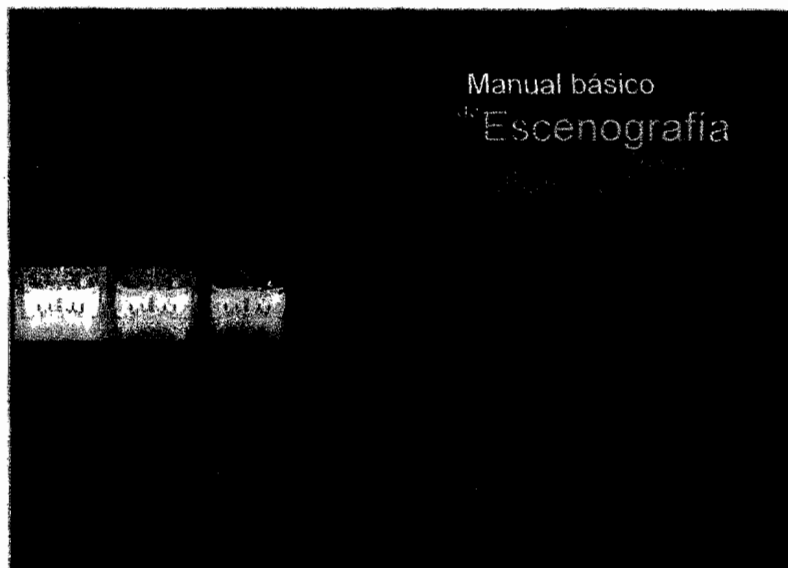
1. Elementos de Diseño Gráfico aplicados en la Escenografía



Elementos de Diseño Gráfico aplicados en la Escenografía

Para todo diseño, siempre se recurre al uso de diversos elementos visuales que constituirán lo que queremos expresar. Las técnicas de diseño son utilizadas también en las producciones de televisión, vídeo y cinematografía, por lo que es importante conocer estas bases que nos ayudarán a identificar la relación que tienen los medios audiovisuales y el Diseño Gráfico así como, la aplicación y el uso de cada uno de estos elementos en la escenografía.

DISEÑO DE PORTADA Y ANTEPORTADA



CONCLUSIONES

Diseñar no nada más significa plasmar en papel las ideas, sino que requiere de un largo y detallado proceso de investigación, aplicación de técnicas, objetivos y manejo de conceptos y conocimientos.

Debido a la amplia variedad de actividades que el Diseño Gráfico ofrece, se han abierto más y más oportunidades en el campo laboral, dejando atrás las limitaciones, en cuanto al uso de algunos materiales, formas y formatos, colores, entre otros.

Una de las actividades en donde el diseñador gráfico, que está interesado en los medios audiovisuales y en pertenecer al mundo de la televisión, puede desempeñar una gran labor y desarrollar su creatividad es a través del Diseño Escenográfico, el cual se refiere a la realización de un ambiente adecuado para un programa.

Los elementos escenográficos se han utilizado desde la antigua Grecia y han ido evolucionando y tomado del exterior sus bases para cautivar al público. Los diseñadores escenográficos se han basado en los diferentes movimientos sociales y en las corrientes artísticas de cada época. Sin lugar a dudas las ciencias, las artes e incluso la escenografía, son un reflejo del tiempo y de la sociedad.

Con el surgimiento de la televisión y el gran impacto que causó en sus inicios y que sigue causando, se ha propagado una gran competencia entre las distintas televisoras, programas y presentadores, por lo que se ha buscado llamar la atención del espectador con otro elemento llamado escenografía, que es el complemento que hace atractivo a un programa, que crea una imagen visual estética y que ayuda a generar mayor presencia.

Crear una escenografía no sólo es colocar diferentes elementos, sino que se requiere de una buena planificación, investigación, presupuesto y muchos otros factores, como el tipo de programa, público al que va dirigido y claro, aprobación de todo el equipo de producción ya que la escenografía no depende del diseñador únicamente porque puede afectar el trabajo del resto del personal.

Para la realización de cualquier producto de diseño se necesita seguir una metodología, ya que esta ayudará a que el o los objetivos se logren y se lleve a cabo todo el proceso de manera ordenada. La finalidad es la de aprovechar al máximo tanto el tiempo como los materiales y lograr un trabajo útil, funcional y estético.

A pesar de que la escenografía ha formado parte del teatro, del cine y de la televisión, no es un tema muy conocido para los diseñadores gráficos, por lo que se necesita darle mayor importancia y mostrar los puntos relevantes. Una herramienta útil para hacerlo es un manual, ya que se exponen los temas de manera concreta, fácil de leer y de entender, por lo que la propuesta gráfica a realizar será el material perfecto para informar a los diseñadores gráficos que existe otra actividad dentro de la televisión que pueden llevar a cabo.

FUENTES DE INFORMACIÓN

CAPÍTULO I

BIBLIOGRAFÍA

- ☞ DONDIS, Donis, *La sintáxis de la imagen*, Tr. Justo G. Beramendi, Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 1990, p.p. 211.
- ☞ NEWARK, Quentin, *¿Qué es el Diseño Gráfico? Manual de Diseño*, Tr. Joan Escofet, Ed. Gustavo Gili, México, 2002, p.p. 255.
- ☞ RAWSON, Philip, *Diseño*, Tr. Alberto Villalba, Ed. Nerea, Madrid, 1990, p.p. 349
- ☞ SATUÉ, Enric, *El Diseño Gráfico desde los orígenes hasta nuestro días*, Alianza Editorial, España, 1995, p.p. 500.
- ☞ SCOTT, Robert, *Fundamentos de Diseño*, Tr. Marta del Castillo de Molina y Vedia, Ed. Victor Lerú, Buenos aires, 1975, p.p. 195.
- ☞ SWANN, Alan, *Bases del Diseño Gráfico* Tr. Emili Oleina i Aya, Ed. Gustavo Gili, México, 1990, p.p. 144.
- ☞ VANDYKE, Scott, *De la línea al diseño. Comunicación, diseño y grafismo*, Tr. Iris Menéndez, 2da.ed., Ed. Gustavo Gili, México, 1986, p.p. 157.

CAPITULO II

BIBLIOGRAFÍA

- ☞ BONT, Dan, *Escenotécnicas en teatro, cine y tv. Artes visuales en escenarios y estudios*, LEDA, Barcelona, 1981, p.p. 136.
- ☞ BRAVO, Raymond, *Producción y dirección de televisión*, Ed. Limusa, México, 1993, p.p. 211.
- ☞ GALVÁN Robles, Netzahualcóyotl, *El espacio escénico (una semblanza histórica del escenario)*, UNAM-ENAP, México, 1992, p.p. 16.

- ☞ GENER, Artis, *La escenografía en el teatro y el cine*, Ed. Centauro, México, 1947, p.p. 151.
- ☞ MANJARRÉZ, Daniel, *Televisión, su producción y dirección*, Impresora y Editora Mayo, México, 1961, p.p. 168.
- ☞ OROZCO, Guillermo, *Historias de la televisión en América Latina*, Gedisa Editorial, España, 2002, p.p. 285.

HEMEROGRAFÍA

- ☐ *Crónica de la telenovela, "México sentimental"*, 1era.ed., No.1, Luis Reyes de la Maza, Ed. Clío, México, 1999.
- ☐ *Crónica de la telenovela, "Lágrimas de exportación"*, 1era.ed., No. 2, Luis Terán, Ed. Clío, México, 2000.

VIDEO

- ☉ *HISTORIA DE LA TELEVISIÓN I: EL GRAN INVENTO*, Enrique Krauze, Ed. Clío, México, 1999.

INTERNET:

- ☐ <http://cinemexicano.mty.itesm.mx>
- ☐ <http://es.wikipedia.org>
- ☐ www.etcetera.com.mx
- ☐ www.nicolacomunale.com/teoriaescenica

CAPÍTULO III

BIBLIOGRAFÍA

- ☞ FAWCETT-TANG, Roger, *Diseño de libros contemporáneo*, Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 2004, p.p. 325.
- ☞ FOGES, Chris, *Diseño de revistas*, Ed. Mc Graw-Hill, México, 2000, p.p. 159.
- ☞ JOHANSSON, Kaj, *Manual de producción gráfica. Recetas*, Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 2004, p.p. 325.
- ☞ KOREN, Leonard, *Recetario de Diseño Gráfico*, 2da.ed., Ed. Gustavo Gili, México, 1994, p.p. 143.
- ☞ MEGGS, Philip, *Historia del Diseño Gráfico*, Ed. Trillas, México, 1991, p.p. 562.
- ☞ OWEN, William, *Diseño de revistas*, Tr. Carlos Saénz de Valicourt, Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 1991, p.p. 240.
- ☞ PUENTE, Rosa, *Dibujo y comunicación gráfica*, 2da.ed., Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 1994, p.p. 99.
- ☞ SANDERS, Norman, *Manual de producción del diseñador gráfico*, Tr. Esteve Rimbau i Sauri, 2da.ed., Ed. Gustavo Gili, Barcelona, p.p. 212.
- ☞ SHAUGHNESSY, Adrian, *Look at this. folletos, catálogos y documentos contemporaneous*, Tr. Silvia Guiu Navarro, Index Book S. L., España, 2006, p.p. 191.
- ☞ SUTTON, Albert, *Confeción y concepción de un periódico*, Ediciones Rialp, Madrid, 1963, p.p. 403.
- ☞ SWANN, Alan, *Diseño Gráfico*, Tr. Jeannette Calbet, Ed. Blume, Barcelona, 1992, p.p. 192.
- ☞ TURNBULL, Arthur, *Comunicación gráfica*, Ed. Trillas, México, 1990, p.p. 429.

CAPÍTULO IV

BIBLIOGRAFÍA

- ☞ ÁVILA, Raúl, La lengua y los hablantes, 3ra.ed., Ed. Trillas, México, 1999, p.p. 157.
- ☞ BAINES, Phil, Tipografía, función, forma y estética, Ed. Gustavo Gili, México, 2002, p.p. 192.
- ☞ CAMACHO, Jairo, Curso de Diseño Gráfico, Educar Cultura Recreativa, Colombia, 1991, pág. 32.
- ☞ CHENG, Karen, Diseñar tipografía, Tr. Mela Dávila, Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 2006, p.p. 232.
- ☞ ELAM, Kimberly, Sistemas reticulares, principios para organizar la tipografía, Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 2006, p.p. 123.
- ☞ ESCARPIT, Robert, Teoría general de la información y de la comunicación, Tr. Araceli Carbó, ICARIA Editorial, Barcelona, 2006. P.p. 318.
- ☞ FERRER, Eulalio, Información y comunicación. 2da.ed., Fondo de Cultura Económica, México, 1998, p.p. 333.
- ☞ FRUTIGER, Adrián, Entorno a la tipografía, Tr. Anne-Helene Suárez Girard, Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 2004. P.p. 144.
- ☞ JURY, David, Tipos de fuentes, regreso a las normas tipográficas, Tr. Silvia Guiu Navarro, Index Book, España, 2002, p.p. 159.
- ☞ MARCH, Marion, Tipografía creativa, Tr. Emili Olcina i Aya, Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 1991, p.p. 144.
- ☞ MARTÍN Serrano, Manuel, Teoría Estructural de la comunicación y sociedadE. Trillas, México, 1991, p.p. 207.
- ☞ MULLER Brockmann, Josef, Sistemas de retículas, un manual para diseñadores gráficos, Tr. Ángel Reparaz Andres, Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 1982, p.p. 179.
- ☞ PAOLI, Antonio, Comunicación e información, 3ra.ed., Ed. Trillas, México, 1990, p.p. 138.
- ☞ SAMARA, Timothy, Diseñar con y sin retícula, Tr. Mela Dávila, Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 2004, p.p. 241.
- ☞ WILBERG, Hans, Primeros auxilios en tipografía, Tr. Esther Monzó, Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 2002, p.p. 104.

PROPUESTA GRÁFICA: MANUAL DE ESCENOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA

- ☞ BERNSTEIN, Steven, Técnicas de producción cinematográfica, Ed Limusa, México, 1993, p.p. 339.
- ☞ BROWN, Blain, Iluminación en cine y televisión, Escuela de Cine y video, España, 1992, p.p. 260.
- ☞ EBERSOLE, Samuel, Manual del operador profesional de radio y televisión, D. O. R. S. L. Ediciones, Madrid, 1992, p.p. 375.
- ☞ GONZÁLEZ Treviño, Jorge, Televisión y comunicación: un enfoque teórico práctico, Ed. Alhambra Mexicana, México, 1994.
- ☞ GUARDIA, Manuel, Técnicas de construcción, ornamentación y pintura de decorados, Instituto Oficial de Radio y Televisión Española, España, 1993, p.p. 111.
- ☞ J. Brian, Diseño creador en decoración, LEDA, Barcelona, 1981, p.p. 141.
- ☞ MARTÍNEZ Abadía, José, Introducción a la tecnología audiovisual, Ed. Paidós, España, 1993, p.p. 238.
- ☞ MILLERSON, Gerald, Diseño Escenográfico para televisión, Tr. Eduardo Hernández Villamil, Instituto Oficial de Radio y Televisión Española, España, 1984, p.p. 335.
- ☞ MILLERSON. Gerald, Iluminación para televisión y cine, Tr. Eduardo Hernández Villamil, Instituto Oficial de Radio y Televisión Española, España, p.p. 480.
- ☞ MILLERSON, Gerald, Técnicas de Realización y producción de televisión, Tr. Eduardo Hernández Villamil, Centro de Formación RTVE, Madrid, 1991, p.p. 628.
- ☞ MORALES Díaz, Karen, Televisión, teoría y práctica, Ed. Alhambra Mexicana, México, 1989.
- ☞ OLSON, Robert, Conceptos básicos de dirección artística en cine y televisión, Instituto Oficial de Radio y Televisión, Madrid, 1999, p.p. 237.
- ☞ PORTER, Tom, Manual de técnicas gráficas para arquitectos, diseñadores y artistas, Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 1985, p.p. 128.
- ☞ SOLER, Llorenç, La televisión: una metodología para su aprendizaje, Ed. Gustavo Gili, México, 1991, p.p. 187.

- ☞ W. Rea, Peter, *Producción y dirección de cortometrajes y videos*, Tr. Mariam Califa Bris, Instituto Oficial de Radio y Televisión, Madrid, 1998, p.p. 595.
- ☞ ZETTL, Herbert, *el manual de producción para video y televisión*, escuela de cine y video, Buenos Aires, 1996, p.p. 542.