



**UNIVERSIDAD
INSURGENTES**

PLANTEL XOLA

**LICENCIATURA EN DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL CON
INCORPORACIÓN A LA UNAM CLAVE 3315-31**

**“DISEÑO DE SUPERS PARA LA OCTAVA SEMANA ACADÉMICA
DE DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL:
CREADORES DE IMAGEN”.**

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
L I C E N C I A D O E N D I S E Ñ O Y C O M U N I C A C I Ó N V I S U A L

P R E S E N T A

JORGE ÁNGEL PABLO GARCÍA

ASESOR: MTRA. SANDRA SOLTERO LEAL

MÉXICO, D.F.

2015



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

INTRODUCCIÓN	2
CAP 1	4
1. Teoría de la Gestalt y su relación con la licenciatura en Diseño y Comunicación Visual	5
1.1 Ley de la similaridad	8
1.2 Ley del cierre	
1.3 Ley de la buena continuidad	9
2. El Diseño y la Comunicación Visual aplicado a la Producción de entrevistas grabadas en estilo Flash de Televisión	10
2.1 Fases del proceso de producción audiovisual	11
2.2 ¿Qué es un flash de televisión?	14
3. Diseño de Súpers	15
CAP 2	18
1. Diseño y Comunicación Visual	19
2 Semana académica	20
3 Street art	21
Jean-Michel Basquiat	22
Frank Shepard Fairey	24
Banksy	26
CAP 3	28
1. El Método Sistemático para Diseñadores de Bruce Archer aplicado al proceso de producción de un flash	29
1.1 La Fase Analítica, Preproducción	32
1.2 La Fase Creativa, Preproducción	45
1.3 La Fase Ejecutiva, Producción y Postproducción	47
CONCLUSIONES	50
BIBLIOGRAFÍA	53

ÍNDICE



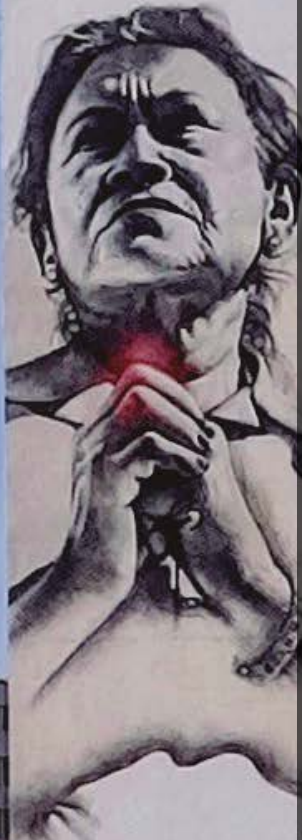
INTRO DUCCIÓN

La Universidad Insurgentes, como parte de las competencias académicas que realiza en los distintos semestres de la carrera de Diseño y Comunicación Visual para el desarrollo laboral de los futuros profesionistas, creó "La Semana Académica", el evento más importante de cada año, para fomentar y enriquecer el aprovechamiento, la creatividad y la competencia escolar.

Como sede de este acontecimiento cultural la Universidad Insurgentes plantel Xola acondicionó sus instalaciones para darle cabida a las diferentes exposiciones, conciertos, performance, obras de teatro, instalaciones, stands, audiovisuales, cine, conferencias y actividades culturales en general relacionadas con el diseño y la comunicación visual que tienen como objetivo el desarrollo de las habilidades creativas del alumno, orientar e informar sobre qué camino tomar para llegar a la meta deseada, así como influir positivamente en el licenciado en diseño y comunicación para su próxima vida laboral. Para llevar a cabo la planeación y desarrollo de todas estas actividades la Coordinación de Diseño y Comunicación Visual de la Universidad Insurgentes designó a un grupo de alumnos destacados en la carrera y en sus distintos campos de estudio, para emprender el montaje y la producción de este magno evento.

El equipo de producción se dividió por áreas de trabajo de acuerdo a las necesidades del proyecto, éstas áreas fueron las siguientes: audiovisual, escenografía, editorial e imagen. Una vez conformadas las áreas de trabajo dio inicio la planeación en conjunto sobre una idea original o concepto que fuera la columna vertebral del proyecto, le otorgara fundamentos teórico/prácticos y unificara el estilo visual en un conjunto de elementos de diseño con tendencias contemporáneas con las que el alumno se sintiera familiarizado; se buscó cómo principios fundamentales, que el alumno se identificara con la imagen y estilo de la Semana Académica, esto con el objetivo de captar toda su atención e interés en las actividades realizadas. Se siguió un mismo hilo conductor a nivel de imagen y contenido que unificó el propósito y la información de tan importante hecho académico. Siendo un grupo de jóvenes los creadores del proyecto se decidió por el street art como

HOTEL
REFORMA
AVENUE



estilo visual de la Octava Semana Académica. El street art es una corriente artística contemporánea que fue impulsada y desarrollada por jóvenes en los años sesentas con la necesidad de ser escuchados y tomados en cuenta, sus bases ideológicas recaen en lo ilegal, la contracultura, la crítica social, la libertad de expresión, la experimentación, la demanda ciudadana y la ruptura de las reglas establecidas por el orden social con el objetivo de expresar mensajes e ideas que hagan reflexionar a la sociedad sobre su entorno cotidiano, busca innovar y sorprender para llamar la atención y transmitir un mensaje lleno de fuerza y convicción capaz de persuadir el punto de vista de toda aquella persona que lo observe. El street art evolucionó de una manera incluyente y participativa con otras disciplinas y artes convirtiéndose en una tendencia liberal, creativa y original que se mantiene presente con mucha fuerza hasta hoy en día.

Este trabajo tiene como objetivo principal mostrar el proceso de producción que se siguió para la creación de un proyecto audiovisual, en otras palabras el propósito es mostrar las fases del método de producción audiovisual comenzando por elegir un marco teórico o línea de estudio, que sienta las bases para su creación y producción; particularmente este trabajo tomó como marco teórico la teoría de la Gestalt y centra su estudio en tres leyes gestálticas que son aplicadas en el diseño y la comunicación visual con la finalidad de generar mayor pregnancia de un producto o servicio en la memoria de una persona, se debe saber, que una imagen tiene gran capacidad comunicativa y se transmite con velocidad cuando el grado de pregnancia es elevado. La pregnancia es una cualidad de la forma en función de su textura, color, tamaño, simplicidad, equilibrio y sencillez entre otras características, que llaman la atención del observador y le permiten captarla con rapidez y facilidad.

Estas tres leyes, fueron aplicadas a la imagen y el diseño de la Octava Semana Académica a través del street art, el cual, era el estilo artístico indicado para experimentar con libertad las veces que fuera necesario, hasta crear algo novedoso y original que fuera del gusto de los alumnos y llamara su atención.

Cuando se comenzó a pensar en la escenografía, el área encargada convocó a todos los alumnos que quisieran colaborar en la realización de un graffiti para la decoración del auditorio en donde se impartieron las distintas conferencias y foros relacionados al diseño y la comunicación visual; como resultado se obtuvo la participación de aproximadamente 20 alumnos que plasmaron sus ideas a través del street art y a la vez ayudaron a crear la atmosfera adecuada y la escenografía correcta para dicho evento.

El resultado de haber escogido un estilo artístico tan libre, fresco y joven, para la imagen de este evento, influyó en la colaboración y participación que los alumnos tuvieron durante la creación de la Octava Semana Académica. Esto trajo como resultado una convivencia cultural enriquecedora acompañada de críticas constructivas y objetivas que ayudaron a mejorar la calidad en las técnicas y procesos utilizados por los alumnos, al momento de desarrollar un proyecto audiovisual.



CAPÍTULO 1

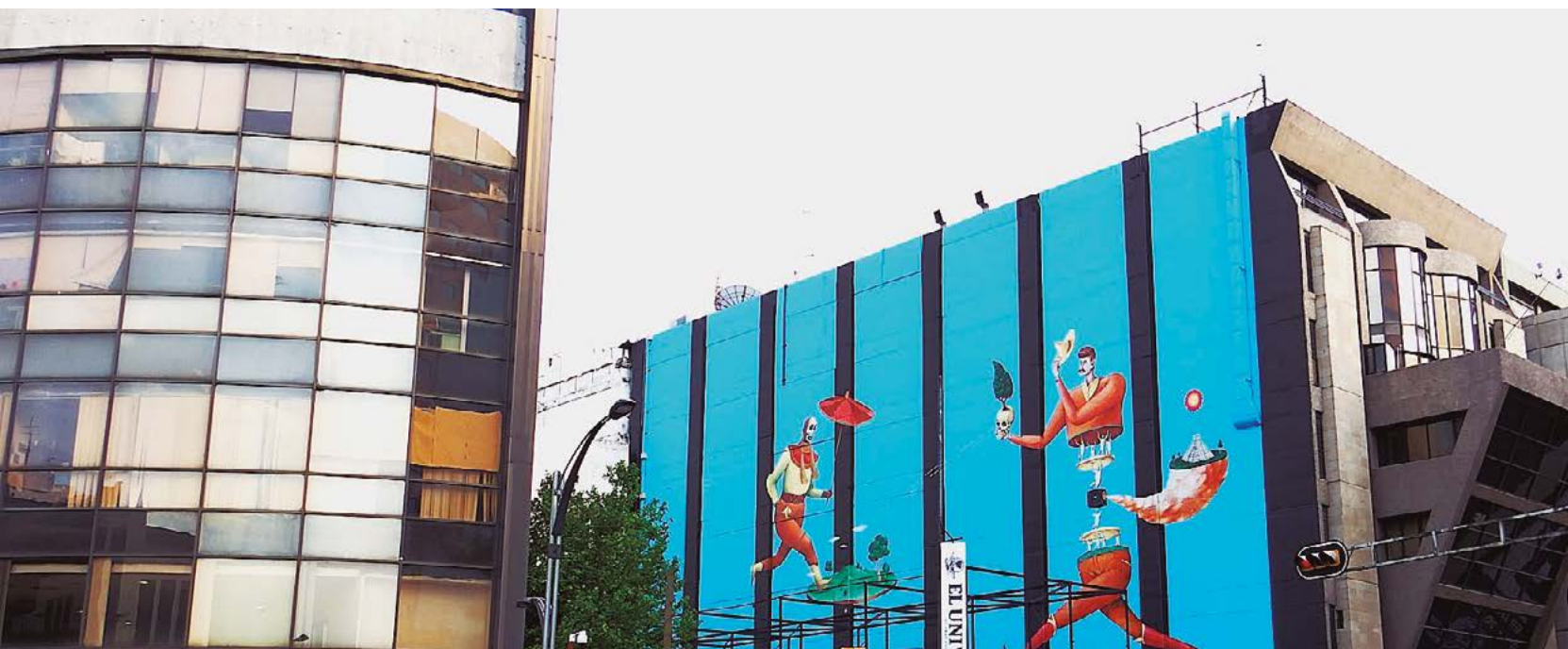
TEORÍA DE LA GESTALT Y SU RELACIÓN CON LA LICENCIATURA EN DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL

Para este proyecto, se comenzará por explicar ¿qué es la Teoría de la Gestalt? y cuál es la relación que tiene con el Diseño y la Comunicación Visual.

En 1912 en Alemania un grupo de psicólogos realizaban un experimento, en el cual, dos focos prendían y apagaban uno después del otro en intervalos cortos de tiempo dentro de un cuarto oscuro, al cabo de unos minutos se dieron cuenta de que un fenómeno visual se hacía evidente, se veía un solo foco prendido que se movía de un lado al otro, este movimiento solo era un movimiento aparente porque en realidad los dos focos permanecían fijos.

Para explicar este fenómeno visual los psicólogos desarrollaron la teoría de la Gestalt, que consta de más de 100 leyes que explican diferentes fenómenos visuales. Para conocer más acerca de estas leyes se puede consultar Delvan Juan, El desarrollo Humano páginas 60 – 63.

La Teoría de la Gestalt explica cómo el ser humano percibe al mundo, cuando se habla de percibir se refiere a los mensajes que los sentidos captan del exterior a través de la vista, el tacto, el oído, el gusto, y el olfato para ser llevados al cerebro y tener nuevos conocimientos. "Gestalt significa forma en alemán. Una Gestalt es una configuración que posee cualidades en tanto que totalidad, y la modificación de uno solo de sus elementos puede cambiar la Gestalt en su conjunto" (Juan Delval, 1995, El desarrollo humano pp.60, 63). Esto quiere decir que la Gestalt se encarga de estudiar las formas y de qué manera conservan sus propiedades según estén completas o incompletas.

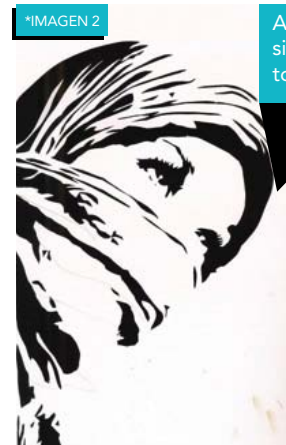


Este trabajo centrará su atención particularmente en fenómenos visuales porque es la vista el sentido por donde entra mayor información y con más facilidad, casi sin gastar energías, sólo basta con abrir los ojos para obtener conocimientos, también porque es el sentido de la vista por donde entran las imágenes, y la imagen es la vía por la cual el licenciado en Diseño y Comunicación Visual transmite sus mensajes, apoyado por más elementos como el sonido, el color entre otros.

La relación entre la carrera de Diseño y Comunicación Visual y la Teoría de la Gestalt consiste en que el Diseño ocupa la Teoría de la Gestalt como herramienta práctica y teórica para componer imágenes y transmitir mensajes.

El ser humano ve al mundo como un todo, y así es como trabaja a diario el cerebro, si los ojos ven formas similares en color, tamaño, o textura, los agrupará de manera natural, si ve nubes en el cielo y alguna de ellas tiene cierto parecido con una forma que el ya conozca seguramente le encontrará a la nube esa misma forma. Si se observan tres puntos no tan distantes dibujados en una hoja blanca, el cerebro los agrupará debido a su cercanía y verá un triángulo que es una forma que ya conoce, porque de manera automática unirá con líneas invisibles los tres puntos. Esta es la manera en la que trabaja nuestro cerebro y con base en estos fenómenos se trabajará este proyecto.

La siguiente es una imagen incompleta, fueron eliminadas unas de sus partes, tal vez el cerebro de una persona le encuentre parecido con alguna imagen vista anteriormente a lo largo de su vida pero no estará seguro hasta ver la imagen completa.



Aquí se muestra la misma imagen sin alteraciones, esta vez contiene todas y cada una de sus partes

En este ejemplo se pueden observar dos cosas, la primera es que en la imagen 1 el cerebro intenta agrupar y acomodar las formas de tal manera que vea algo conocido, pero no sabe a ciencia cierta lo que es, y en la imagen 2 corrobora la información viendo la imagen completa, a partir de ese momento sabe lo que está viendo, pero hay otra cosa más por explicar, en las dos imágenes solo están trazadas las sombras del dibujo, pero nuestro cerebro no necesita que la imagen sea realista y a color para saber que es una joven con el rostro y la cabeza cubiertos, sino que puede reconocerla con tan solo esos elementos debido a que ya ha visto una imagen similar a lo largo de su vida.

Este proyecto trabajará bajo tres leyes de la Gestalt, que son las que se encuentran con más frecuencia en proyectos relacionados con el Diseño y la Comunicación Visual a nivel compositivo. Estas leyes son ocupadas recurrentemente como recursos visuales del diseñador, para la construcción de distintas imágenes y así transmitir el mensaje que se necesita, son ocupadas constantemente porque le dan la posibilidad al Diseñador, entre otras cosas, de simplificar composiciones rescatando lo más importante del mensaje para transmitirlo rápido y claramente.

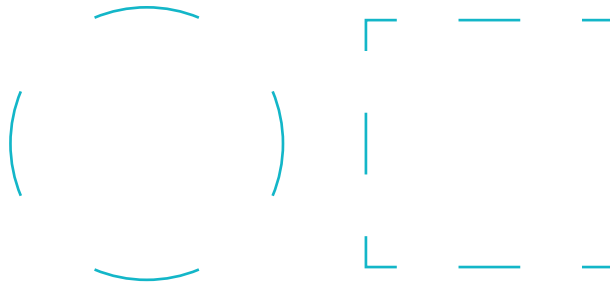


1.1 LEY DE LA SIMILARIDAD

Esta ley explica lo siguiente: si los ojos ven objetos (que dentro de este trabajo se les llamará módulos) similares, ya sea en tamaño, forma, textura, color, e incluso movimiento y dirección, los agrupará formando un súper módulo. En la siguiente imagen se muestra un enfrentamiento de policías contra civiles y la ley se demuestra porque los policías usan cascos azules que forman un súper módulo de cascos azules de policía (1) contra un súper módulo de cabezas descubiertas color negro (2) que nuestro cerebro diferencia de las otras porque estas no portan cascos, solo algunas gorras, sombreros y paliacates.



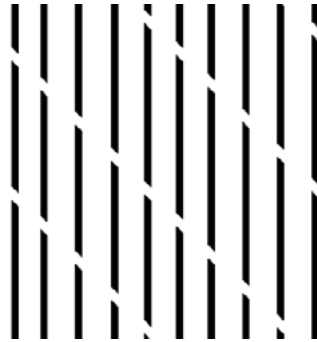
1.2 LEY DEL CIERRE



Esta ley explica que el cerebro tiende a cerrar o a completar las formas que observe incompletas, esto es debido a una tendencia innata del cerebro, y también lo hace gracias a la pregnancia de las imágenes en él; cuando se dice pregnancia se habla de la capacidad que tiene el cerebro para retener las imágenes, una imagen que tiene un alto grado de pregnancia es una imagen fácil de recordar debido a sus elementos visuales y compositivos.

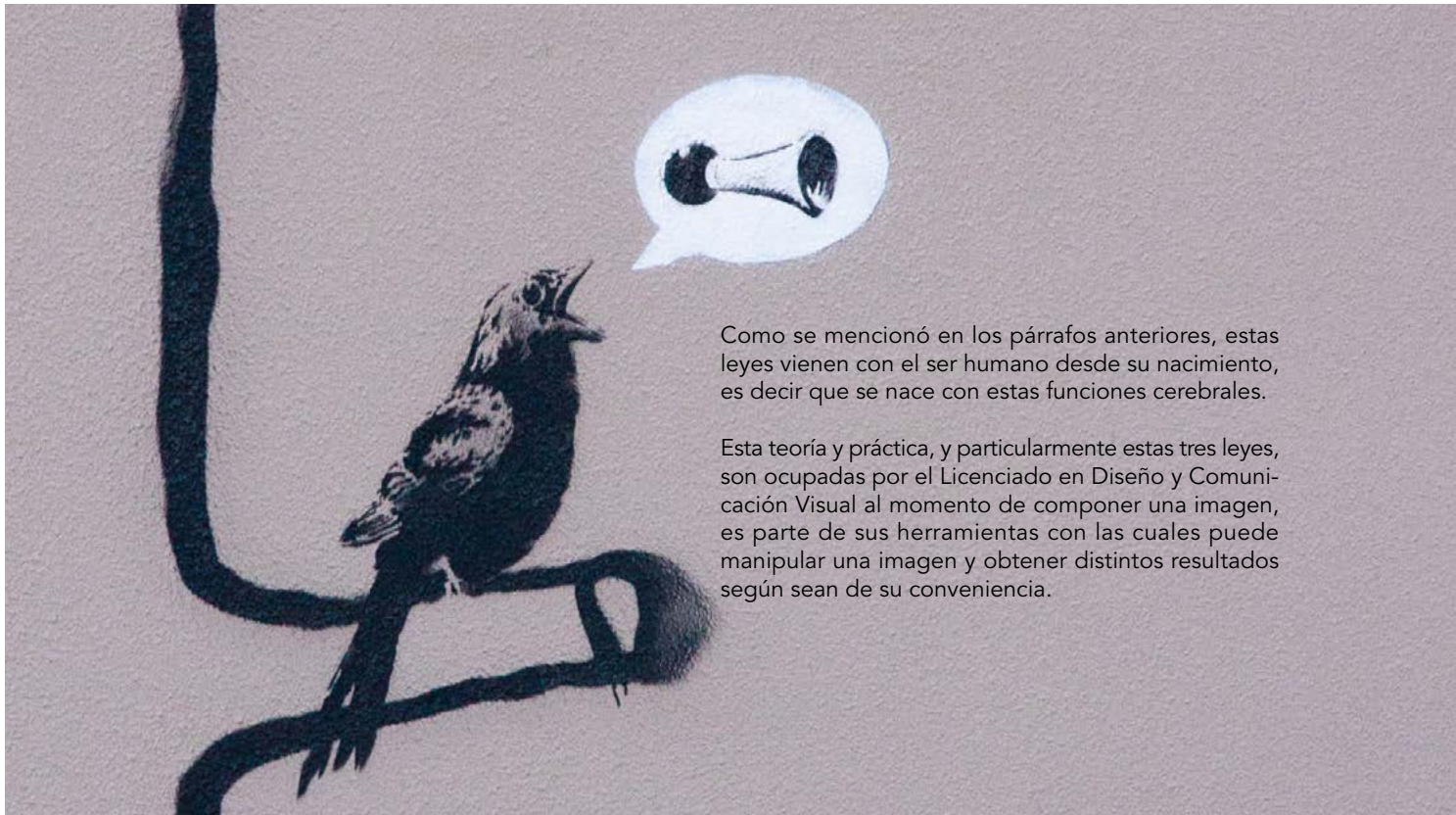
En la siguiente imagen hay dos figuras geométricas que se pueden reconocer claramente gracias a que el cerebro lleva a cabo la tarea de completar sus contornos, es así como se pueden ver y reconocer sin ningún problema, como se dijo con anterioridad, es una tendencia innata de el cerebro realizar estas funciones.

1.3 LEY DE LA BUENA CONTINUIDAD



Esta ley se hace evidente cuando los ojos ven módulos agrupados de tal manera que sea mínimo el cambio o la discontinuidad, dicho en otras palabras, esto ocurre cuando los ojos ven módulos que van hacia un mismo sentido, tienen igual movimiento o siguen una misma dirección, se podría decir que mantienen una buena continuidad

A continuación se muestra una imagen compuesta por líneas, pero estas líneas están cortadas en una misma dirección, que en este caso es diagonalmente. Debido a que los cortes van hacia el mismo sentido (mantienen un sentido común) se pueden percibir como otras líneas blancas que cruzan a las negras.



Como se mencionó en los párrafos anteriores, estas leyes vienen con el ser humano desde su nacimiento, es decir que se nace con estas funciones cerebrales.

Esta teoría y práctica, y particularmente estas tres leyes, son ocupadas por el Licenciado en Diseño y Comunicación Visual al momento de componer una imagen, es parte de sus herramientas con las cuales puede manipular una imagen y obtener distintos resultados según sean de su conveniencia.

EL DISEÑO Y LA COMUNICACIÓN VISUAL APLICADO A LA PRODUCCIÓN DE ENTREVISTAS GRABADAS EN ESTILO FLASH DE TELEVISIÓN.

Dentro de la carrera de Diseño y Comunicación Visual existe una materia dedicada a la enseñanza de cómo producir o desarrollar proyectos audiovisuales, esta materia se llama Producción Audiovisual, y en ella se obtienen los conocimientos necesarios que le permiten al estudiante desarrollar paso a paso una idea que quiera ser llevada a la pantalla, ya sea de computadora, de televisión, de cine, de un ipod, o cualquier otro dispositivo multimedia.

Debido a que es un proceso de producción, lleva pasos ordenados a seguir que son específicos para llegar al fin deseado.

En cada uno de estos pasos es aplicado el diseño y la comunicación visual, ya que el proyecto necesita cumplir con una función por ejemplo: informativa, comercial o educativa, por lo que es necesario que lleve un desarrollo y una composición perfectamente planeada y fundamentada para llegar al fin que se necesita, en el caso de la función educativa por ejemplo, sería que a través de un cartel aportar un conocimiento más a los niños de un kínder y que gracias a ese cartel aprendieran a decir: por favor y gracias. En el siguiente subtema se explican estos pasos.





2.1 FASES DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL

Para realizar un cortometraje, entrevista, comercial, programa de televisión, película, animación, documental, y en general cualquier proyecto audiovisual que se realice de acuerdo a los parámetros de la carrera de Diseño y Comunicación Visual, se debe seguir un proceso de producción en el cual se planea, define, y arma toda la idea a desarrollar. Este proceso consta de tres etapas o fases generales, y a su vez estas etapas tienen pasos a seguir, aunque para algunos proyectos audiovisuales tal vez sea conveniente simplificar algunos pasos de estas etapas, esto dependerá de las necesidades del proyecto, pero las tres etapas básicas estarán siempre presentes. Estas etapas son las siguientes:

Preproducción (antes), Producción (durante) y Postproducción (después).

La primera fase, Preproducción abarca desde el surgimiento de la idea hasta el primer día de grabación, en esta fase se planea todo lo que se va a realizar en la producción y en la post producción. Esta primera fase es de visualización y bocetaje del proyecto audiovisual, aquí debe quedar todo por escrito, y dibujado o bocetado, la idea original, los argumentos, y toda la historia en general.

Esta fase a su vez se divide en una serie de actividades que se necesitan realizar para el correcto desarrollo del proyecto, estas actividades se explican a continuación.

Guión literario: Consiste en redactar la historia que se quiere mostrar, debe quedar por escrito lo más detallado posible. Los elementos que debe tener este guión por ejemplo son: descripción de los lugares en donde se desarrolla la escena (día, noche, exterior, interior, lluvioso, oscuro, iluminado), descripción de los personajes y su vestuario.

Escaleta: Es la descripción breve y cronológica a manera de renglones de las acciones que realizan los personajes.

Argumento: Como su nombre lo indica, es la razón por la cual suceden las cosas en la historia, es la justificación de por qué se desarrolla así. A diferencia del guión, el argumento solo contiene por escrito los detonantes que disparan las situaciones de la historia.

Guión técnico: Es una descripción en lenguaje técnico de producción de todas las escenas a grabar, las acciones que pasarán en ellas, posición de la cámara y el encuadre que se manejará.

Story Board: El story board consiste en una serie de dibujos cronológicamente ordenados para hacer gráficas las escenas que se van a grabar y las acciones que pasarán en ellas. Estos dibujos son una guía al momento de filmar el proyecto.

Casting: Es la búsqueda de los personajes que aparecerán en la historia de acuerdo a las características mencionadas en el guión literario.

Scouting: Esta actividad consiste en buscar las locaciones o lugares en donde se grabarán las escenas.

Brake Down: Es un listado de todos los materiales que se necesitarán para realizar las escenas.

Se puede decir que este proyecto está realizado a manera de documental y/o con técnicas de investigación documental, debido a esto, no existe formalmente un story board, un guión literario ni un argumento y mucho menos una escaleta, en sustitución de eso se cuenta con el cuestionario que se les hará a los entrevistados, esto debido a que en el caso particular del Documental no existen o existen solo a manera de referencia algunas actividades de las que se acaban de mencionar, esto por la razón de que un documental es una investigación con un objetivo definido, pero que tiene como esencia o estilo principal, la sorpresa, el no saber qué puede pasar frente a la cámara aún teniendo un esbozo de las tomas que se realizarán.

Un documental utiliza técnicas de investigación de campo para su realización, como las entrevistas video grabadas. Este audiovisual está hecho también con técnicas de investigación documental.

CIÓN STAS

La segunda fase, la Producción, es cuando se ponen en marcha las grabaciones. En esta fase se toman como guías el guión técnico y el story board, el primero dará las instrucciones específicas para componer la escena, y el segundo muestra la idea expresada gráficamente lo más cercano posible al resultado final.

Es posible que se decidan cambiar algunas cosas al momento de la grabación, esto puede ser por distintas limitantes como espacio, material, o tiempo, o por el contrario puede que al momento de estar grabando surja una idea mejor y los cambios se hagan con el objetivo de enriquecer al proyecto, esto es completamente válido porque en realidad sigue siendo parte de la preproducción hasta el momento en que se graba, y "en la preproducción es donde se cometen los errores". (Pérez de Silva, Javier. La televisión ha muerto. P 182)

La tercera y última fase Postproducción, es todo lo que se hace una vez terminadas las grabaciones, en esta fase se comienza la edición, que será todo el tratamiento y manipulación que se le dará a la imagen por medio de la computadora, es fundamental que desde la pre producción se piense lo que se hará en la edición, para evitar contratiempos.



2.2 ¿QUÉ ES UN FLASH DE TELEVISIÓN?

Un flash de televisión es un tipo de programa, breve, de contenidos diversos y diferentes maneras de hacerlo; con esto se refiere a que pueden tener intervenciones digitales, imágenes, fotos, animaciones, música etc.

En la actualidad al flash de televisión también se le conoce como cápsula de televisión o cápsula informativa, así es como se refiere a él en lenguaje técnico de producción.

El flash de televisión es puesto al aire a lo largo de la transmisión de otro tipo de programa como parte de su estructura y contenido. Puede durar entre 3 y 15 minutos aproximadamente y su técnica o estilo de grabación es totalmente libre; generalmente es usado para ampliar la información acerca de algún tema del que se esté hablando o como brevariario cultural de interés social que vaya de acuerdo con el concepto del programa.



Debido a que su aparición en pantalla es corta, debe tener la información más importante bien definida y explicada, debe llamar la atención del televidente, ser dinámico en su edición o de no ser así puede llegar a ser aburrido y esto haría perder la atención en él.

Para el desarrollo de este proyecto, el contenido de este flash serán unas entrevistas realizadas a ex alumnos de la carrera de Diseño y Comunicación Visual, con el objetivo de conocer su opinión y experiencia acerca de las distintas semanas académicas que se han llevado a cabo en la Universidad Insurgentes plantel Xola, que serán mostradas a los actuales alumnos para enriquecer su conocimiento profesional, fomentar una actitud crítica y que conozcan de boca de los mismos organizadores y colaboradores de semanas académicas anteriores, las experiencias y retos a los que se enfrentaron durante su planeación y desarrollo.

DISEÑO DE SÚPERS

Un Súper es la barra de información que aparece en el marco inferior de la pantalla de televisión a manera de pleca o cenefa; los súpers son parte de la composición visual de la imagen en pantalla, sin ellos la imagen estaría incompleta y carente de información; proporcionar datos adicionales pero no menos importantes y son una característica de la imagen que aparece en televisión.

Hay que recordar que la televisión es un medio de comunicación masivo y debe ser incluyente en su transmisión y lenguaje, esto quiere decir, pensar en los televidentes con alguna discapacidad auditiva o visual.

Siendo una herramienta interactiva, la información que se transmite por este medio debe ser veraz y completa ya que es de suma importancia para la vida diaria.

Tiene entre muchas otras, una función vicarial, esto en diseño quiere decir que es muy repetitiva, muy saturada, por ejemplo si algún conductor dice su nombre o está siendo presentado, simultáneamente aparece su nombre escrito en la pantalla, si está diciendo una noticia, aparece un breve resumen de ella, si se está haciendo alguna dinámica se incluyen las instrucciones o incluso se mantienen en pantalla informando la hora o las noticias más relevantes hasta el momento.

En esta imagen del canal Noticias 24 el súper muestra información de cómo sintonizar el canal en diferentes partes del mundo, y se observa de nuevo el logotipo del canal y las redes sociales.



En la siguiente imagen se muestra un conductor en pantalla y el súper que lo acompaña menciona la noticia que se está transmitiendo en ese momento pero con pocas palabras y resumido en "Avance de isis" una tormenta tropical.



La imagen anterior muestra a un político chileno siendo entrevistado en el canal CNN noticias; el súper que aparece en esta imagen proporciona información sobre el personaje en pantalla (nombre, profesión, edad) y el logotipo del canal que o está transmitiendo con esto el televidente tiene la información básica necesaria para saber lo que está viendo en pantalla.



En esta imagen del canal noticias 24 los súper proporcionan información adicional a lo que se ve en pantalla; el súper azul que está pasando por debajo informa sobre aplicaciones referentes al programa que se pueden descargar de Internet, también se muestra un reloj que está indicando el lugar y la hora así como también el logotipo y la red social del programa y el nombre de la sección en este caso dice: "INFORMATIVO"



Los Súpers deben mantener el mismo estilo visual que muestra el programa, también mantienen la coherencia y le dan un sentido de orden a la información que se está transmitiendo. Existen diferentes estilos de súper, en unos informan la hora y permanecen todo el tiempo en pantalla, otros solo muestran el nombre de la persona unos segundos y después salen del aire, otros describen brevemente el momento que se está viendo, y en otros casos pasan constantemente mostrando un resumen del contenido del programa. (Este estilo de súper es utilizado principalmente por noticieros), pero todos informan y reiteran al televidente la información que está apareciendo en pantalla en ese momento, porque pudiera ser que el televidente haya encendido la televisión a mitad de la transmisión.

Los súper no deben distraer la vista del televidente, es decir el peso visual de los súper no debe ser mayor al de la imagen en pantalla, la información que se muestre en él debe ser legible es decir que se vea claramente y perfectamente leible, o sea, que se lea sin dificultad. Los súper aparecen con una animación que les da entrada y salida de la pantalla, y que debe ser sencilla pero atractiva porque debe llamar la atención solo un par de segundos para que el televidente vea la información que se le muestra.



**CAPÍ
TULO
2**

DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL

El Diseño y la Comunicación Visual abarcan un grupo de técnicas, métodos y teorías para la producción e investigación de los canales de comunicación visual. El diseñador y comunicador visual se dedica a resolver problemas de comunicación a nivel visual y audiovisual para lograr transmitir un mensaje a un receptor específico cumpliendo con una función previamente solicitada, puede ser una función informativa, referencial o educativa.

El antecedente y detonador más cercano del Diseño y la Comunicación Visual fue la Revolución Industrial, en este período de la historia surge la necesidad de profesionalizar las técnicas de producción industrial y estudiar la comunicación masiva que requerían estos nuevos productos, ya que se estaban convirtiendo en elementos necesarios para la vida diaria que darían apertura a nuevas formas de comunicación.

En México los antecedentes de la carrera surgen en 1929 en la Escuela Nacional de Artes Plásticas con unos talleres que el entonces director del plantel, Diego Rivera, propuso en el plan de estudios, diez años más tarde se iniciaron unos cursos de arte publicitario, y en 1959 se estableció a nivel técnico la carrera de dibujante publicitario, nueve años después se convierte en licenciatura y finalmente en 1974 se convierte en la Licenciatura en Comunicación Gráfica.

Finalmente en 1998 cambia a Diseño y Comunicación Visual y el plan de estudios vigente fue aprobado por el consejo académico de las Humanidades y de las Artes de la UNAM el 22 de Enero del mismo año, con duración de 9 semestres estructurados de la siguiente manera:

Nivel Básico: común a todos los alumnos de la licenciatura el cual concluye los primeros 4 semestres.

Nivel Profesional: 5°, 6°, 7° y 8° con opción a una de las 5 orientaciones: Audiovisual y Multimedia, Diseño Editorial, Ilustración, Simbología y Diseño en soportes Tridimensionales, Fotografía. (Guía carreras UNAM 2006-2007 p.497)

Audiovisual y multimedia: En esta área se conocen las bases y técnicas para el desarrollo de proyectos que tienen como herramienta principal la computadora y los medios digitales. En esta parte del diseño y la comunicación visual se integran técnicas de animación y fotografía para la creación de cortometrajes o videoclips. También abarca la parte de audio, el cómo integrar audio y video armónicamente, que enfatice momentos clave y sirva de nexo para unir las imágenes que se presentan para darle una coherencia a lo que está viendo.

Diseño editorial: Diseño editorial es una disciplina del diseño encargada de resolver problemas de manera estética y funcional a partir de un método, para darle una conclusión gráfica en un formato plano dicho en otras palabras el diseño editorial se encarga de todas las áreas y procesos de producción de medios impresos.

Ilustración: Esta área del diseño aporta la teoría y los puntos que se deben abordar para la realización de una correcta ilustración, que no solo a nivel estético esté bien trabajada, si no que contenga un mensaje que se pueda leer y transmita información de lo que se está ilustrando. Aquí podemos aprender las diversas técnicas para desarrollar una ilustración así como los materiales que se deben utilizar para su correcta elaboración.

Soportes tridimensionales: Es la rama del diseño que está encargada del desarrollo de envases, embalajes y teorías que explican cómo realizar empaques para distintos productos que sean funcionales a nivel industrial.

Fotografía: Como su nombre lo indica, esta área se encarga de introducirnos al desarrollo y composición de una imagen que a nivel técnico no tenga ningún error; muestra también los géneros fotográficos que existen y los lineamientos para su realización y aplicación. La fotografía tiene un papel importante en la vida, es la posibilidad de guardar momentos que no se volverán a repetir, estos momentos pueden tener infinidad de finalidades, desde sentimentales hasta económicas.

2 SEMANA ACADÉMICA

La Semana Académica es un evento cultural que realizan las escuelas de diseño y/o comunicación, para exponer los trabajos realizados durante el semestre y conocer las actividades que en conjunto con los profesores desarrollan los alumnos.

En una Semana Académica, aparte de exposiciones también se presentan actividades y conferencias que enriquecen culturalmente tanto a los maestros como a los alumnos, es un acontecimiento de gran importancia y valor académico para los estudiantes bajo un ambiente de sana competencia y tolerancia para emitir una opinión constructiva acerca de las obras y diseños expuestos que mejore la capacidad del diseñador y retroalimente a nivel intelectual a los demás alumnos. De lo que se trata es de acercar a los alumnos a un ambiente laboral verdadero, haciéndolos partícipes de experiencias narradas por ponentes que aconsejan y relatan a las nuevas generaciones, sus contratiempos, logros y fracasos en el campo laboral actual.

En el Distrito Federal las escuelas de comunicación y diseño como la Universidad del Valle de México, la Escuela Nacional de Artes Plásticas o la Universidad Insurgentes, realizan semanas académicas para preparar al alumno en su recorrido por la carrera, para que tenga armas y experiencias que le ayuden en su quehacer laboral al egresar de la carrera. En la semana académica los alumnos ponen en práctica lo aprendido hasta ese momento en la carrera; tiene la oportunidad de aportar su conocimiento y talento en el desarrollo de proyectos creados para ellos mismos bajo lineamientos teóricos orientados por sus profesores.

En la semana académica existe un comité organizador que se encarga de la logística del proyecto, y de llevar a cabo las actividades establecidas en el programa tales como: conferencias, actividades recreativas, conciertos, obras de teatro, y exposiciones. Se puede decir que son los encargados de que todo salga conforme a lo planeado.

Pero no solo hay eventos planeados por el comité, también se llevan a cabo exposiciones que son montadas por alumnos, en ellas dan a conocer sus trabajos y proyectos creados a lo largo del semestre en las áreas de Dibujo, multimedia, audiovisual, fotografía, animación, pasarelas temáticas de vestuario, escenografía, stands, cartel, y cortometraje entre muchas otras más.

Recientemente, la Universidad Insurgentes plantel Xola realizó la octava semana académica que llevó por título: Creadores de Imagen, aquí se presentaron los trabajos realizados por los estudiantes de la licenciatura de Diseño y Comunicación Visual, teniendo como objetivo enriquecer la calidad de los distintos proyectos y la manera de desarrollarlos, así como también aumentar el talento de los alumnos mediante la crítica constructiva; el debate y la sana competencia.

Los Grafitis en la calle surgen en Estados Unidos de América, para mediados de los cincuentas y principios de los sesentas. En esta época comenzó a desarrollarse en los barrios de Filadelfia y Nueva York una tendencia que consistía en realizar un grafiti con un aerosol o espray con el nombre o seudónimo de su creador.

Pronto esta forma de hacerse notar fue acaparando más y más suburbios de E.U, diferentes tribus urbanas (punks, cholos, skaters o patinadores) tomaron esta tendencia y poco a poco evolucionó hasta llegar a convertirse en Street Art. Una característica importante de estas intervenciones artísticas es la sorpresa que causan en el espectador al momento de ser vistas en la calle por primera vez.

Hacia nuestros días el grafiti ha tenido una evolución artística y enriquecedora de cuatro décadas y actualmente interactúa de diversas maneras con otras técnicas tanto digitales como plásticas; digamos que el grafiti fue y es un punto de partida teórico y práctico para lo que ahora se denomina como Street Art.

El grafiti estuvo presente en países como Francia, Inglaterra, Alemania, Estados Unidos, México y Argentina; lo que primero se conoció como grafiti fueron simples rayones en la pared, después tuvo una evolución hasta llegar a colocarse en las galerías de arte desde los años 60 hasta hoy en día.

Esto fue logrado por artistas que retomaron el grafiti y lo combinaron con otras técnicas como el estencil, la fotografía, el empapelado o la multimedia para convertirlo en arte, algunos de estos artistas son: Jean Michael Basquiat, Shepard Fairey, Xavier Prou o Blek le Rat y Banksy, la creatividad de estos artistas, aunado a su fuerte crítica política y social y a la aceptación que esta tendencia fue teniendo en la población, fue lo que permitió que las obras de estos precursores del street art tomaran fuerza y fueran reconocidas y aceptadas por los críticos de arte.

A continuación se analizarán algunas imágenes de grafiteros de entre 1960 y 2013, que evolucionaron hasta convertirse en artistas del Street Art, ellos utilizaron diferentes técnicas para crear sus obras, son estilos diferentes de creación y aplicación, pero todos parecen mantener ciertas constantes visuales como, contraste, textura o profundidad, en su elaboración. Ahora se describirán las obras de cada uno de ellos, para ubicar esas constantes que le dan identidad al Street Art.

En primer lugar se tiene a Jean-Michel Basquiat (1960 - 1988). Fue un pintor y grafitero estadounidense que nació en Brooklyn, Nueva York, el 22 de diciembre de 1960. Comenzó haciendo grafitis en las calles pintando el seudónimo de "samo", después estudió pintura y sus cuadros fueron reconocidos por otros artistas contemporáneos como Andy Warhol y de esa manera sus pinturas llegaron hasta importantes galerías convirtiéndolo en un artista reconocido por el medio. Llevaba una vida alocada y de excesos que lo llevó a una muerte temprana.

Basquiat utiliza el contraste tanto de formas como de color en sus composiciones, el contraste se da cuando existen formas perfectamente distintas y comparables entre sí, en estas tres pinturas de Basquiat se pueden observar formas irregulares de distintos tamaños, con líneas curvas y rectas, anchas y delgadas; el contraste de color se da cuando se enfrentan dos colores diferentes y se pueden distinguir sus efectos, existen diferentes tipos de contrastes que se pueden hacer como por ejemplo: alto contraste: blanco y negro o contraste de complementarios: colores diametralmente opuestos en el círculo cromático como el azul y el anaranjado, los contrastes ayudan visualmente a que la imagen se pueda percibir mejor y tenga mayor pregnancia.

JEAN- MICHEL BASQUIAT

La saturación de elementos compositivos le dio la oportunidad de crear texturas, y estas texturas, según lo quisiera el artista, en ocasiones daban la sensación de movimiento. Al ver una obra de Basquiat no se sabe qué ver primero, ya que cuenta con muchas líneas y objetos que se cruzan y se superponen, dando una sensación de caos y desorden.

Utilizaba formas diferentes que visualmente pesaban lo mismo, generando un equilibrio oculto que es una manera de interrelacionar o unir una forma con otra.

Basquiat sabía que no era necesario mostrar una imagen perfectamente detallada para que los espectadores pudieran reconocerla, bastaba con plasmar rasgos o elementos característicos para que pudiera ser reconocida, como en el caso de la imagen 1 y 3, en la imagen 1, se puede reconocer una forma de un hombre de piel negra e incluso pelo largo, negro, despeinado; en la imagen 3, se observa un rostro en $\frac{3}{4}$ o de perfil, pero el manejo de color y textura adentro del rostro del rostro es diferente al que lo rodea, esto da una sensación de profundidad, como si la imagen hubiera sido recortada en forma de rostro, este fenómeno responde a la ley del cierre de la Gestalt explicada en la primera parte de este trabajo, y que dice que el cerebro tiende a completar

IMAGEN 1



las formas que ve incompletas, gracias a que las formas que ve ya las conoce y entonces agrega imaginariamente lo que hace falta; en el caso de estas obras, el cerebro percibe a la imagen 1 como un hombre negro aunque no esté perfectamente detallado, y a la imagen 3 como un rostro, aunque ese rostro esté un poco deformado, esto debido a que el cerebro no necesita una imagen tan realista para reconocer la forma, basta con dar la idea y el cerebro en automático lo construye.

En la imagen número 3 también se observa aplicada la técnica de fondo-figura, las bases de esta técnica es que no puede haber una figura sin un fondo (aunque el fondo sea un espacio vacío), y los dos serán mejor percibidos si existe contraste entre ellos. Debido a que el cerebro tiende a percibir el mundo como un todo, o dicho en otras palabras, tiende a generalizar y agrupar las cosas que percibe, las obras que manejen esta técnica crearán un efecto visual en donde el ojo tendrá que enfocar primero uno y después el otro, con esto se logra captar más la atención del observador y transmitir un mensaje más conciso.

IMAGEN 2



IMAGEN 3



*(Todas las imágenes fueron tomadas de Shutterstock)

FRANK SHEPARD FAIREY

Es también conocido en el street art como OBEY.

Es un diseñador, artista y grafitero estadounidense de 42 años que mientras trabajaba haciendo diseños para algunas marcas de ropa, también realizaba intervenciones en las calles, lo que lo convirtió en un importante exponente del street art. Fairey comenzó haciendo una campaña en donde se dedicó a pegar calcomanías o stickers en las calles con la imagen de un luchador llamado El Gigante, y una leyenda que decía: Obey the Giant "Obedece al gigante", de ahí el seudónimo OBEY (obedecer).

Fairey retoma el cartel como medio para dar a conocer sus obras, como diseñador recurre a conceptos básicos de diseño; es por eso que en sus obras se ve aplicada la teoría del diseño, que se refiere a conceptos como: simetría, composición, color, fondo, figura, forma, etc.

Las composiciones de este artista son simétricas, limpias, detalladas y equilibradas visualmente, también están presentes las texturas formadas con módulos que después son unidos en súper módulos, y que las utiliza como fondo, o para dar profundidad; también está presente la técnica de pintura llamada mancha plana, es decir, no hay degradados, solo diferentes tonos de color para dar las sombras o las luces, con esto se logra enfatizar la imagen y darle un grado más realista.



*(Todas las imágenes fueron tomadas de Shutterstock)

Enseguida se explican algunos ejemplos:

En la imagen número 2 se observa aplicada una simetría radial de líneas, concentrada en un punto, haciéndolo destacar, en este caso es la paloma.

El contraste de color es algo recurrente en sus obras, en la imagen 1 se puede observar un contraste de cálidos, fríos y el blanco para la luz, en la imagen 2 existe un contraste de cálidos con negro, y en la imagen 3 es un alto contraste, blanco y negro. Los contrastes dan intención a la imagen, enfatizan la forma, otorgan un grado mayor de iconicidad, y tiene mucha más pregnancia en el receptor.

Toda imagen que tenga color va hacer mejor percibida visualmente, con mayor detalle y llamará más la atención, es por esta razón que Fairey utiliza el color en la mayoría de sus obras.

La obra de este artista y diseñador es agradable visualmente, no transmite una sensación caótica o desordenada, más bien mantiene un orden compositivo que manda la idea clara y directamente.

El uso del color rojo también es frecuente en Fairey; el rojo se puede percibir a mucha mayor distancia que cualquier otro y es visualmente muy llamativo

IMAGEN 1

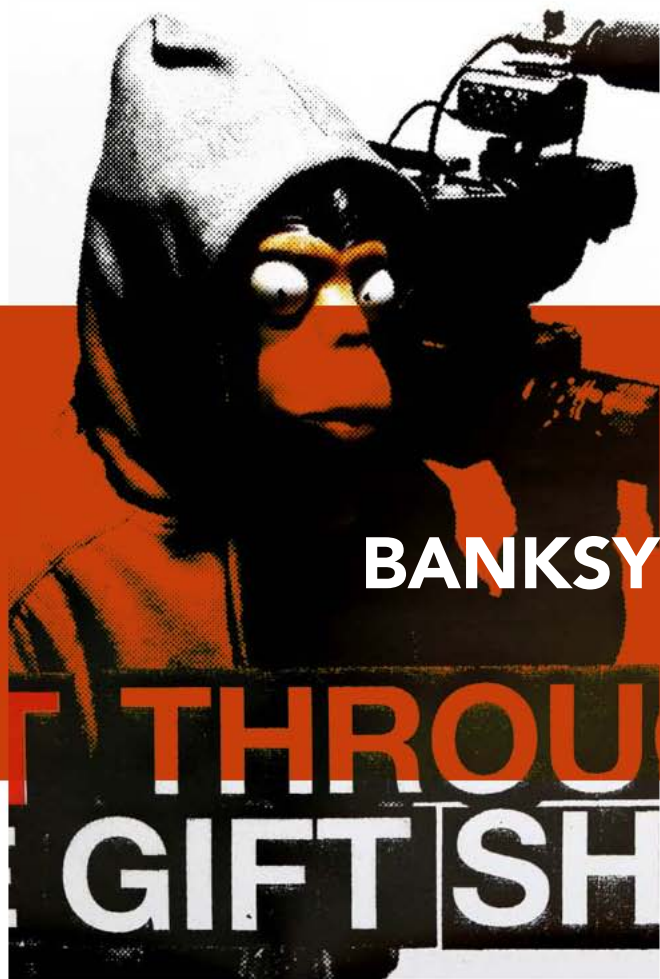


IMAGEN 2



IMAGEN 3





Por último se hablará de otro grafitero que comenzó a intervenir las calles con diferentes técnicas, incluyendo por su puesto el grafiti, este artista se hace llamar Banksy y es de Londres, Inglaterra.

Banksy comenzó a ser reconocido por el gremio artístico debido a que las intervenciones que realizaba en las calles pasaban de ser un simple grafiti a ser una intervención artística, que interactuaba con el medio ambiente y sorprendía a la gente que la veía por su realismo y creatividad.

Mientras más intervenciones realizaba, más conocido era, y debido al éxito y originalidad de sus obras logró ser reconocido por el gremio artístico hasta que llegó a las galerías de arte.

La técnica que más utiliza este artista es el estencil, esta técnica consiste en realizar una plantilla que tenga recortado un dibujo, posteriormente se coloca sobre la pared y se aplica pintura en aerosol. Una vez aplicada la pintura se retira la plantilla y la imagen queda perfectamente pintada y delimitada sobre la superficie. Para hacer dibujos con color el proceso es más largo y laborioso, ya que se necesitan hacer plantillas para cada color, una para las sombras que son negras, otro para la ropa o la piel y así sucesivamente con cada dibujo dependiendo la composición.

Las obras de Banksy se valen de los elementos que hay en las calles, siempre son proporcionadas al escenario que el artista escoja y se encuentran en una posición que transmite la sensación de movimiento, ya que se encuentran realizando una actividad, de tal manera que se vean de tamaño natural y simétricas, como si en verdad estuvieran ahí; con esto consigue asombrar a la gente que la aprecie, esto desencadena un grado elevado de pregnancia en las personas hasta que llega a ser reconocido mundialmente.

Aunque en ocasiones el artista no realiza las texturas, sí busca una textura cotidiana a la que le pueda sacar utilidad mezclándola con su obra, que sea atractiva o importante, y que llame la atención, en donde colocar sus dibujos, y los colores que utiliza deben contrastar con el fondo para que se logre percibir la imagen. La utilización del alto contraste obliga a Banksy a valerse de la ley del cierre de la Gestalt, que dice que el cerebro tiende a completar las formas que vea incompletas, para que sus imágenes sean percibidas a detalle y lo suficientemente realistas como para quedarse impregnadas en el cerebro.



En las obras de estos 3 artistas se encuentran elementos compositivos que son similares y se les llamará constantes visuales. Ellos manejan el contraste de color lo que hace que las imágenes llamen la atención y resalten a la vista; las texturas están presentes, ya sea hechas a mano, o aprovechando las de la vida cotidiana como las bardas totalmente blancas, de ladrillo rojo, en condiciones deplorables, encima de carteles o de propaganda, cualquier superficie que tenga una textura interesante es un buen lienzo. El movimiento (aparente) es otra constante que es bastante importante, este movimiento se puede lograr de muchas maneras, ya sea superponiendo formas con distintos grosores de línea, utilizando líneas curvas, creando composiciones consecutivas en radiación y/o en repetición, en posiciones que denoten un movimiento, por ejemplo una persona corriendo, una bailarina saltando, o en el caso de Banksy, una niña cateando a un soldado, una sirvienta metiendo la basura debajo de la alfombra, o dos personas besándose. Utiliza la mancha plana para llenar de color sus creaciones o el claro oscuro que también refuerza el grado de iconicidad pues le otorga atributos más realistas.

En el street art no existe ninguna regla que diga que sólo se pueden usar líneas rectas o curvas o un solo color, tratar de definir y enumerar sus reglas compositivas en una lista específica, sería limitarlo y acabar con su propia esencia o característica principal que es la libertad y la innovación a través de la experimentación. El street art se vale de todos los fundamentos del diseño para su realización, se pueden utilizar formas orgánicas, accidentales o geométricas, en ocasiones existe un equilibrio oculto en formas que parecen ser geométricas pero no lo son, básicamente se trata de innovar conjuntando elementos visuales que llamen la atención, ese es el principal motivo del street art, su función es captar la atención, sorprender y romper con lo cotidiano.



CAPÍ TULO 3



EL MÉTODO SISTEMÁTICO PARA DISEÑADORES DE BRUCE ARCHER APLICADO AL PROCESO DE PRODUCCIÓN DE UN FLASH.

Cuando el diseñador y comunicador visual necesita crear algo para un determinado fin, pone en marcha automáticamente en su cerebro un proceso creativo que se adecúa a sus necesidades de tiempo, espacio, material, etc; ya que éste tendrá que ser materializado posteriormente en un resultado que responda a las funciones para las que fue creado.

Por esa razón se debe ir a la segura siguiendo una especie de guía que organice las ideas y actos, para no divagar ni desperdiciar tiempos que pueden ser importantes a futuro, y más si se está trabajando contra tiempo. Se trata de ensamblar el proceso de producción con el método para desarrollar correctamente la idea, pues de lo contrario puede terminar haciéndose otra cosa, tal vez similar pero no la que se había planeado.

A esa especie de guía se le llamará método, y el método sirve para identificar y definir objetivos a los que se necesita llegar y también para desarrollar la planeación de las actividades a realizar. En el caso particular de este proyecto se utilizó el Método sistemático para diseñadores de Bruce Archer.

Este método se utilizó porque tiene tres fases generales al igual que el proceso de producción de un flash; y las etapas por las que el proyecto audiovisual tiene que pasar para llegar a su materialización son similares a las de este método, de esta manera se pueden organizar con base en él, logrando un desarrollo óptimo del proyecto.

Las tres fases generales del método de Archer son: Fase Analítica, Fase Creativa y Fase Ejecutiva, cada una de estas fases se divide a su vez en más etapas, enseguida se muestra el esquema del método de Archer.

Fase Analítica: En esta primera fase, la primera actividad es definir un problema, después se programa el plan de trabajo, y posteriormente, se comienza a buscar información relacionada con el problema. Archer dice que, con la información que se obtenga se retroalimiente la actividad número uno, con esto se refiere a que el objetivo del problema y su resolución pueden cambiar de acuerdo con la información que se haya obtenido de él.

Fase Creativa: En esta segunda fase se analiza la información obtenida, con la finalidad de sintetizarla y quedarse solo con la más importante y necesaria para el proyecto. Con base en esa información se comienzan a realizar prototipos, bocetos o dummies para la solución del problema.

Fase Ejecutiva: En esta tercera fase se preparan y ejecutan estudios y experimentos que validen el diseño, y se concreta la solución.

**FASE
ANÁLITICA**

PROBLEMA

**PROGRA
MACIÓN**

**OBTENER
INFORMA
CIÓN**

**FASE
CREATIVA**

ANÁLISIS

SINTESIS

DESARROLLO

**FASE
EJECUTIVA**

**COMUNI
CACIÓN**

SOLUCIÓN

Ahora se muestran las fases del método integradas con las fases del proceso de producción:

FASE ANALÍTICA Y PREPRODUCCIÓN	FASE CREATIVA Y PREPRODUCCIÓN	FASE CREATIVA Y PREPRODUCCIÓN
PROBLEMA Y/O IDEA PROGRAMACIÓN: <ul style="list-style-type: none">· Obtener información· Guión literario· Guión técnico· Argumento· Story board· Casting· Scouting· Braiking dawn	<ul style="list-style-type: none">· Análisis· Sintesis· Lluvia de ideas· Bocetaje y selección· Story board· Selección de actores· Selección de lugares· Obtención de materiales	<ul style="list-style-type: none">· Desarrollo· Comunicacion· Solucion· Grabacion· Edicion· Proyeccion

A partir de este momento se comenzará a explicar las actividades que se realizaron paso a paso de acuerdo con el Método de Archer aplicado al proceso de producción de este proyecto audio visual, y que ha quedado ejemplificado con el esquema que se muestra en párrafos anteriores.



LA FASE ANALÍTICA, PREPRODUCCIÓN.

Para esta primera fase se necesitó un problema, idea principal o idea general, que fue: La producción de la Semana Académica para los alumnos de la Carrera de Diseño y Comunicación Visual de la Universidad Insurgentes plantel Xola, a cargo de la Coordinadora de la carrera, y apoyada por un equipo de estudiantes dividido por áreas y encargados de planear, producir y difundir el evento.

Cada área tenía una problemática particular que resolver y en la cual trabajar para cumplir una función. Las áreas eran las siguientes: Difusión, Dirección de arte, Mascota, y Audiovisual.

El área de Difusión se encargó de diseñar los carteles y programas de mano del proyecto, así como los reconocimientos que se les otorgarían a los distintos ponentes. Dirección de arte se encargó de ambientar las localidades que se usaron para las diferentes actividades del evento.

El área de Mascota se encargó de diseñar la mascota del evento y de su difusión dentro del plantel.

El área de Audiovisual se encargó de la producción de videos, y su proyección durante la Semana Académica, así como también de la transmisión en vivo en la cafetería, de las conferencias que se exponían en el Auditorio.

En este reporte se explica la problemática del área de audiovisual que era: La producción de unas entrevistas grabadas en estilo Flash de Televisión. Estas entrevistas se realizaron a ex alumnos de la carrera de Diseño y Comunicación Visual de la Universidad Insurgentes plantel Xola, con la finalidad de ser transmitidas durante la Semana Académica, para que los actuales alumnos de esta licenciatura conocieran no solo las experiencias y retos a los que se enfrentaron en ese entonces los organizadores de las semanas académicas anteriores, sino también para que escucharan experiencias laborales y escolares que les fueran benéficas durante su camino por esta licenciatura, y fomentar una opinión crítica sobre su carrera y la manera de ejercerla. Cabe mencionar que el objetivo principal de las entrevistas grabadas en estilo Flash de Televisión fue: mostrar el proceso de producción de un proyecto audiovisual.

Una vez definido el problema, se comenzó a realizar la planeación del proyecto.

Para el Flash de televisión en particular, se aplicó un cuestionario, que fue utilizado como Guión literario y argumento, y que es una técnica de investigación de campo y un instrumento utilizado en la realización de documentales también.

Una vez que se tienen estos elementos comienza la obtención de información.

A continuación se muestra el cuestionario mandado por la coordinación, que se aplicó a los ex alumnos.

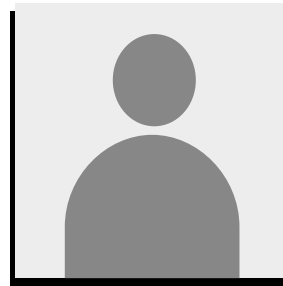


- 1.- ¿Cuál es tu nombre?
- 2.- ¿Por qué estudiaste en la Universidad Insurgentes plantel Xola?
- 3.- ¿A qué generación perteneces?
- 4.- ¿En dónde trabajas actualmente?
- 5.- ¿En qué área del Diseño trabajas y desde cuándo?
- 6.- ¿Nos puedes contar una experiencia de aprendizaje que consideres relevante para tu quehacer profesional?
- 7.- ¿Recuerdas alguna plática, taller o conferencia realizada en la escuela que haya enriquecido tu visión y conocimiento sobre el Diseño y la Comunicación Visual?
- 8.- ¿Qué asignatura, o quien de tus profesores te planteó un ejercicio, tarea o proyecto que haya representado un reto y en consecuencia un crecimiento académico?
- 9.- ¿Si volvieras a la escuela, a qué asignatura dedicarías más esfuerzo y por qué?
- 10.- ¿Cómo has vinculado la teoría y la práctica que has aprendido en la escuela en los proyectos que desarrollas en tu trabajo?
- 11.- ¿Qué tan importante es estudiar Diseño y Comunicación Visual para trabajar profesionalmente?
- 12.- ¿Quisieras dar unas palabras de agradecimiento o agregar algo más?

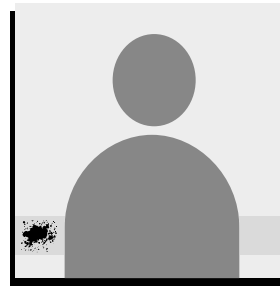
Siguiendo con la programación, se realizó un story board que también fue utilizado como guión técnico, ya que contenía las especificaciones del plano, la toma y los encuadres que se necesitaban realizar.

Se utilizó un encuadre en médium shot tomando en cuenta la ubicación de los Súpers en pantalla dando el espacio suficiente para su aparición. Este encuadre incluye desde la parte superior de la cabeza hasta la cintura aproximadamente, con este encuadre se pueden observar de cerca y a detalle los movimientos y expresiones del entrevistado, esto es de interés para el espectador ya que por medio de los gestos faciales, los movimientos corporales e incluso la ropa que visten, también se transmiten mensajes y emociones. Una de las intenciones de este encuadre es presentar al personaje en pantalla y establecer una relación más íntima, ya que se puede ver al entrevistado a los ojos, esto capta la atención de los espectadores y forma un vínculo más personal y empático con ellos, facilitando aun más el camino del mensaje hasta su receptor. Dicho Story Board se muestra a continuación:

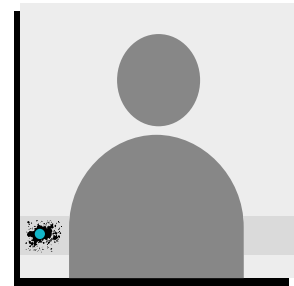
Después se le integro unas líneas a manera de plecas con los mismos colores del logo éstas mantendrían un contraste de forma con la mancha, las plecas funcionarían para resaltar el nombre y hacerlo más visible y reforzar el hilo conductor a nivel color. A continuación se muestran los diferentes diseños del logo, la mancha y las plecas.



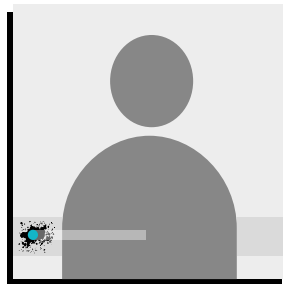
Medium shot frontal



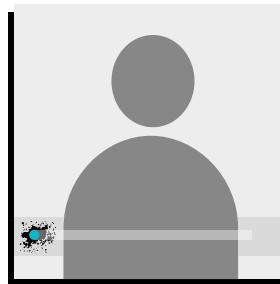
Medium shot frontal,
aparece la mancha de
pintura salpicada.



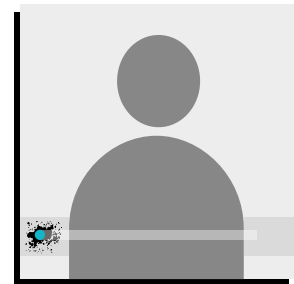
Medium shot frontal,
sorbe la mancha
aparece logotipo en fade in



Medium shot frontal,
comienza a deslizarse las
líneas de izquierda a derecha



Medium shot frontal,
las líneas cruzan la pantalla
hasta el otro extremo.



Medium shot frontal,
aparece sobre las líneas
el nombre del entrevistado

Lo siguiente que se hizo fue bocetar los súperes que llevaría el Flash, esto se hizo tomando como base las características visuales del street art tales como contraste de color, de forma, el movimiento y la sorpresa, explicadas en el tema tres de la segunda parte de este reporte. (Página 21)

Los súperes que llevarían la información del personaje en pantalla, deberían mantener el estilo visual de la Semana Académica que era el Street Art, y debían llevar en su composición las leyes de la Gestalt que se mencionan en la primera parte de este reporte. Lo que se hizo fue aplicar el logo de la Semana Académica a una pequeña animación que salía segundos después de que el personaje apareciera en pantalla, a continuación se muestra el Logotipo de la Semana Académica. (Página 5)



Pantone #00BCCA

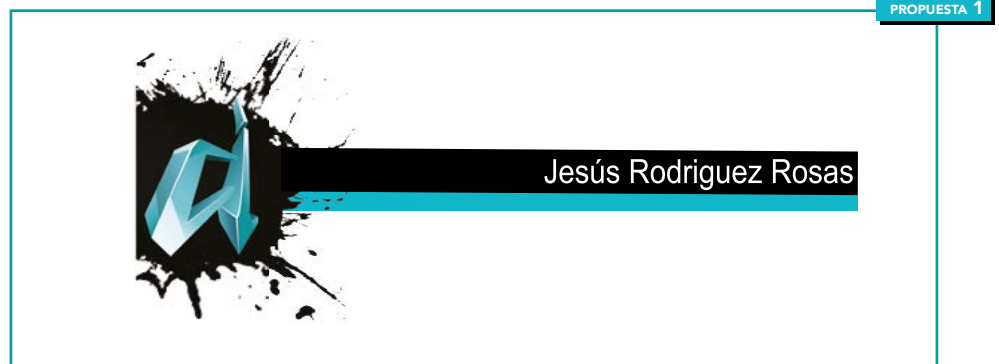
R= 0%	C= 72%
G= 188%	M= 0%
B= 202%	Y= 23%
	K= 0%

La siguiente imagen muestra la aplicación del logotipo en los súpers:



Después se le integró unas líneas a manera de placas con los mismos colores del logo, esta líneas mantendrían un contraste de forma con la mancha, las placas funcionarían para resaltar visualmente el nombre, hacerlo más visible y reforzar el hilo conductor a nivel de color.

A continuación se muestran los diferentes diseños del logo, la mancha y las placas:



PROPUESTA 2



Jesús Rodríguez Rosas

PROPUESTA 3



Jesús Rodríguez Rosas

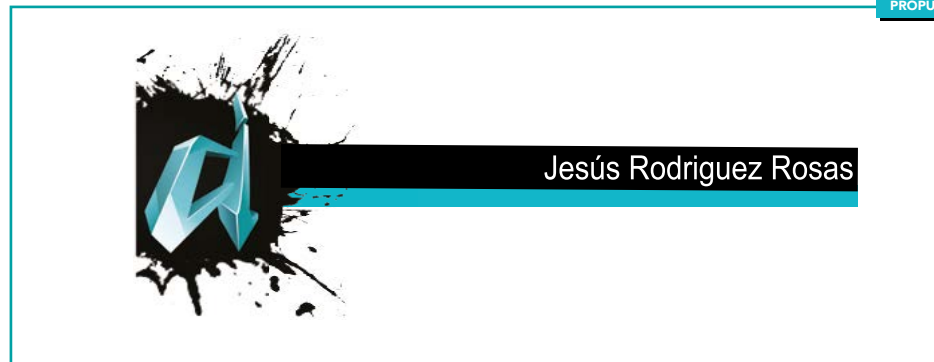
PROPUESTA 4



Jesús Rodríguez Rosas



Se decidió utilizar la propuesta número 1 ya que era el que cumplía con las necesidades visuales de legibilidad y leibilidad que requerían las entrevistas, enseguida se muestra el diseño de súper final:



Las siguientes son las pruebas de tipografía que se hicieron debido a que la original no se podía distinguir ni leer en pantalla, y la lectura debe ser lo más rápido posible para que sea funcional ya que si se pierde mucho tiempo leyendo la información de los súper se puede perder gran parte de la información visual que se está emitiendo, esto solo afectaría al mensaje que se transmite.

TIPOGRAFÍA
KR
FROSTE
CAKE

PROPUESTA 1



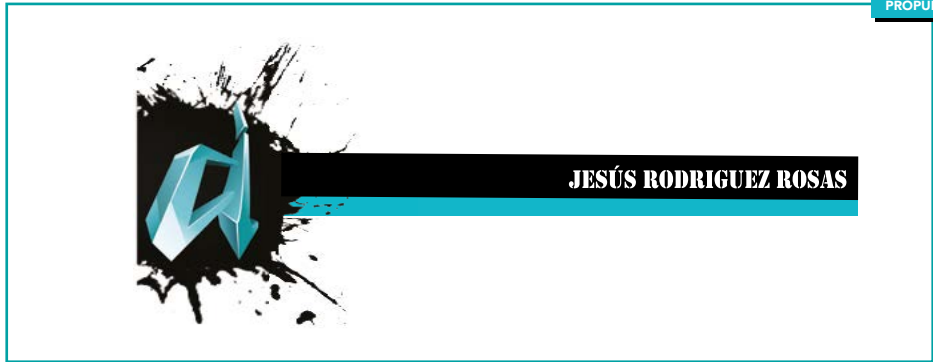
TIPOGRAFÍA
BATES
SHOWER

PROPUESTA 2



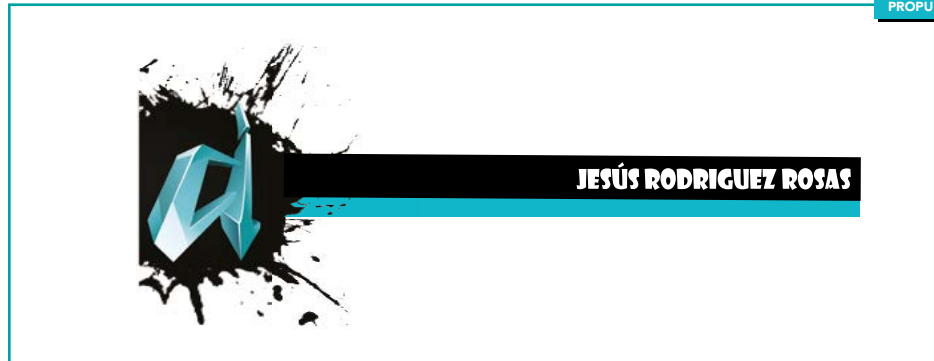
TIPOGRAFÍA
STENCIL

PROPUESTA 3



TIPOGRAFÍA
SHOW
CARD
GOTHIC

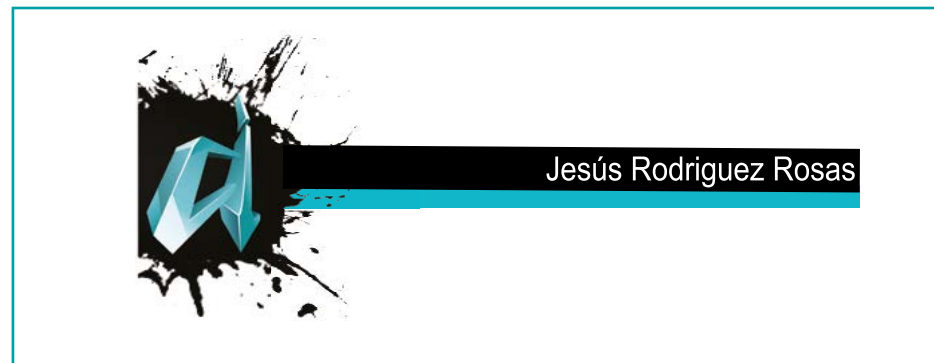
PROPUESTA 4



En seguida se muestra el súper que fue elegido en función de las características elementales del street art las cuales son: contraste de forma ya que en él hay una forma asimétrica y otra simétrica, contraste de color en el negro y el azul, la libertad y movimiento representados por la mancha que es una forma accidental y posteriormente en la animación el movimiento de las plecas.

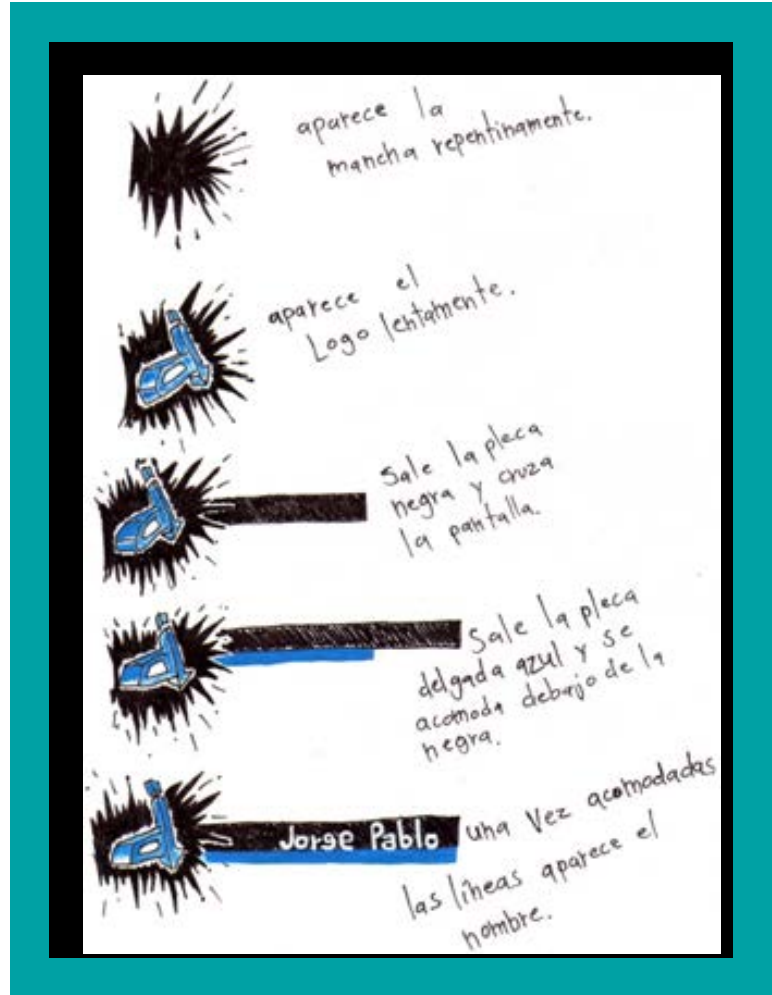
Se conservó la tipografía de palo seco Arial Bold, la cual permitía la perfecta visibilidad y rápida lectura del nombre del entrevistado.

TIPOGRAFÍA
ARIAL
BOLD



A continuación se muestra el Story Board que sirvió como base para la realización de la animación de los súper.

La animación debía mantener la sorpresa característica del street art, es por eso que inicia con una mancha de pintura que aparece sorpresivamente como salpicada en la pantalla, sobre la mancha aparece el Logo de la Semana Académica y siguiendo con el movimiento, que es característica también del street art, salen unas líneas que se desplazan hasta el otro extremo de la pantalla y finalmente aparece el nombre del entrevistado.



AFFONDASI LECCASI

re-mix poetico

INESORABILMENTE

Rivolgersi TAS-ERA Tel.

Rivolgersi Belle ITALIA

TRUFFAS

AVIO B

La siguiente imagen es un boceto de la posición del personaje y de los supers en pantalla, para dar una idea de cómo se verían en la televisión una vez integrados a las entrevistas. Estos bocetos estaban sujetos a cambios en el futuro de acuerdo a las necesidades que fuera necesitando el Flash.





El siguiente paso fue buscar las locaciones que se utilizarían para realizar las grabaciones, a esta actividad se le conoce como scouting.

Los ex alumnos entrevistados fueron citados por la coordinadora de la licenciatura, la maestra Claudia Vázquez Barajas, dentro de los horarios de clase de la escuela, ya que por cuestiones de tiempo a los ex alumnos se les facilitaba más llegar a la universidad, y les acomodaba como punto intermedio entre sus trabajos y sus hogares. Para la grabación se necesitaba principalmente silencio y buena iluminación, debido a que las entrevistas serían en horarios de clase, y había pocos espacios que cumplieran con estos requisitos. A continuación se muestran las fotos del scouting, las primeras muestran los lugares que no fueron escogidos, porque tenían mucho eco, no contaban con la iluminación suficiente o estaban ocupados el día y a la hora de la entrevista, como fue el caso del laboratorio de las Pc.

Salón de teoría del Arte.



Salón de computación.



Salón de serigrafía.



Enseguida se muestran las locaciones escogidas, gracias a que en ellas no había tanto ruido, tenían buena iluminación y no eran utilizadas al momento de las entrevistas.

Oficina de maestros



Salón de dibujo.



Biblioteca.



Biblioteca.



Salón de teoría del Arte.



Cubículo de información.



1.2

LA FASE CREATIVA, PREPRODUCCIÓN.

En esta segunda fase se necesita hacer el análisis de la información que se recolectó para posteriormente realizar una síntesis de ella, esto quiere decir conservar la información que tenga la idea más importante y unirla en una secuencia óptima para el proyecto, esto a través de una lluvia de ideas de toda la información obtenida. En esta fase también se hacen resúmenes, fichas de trabajo y de paráfrasis, con la finalidad de extraer la información de calidad que le dé argumentos y bases al proyecto.

En esta fase se escogen los bocetos finales del Story Board, de los Súpers, se definen las locaciones en las que se va a grabar, las fechas y horarios, se seleccionan los entrevistados, se hacen correcciones al guión literario y al técnico, y queda todo preparado y listo para iniciar la grabación.

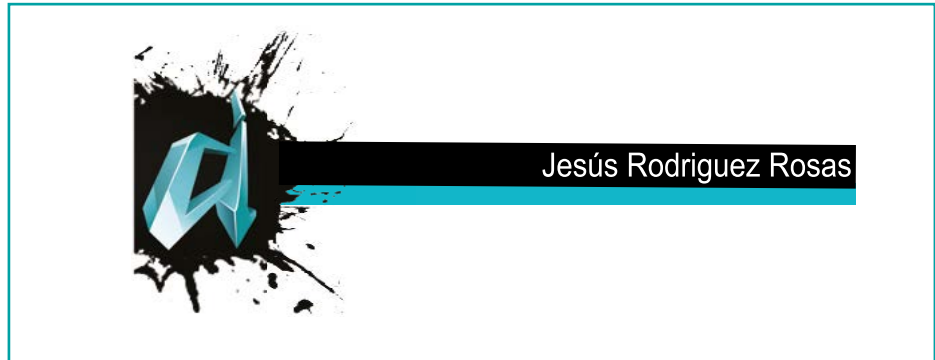
Para los Súpers se eligió una mancha de pintura color negro, que es una forma accidental, irregular y asimétrica, y que aparece sorpresivamente en la esquina inferior izquierda de la pantalla. Transmite una sensación de movimiento y dirige la atención del espectador hacia lo que está por aparecer, en esta mancha se aplicó la ley del cierre de la Gestalt explicada capítulos atrás en este trabajo.

La mancha puede ser reconocida e identificada por el cerebro gracias a esta ley y si la mancha de pintura que aparece tuviera una forma diferente, el cerebro no podría reconocer la sensación de movimiento que necesita dar (característica visual del street art), por esta razón la mancha se debía ver como salpicada, entonces el cerebro reconoce la forma e identifica la sensación de movimiento.

La ley de la Similaridad dice que: el cerebro tiende a agrupar las formas que vea similares ya sea en color, tamaño, forma, textura, posición o dirección; es por esta razón que se ocupó el logo de la Semana Académica y los mismos colores, de esta manera los espectadores entenderían que lo que aparece en pantalla es similar y forma parte de un mismo proyecto, la Semana Académica.

De la mancha se deslizan unas placas rectangulares que generan un contraste de forma (otra característica del street art) con la mancha y que cruzan la pantalla hasta el otro extremo. Estas placas se mantendrían en todas las entrevistas, esto uniría visual y narrativamente las imágenes que aparecieran en pantalla, aparte de mostrar sobre ellas el nombre del entrevistado y/o información acerca de su entrevista.

El siguiente es el diseño final de Súper para el Flash.



LA FASE EJECUTIVA, PRODUCCIÓN Y POSTPRODUCCIÓN.

En esta tercera fase se hace el desarrollo, la comunicación y la solución del proyecto, esta fase abarca desde la grabación hasta la presentación del proyecto en pantalla.

Algunas de las entrevistas se realizaron dentro de las instalaciones de la Universidad Insurgentes, y para otras se tuvo que trasladar la cámara hasta los lugares de trabajo por cuestiones de tiempo y comodidad para los entrevistados, esto trajo consigo ciertas dificultades y limitantes para la grabación por ejemplo los espacios en donde se grabaría, la iluminación y sobre todo el audio.

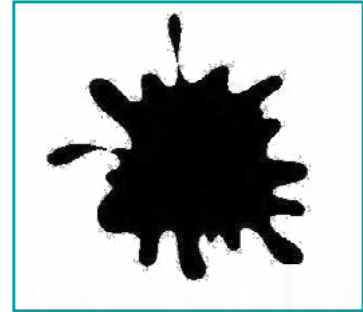
Las grabaciones se realizaron a lo largo de dos semanas aproximadamente, para ello la coordinadora de la carrera arreglaba la cita con los ex alumnos dentro o fuera del plantel, y posteriormente se realizaba la entrevista. El equipo con el que se estuvo trabajando fue una cámara de video sony ciber-shot HD, un tripie y un difusor. Se entrevistó a nueve ex alumnos, aunque al momento de hacer la edición se eliminaron unas entrevistas, porque el audio no se escuchaba lo suficientemente claro y fuerte, esto debido a que la locación en la que se grabó por cuestiones de tiempo no fue en un lugar cerrado en donde no hubiera ruido y tuvo que ser en un lugar improvisado, el cual no contaba con las características necesarias para la grabación.

A lo largo de la grabación se tuvieron que repetir más de dos veces cada escena porque el entrevistado se trababa o perdía el hilo de lo que estaba diciendo. Una vez que se grabó todo el material se procedió a realizar la edición, se decidió agrupar las respuestas de los ex alumnos para acortar el tiempo y no repetir las preguntas esto le otorgaba rapidez y objetividad a la escena, la edición del video lo hacía más dinámico y más entretenido, con esto se consigue mayor atención y comprensión de la información. Durante la edición se tuvo que trabajar en la corrección de color de algunas entrevistas ya que la iluminación no era suficiente, de igual forma se limpio lo más que se pudo el sonido para tratar de reducir el ruido que se metió durante la grabación.

Para la animación se pensó primeramente en integrar otra de las características de Street Art que es: la sorpresa, esta se cumpliría cuando la mancha apareciera repentinamente en la esquina de la pantalla, seguido de eso aparecería suavemente el logo sobre la mancha y de inmediato las plecas se deslizarían desde la mancha hasta el otro lado de la pantalla siguiendo siempre una misma dirección lo que le otorgaría continuidad y orden a las entrevistas, con esto se tendría una animación muy dinámica que se iría construyendo rápidamente mientras habla el entrevistado.

Para seleccionar la mancha correcta que integraría el súper se realizó una selección de entre varias formas.

En ésta mancha se puede reconocer una sensación de movimiento aparente pero muy sutil, como si la mancha fuera de un gel viscoso que se hubiera derramado.



En ésta mancha se reconoce un movimiento de izquierda a derecha realizado con la mano o con un instrumento rectangular y no fue derramado sino deslizado o esparcido.



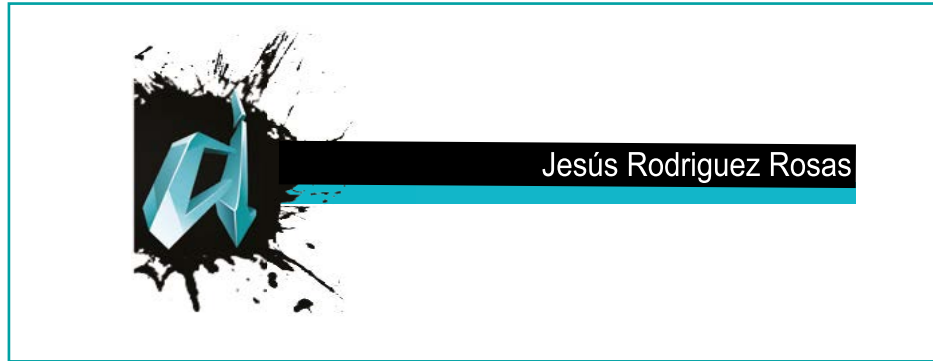
En ésta mancha se observa que un fluido no muy líquido fue derramado, y simultáneamente se movió de lugar salpicando un poco.



Por último se presenta la mancha que se utilizó para ser integrada al súper final, se puede reconocer con facilidad que fue hecha en un movimiento rápido, tal vez al sacudir una brocha o pincel, lo que causó que salpicara de una manera agresiva y alborotada. Se decidió utilizar el primero de la lista de los diseños que se presentaron, ya que este era el que cumplía con las necesidades visuales que requerían las entrevistas.



Este es el Súper final que se eligió, porque mantiene las características elementales del Street art las cuales son: contraste de forma, contraste de color, libertad, y movimiento.



De acuerdo al capítulo 1 de este trabajo el cerebro puede reconocer imágenes gracias a que ya tiene un conocimiento previo de ellas es decir que ya las conoce o ya las ha visto con anterioridad, gracias a ello el cerebro puede reconocer si la mancha fue embarrada, salpicada o derramada, no es lo mismo una mancha que fue salpicada con fuerza en una pared y que denota movimiento a una mancha que se hizo por derramar un líquido sobre una superficie, el cerebro es capaz de interpretar cada mancha y el contexto en el que se encuentra de manera diferente.

La mancha que se eligió es una mancha de pintura salpicada que hace alusión a cuando un artista se encuentra pintando y accidentalmente salpica de pintura una superficie. El diseño fue pensado de una manera sencilla pero entretenida y original que llamara la atención sólo para que el espectador dirija su mirada a la información adicional que se le presenta en pantalla.

La unión de los elementos del súper mantuvo la línea de diseño e imagen que tuvo la Octava Semana Académica sin perder el hilo conductor de lo que se estuvo trabajando en las demás áreas de producción.

CONCLUSIONES





El proyecto no se presentó totalmente terminado debido a dos cosas elementales, una consecuencia de la otra, la primera fue la salida de los miembros del equipo de Audiovisual y la segunda fue la falta de material para continuar con su producción, las entrevistas debieron haber tenido a los súper integrados a la imagen para cuando comenzara la Semana Académica pero no fue así, sólo se pudo concluir la edición de las entrevistas.

Para la realización de un audiovisual es necesario tener un equipo de producción o crew que se reparta el trabajo por áreas. Al designar a cada miembro una responsabilidad se tiene un mejor control del proyecto, se avanza con mayor velocidad así como también se pone mucho más cuidado y atención en cada una de las áreas, ya que cada persona está encargada de una tarea en especial, esto favorece el resultado.

En este tipo de proyectos se necesitan de varias personas que colaboren tanto en ideas como en la práctica, aligerando la carga de trabajo, haciéndola más rápida, dinámica, limpia y que pueda ser entregada en tiempo y forma. La división del trabajo es parte del proceso de producción, si un proyecto audiovisual no se trabaja por áreas de producción el resultado no será el esperado porque se debe armar pieza por pieza el proyecto para después unirlos y entenderlo como un conjunto de procedimientos que estaban destinados a un fin siguiendo los parámetros y reglas que se establecieron desde el inicio.

La clave para que un proyecto como el de la Semana Académica se desarrolle sin contratiempos es un buen equipo de producción que tenga los conocimientos y herramientas necesarios para el correcto desarrollo del trabajo.

Comenzar un proyecto entre muchas personas para después concluirlo solo es muy pesado y tardado ya que se tiene que ir avanzando despacio y no simultáneamente como sería lo normal, y llega un momento en el que se tienen que cambiar los planes porque ya no se cuenta con el equipo humano suficiente.

Antes de comenzar con este trabajo pensaba que la planeación podría ir cambiando de acuerdo a las necesidades que se fueran presentando tales como espacio, tiempo, iluminación etc. Pero una vez que comenzaron las grabaciones me di cuenta que una perfecta planeación casi no tendrá cambios y si es que los tuviera se contará con el equipo necesario para realizarlos en el mismo tiempo en que se planeó y no demorar a toda la producción.

En la parte teórica es de vital importancia tener definido y estudiado el concepto o tema que servirá de idea principal para fundamentar el proyecto, si ésta teoría es frágil en su estudio e investigación puede que se torne complicado y hasta confuso ya que se tendrá que definir lo que quedó inconcluso o ambiguo; para este proyecto pienso que faltó proponer ideas para la resolución de los problemas a nivel de imagen y a falta de opciones se terminó por usar las más complicadas y laboriosas.

Es de suma importancia seguir un método ya que a través de él se podrá llegar al fin deseado sin necesidad de perder tiempo en la experimentación. Seguir un método permite probar cada uno de los materiales que se piensan usar eligiendo así el más óptimo para el proyecto; seguir un método es parecido a seguir las instrucciones para armar un mueble, si las sigues al pie de la letra tendrás un mueble duradero y resistente, si decides no hacerlo seguramente tu mueble será débil quedará mal ensamblado por lo que tu esfuerzo y tiempo dedicados a la construcción del mueble habrán sido en vano.

El resultado de haber escogido al street art como estilo visual de la Octava Semana Académica trajo consigo la interacción y la participación de los estudiantes en las actividades que se realizaron a lo largo de toda la semana. La relación que los alumnos de la Universidad Insurgentes mantienen con el arte y el diseño hizo que se identificaran con la gráfica de este trabajo logrando así que el mensaje llegara a su destino de una manera original y entretenida.

El street art es un conjunto de técnicas y estilos incluyentes que no están peleados con la innovación y la experimentación si no todo lo contrario, la libertad de creación que el street art mantiene en su proceso permitió que la Semana Académica fuera innovadora y enriquecedora para los estudiantes. Los alumnos se identificaron con el estilo visual del street art e incluso contribuyeron en su creación como en el caso del auditorio de exposiciones que fue decorado con murales y grafitis hechos por los mismo alumnos.

El proceso de producción fue bastante largo y tuvo muchos cambios durante su desarrollo, las principales limitantes fueron el presupuesto, la salida de algunos miembros del equipo y el tiempo por lo que se tuvo que trabajar a marchas forzadas y con pocas herramientas y materiales para su realización.

Se hizo una lluvia de ideas con todo el equipo de producción para seleccionar y escoger los materiales más adecuados y prácticos para la construcción de escenografías y la ambientación de los espacios que se ocuparon para las conferencias, exposiciones y conciertos pero debido a la falta de personal de apoyo no se llegó a la idea final que se había establecido aunque eso no fue motivo suficiente para que no se llevara a cabo la Semana Académica si no todo lo contrario; a pesar de las dificultades técnicas que se presentaron durante el proceso de producción se logró completar el proyecto a tiempo tal vez no en las condiciones que se pensaron desde el principio pero si atendiendo a las necesidades escolares de los alumnos.

Una Semana Académica original y productiva fue el resultado final de este trabajo; los alumnos se mostraron cooperativos y solidarios con las actividades que se realizaron en las instalaciones de la universidad y manifestaron su interés y gusto por los eventos que se ofrecieron como la función de teatro de la compañía de artes del Faro de Oriente, los conciertos y las exposiciones y conferencias en materia de diseño.

BIBLIO GRAFÍA

- Altman, R. (1999).** Los Generos Cinematográficos. Paidos Comunicación, Barcelona.
- Armando, S. (1986).** Graffiti una ciudad Imaginada. Colombia. Tercer Mundo Editores.
- Bont, D.** Escenotécnicas en Teatro y Tv. Las Ediciones de Arte. Barcelona.
- Castleman, C. (1987).** Los Grafitti. Capitán Swing. Estados Unidos.
- De la torre y Rizo, G (2007).** El lenguaje de los Símbolos Gráficos. Introducción a la Comunicación Visual. México. Limusa Noriega Editores.
- Deleuze, G. (1984).** La imagen Movimiento estudios sobre cine 1. Barcelona. Paidos.
- Deleuze, G. (1984).** La imagen Tiempo estudios sobre cine 2. Barcelona. Paidos.
- Delval, J. (1995).** El Desarrollo Humano. Siglo XXI Editores. España.
- Escalante, B. (1998).** Curso de Redacción para Escritores y Periodistas. Porrúa. México.
- Guardián, R. (1990).** Diccionario Porrúa de Sinónimos y Antónimos de la Lengua Española. Quinta edición. México. Porrúa.
- Rafols, R. Colomer, A. (2003).** Diseño Audio Visual. Gustavo Gili. Barcelona.
- Rosso, B.** Técnicas de Iluminación en Fotografía y Cinematografía.
- Präkel, D. Iluminación, Llorens, V. (1995).** Fundamentos Tecnológicos de Video y Televisión. Paidos. España.
- Sevisa. (1995).** Diccionario de la lengua española Gramática y Verbos. México. Programa Educativo Visual.
- Vilchis, L. (1998).** Metodología del Diseño, Fundamentos Teóricos. UNAM. México.