

41

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO <sup>29</sup>  
ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLÁSTICAS

# La Animación, Los Medios de Comunicación y El Diseño Gráfico

TESIS QUE PRESENTA  
CARLOS LEDEZMA VALDEPEÑA  
PARA OBTENER EL TÍTULO DE  
LICENCIADO EN DISEÑO GRÁFICO

LIC. SALVADOR CARREÑO GONZALEZ  
DIRECTOR DE TESIS

MÉXICO, DISTRITO FEDERAL

1996

TESIS CON FALLA DE ORIGEN    TESIS CON FALLA DE ORIGEN

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

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

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

A mis padres que siempre me  
han brindado todo su apoyo:  
Carlos Ledezma Pedraza  
Estela Valdepeña de Ledezma

A una gran amiga con  
la que siempre he contado:  
Alma Elizabeth Rosales Fuentes

Agradezco a todas las personas que partici-  
paron con su ayuda y que hicieron posible la  
culminación del presente trabajo.

# Indice general

## INTRODUCCIÓN

## CAPITULO 1

### COMUNICACIÓN, MEDIOS Y DISEÑO GRÁFICO

1. ¿Qué es la comunicación?	15
1.1 Modelos de comunicación	17
1.1.1 Modelo de Shannon y Weaver	19
1.1.2 Modelo de Westley y MacLean	21
1.1.3 Modelo de Newcomb	23
1.1.4 Modelo de Jakobson	25
1.1.5 Modelo de Gerbner	29
1.2 Medios de comunicación	33
1.2.1 Diseño y medios de comunicación	37
1.2.2 El diseño en el cine y la televisión	39

## **CAPITULO 2**

### **ANIMACIÓN**

<b>2. Literatura icónica</b>	<b>45</b>
2.1 Imagen cinética y comic	47
2.2 ¿Qué es la animación?	51
2.2.1. La animación y el diseño gráfico	53
2.2.2 La animación en el Mundo	55
2.2.2.1 La animación en Europa	57
2.2.2.2 La animación en Asia	63
2.2.2.3 La animación en América	67
2.2.2.4 Diferentes géneros de animación	79
2.2.2.4.1 Animación por computadora	83
2.2.3 ¿Cómo se realiza una animación?	89

## **CAPÍTULO 3**

### **PROYECTO GRÁFICO**

<b>3. Identidad Corporativa</b>	<b>101</b>
3.1 Concepto Gráfico	105
3.1.1 Estructura de Concepto Gráfico	107
3.2 Proceso de la producción	109
3.2.1 Guión literario	111
3.2.2 Story board	113

<b>CONCLUSIONES</b>	<b>141</b>
---------------------	------------

<b>BIBLIOGRAFIA</b>	<b>145</b>
---------------------	------------

## Introducción

El presente trabajo, intenta establecer una relación existente entre los Medios de Comunicación, la Animación y el Diseño Gráfico. El diseñador gráfico como profesional se desenvuelve con medios impresos como son los periódicos, las revistas, los trípticos, los calendarios; los medios electrónicos como el cine y la televisión son áreas de índole del diseñador así como la comunicación.

La animación es asociada por la mayoría de las personas como dibujos animados exclusivamente para el entretenimiento de un público infantil, pero no queda regulada en esta norma, la animación en los últimos treinta años ha tenido un desarrollo sin precedentes, se ha involucrado en los efectos especiales en el cine, la simulación de vuelos de prototipos de aviones y naves espaciales, la simulación de principios de la física y biología, etcétera.

En nuestro contexto contemporáneo nos encontramos con una influencia de los medios de comunicación en todas las áreas o actividades humanas, estos han sido diseñados para satisfacer las necesidades de un público consumidor; las empresas para sobrevivir en este nuevo contexto, han recurrido al Diseño Gráfico para buscar una solución de identidad y ser reconocido entre todos sus competidores.

La animación está siendo utilizada como un nuevo campo de expresión

dentro de la profesión del Diseño Gráfico, nosotros como diseñadores debemos buscar la conformidad de nuestros clientes, esta se logra por medio de carteles, trípticos, catálogos, manuales de identidad corporativa... todos los anteriores no son suficientes para todos nuestros clientes, cada uno de ellos busca un objetivo particular, la animación comercial es utilizada principalmente en los medios electrónicos de comunicación por excelencia el cine y la televisión.

El despacho Concepto Gráfico, a través de su breve trayectoria en el contexto del diseño busca sufragar la necesidad de comunicación, estas exigencias por los nuevos medios que se han estado desarrollando, así como la presentación de sus actividades ante sus clientes en alguna exposición en la que participe.

El desarrollo del presente trabajo se divide en tres apartados, el primero abarca los medios de comunicación, se ha recurrido a través de la historia a modelos de comunicación, pero debemos de establecer una relación con el Diseño Gráfico, en el siguiente apartado hablamos de la historia y géneros de la animación, como ha sido desarrollada por el diseñador gráfico, en el tercer apartado nos encontramos con el proyecto gráfico. Esta solución visual reúne cada una de las exigencias planteadas en los dos primeros apartados de nuestro trabajo.



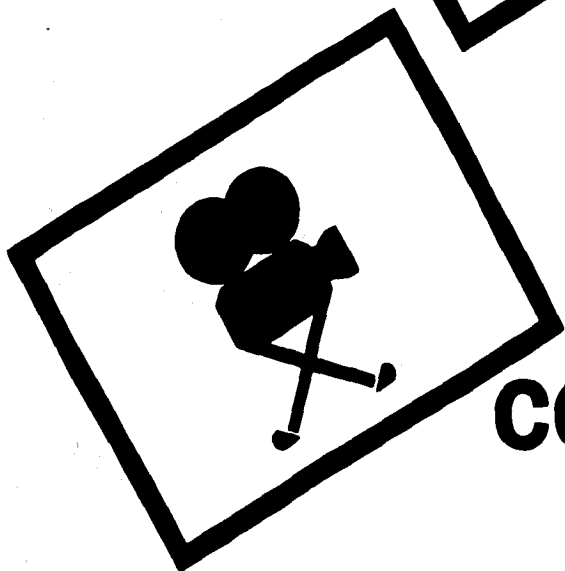
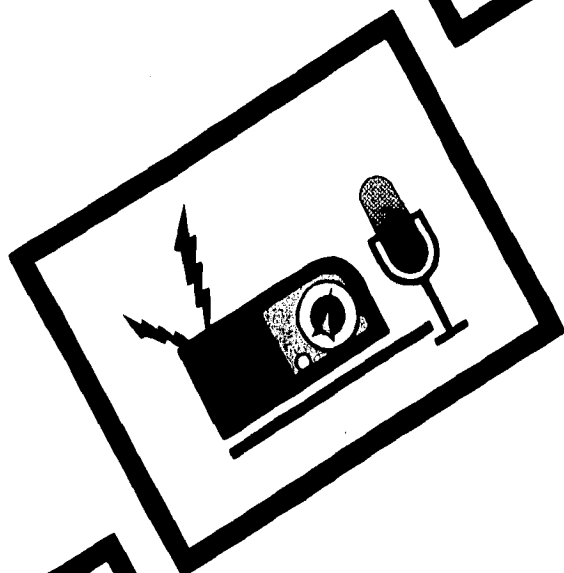
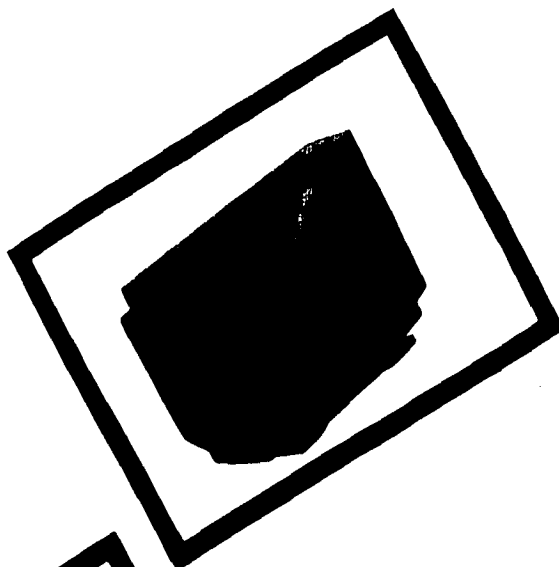
El primer capítulo explica qué es la comunicación vista por diferentes autores de esta especialidad, se exponen las diferentes corrientes ideológicas dominantes en el estudio de la comunicación: la escuela Funcionalista y la escuela Estructuralista, encontramos a sus principales representantes a Shannon y Weaver, Westley y MacLean, Newcomb, Gerbner y Jakobson. En este capítulo se mencionan los medios masivos, como se han desarrollado en la historia y la relación surgida con el diseño gráfico, terminamos concretándonos en los medios visuales como son el cine y la televisión y una relación iconográfica con el diseño gráfico.

El segundo capítulo titulado Animación se desprende del primer capítulo concretamente de los medios de comunicación impresos, su ejemplo más evidente son los periódicos, a partir de este medio surge la tira cómica para dar origen al comic como un medio de comunicación impreso independiente a su creador, este medio es desarrollado y aplicado en estudio de la cinética, al congelar el tiempo en cada una de las viñetas, fue así como a finales del siglo XIX, se desarrolló la animación principalmente en el área de los dibujos animados. Esta relación involucra al comic como una síntesis de movimiento, la animación complementa los pasos intermedios existentes en el comic, por este motivo Fernando Curriel los nombra como la literatura icónica. Dejando a la literatura icónica nos concretamos al marco histórico de la

animación, que es, su relación con el diseño gráfico, como se ha transformado para ser aplicada a través de diferentes géneros desarrollados en nuestro planeta tierra. Para concluir este capítulo explica como se realizan los dibujos animados, método que se puede aplicar a cualquiera de los géneros existentes en la animación.

El tercer capítulo Proyecto Gráfico, explica qué es una Identidad Corporativa, como se divide y como la podemos identificar, partiendo de este punto nos concretamos a describir las actividades y trayectoria histórica de Concepto Gráfico, planteando un proceso de producción como son el guión literario y el desarrollo del story board de un spot promocional desarrollado para Concepto Gráfico.

# 1



## **COMUNICACIÓN, MEDIOS Y DISEÑO GRÁFICO**



## 1 ¿Qué es la comunicación?

La comunicación es una actividad humana; muy poco autores han podido definirla satisfactoriamente. Esta se involucra en aspectos como la comunicación interpersonal, como el difundir información, como la televisión, como nuestra persona; como los signos y símbolos que creamos... El diseñador gráfico recurre a elementos como son el color, el tamaño, la composición, el contraste, la armonía, el equilibrio, para realizar una comunicación. Los diseñadores desarrollan su actividad en los medios impresos como son los periódicos, las revistas, trípticos, calendarios; los medios electrónicos como la radio, el cine y la televisión, estos se ven involucrados en el espectro de la comunicación.

Aristóteles dejó asentado que la meta principal de la comunicación es la persuasión, siempre buscamos el comunicarnos para influir y para afectar intencionalmente; la comunicación tiene un objetivo, producir una respuesta. En cualquier situación que intervenga la comunicación participa la emisión de un mensaje y la recepción del mismo por parte de otro, si un diseñador realiza un cartel, otro grupo de personas verán ese cartel, produciéndose una respuesta<sup>1</sup>.

Como hemos visto, la comunicación no es un acto aislado, sino que involucra signos y códigos, estos elementos son utilizados por todas las actividades profesionales para ser aplicadas en los diferentes entornos

---

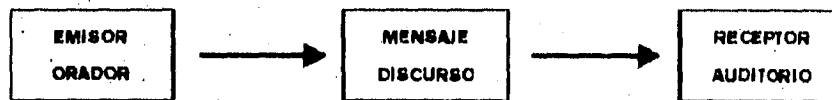
1 K. Berlo, David, *El proceso de la comunicación*, Librería el Ateneo Editorial.

en los que interviene; el Diseño Gráfico utiliza códigos, conceptos e ideologías para transmitirlos a todo su entorno, por medio de elementos gráficos.

## 1.1 Modelos de comunicación



La comunicación, para tratar de explicarla y estudiarla, diferentes autores han propuesto esquemas o modelos de comunicación; los estudios orientan su atención al proceso mismo o a las implicaciones a largo plazo, resultando el intercambio de experiencias. Los modelos han sido propuestos desde la Grecia clásica, el primer modelo que tenemos de referencia, fue propuesto por el filósofo Aristóteles. Durante el presente siglo, han surgido autores como Shannon y Weaver, Westley y MacLean, Newcomb, Jakobson, Gerbner, entre otros.



Los estudios de la comunicación se han desarrollado por diferentes corrientes ideológicas como son la Funcionalista y la Estructuralista. La primera corriente desarrolló sus teorías en función del proceso comunicacional, es decir, del ACTO; la corriente Estructuralista abordó, los aspectos temporales de la comunicación al estudiar lo que se identifica como la OBRA comunicacional. Existe un grupo de autores que se han mantenido al margen de las diferentes corrientes, con la

*Modelo de Aristóteles*

intención de aprovechar todas las aportaciones de los autores, para tener la posibilidad de desarrollar otras alternativas de estudio<sup>2</sup>.

El modelo de Shannon y Weaver, considera a la comunicación como la transmisión de un mensaje, su trabajo se encauzo a utilizar de manera más eficiente los canales de comunicación; Westley y MacLean aplican el esquema lineal a los medios masivos, Newcomb rompe con el modelo lineal al proponer una forma triangular sobre la comunicación interpersonal, Roman Jakobson, se puede considerar un puente entre las dos corrientes dominantes (Funcionalista y Estructuralista), sobre el estudio de la comunicación y el modelo de Gerbner, trata de explicar cualquier situación existente dentro de la comunicación.

El diseñador gráfico durante su ejercicio profesional siempre se involucra con aspectos relevantes a la comunicación, su experiencia siempre se referirá al fenómeno cotidiano del intercambio de experiencias, estas experiencias las comparte a través de los diferentes medios a los que tiene acceso (el cine, la televisión, el diseño editorial, los audiovisuales, el cartel, etcétera), con todas estas experiencias, tendrá conocimientos para el manejo y desarrollo de los códigos necesarios para la comunicación.

---

2    *Notas: Para un modelo funcionalista de comunicación, "Curso para profesores: Comunicación en el salón de clases" CEFAD. Universidad Anáhuac, Profesor. Salvador Carreño, México. D. F. 1994.*

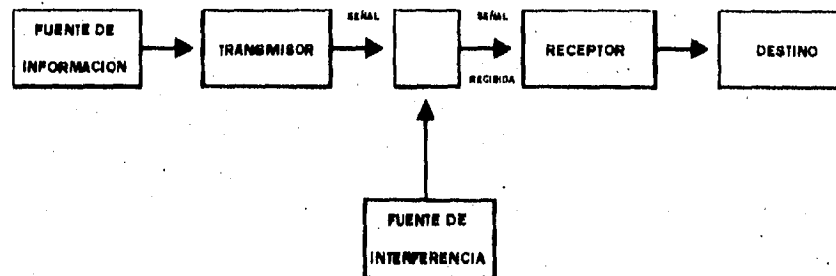
## 1.1.1 Modelo de Shannon y Weaver



El modelo presenta a la comunicación como un proceso lineal. Su simplicidad ha provocado muchas derivaciones y críticas para un completo estudio. Shannon y Weaver consideran que el significado se encuentra en el mensaje. El modelo, considera a la fuente como el origen de las decisiones, seleccionando uno de un conjunto de mensajes posibles, el transmisor convierte el mensaje en una señal, que se enviará a través del canal y llegara al receptor.

Básicamente el modelo parte del modelo citado anteriormente por Aristóteles, agregándole un transmisor y un receptor, pero lo más notable de este es la existencia de una interferencia, podría ser la distorsión de

un sonido, la estática de una señal de radio. Encontramos también dos respuestas una de redundancia y una de entropía. La redundancia tiene dos funciones: la técnica definida por Shannon y Weaver y la segunda involucra ampliar el concepto a una dimensión social. La redundancia es previsible o convencional su respuesta y la entropía es de baja predescibilidad y con un alto contenido informático.



Modelo de Shannon y Weaver  
Modelo de Westley y MacLean



El modelo aporta otros dos conceptos: el canal y el código, para definirlos los podemos resumir en la siguiente palabra: medio. El canal es el recurso físico para la transmisión (las ondas de luz, las ondas sonoras, el sistema nervioso, los cables telefónicos); medio es la forma física de transformar un mensaje en una señal para ser utilizada en un canal (la voz humana, las expresiones, libros, fotografías, radio, televisión); y el código es el sistema de significados para una cultura determinada por su contexto.

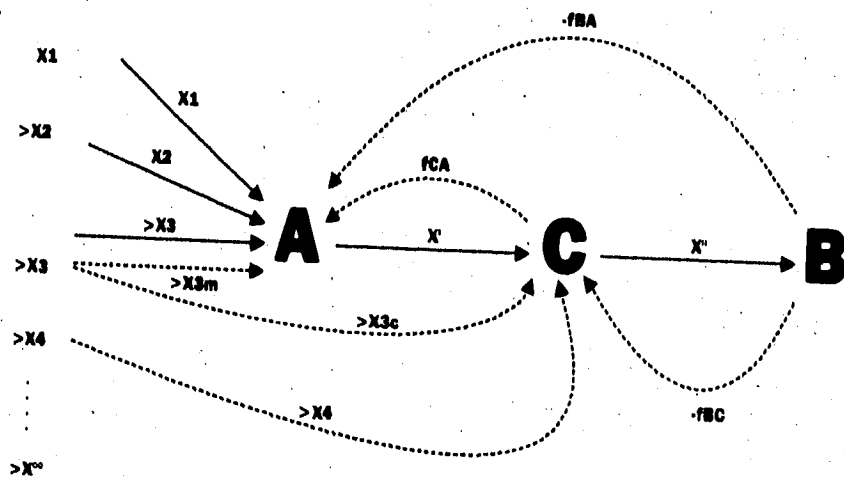
.El modelo aporta otros dos conceptos: el canal y el código, para definirlos los podemos resumir en la siguiente palabra: medio. El canal es el recurso físico para la transmisión (las ondas de luz, las ondas sonoras, el sistema nervioso, los cables telefónicos); medio es la forma física de transformar un mensaje en una señal para ser utilizada en un canal (la voz humana, las expresiones, libros, fotografías, radio, televisión); y el código es el sistema de significados para una cultura determinada por su contexto.

## 1.1.2 Modelo de Westley y MacLean



Westley y MacLean dirigen su modelo comunicacional a los medios masivos, su origen se basa en el modelo de Newcomb ABX, pero plantean dos cambios fundamentales, la introducción de un tercer elemento, 'C'; y la función comunicativa - editorial (el proceso de decidir qué y cómo comunicar), extienden su modelo dejando atrás el modelo triangular transformándolo en el lineal.

Cuando Westley y MacLean aplican su modelo a la comunicación masiva, lo alejan más del modelo triangular de Newcomb. 'A' puede ser el reportero que envía su historia a 'C', la sala de redacción de su diario, radio o estación de televisión. El proceso editorial y de publicación y de radiodifusión (contenidos en 'C') entran en acción y transmiten esta historia a 'B', la audiencia. En este modelo



A Reportero  
B Audiencia  
C Sala de redacción

Modelo de Newcomb

'B' ha perdido cualquier experiencia directa o inmediata de 'X', de la

misma manera que ha perdido cualquier relación directa con 'A'.

Los autores afirman que los medios masivos amplían el ambiente social con el cual necesita relacionarse 'B', de esta manera se explica la orientación compartida hacia 'X', anteriormente propuesto por Newcomb siendo un motivo para la comunicación.

---

3 Fiske, John, *Introducción al estudio de la comunicación*, Cali, Colombia: Norma; página no. 28.

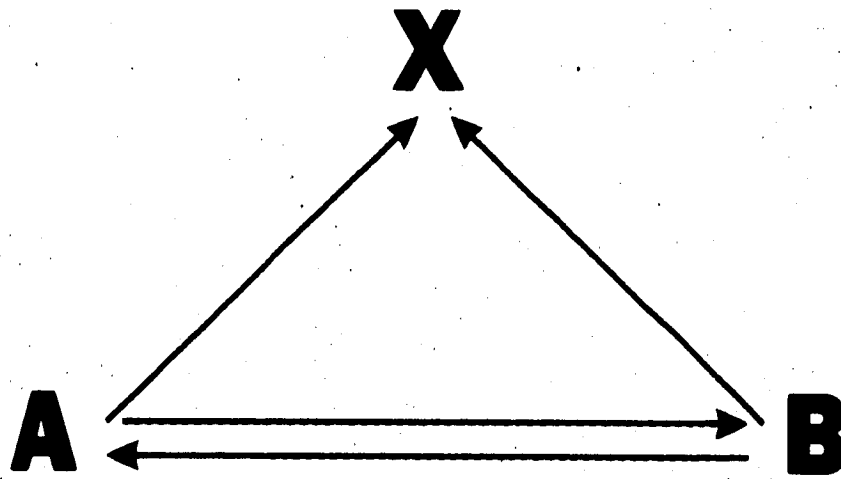
### 1.1.3 Modelo de Newcomb



El modelo de Newcomb es triangular y plantea a la comunicación en una relación con la sociedad. La importancia del modelo radica, en no colocar a la comunicación como un suceso aislado de la sociedad, sino asignándole un lugar de vital importancia porque la gente necesita información, porque sin ella, nos sentimos ajenos a una sociedad.

La relación existente entre A y B son comunicador y receptor, pueden ser individuos: los ecologistas y los contaminadores o el gobierno y el pueblo. X es parte de su ambiente social. ABX es un sistema: si A cambia, B y X cambiarán, si A cambia su relación con X, B tendrá que cambiar su relación con X o

su relación con A. Cuando más importante sea X, más urgente será compartir una orientación hacia él. Se puede concluir de este modelo, que la gente necesita información.



- A Ecologistas
- B Contaminadores
- X Planeta tierra

Los factores constitutivos de la

**El Modelo de Jakobson**



Roman Jakobson planteó semejanzas entre los modelos lineal y triangular (Shannon y Weaver, Newcomb), pero como es lingüista dió mayor importancia al significado y la estructura del mensaje, su modelo es doble: modela los factores constitutivos de la comunicación y posteriormente modela las funciones para cada factor.

“Como podemos ver, el modelo de Jakobson tiene algunas variantes las cuales he considerado pertinente retomar de unas notas”<sup>4</sup>, para completar el modelo comunicacional y hacerlo más fácil para el proceso de la comunicación.

A cada factor constitutivo anterior le corresponde en igual jerarquía una función y también sufriendo algunas modificaciones



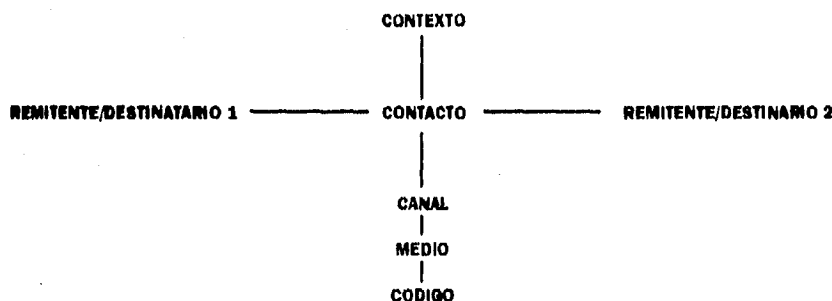
comunicación  
Las funciones de la comunicación  
Modelo de Roman Jakobson (original)

<sup>4</sup> Notas: Para un modelo funcionalista de comunicación "Curso para profesores: Comunicación en el salón de clases" CEFAD. Universidad Anáhuac, Profesor Salvador Carreño, México, D. F. 1994.

como en la primera parte del modelo donde vemos dos remitentes y dos destinatarios, porque en la comunicación el sujeto dos nunca va a estar pasivo o receptivo y el sujeto uno no solamente ejerce la actividad de emisor exclusivamente.

En el modelo de Jakobson nos encontramos al Remitente actuando

como un Remitente - Destinatario y el Destinatario adquiere la misma actitud. Así, mientras el sujeto uno expone su posición teórica el sujeto dos hará enunciados visuales y no verbales de aprobación, rechazo, asombro, etcétera; realizando un acto de comunicación. El mensaje se convier-



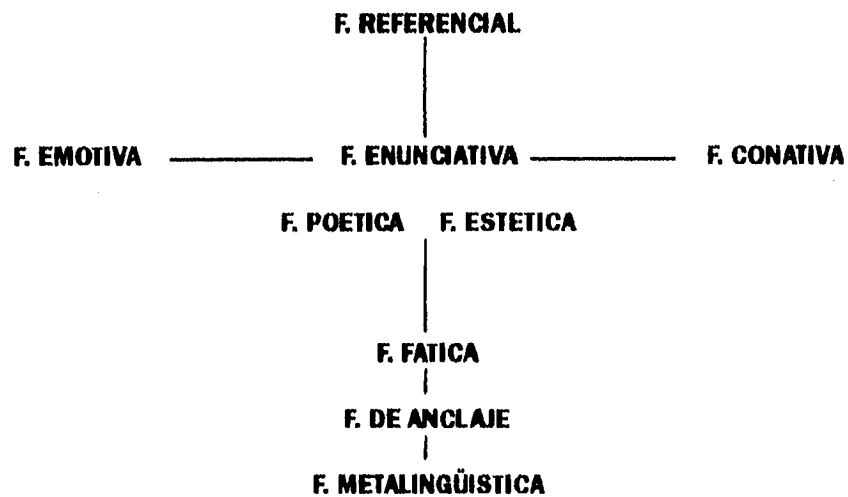
Los factores constitutivos de la comunicación  
Modelo de Roman Jakobson  
(modificado)

te en el Contacto realizado por ambos sujetos, al estar de común acuerdo ambos sujetos; aparece la primera condición externa: el Contexto, "el intercambio de experiencias será posible siempre que el contexto nos lo permita"<sup>5</sup> (el ambiente político, ideológico, anímico, clínico, artístico, geográfico, etcétera). Supongamos favorables el contacto y el contexto; todavía falta por determinar el canal y el medio; el

5 IBDEM



canal sería así la vía física utilizada por el contacto (el aire, cables conductores de impulsos eléctricos o el agua), mientras el medio es el recurso técnico o físico (órganos de los sentidos, aparatos transmisores u objetos físicos), después de cumplir los requerimientos anteriores nuestro siguiente paso es buscar un código.



Después de los factores constitutivos encontramos la siguiente similitud entre los modelos de comunicación, lograr una buena comunicación entre dos sujetos, pero Jakobson nos indica la existencia de funciones para

cada una de las acciones anteriores; la primera es la Emotiva, son los sentimientos y emociones transmitidos por el sujeto uno hacia el sujeto dos llegando a influir de alguna manera evasiva; sigue la función Conativa, es la determinante en la aceptación o el rechazo del proceso; el proceso entre ambas funciones se basa en la función enunciativa, poética y estética; estas tres funciones hacen al Contacto o mensaje sea

*Las funciones de la comunicación  
Modelo de Roman Jakobson (modificado)*



lo más claro posible para el sujeto dos (la redacción principalmente del mensaje), y entre mayor afinidad plástica exista entre los dos sujetos, mayor será la posibilidad de solidez en el contacto.

La siguiente función es la Referencial, un contexto ideológico: una noticia, un reportero de la televisión nos la comunica desde su punto de apreciación, pero es muy diferente a la del reportero del periódico porque este sometido a la ideología manejada por el periódico manipulada por su editor, dándonos una apreciación de la noticia; al Canal le corresponde la función Fática refiriéndose a la comunicación, todos incluimos elementos fáticos, para enriquecer nuestra comunicación. Estos consisten en elementos que permiten mantener una comunicación abierta y constante.

Nuestros siguientes factores son el Medio y el Código, el primero se involucra con la función de Anclaje, esta buscará la oportunidad de establecer y afirmar una correspondencia en el intercambio informativo, completándolo con la última función correspondiente al factor del Código, la búsqueda del código queda establecida dentro de la función Metalingüística, permitiéndonos identificar y darle un significado al código utilizado, por medio del cual se estructura el mensaje.

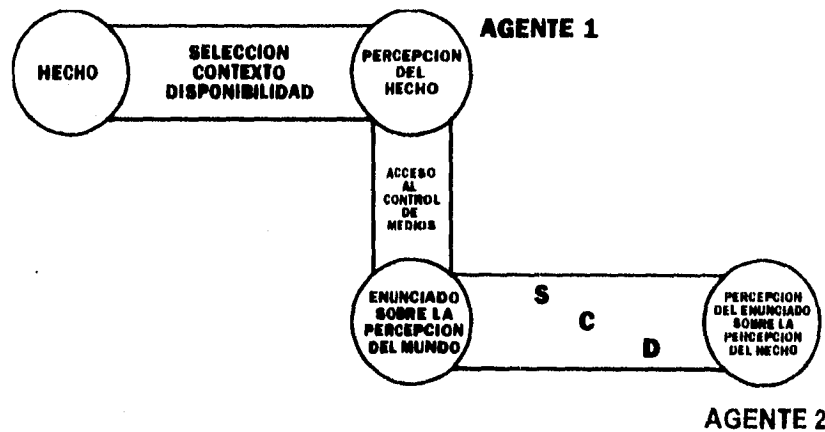


## 1.1.5 Modelo de Gerbner

George Gerbner propone su modelo de comunicación de propósitos generales, plantea dos mejoras, relacionando el mensaje con el contexto al cual se refiere y ve el proceso de comunicación con dos dimensiones alternativas: la perceptual o receptiva, y la comunicativa o de medios y control.

Para tratar de explicar el modelo de Gerbner primero hablaremos de la dimensión perceptual o receptiva. El proceso siempre comenzará con un hecho (H), este será percibido por M (puede ser una persona o un aparato electrónico), esta percepción se convierte en un hecho prima (H1).

La relación entre el hecho y hecho prima, involucra una selección, M no puede percibir toda la complejidad del hecho, si fuera un aparato electrónico sería determinado por su ingeniería, si fuera una persona sería procesada y le da un significado. Este se encuentra determinado por la percepción, no es solamente un proceso psicológico sino un problema de cultura.



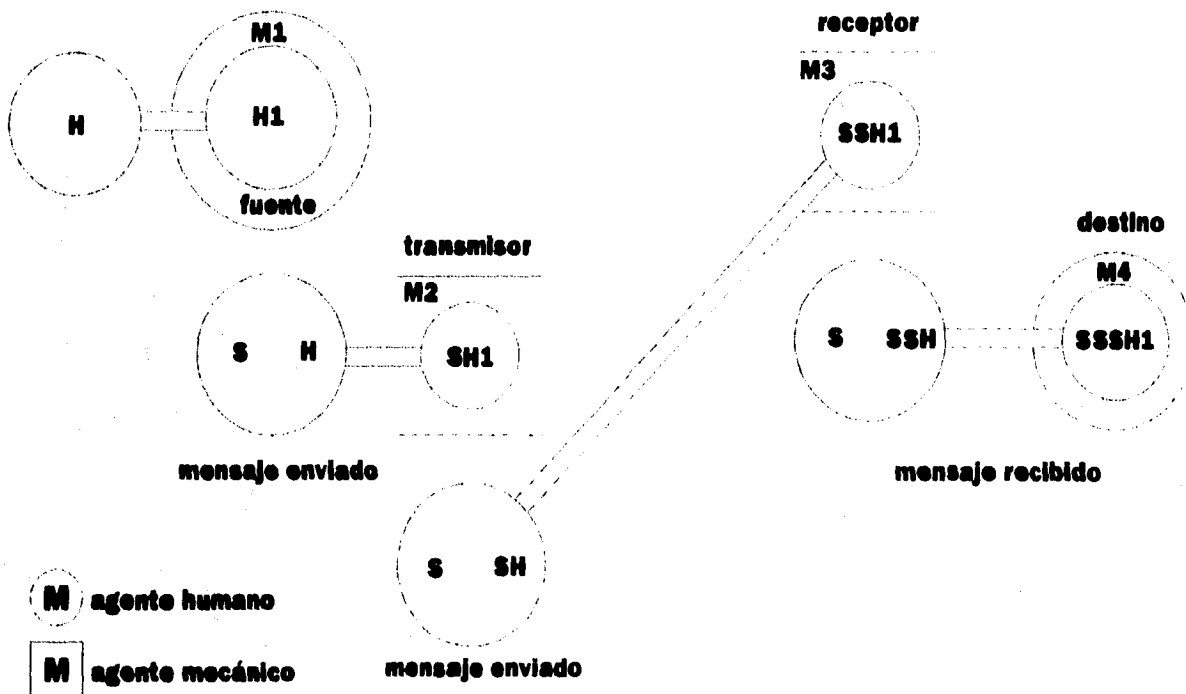
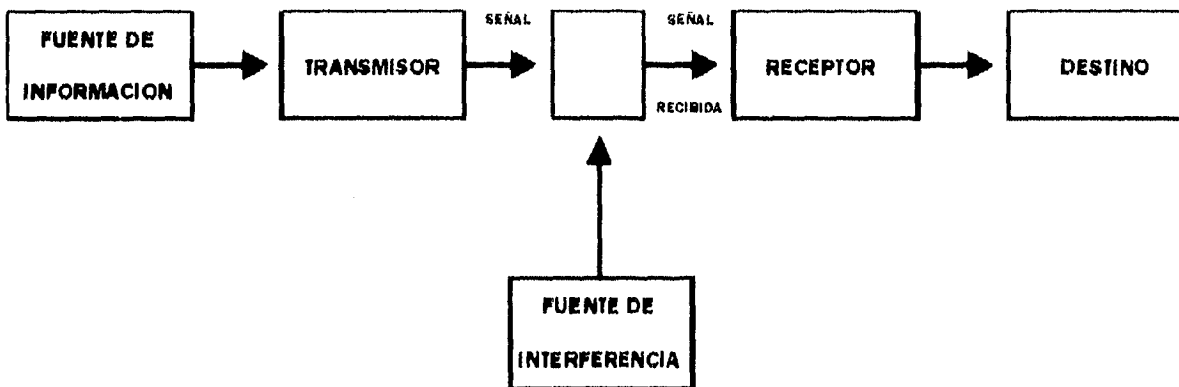
M Agente

H Hecho

Modelo de George Gerbner  
(modificado)

La dimensión comunicativa o de medios y control, ocurre cuando la percepción del hecho primario (H1), se convierte en una señal del hecho (H), usando el código de Gerbner en SH, este proceso se convierte en un mensaje, en el modelo de Gerbner, S se refiere a la señal y H a su contenido. La siguiente etapa involucra la dimensión perceptual o receptiva, aquí lo que es percibido por el receptor, M2, es un enunciado del hecho, SH.

M2 aporta a SH un conjunto de necesidades y conceptos derivados de su cultura, en la medida que logre esta relación podrá encontrar un significado al mensaje. El mensaje debe considerarse como un potencial de muchos significados. De aquí se parte del concepto disponibilidad involucrado en el modelo encontramos un aumento de disponibilidad en los medios dándose por el desarrollo de la radiodifusión y la televisión, de esta manera la información se encuentra al alcance de los analfabetas. El modelo tolera múltiples ampliaciones, permitiéndonos incluir agentes humanos y mecánicos en el proceso. el siguiente ejemplo ilustra una conversación telefónica y lo compara con el modelo de Shannon y Weaver (siguiente página).



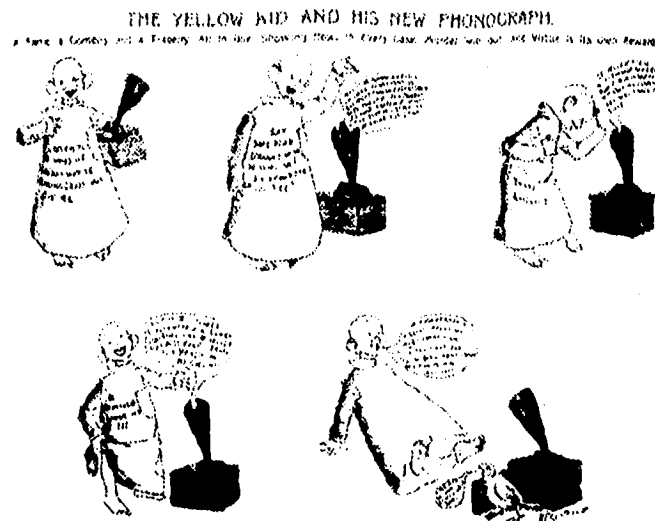
Modelo de George Gerbner (ampliado)  
Comparado con el Modelo de  
Shannon y Weaver



Los medios de comunicación empezaron a desarrollarse desde la Antigüedad pasando por diversas épocas en la historia de la humanidad como fueron la Edad Media y el Renacimiento, pero no fue sino hasta la Revolución Industrial, cuando todos estos medios empezaron a desarrollarse de una manera totalmente nueva a como se habían conocido adaptándose rápidamente a una nueva sociedad, surgida por los diversos movimientos y el desarrollo de los conocimientos anteriormente adquiridos.

Los medios impresos empezaron a desarrollarse en el año de 1812, el Time de Londres empieza a circular y en Estados Unidos veinte años después sucede con el New York Sun y el Herald; encontramos un vínculo entre la publicidad de mercadería y servicios así como una adopción de la gráfica, y llegado el momento se apodera

de la fotografía, encontramos también la invención del comic con el episodio "The Yellow Kid and His New Phonograph" y publicado el 25 de octubre de 1896<sup>6</sup>, primeramente como una inserción de viñetas con historias seriadas y hasta después del año de 1930, logran su independencia totalmente de los periódicos, surgiendo como un medio impreso



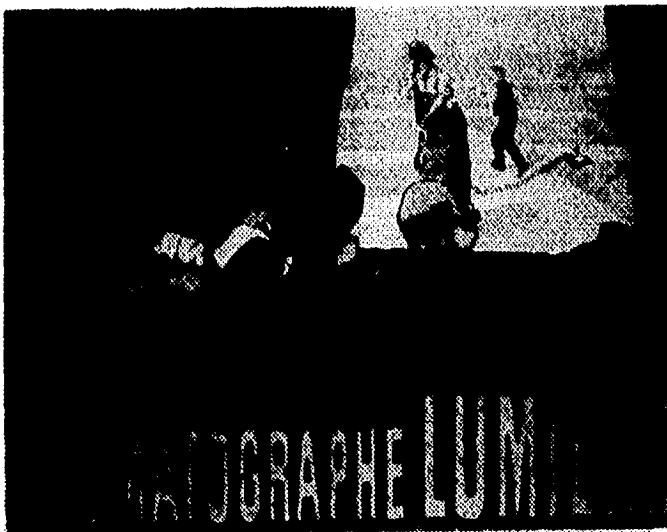
The Yellow Kid and His New Phonograph, publicado el 25 de octubre de 1896, diez meses después de la primera proyección cinematográfica.

<sup>6</sup> Los comics en Hollywood, Coma, Javier y Gubern, Román, Plaza & Janes, página 18

independiente a la prensa y revistas.

Paralelamente al surgimiento de los medios impresos, fue el de la fotografía en el año de 1816 cuando Nicéphore Niépce logran la primera impresión fotográfica. Posteriormente Louis Jacques Mandé

Daguerre consiguió imprimir placas de metal a través de un baño de yodo y obtener la fijación con la mezcla de sal de mar y mercurio, patentando este descubrimiento como el daguerrotipo; William Henry Fox Talbot posibilita la divulgación masiva de la fotografía cuando dió a conocer su descubrimiento del negativo. George Eastman en el año de 1888 fábrica la primera de sus cámaras Kodak, Thomas Botton en 1860 inició el proceso del fotograbado pero no fue sino hasta un 4 de marzo de 1880 cuando se realiza la unión de la prensa de



1895. El primer cartel del cine

masas y la fotografía, por medio de la técnica del fotograbado.

El desarrollo de la fotografía posibilita el nacimiento del cine, encontramos como antecedentes del cine a las sombras chinescas, el teatro de sombras y la linterna mágica de principios del Siglo XVII, con la explicación del fenómeno de la ilusión óptica en el ojo humano, Joseph



Plateau, desarrolla su phenakistoscope en el año de 1832. En el año de 1888 Charles Emile Reynaud patenta el teatro óptico, pero no fue sino hasta el día 28 de diciembre de 1895 que los hermanos Lumière presentaron al cinematógrafo. Dando la pauta para el nacimiento de una de las más grandes industrias del Siglo XX, el cine. Primeramente fue conocido como silente, posteriormente se desarrollo el cine sonoro. La prensa, la fotografía y el cine a principios del siglo XX, eran los medios de comunicación más difundidos, dejándole el camino, para el nacimiento de la radio.

La radio vino a romper con todos los estándares impuestos por los medios impresos, porque revoluciono la concepción de comunicación a distancia vía oral y auditiva, por lo que se convirtió en uno de los medios de comunicación más solicitado. Las ventajas ofrecidas por la radio eran casi infinitas, porque ponían al alcance de todos los individuos tanto noticias, deportes, cultura general, debate, música y anuncios comerciales de los patrocinadores. En la década de los años cuarenta se inventa y desarrolla la televisión, la cual conjuga dos medios de comunicación anteriormente desarrollados: el medio sonoro (la radio) y el medio visual (la fotografía y el cine); la televisión fusionó estos dos medios antagónicos entre sí. La radio solo transmite a distancia sonidos y las imágenes antes de la invención de la televisión, solo podían ser apreciadas en las reproducciones fotográficas o en las salas

cinematográficas, la televisión logró la transmisión a distancia de imágenes fijas y en movimiento junto con sonidos, por este motivo no debe extrañarnos que sea uno de los medios electrónicos de comunicación con mayor desarrollo en las últimas décadas, así como el de contar con grandes patrocinios para la diversidad de eventos ofrecidos.

Actualmente nos encontramos rodeados de un gran número de medios de comunicación, como son los medios impresos (periódicos, revistas, libros, comics), los medios visuales (cine, televisión, fotografía) y los medios sonoros (radio, teléfono), y a su vez se están desarrollando tecnologías vanguardistas para tener nuevos medios de comunicación principalmente a partir de los sistemas de cómputo, como las tele conferencias, el multimedia, el world wide web (internet y sus servicios), televisión vía satélite, etcétera.





El diseño y los medios de comunicación, tienen una relación gráfica que los envuelve dentro de una iconósfera, el primero expresa una síntesis visual del mundo, solucionando las demandas icónicas de una sociedad. Los medios de comunicación son utilizados para la promoción de bienes de consumo e información. Para satisfacer las demandas creadas alrededor de los medios de comunicación visuales, se ha recurrido en el presente siglo al diseño gráfico. El diseñador comunica ideas y mensajes visuales, siendo ésta su esencia, éste se ve involucrado en la cultura, política, deportes, espectáculos.

Como hemos visto anteriormente, en todos los medios de comunicación surgen necesidades visuales, estas son resueltas en su mayoría por el diseñador gráfico, un ejemplo claro lo encontramos en los medios impresos, como la prensa, las revistas, los comics, los trípticos, el diseño de papelería, calendarios, etcétera; se reúnen los códigos utilizados y aplicados por el diseñador gráfico como son el uso de retículas para el vaciado de las cajas tipográficas e imágenes, las imágenes se encuentran vinculadas con los medios impresos casi desde sus orígenes, por la capacidad demostrada al dar a conocer los servicios y publicidad.

El cine, la televisión y la fotografía medios de comunicación totalmente asentados y desarrollados en nuestro Siglo XX, también han recurrido a los elementos gráficos del Diseño. El cine y la televisión reúnen

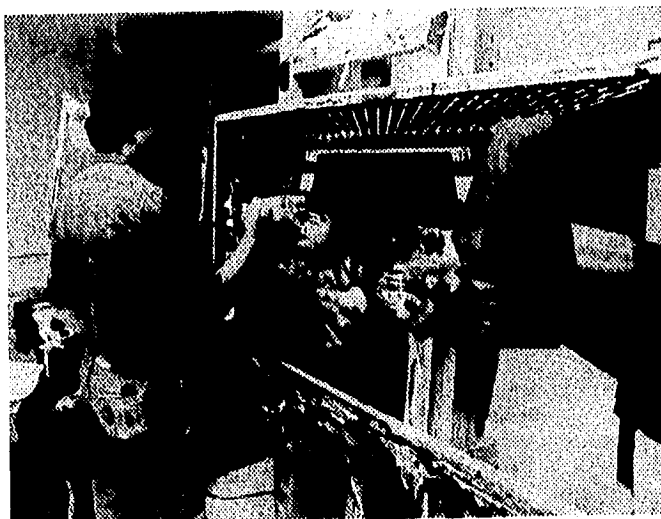
características de sonido e imagen que se han sabido explotar perfectamente para difundir servicios y publicidad como sucedió en los inicios de los medios impresos. La fotografía a logrado conjugar elementos visuales con un carácter publicitario y artístico en los carteles, vínculos que siguen unidos hasta finales del presente milenio. La fotografía por sí sola ha podido existir, porque transmite mensajes de información hacia y para la sociedad, por eso la fotografía es considerada como un documento visual de épocas anteriores y actuales.

Como hemos visto, el Diseño Gráfico se encuentra involucrado en los medios de comunicación, sus actividades principales son: el diseño de identidad corporativa, diseño editorial (periódicos, revistas, catálogos), señalización, ilustración, fotografía digital, multimedia, cine, televisión, animación, audiovisuales, cartel (cultural, informativo, entretenimiento).

## 1.2.2 El diseño en el cine y la televisión.



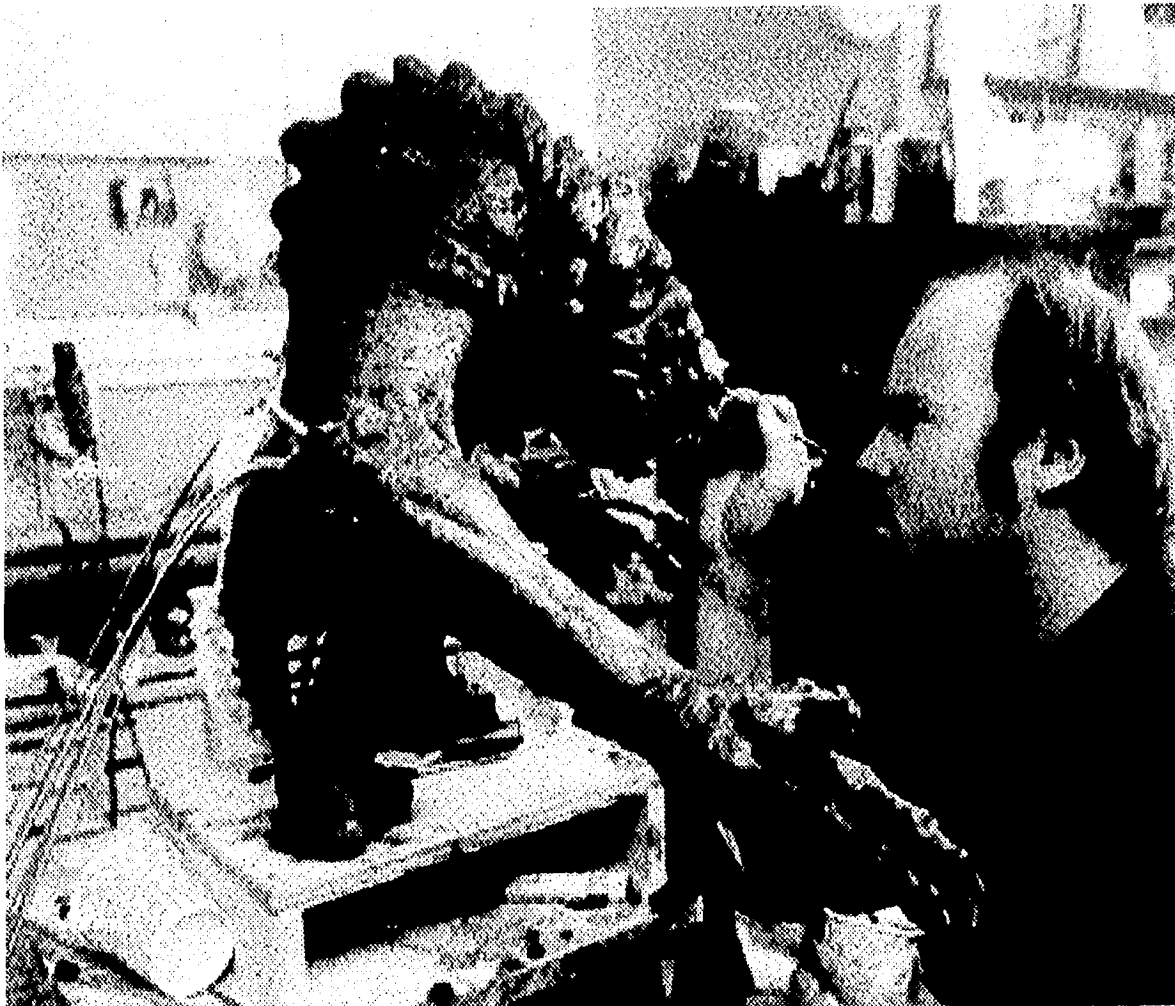
Las demandas actuales exigen un área de especialización para el diseñador gráfico, entre las diferentes áreas disponibles por mencionar algunas de ellas son el diseño editorial, la señalización, la ilustración, el cine y la televisión. Desde los inicios del cine se han diseñado títulos, créditos y subtítulos, pero no fue sino con el norteamericano Saul Bass<sup>7</sup>, quien fue el primer diseñador gráfico profesional, en ser empleado en la televisión. Bass empleó técnicas de cine y efectos gráficos en su trabajo entre los que encontramos figuras sencillas en collage, mecanismos tipográficos, animación y cinematografía en vivo. En un principio los diseñadores eran empleados en el cine y televisión como rotulistas en la secuencia de títulos. En Inglaterra durante las décadas de los años cincuenta y sesenta, la BBC de Londres introdujo diseñadores para trabajar secuencias gráficas y posteriormente el campo se amplía a áreas como la animación y las técnicas cinematográficas. A partir de este momento, los diseñadores empezaron a experimentar con secuen-



*Ilustración de fondos para realización de los efectos especiales de la película "La Guerra de las Galaxias"*

*Realización de maquetas para efectos especiales de la película "El Imperio Contra ataca"*

<sup>7</sup> Jennings, Simon, *Guía del Diseño Gráfico para profesionales*, Editorial Trillas, México, D. F. 1995.



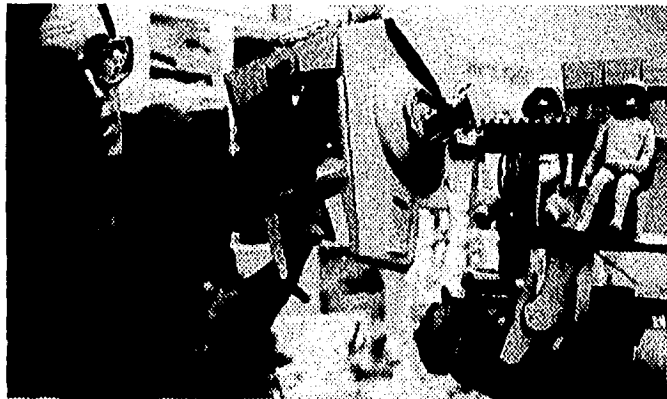
*Preparación de los personajes fantásticos, que intervienen en los efectos especiales de la película:  
"El Imperio Contra ataca"*

cias animadas y movimientos con la cámara.

En el cine, la televisión, las imágenes realizadas por los diseñadores gráficos son aplicadas en áreas como la enseñanza, el entretenimiento, la información (noticieros) y la comercialización. Paralelamente a estas

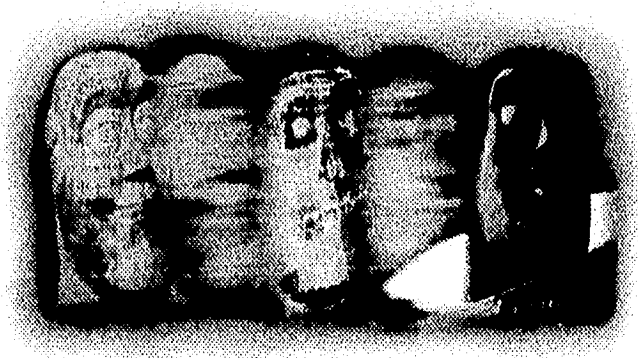


actividades, el diseño gráfico encuentra áreas a fines de trabajo y apoyo como son: la realización de maquetas, personajes fantásticos, fotografía, ilustraciones, diseño de escenografía, titulación. En la realización de alguna de las actividades anteriormente mencionadas encontramos elementos similares, como son el guión y el story board, sufriendo cada uno de ellos modificaciones respecto a su aplicación final ya sea en un comercial, una película o un video.



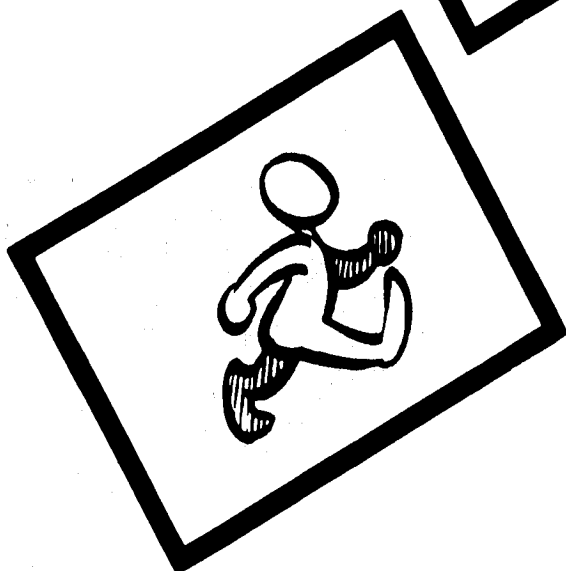
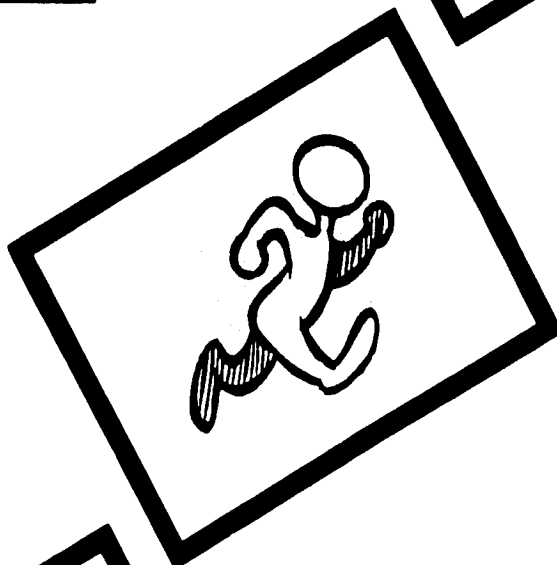
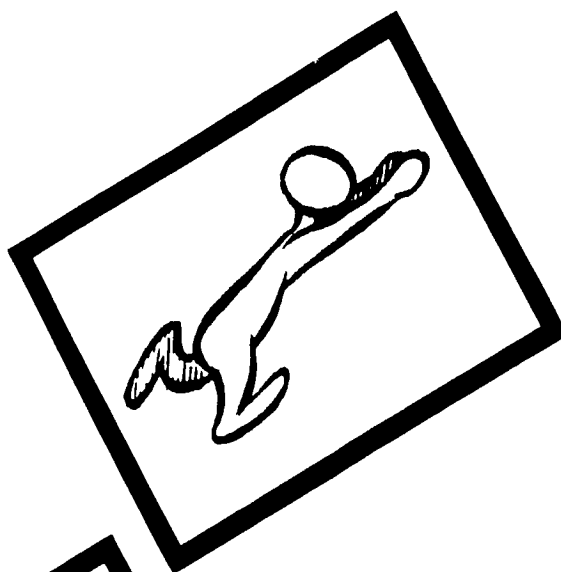
*Preparación de los personajes fantásticos, que intervienen en los efectos especiales de la película: "El Regreso del Jedi"*

El diseñador gráfico en la cinematografía se enfrenta a la realización de animaciones completas, y la realización de algunos efectos especiales (Lucas Film Ltd.). En la televisión también se realizan animaciones pero no son tan complejas como en la cinematografía, son más espontáneas y son realizadas en el menor tiempo posible (Hanna Barbera, dibujos animados), el video es un campo expresivo porque se involucra en la realización de documentales de interés general, artísticos, políticos o educativos.



*Proceso de modelado, sufrida por un personaje al ser realizado desde el molde hasta la etapa final durante una animación por computadora*

2



**ANIMACIÓN**



La literatura icónica surge dentro de los medios visuales de comunicación como son los medios impresos, la fotografía y el cine. Esta se desprende de la división de la literatura que propuso Fernando Curiel<sup>8</sup> en su *Mal de ojo* dejándola de la siguiente manera: literatura oral, literatura escrita y literatura icónica. La literatura oral abarca toda la época en donde existe solamente la palabra hablada, este dominio histórico lo podemos encontrar en la época de Homero (la antigua Grecia clásica); la literatura escrita corresponde al momento de la reproducción de la escritura y su dominio lo ubicamos durante la Edad Media y especialmente a partir de la invención de la imprenta por Gutenberg. La literatura icónica reúne signos textuales y plásticos. El primer signo abarca la oralidad y la escritura, el segundo al dibujo (comic), la fotografía fija (fotonovela), la fotografía cinética (cine, televisión), la tipografía (cartel), etcétera.

La literatura icónica la encontramos en los códices precolombinos, los libros de la Edad Media, así en una expresión contemporánea la encontramos con la señalización, el video-clip y el mismo diseño gráfico. Surgida la literatura icónica como expresión de nuestro siglo XX, encontramos su evolución y desarrollo a finales del siglo XIX, se vio involucrada en los medios impresos, no solamente utiliza a la literatura

---

<sup>8</sup> Curiel, Fernando, *Mal de ojo Iniciación a la literatura icónica*; México, Universidad Nacional Autónoma de México, 1989.

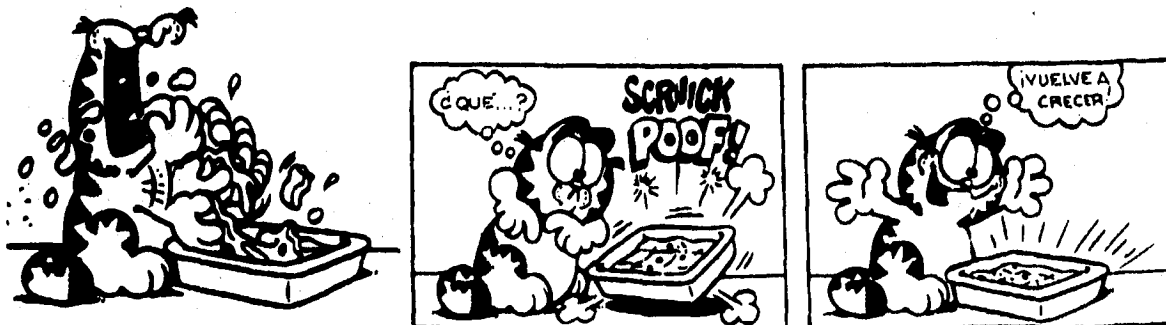
escrita ya definida sino que acude al recurso de la ilustración para determinar su permanencia en los medios de comunicación. Esta unión quedará definitivamente y la encontramos en el cine, el comic, la televisión, los anuncios espectaculares, las revistas...





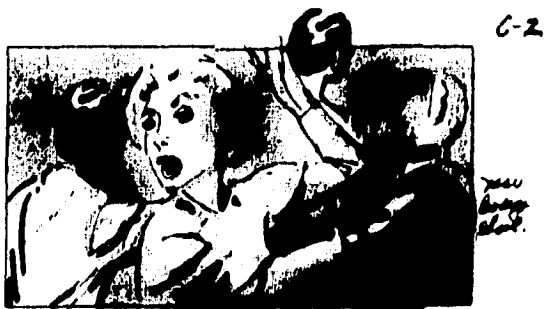
La literatura icónica se divide en fija y cinética, la primera abarca aspectos como el comic, la fotonovela, el fotomontaje, la revista, los anuncios espectaculares, el cartel, la caricatura. En la literatura icónica cinética ubicamos el cine, los dibujos animados, los video-clips, el multimedia y la televisión. La literatura icónica en cualquiera de sus dos modalidades anteriores narran una historia, configuran un mensaje, desarrollando así un elemento importante dentro de la comunicación.

Los comics y el cine son dos elementos muy representativos de la literatura icónica fija y cinética respectivamente, se desarrollaron en forma paralela a fines del siglo XIX. En un principio, los comics comenzaron a difundirse en un medio perfectamente establecido como fue la prensa; el cine se encontraba en una etapa experimental. En sus orígenes los comics ocupaban una sola viñeta, posteriormente fueron evolucionando hasta convertirse en una descomposición de viñetas consecutivas. A partir de esta evolución, los comics se asentaron con tres bases: La secuencia de viñetas para desarrollar una historia, la perma-



Viñeta de Garfield.

nencia de un personaje en la serie y los globos con los diálogos para los personajes.



Story Board de la película de "Los pájaros" de Alfred Hitchcock.

Tras un larga experimentación para expresar el flujo temporal a través de la imagen y remontándonos a las imágenes diacrónicas de la pintura del Renacimiento, hasta finales del siglo XIX cuando nace un espacio narrativo, (el único vehículo idóneo) para los comics, pero el cine lo perfeccionaría. Pues el cine fue capaz de conseguir la ilusión del tiempo analógico, mientras los comics ofrecen una temporalidad simulada. Los comics son un medio icónico-escrito como lo fue el cine silente con la inserción de rótulos hasta el año de 1909. Posteriormente el cine se convertiría y permanecería como una fusión de la literatura oral y la literatura icónica.

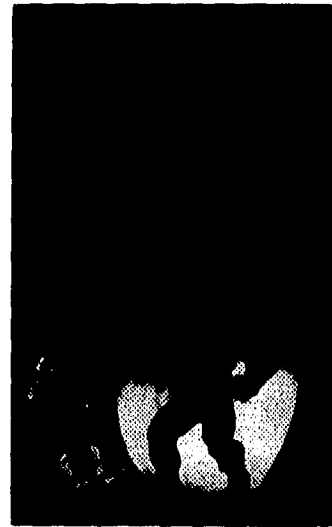
El formato de las viñetas en los comics nunca se ha esclavizado al formato de la pantalla del cine, a partir del nacimiento de los comics, se fusionaron el arte del relato y la figuración icónica, por eso los comics



estarían sujetos por lo códigos narrativos y por códigos iconográficos, resultando imprescindibles en la cinematografía. Los comics se enfrentaron al problema de ilustrar los sonidos, resolviendo este problema por medio de fonetizaciones.

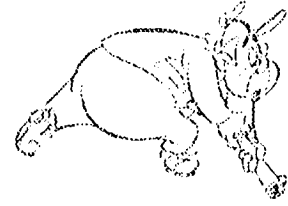
Por todo lo anterior, encontramos cuatro aspectos importantes en los comics: un relato, dos o más sistemas de signos, una hipercodificación de convenciones y una producción seriada. El relato es el contenido dramático de una épica, novela y cuento; los sistemas de signos aluden a la presencia de sonidos e imágenes; o sonidos, palabras e imágenes; o las palabras más imágenes; la hipercodificación es una serie de elementos compositivos estructurados para la representación; y por último, la producción seriada es una serie de eventos posteriores a la realización de los tres elementos anteriores, resultando en un doble suceso producción-consumo.

Los story boards surgieron como elementos constructivos y visualizadores de una historia, que se representa icónicamente, para lograr esto, el único soporte que era capaz de representarlo eran los comics, el lenguaje utilizado, (encuadres, proporciones, perspectivas, movimientos, etcétera) es utilizado y adaptado al formato del cine, de la televisión o de los audiovisuales. Esta síntesis del tiempo se transporta eficientemente a los story boards para la realización de una película, video musical o



*Ejemplo de una fonetización en un comic, revista HeavyMetal*

comercial, conteniendo una narración visual, una continuidad, una exposición de sentimientos y un relato.



“Los primeros trabajos de un artista son los dibujos en las cavernas. A partir de aquí muchas artes han evolucionado incluyendo a la escultura y pintura, la abreviación de imágenes fueron las bases de la escritura, la historia nos relata a través de la actuación y danza. Todas estas expresiones han sido conjugadas en el cine animado”<sup>9</sup>.

La animación es asociada por la mayoría de las personas como dibujos animados exclusivamente para entretener a los niños, pero no es del todo verdad. Está se ha estructurado en el principio de la persistencia de la visión, la cual crea una ilusión de movimiento por proyección aproximadamente veinticuatro veces por segundo haciendose casi imperceptible para la retina del ojo, esta secuencia de cuadros hace que a los objetos o dibujos cobren vida por si mismos.

La animación es el movimiento creado imagen por imagen, proyectado en forma continua creando la ilusión de movimiento, podemos animar cualquier objeto en la pantalla como son: los dibujos, esculturas, líneas, volúmenes, muñecos, etcétera, y es manipulada en su totalidad por el animador. El animador controla el tiempo, el movimiento, los colores, las texturas, la iluminación, el sonido, las voces, la música, encontrando diferentes técnicas de representación para lograrla, pero la animación nos brinda la posibilidad de representar: pasión, diversión, drama y

---

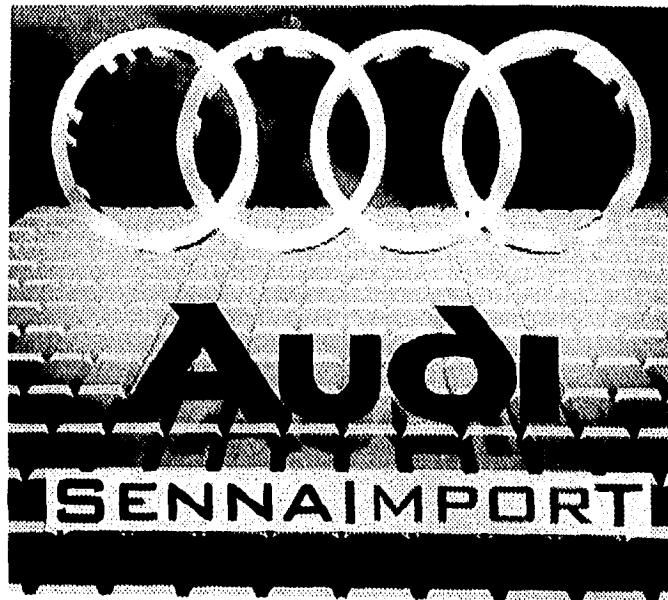
<sup>9</sup> Halas, John y Roger Manvell, *La técnica de los dibujos animados*; Ediciones Omega, S. A.; Barcelona

tragedia, sentimientos que han sido muy explotados por los animadores japoneses, realizándose producciones enfocadas a un público maduro y no solamente a un público infantil, como se le ha tratado siempre de encerrar.

La animación aparte de ser capaz de transmitir todos los sentimientos humanos que poseemos, no solamente es aplicada para el arte del entretenimiento, sino que también se utiliza para la comercialización de bienes y servicios, educación a cualquier nivel, críticas sociales, políticas y culturales. De aquí podemos determinar que la animación es un elemento importante dentro de los medios de comunicación visual. Por todas las características y facilidades ofrecidas por la animación se convierte en una herramienta flexible para la solución de estrategias gráficas del diseñador. En los últimos años, se ha dado un gran impulso a la animación, pero no todas las empresas la producen dentro de sus fronteras, sino que mandan maquilar a los países asiáticos donde la mano de obra es barata. Encontramos varios países envueltos en este sistema de producción como el caso de Japón, Estados Unidos, España y otros países europeos.



El artista gráfico tiene a su disposición una serie de técnicas consideradas "tradicionales" para expresarse: óleo, acuarela, wash, aerógrafo, pasteles, grafito, etcétera, pero en la actualidad tiene que dominar las nuevas técnicas surgidas por el desarrollo de las computadoras. Estas técnicas son utilizadas en los diferentes medios de expresión como son el cartel, la identidad corporativa, los audiovisuales, la fotografía digital, el diseño editorial, etcétera. El diseñador gráfico encuentra a la animación un medio más de expresión porque en esta se utiliza el dibujo, la anatomía y hasta principios simples de física.



Audi,  
C.D.S. Video & Graphics,  
comercial para televisión.

En el cine encontramos una animación limitada dentro de la producción de un largometraje. Sin lugar a dudas en la televisión comercial es el campo más prolífero de la animación, desde 1946 en que se ha desarrollado a una escala mundial, ofreciendo una oportunidad de experimentación con las diferentes técnicas. En esencia la idea principal la aporta el promotor, indicando cuáles son los productos o servicios a vender o promocionar, pero el animador es quien desarrolla cada uno de los elementos formales que intervienen en el cortometraje. Cada país ha adaptado la animación a su televisión regional, sin estos anuncios

comerciales la televisión no puede financiarse por si misma. Existen diferentes compañías productoras dedicadas exclusivamente para el desarrollo de la animación en televisión, como Hanna-Barbera, Klasky Csupo Inc., USAnimation Inc., Film Roman, Video Communication Inc., reZ.n8, Edefx Group, Bear Spots, por mencionar algunas de ellas.



*ESPN's NFR (National Finals Rodeo), promoción especial para televisión.*

Algunos ejemplos son las producciones realizadas para el canal ESPN de deportes, Coca-Cola, Shell, Samsung, Sony, Gamesa y videos musicales como, Sledgehammer de Peter Gabriel.

El diseñador en este campo se enfrenta a los anuncios comerciales desarrollados en animación bi-dimensional y en tercera dimensión, la realización de efectos especiales y animaciones de carácter educativo.

El representar todos estos elementos gráficos conjugan conceptos gráficos y signos, para ser desarrollados creativamente.

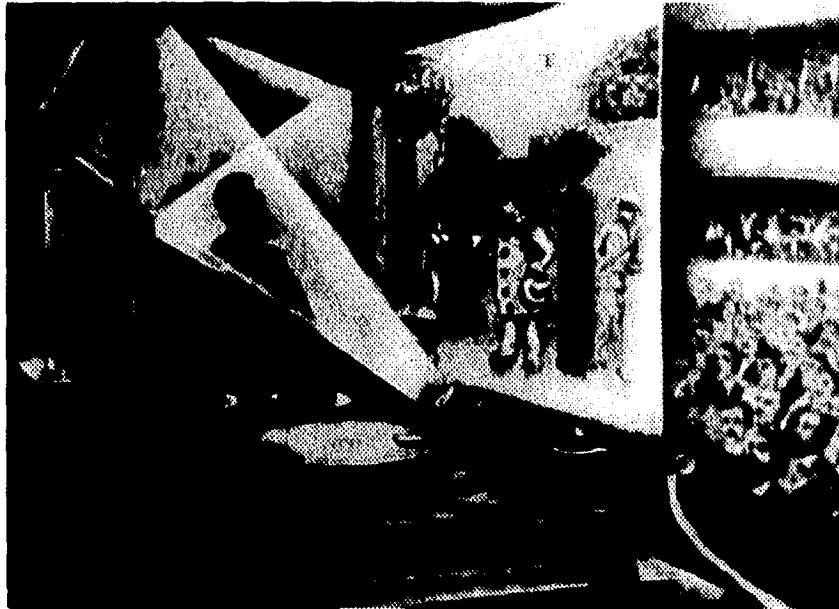




### ANTECEDENTES

La animación es considerada por varios autores a partir de la linterna mágica, fenakistoscopio inventado en 1832 por Joseph Plateau. El zoetrope fue inventado hacia 1834 por William G. Horner, en Inglaterra, el praxinoscopio inventado por Emile Reynáud en el año de 1877 vino a sustituir el zoetrope, estos fueron experimentos desarrollados en

el descubrimiento de la persistencia de la visión. Se le debe a Reynáud el crédito de dibujar escenas cortas de movimiento y posteriormente ser proyectadas en el Teatro óptico. Su más notable personaje fue *Pauvre Pierrot*, dibujo en 30 pies de longitud de un material transparente el cual nombro como cristaloides. Debe



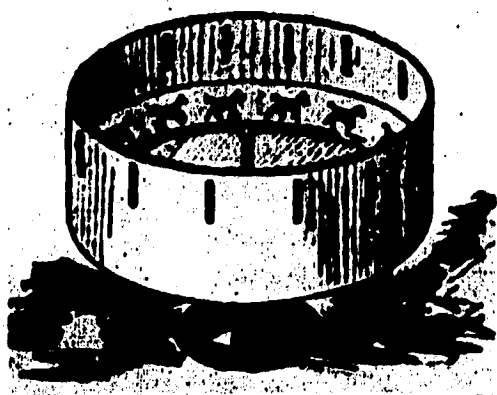
*Teatro óptico de Reynaud, presentado Pauvre Pierrot.*

notarse que esto sucedió doce años antes de que Eastman fabricara la primera película basada en celuloide<sup>10</sup>. En este momento la tecnología disponible por el hombre se aplica para la realización de la animación; en la década de los ochenta y noventa se ha desarrollado la tecnología a grandes pasos como es el desarrollo de las computadoras, actualmen-

<sup>10</sup> Fielding Raymond, *A technological History of Motion Pictures and Television*, University of California Press, Berkeley and Los Angeles, 1967, pag. 84.

te está es una de las herramientas más utilizadas por el hombre, sin embargo se han podido combinar las viejas técnicas de animación con

la nueva tecnología, que puede reunir a todas las técnicas en una sola. El género más popular de la animación son los dibujos animados.



El cine de animación, se debe al descubrimiento del paso de manivela, por la Vitagraph Company. La cámara filma fotograma a fotograma, y data de 1906. Como una de las primeras producciones podemos considerar el

*La rueda de la vida, uno de los primeros diseños para presentar imágenes animadas.*

**Hotel encantado.** Dentro del cine de animación existen las siguientes variedades: dibujos animados, muñecos; sombras chinescas; siluetas articuladas; esquemas animados, esculturas, grabados animados; películas sin cámara pintados a mano directamente sobre la película; animación multiplana; películas de objetos, líneas y volúmenes y películas ordinarias utilizando el paso de manivela.



*Emile Cohl, visto por sí mismo*

La creación del dibujo animado pertenece a Emile Cohl, la exhibición pública de sus primeros dibujos animados tuvo lugar el 1º de agosto de 1908, en París, su primer dibujo animado fue *Fatasmagorie* (Fantasmagoría); su producción la realizó primeramente en Francia y durante el período de la primera guerra mundial emigró a Estados Unidos, para después regresar a Francia.



### ALEMANIA

La producción de dibujos alemanes ha estado vinculado con los franceses, pero sus dibujos animados de vanguardia sean muy diferente porque se enfocaban principalmente al aspecto publicitario. Es a partir de 1912 que Julios Pinschewer crea el primer dibujo animado publicitaria en Alemania y a partir de este momento no se va a separar del dibujo animado publicitario.

Oskar Fischinger es otro de los principales exponentes alemanes con producciones como *Diagonal symphonie*, *I Have Never Seen a Smile Like Yours* y la *5ª Danza húngara de Brahms*. Lotte Reiniger exploró las sombras animadas con su primer film *Prinz Achmed* en 1926 y después produjo *Aventure du Docteur Dolittle* en 1928 y *A la chasse de la fortune* en 1930.



*Prinz Achmed (Lotte Reiniger)*

En 1936 las producciones de los dibujos animados experimentales fueron interrumpidas, para dar paso a los dibujos animados publicitarios realizados por casas productoras como Ufa, Tolirag, Boehner, Gasparcolor, Doering-Film, de las cuales la más importante era Gasparcolor por las creaciones de Oskar Fischinger.

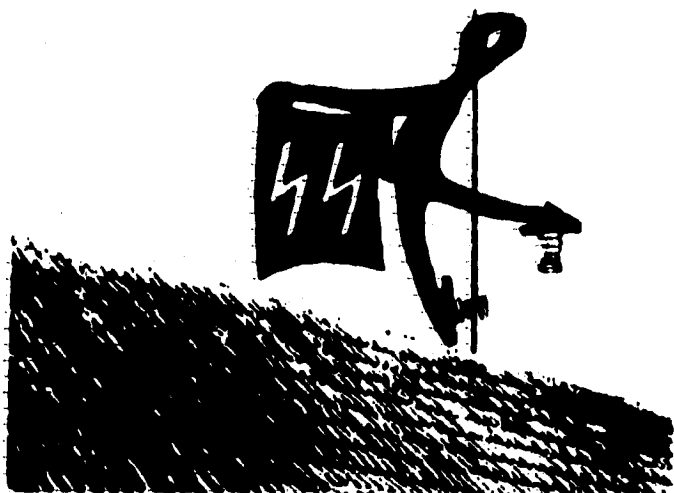
## CHECOSLOVAQUIA

En 1945, gracias al apoyo de Statny Film (cine del estado), se desarrollaron dos escuelas de animación: en Praga y en la ciudad de Gottwaldov. En Praga comenzaron por animar dibujos animados con un estilo muy personal de la zona geográfica, pero su máximo exponente, Jirí Trnka (comparado con la grandeza de Disney), se separó para buscar un

mayor desarrollo con los muñecos. Entre sus producciones destaca con *El ruiseñor del emperador* de 1946. Sus temáticas utilizadas fueron asuntos personales o adaptaciones de Boccaccio, Shakespeare, etcétera

Alrededor de 1940, Gottwaldov, era el imperio del calzado en toda Checoslovaquia, por lo que sus primeras animaciones

fueron comerciales para promover los calzados, posteriormente a la guerra, esta escuela se inclinó por la animación de los muñecos.

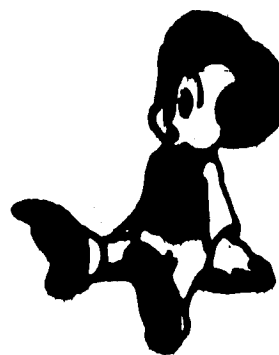


*Jack el saltarín*



## ESPAÑA

Barcelona la podemos considerar como uno de los principales centros de producción de dibujos animados en España. Uno de los principales exponentes fue sin dudas Arturo Moreno con su producción de *Garbancito de la Mancha* en 1946, la cual, a pesar de la notable influencia por parte del estilo de Walt Disney, fué uno de los grandes aciertos en toda Europa. En España podemos encontrar ahora una gran producción de dibujos publicitarios hechos principalmente por José Luis Moro y el americano Bob Balser. En los últimos años encontramos producciones conjuntas con su vecino país Francia, como la serie televisiva de Spirou proveniente de los comics, así como la película de *Astérix*, en otras producciones españolas encontramos a *Delfy y sus amigos*.



*Garbancito de la Mancha*

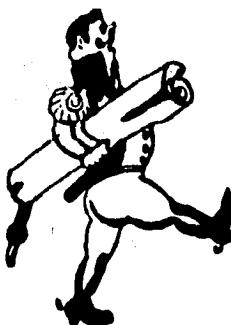
## EX-UNIÓN SOVIÉTICA



Bousilka



Tornillito



La Cajita de Música

La producción de dibujos animados en la Ex-Unión Soviética, fue muy escasa por el sistema político ideológico dominante, aún así encontramos personajes como *Bousilka* y *El tornillito*, en donde resalta un gran desarrollo en su estilo de dibujo animado, pero a partir del año de 1936, renunciaron casi totalmente a la propaganda. Su producción se centra en cuatro centros como son la Mosfilm, bajo la dirección de Lucilla Kramer (discípula de Fleischer), teniendo como colaboradores a Alexander Ptuchko y Sarah Mokil entre otros. Sus producciones más sobresalientes: *El nuevo Gulliver*, *Cuarteto* y *En el fondo*. La Goufk (Ucrania), con A. V. Iyanov, P. P. Sasonov produjo *El fusil de caza*. O. P. Khodataeva ha producido *China en llamas* y *El correo de V. G. Soutaev*. Alexander Ptuskko fusionó a los actores con los dibujos animados en 1936 y siendo utilizada esta técnica posteriormente por Walt Disney hasta llegar con Richard Williams y Robert Zemeckis, en *¿Quién engañó a Roger Rabbit?* (1988).

La Mezhrabpomfilm, con la hermanas V. y S. Brumberg y Vano, produjeron *El cuento de un soldado* en 1950 y Atamov en 1934 produjo *El Zar Durandai*. Y la Sojuskiño ha producido *La cajita de música* en 1933, de N. P. Khodataev, y también *El elefante y la hormiga* de G. Poziner producida en 1959. Algunos dibujos animados políticos se han insinuado en la producción rusa como fue *Días en la Taiga* en 1938, *Episodios de la guerra*, de M. Kossovski y D. Babichenko y *Teodoro el cazador*, de I. Iyanov, haciendo alusión al conflicto con el Japón.



## FRANCIA

Después de Emile Cohl, la producción de dibujos animados franceses ha realizado diferentes producciones como *La joie de vivre*, realizada por Héctor Hoppin y Anthony Gross y con música escrita y adaptada por Tibor Harsanyi. También nos encontramos con *L'Idée de Franz Masereel*, animado por el arquitecto Berthold Bartosch en 1932. *Une nuit sur le mont Chauve*, fue una realización de Alex Alexeieff y Claire Parker, realizada por medio del grabado animado. El dibujante y cartelista O'Galop, continuó con la tradición creada por Emile Cohl aunque su producción fue de carácter comercial.



El Fantoché (Emile Cohl)

En 1934, la D. A. E. (Dessins Animés Européens), se esforzó por romper con todo lo preestablecido. En un principio todo pareció ir encaminando la animación francesa hacia algo más constructivo. Entre sus principales colaboradores surgió Mimma Indelli, quien imprimió al dibujo animado una nueva dirección y un nuevo estilo cómico. Entre otros de los colaboradores sobresalientes, podemos mencionar a Paul Grimault y André Sarrut, "*Les Gémeaux*"<sup>(1)</sup>, realizaron una serie de dibujos animados, superando a otras producciones, por su buen gusto y la agilidad de su técnica; durante el período 1941-44, entre sus producciones podemos mencionar *Le Voleur de Paratonnerres* en 1946 y *La Flûte Magique* también en 1946.



Go (Paul Grimault)



El descubrimiento de América  
(Mimma Indelli)

---

11 Lo Duca, Giuseppe; *El Dibujo Animado*.



Mutt y Jeff (Bud Fisher)

## GRAN BRETAÑA

Después de la creación de *Samuel*, personaje creado por Pat Sullivan y Paul Terry, los siguientes personajes a ocupar su puesto fueron *Mutt* y *Jeff* de Bud Fisher en los cuales participaron Len Lye y otros animadores como Anson Dyer y David Hand. El desarrollo de otras técnicas de animación como son el dibujar directamente sobre la película fue desarrollado primeramente por Len Lye pero su mayor exponente fue Norman McLaren.



Samuel (Pat Sullivan y Paul Terry)

Anson Dyer, introdujo en Inglaterra los métodos americanos de producción de dibujos animados aplicados a, diferentes producciones para la publicidad. Joy Batchellor y John Halas dominaron las décadas de los cincuenta y sesenta. John Hubley después de dejar la U.P.A. se fue a trabajar a Londres, en donde trabajó durante los años de 1956-1966. Sus filmes tienen con frecuencia un carácter pedagógico e instructivo. George Dunning, otro animador inglés filmó un largometraje pop con los Beatles titulado *El submarino amarillo*. Pero por otra parte, Bob Godfrey incursionó en cortometrajes humorísticos de temática sexual.

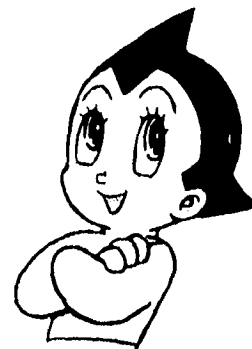


## JAPÓN

La animación japonesa tiene sus antecedentes en el movimiento de caracteres de los siglos XII y XIII, pero no fue sino hasta los comienzos del siglo XX, cuando los animadores Oten Shimokawa, Junichi Kouchi y Seitaro Kitayama comenzaron a producir sus propias películas, encargándose de crear sus propias escuelas creando un arte con un nivel de sofisticación rivalizando con Norteamérica. En la segunda Guerra Mundial, las animaciones japonesas reflejaban el espíritu patriótico por la guerra, siendo una manera de ganar reclutas para el ejército. Al finalizar la guerra, se les asociaron los animadores Masaoka, Yamamoto y Murata para crear la industria Shin Nihon Doga (posteriormente Toei Doga), la más grande productora de dibujos animados del Japón. Sus primeras producciones fueron "Legend of a White Snake" 1957, "The Adventures of a Little Samurai" 1959.

En los comienzos de los años sesenta, se establecieron diferentes compañías, y se vio el advenimiento de la animación para televisión. *Tetsuwan Atom* ("Astro Boy"), por Mushi Productions, fue la primera serie de animación japonesa, exportada a los Estados Unidos.

En 1965 Mushi Productions crea la primera serie de animación a color, *Jungle Tatei*, basada en un comic de Tezuka. El comic japonés tiene sus orígenes de los ideogramas realizados por el pintor Hokusai a finales del siglo XVIII, su despegue se inicia en 1947 con Osamu Tezuka, quien



Astroboy (Osamu Tezuka)



La Princesa Caballero (Osamu Tezuka)



Heidi (Hayao Miyazaki)



Candy (Urusei Yatsura)

lanzó la primera historieta de robots, titulada *Patcha*. A partir de aquí se definieron las características de los comics y los dibujos animados japoneses: grandes ojos, facciones occidentales y dinamismo en el dibujo.

En 1970 Mushi Productions animó el comic *Ashita no Joe*, se fundaron nuevas compañías (Tatsunoko Productions y Tokyo Movie), exclusiva-

mente para desarrollar la animación para la televisión y se popularizó un nuevo tema: la ciencia ficción, que revolucionó la animación para televisión con diferentes series siendo exportadas a los Estados Unidos.

La animación en el cine japonés quedó relegada pero, aún se siguen haciendo producciones presentadas en los diferentes festivales de cine. La animación japonesa de la década de los ochenta en adelante se basa principalmente en un sistema de mercadotecnia el cual se basa en el éxito obtenido por un comic, el cual es transformado en dibujos animados y posteriormente llegan los diferentes productos como son muñecos, pins, productos de papelería y video juegos para Sega y Nintendo.



Animación japonesa  
de terror por  
Kazuo Umezu



La técnica de animación limitada fue totalmente desarrollada por Tezuka, considerado el Walt Disney japonés. Su principio es muy simple, a partir de la técnica de animación total consistente en 24 cuadros por segundos empleada por Disney, se reduce a 16 cuadros por segundos utilizados por los demás animadores norteamericanos<sup>12</sup>, los japoneses solo utilizan 6 cuadros por segundo, para dar la flexibilidad de las animaciones las disimulan a través de efectos de zoom y barridos panorámicos sobre el decorado.



*Cutey Honey (Go Nagai)*

Toda esta influencia a nivel mundial de la animación japonesa tiene sus principales exponentes en Kazuo Umezu, Yumiko Igarashi, Reiji Matsumoto, Buichi Terasawa y Hayao Miyazaki (el padre de Heidi) y la clave de su éxito se debe al plantear cuestiones de fondo, como la competitividad de la sociedad moderna o problemas generacionales, así como el abordar temas de sexualidad, muerte, sentimientos y violencia.

---

12 *Muy Interesante*, Año XI, No. 2, *Manga la fiebre amarilla*, página 71.



## CANADÁ

Norma McLaren uno de los más grandes animadores principalmente por su simplicidad así como la destreza de su técnica, continuó con la técnica aprendida de Len Lye, aplicándola con disolvens encadenadas y de travellings hacia adelante, pero retornaría a las siluetas esquemáticas dibujadas directamente sobre película, teniendo un reconocimiento a nivel mundial por esta técnica.

McLaren incursionó también en la técnica del film de trucaje anteriormente desarrollada en 1900. Para él, cada obra era un experimento visual como fue la "animación de una pintura (*La gallina gris*), dibujos sobre película, con sonido sintético (*Dots, Loops, Blinkity Blank*), animación de personajes reales (*Neighbours*), animación en relieve (*Around is around*)..."<sup>13</sup>. Influenció a diferentes animadores, que incursionaron en las técnicas de siluetas de metal, recortes de papel, trucos y muñecos, así como la animación de fotografías por la edición y el encuadre.



Norman McLaren  
y un ejemplo de sus producciones.

13 Spencer, D. A.; *El cine al día*.



Gertie, el dinosaurio (Winsor MacCay)

## ESTADOS UNIDOS

En Estados Unidos el pionero de los dibujos animados fue Winsor McCay creando al pequeño Neomo y Gertie, el dinosaurio en 1909, a mediados de la primera década del presente siglo se fundaron los primeros estudios de animación. Earl Hurd perfeccionó las técnicas de animación en 1914 al patentar las hojas de celuloide (cells), cuya introducción ahorró tiempo en la producción porque permitió trabajar los fondos (backgrounds) en papel blanco por separado y los personajes en el celuloide, para darles el movimiento en la escena.



Betty Boop (Fleischer)

El australiano, Pat Sullivan fue el creador del Gato Félix (1917), siendo el prelude de Walt Disney. El primer gran creador de los dibujos animados como una industria fue Walt Disney, quien supo imponer el género a los gustos del público. Los hermanos Max y Dave Fleischer dieron vida al el payaso Coco (1920-1930), Betty Boop (1930-1939) y su más duradero personaje fue Popeye el Marino (1930-1947).



Popeye (Segar-Fleischer)

Walt Disney, debutó con su serie Alice y después creó al conejo Oswald, posterior a la introducción de Mickey Mouse en 1928, Disney perfeccionó el uso del sonido sincronizado en los dibujos animados; *La danza de los esqueletos* (1929) demostró una gran madurez por parte de Disney; con *Flores y árboles* (1932) fue la introducción del Technicolor dentro de los dibujos animados y los *Tres pequeños cerditos* (1933) fueron el origen para un tratamiento de carácter individual a cada uno de los



personajes; con su producción *El viejo molino* (1937), Disney volvió a evolucionar el mundo de los dibujos animados con un objetivo directo al realismo con la ayuda de la cámara multiplana; *Blanca Nieves y los siete enanos* fue su primera superproducción en donde conjugó todas sus anteriores experiencias para lograr un objetivo final. *Fantasia* se consideró un dibujo animado de vanguardia en Estados Unidos. Durante el periodo de 1935 a 1955 la influencia de Disney se dejó sentir no solamente en Estados Unidos sino en casi todo el resto de mundo; esta influencia la vemos en la creación de personajes como son los animales humanizados.



Oswald el conejo

Los competidores de Disney como fueron los estudios Warner Bros. con su equipo de trabajo integrado por Tex Avery, Chuck Jones, Friz Freleng, Bob Clampett y Frank Tashlin crearon un grupo antropomorfo como fueron Bugs Bunny, el pato Daffy, el cerdo Porky. La Metro Goldwyn Mayer en los años cuarenta perfeccionó el arte del dibujo, mientras Bill Hanna y Joe Barbera desarrollaron a Tom y Jerry.

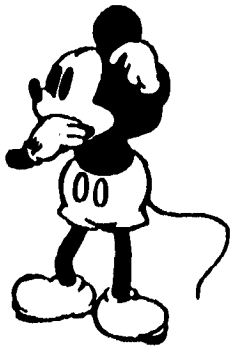


Felix, el gato, (Pat Sullivan)

En el comienzo de los años cincuenta, declinaron rápidamente las productoras de animación por los altos costos de producción, dando fin a la tradición de la animación completa. En la televisión la animación fue diluida por Hanna-Barbera con la utilización limitada de técnicas de



Mortimer (Walt Disney)



Mickey Mouse (Walt Disney)



Mr. Magoo (U.P.A.)



Bugs Bunny (Tex Avery)

animación con sus personajes como Los Picapiedra, Don gato, el Oso Yogui, y otros más; así comenzó la destrucción de la animación norteamericana tradicional, por la animación para televisión durante la década de los años cincuenta y sesenta.

A partir de 1950 el dibujo animado sufrió un drástico cambio por los filmes de la U.P.A. (United Production of America), fundada por Stephen Bosutow, quien trabajó como guionista para Walt Disney, quien le dio un giro de 180 grados a la animación norteamericana. Este grupo de animadores dirigidos y producidos por Bosutow renovaron el dibujo animado norteamericano, dándole un carácter propio, abandonaron el volumen, se aplicaron los hallazgos de la plástica, se crearon parodias o ingeniosas insensateces utilizando el trazo de caricaturistas de revistas de lujo destacándose uno de sus más sobresalientes realizadores John Hubley. La U.P.A. renovó con frecuencia su estilo, sus colores y sus personajes; también incursionaron en largo metrajes de gran maestría, pero sin lugar a dudas una de sus más grandes creaciones fue Mr. McGoo, su estilo tuvo alguna influencia en Disney así como en algunos animadores europeos.

En los años sesenta, los Laboratorios Bell desarrollaron las primeras animaciones por computadora, siendo producciones de configuraciones abstractas y texturizadas. En un principio los dibujos animados se

consideraban exclusivamente para niños, pero en los años setenta, comenzaron a cobrar importancia para la audiencia más adulta, la moralidad perversa desarrollada por *Fritz, el gato* (1972) la primera película animada clasificada X, y algunas otras de los mismos años llevaron inexorablemente al fenómeno televisivo de Matt Groenings, *Los Simpsons*.



A partir de la década de los años setenta, la animación por computadora se ha desarrollado a medida se perfeccionan las tecnologías siendo los publicistas televisivos los principales compradores de la animación.

A finales de la década de los ochenta, la animación total tiene su regreso con las producciones de Disney como *Un cuento americano* (1986), *La pequeña sirenita* (1989), *La Bella y la Bestia* (1991). Esta última tiene el récord financiero para la primera película animada (más de \$100 millones de dólares), y fue la primera película animada nominada como la mejor película del año.



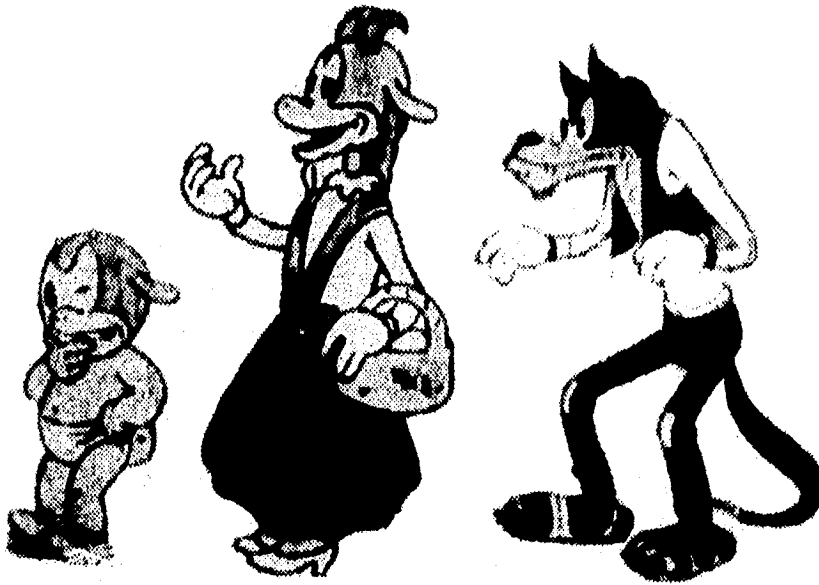
Bousilka

MTV Oddities



## MÉXICO

Los primeros intentos de animación en México no fueron precisamente con dibujos animados sino realizados con figuras articuladas, recortadas de papel;



Los cinco cabritos  
Bismarck Mier  
Producción de Ava-Color 1935-1936

tenían una duración de tres a cuatro segundos y fueron realizados en 1929, con carácter comercial. El doctor Alfonso Vergara Andrade, en compañía de Antonio Chavira, Francisco Gómez y dibujantes de historietas, fundaron la Compañía AVA en 1934, su primera produc-

ción, fue *Catita y Paco Perico*, una pareja de cotorros con influencia de los dibujos de Disney, tuvo una duración de cinco minutos. Después de un periodo de recesión y con un nuevo nombre AVA-Color, entre los años de 1937-1939, se produjeron películas animadas con temas e ideología mexicana como *La cucaracha*, *Un jaripeo*, *La vida de las abejas*; destacan dos comerciales con duración de ocho minutos cada uno, anunciando un producto efervescente contra la indigestión.

En 1943, Santiago Reachi, a través de POSA Films, fundó los estudios CARICOLOR, formado por un equipo de técnicos animadores norte-



americanos y mexicanos quienes produjeron una película en Technicolor: *Me voy de cacería*, y quedaron incompletas *Vacilón azteca* y *Torero en quince días*. Cerraron en el año de 1945. En 1947 se estableció Caricaturas Animadas de México, una de sus producciones fue *Noticiero cómico*; para el año de 1949 se logró el primer montaje de dibujos animados y acción viva en México en la película *El diablo no es tan diablo*, posterior a esta producción los estudios cerraron.



Hasta el año de 1952, Dibujos Animados, S. A., inició sus actividades con un contrato de doce películas animadas, teniendo una duración de ocho minutos cada una, para el gobierno de los Estados Unidos, el tema de estas películas fue la guerra fría entre los Estados Unidos y la URSS. Esta época la podemos clasificar como la más próspera, porque estuvieron en México muchos animadores de Estados Unidos, por primera vez se utilizó equipo profesional para la realización de los

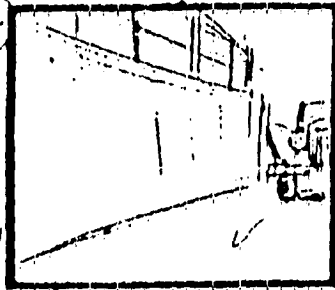
Chema y Juan  
(comercial de producto efervescente)  
César Berra  
Producción de Ava-Color 1937-1939

dibujos animados. Paralelamente se produjeron diferentes comerciales y un documental de veinticinco minutos patrocinado también por el gobierno de los Estados Unidos: *El Hombre y el poder*, estos estudios estuvieron activos hasta 1965. Este periodo, creó una escuela de animación en México, y a su vez surgieron nuevos estudios. En 1957, surgieron los Estudios Val-Mar, S. A., estos produjeron un corto de ocho minutos: *El cucaracho* y una serie animada para la televisión de los Estados Unidos. A partir de 1959, modificaron su razón social por Gamma Productions, S. A. de C. V. y entre sus series encontramos a *Rocky y sus amigos*; *Dudley de la policía montada*; *Cuentos de hadas desquebrajados*; *Los Beagles* (parodia de los Beatles); *Profesor Hoopy*, *Hopity-Hop*; *Waldo y el Oso Filmore*; *Mr. Peabody*; *Tuzas a Go-Go*, *las Fábulas de Esopo* y algunas otras de menor importancia. El tiempo de vida de los estudios fue de ocho años.

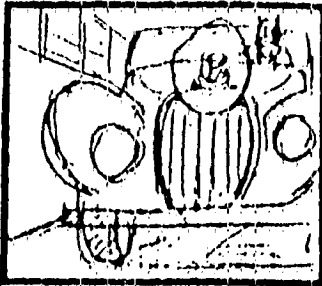
En la época de Gamma Productions surgieron además varios estudios pequeños, produciendo uno de estos, un montaje de dibujos animados y acción viva en la película *El duende y yo*, protagonizada por Tin Tán. Producciones Omega, se dedicó a la realización de comerciales para televisión. Caleidoscopio dedicó su producción a los comerciales para la televisión de los Estados Unidos y documentales educativos, aunque también hubo producción en la televisión mexicana.



HANNA BARBERA PRODUCTIONS



X 1/2  
UP



(GOLD ENL PGE)

(VON HAMMERLOCKS BAR UP TO CAIN)

ZOOM IN ON GOLD ORNAMENT

1 1/2

3/10 - 1/2  
1/2 - 3/11

1 1/2



COOSET  
DAN EXER

84



85



(POPS IN WITH KEY)

(NOSE BOWLING - LIT UP)

SEX: POUNDING

NUGGIE! GOLD! I SMELL GOLD!!

EEEE YAMMO

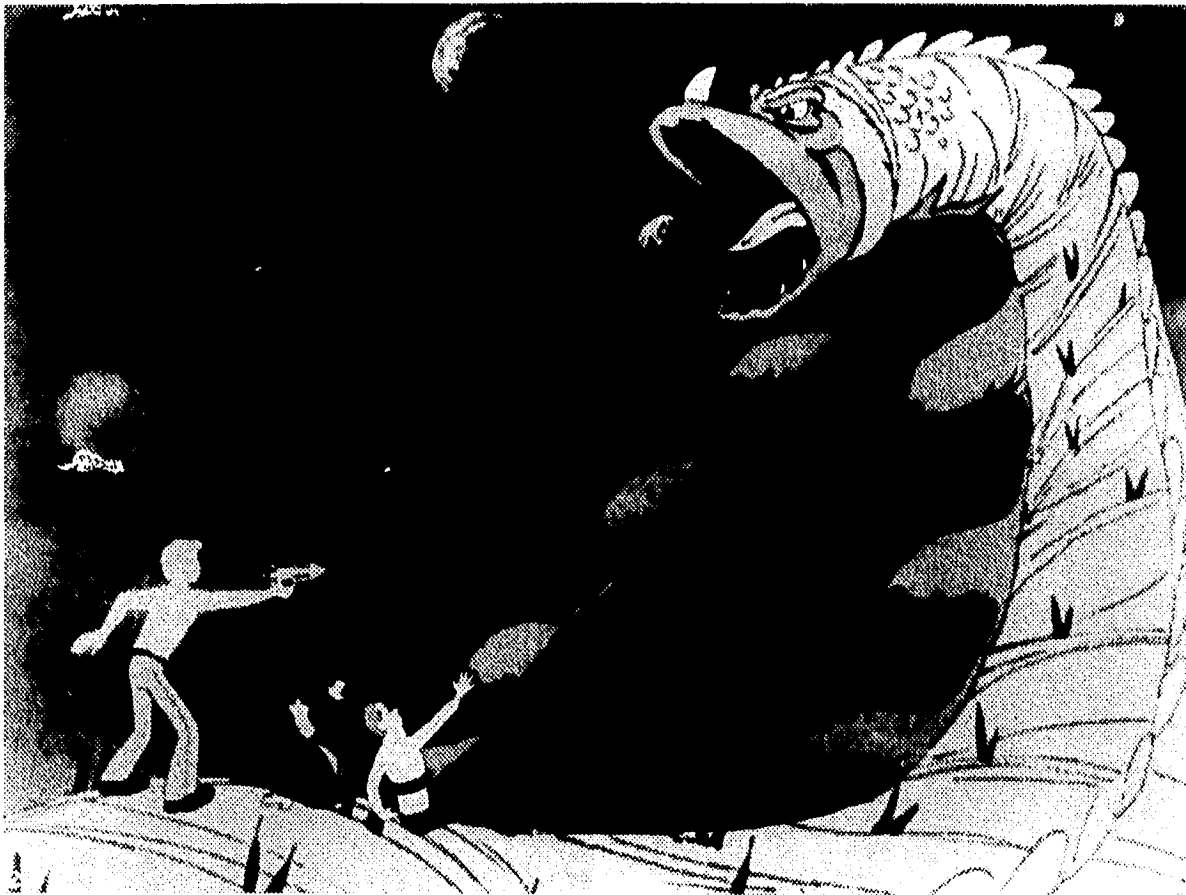
FUDDY: (MUFFLED) LET ME

SEV PLANNING GOLD

ZIPS G.

En 1968, con motivo de los Juegos Olímpicos, Fernando Ruiz realizó El deporte clásico, una historia de los juegos olímpicos. En 1969 se elaboró un programa piloto de Memín, Pingüín, con una duración aproximada de tres minutos, proyecto nunca concretado. En 1972 el Canal 13, de la ciudad de México, presento una pequeña serie: La

Story Board de  
Hanna Barbera, Productions  
De una de sus series para televisión



Escena de "Los Superchibios",  
realizada por Kinema, S. A.  
en el año de 1977

familia Tele-MIAU, realizada por Fernando Ruiz. Un grupo de ex-trabajadores de Gamma Productions, se unieron para fundar Kinema, S. A., se produjeron diferentes comerciales y lograron conectarse con Hanna-Barbera, obteniendo la producción de la serie *Super Amigos*, donde participan personajes como Superman, la Mujer Maravilla, Batman, Aquaman y muchos otros. Fue hasta 1974 cuando se produjo la primera película animada de largometraje en México por Fernando



Ruiz: *Los reyes magos*, estrenada el 24 de junio de 1976. La siguiente película realizada por Kinema fue la de *Los Supersabios*, en el año de 1977. Kinema volvió a producir para Hanna-Barbera la serie *The Gallping Ghost* y *The Shmoo*.

En 1978 la UNICEF produjo una película de sesenta minutos intitulada *Los 10 derechos de los niños*. Esta película se realizó con diferentes técnicas de animación con la participación de diez países, siendo uno de ellos México. En 1980 se fundan los estudios de animación Filmographics, S. A., se realizaron series para Hanna-Barbera como *Los pequeños Picapiedra*, *Astro y los perros espaciales* y *Gary Coleman*. Posteriormente a estas producciones, encontramos películas como *El*



Personaje del cortometraje "El heroe" de Carlos Carrera, realizada en el año de 1994

*pequeño ladronzuelo*, *El gran acontecimiento* y *Tlacuilo*, animación sobre los códices prehispánicos. Filmographics ha producido comerciales y segmentos para el programa *Plaza Sésamo*, también participó en el homenaje de los Cincuenta Años de Cri-Cri, escenificando una de sus canciones con animación de muñecos en "stop-motion", los títulos y

créditos fueron realizados en animación dibujada, así como el tema musical de *La marcha de las letras*. Por último, uno de los corto metrajes con mayor difusión en el extranjero ha sido *El héroe*<sup>14</sup> de Carlos Carrera por cierto ganador de la Palma de Oro en Cannes.

Para concluir, en México se ha desarrollado la animación en tres niveles: para comerciales, para series de televisión y la animación artística o completa. En la realización de estas animaciones se ha recurrido a diferentes técnicas: los recortes articulados, el dibujo animado, los muñecos animados, montaje de dibujos animados con acción viva, así como en los últimos años la animación bi-dimensional y tridimensional.

---

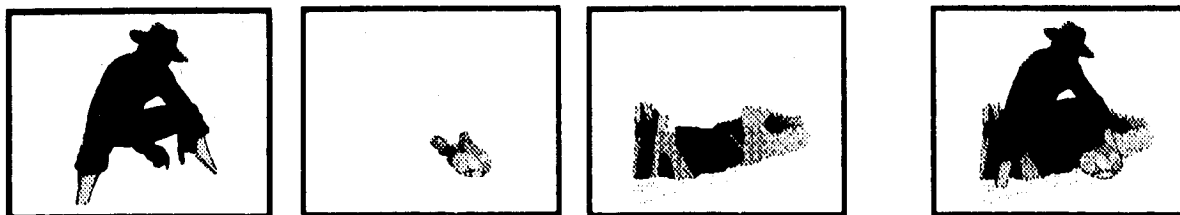
14 Sandoval Bennett, Carlos, *Crónica del desarrollo de los dibujos animados en México*, Revista Pantalla No. 17, Verano 1992. Dirección General de Actividades Cinematográficas de la Coordinación de Difusión Cultural/UNAM.



## 2.2.2.4 Diferentes géneros de animación

Los siguientes géneros fueron clasificados por el historiador en cine Georges Sadoul y actualmente pueden variar en sus descripciones o ser combinaciones entre ellos, pues en la animación asistida por computadora se pueden conjugar:

El dibujo animado: fotografía sobre una superficie plana de asuntos en movimiento descompuesto imagen por imagen, evolucionando sobre diferentes fondos.



Los recortes articulados: se hacen evolucionar delante de una cámara muñecos articulados de papel, cartón u hojalata, cuyos movimientos son filmados imagen por imagen.

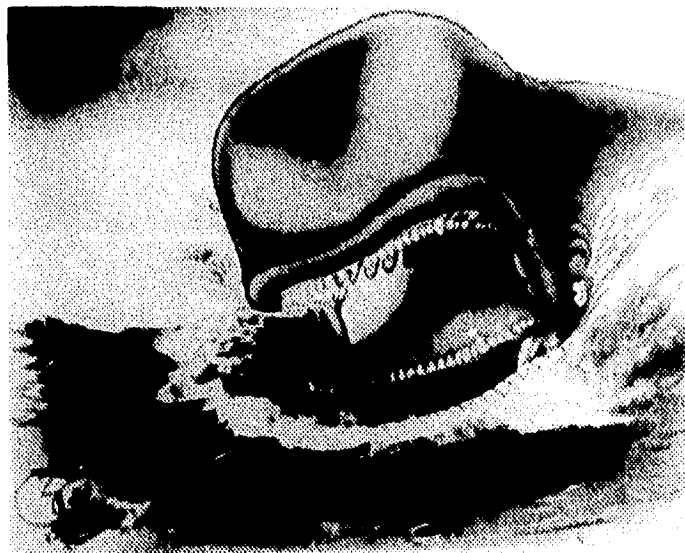




Las sombras chinescas: son una variante de los recortes, empleando personajes en negro y blanco. En Oriente, Noburo Ofuji, adoptando la técnica de las verdaderas sombras chinescas, utilizó sombras de materia plástica coloreadas, alumbradas por transparencia.



La animación multiplana: coloca los dibujos, recortes, sombras, etcétera en diferentes placas de vidrio, permitiendo así tratar los asuntos en profundidad e introduciendo los juegos de luz, el animador que más difusión le ha dado ha este género ha sido Walt Disney.





Los muñecos animados, las esculturas y los objetos: son un género de la animación muy similar pero cada uno de ellos contiene elementos independientes entre sí. Los muñecos animados, son muñecos articulados, animados imagen por imagen en decorados de tres dimensiones. Las esculturas animadas; producen movimientos en tres dimensiones por el modelado y la iluminación de las figuras plásticas. Las películas de objetos organizan danzas de volúmenes en movimiento, acompañados de música.



Los grabados animados: de Alexeiev modulan con ayuda de la luz sobre miles de clavos más o menos hundidos en una superficie plástica (pantalla de alfileres).



La fusión de dibujos animados con actores o escenas reales: es el resultado de la combinación de ambas técnicas, la realización de los dibujos animados por separado y la grabación de la acción viva considerando el espacio que existe para el dibujo animado.



La animación asistida por computadoras: conjuga todas las técnicas existentes en la animación, resultando de todo esto, una combinación de técnicas y resultados asombrosos, recreando un nuevo género de animación con mucho empuje en el campo.



## 2.2.2.4.1 Animación por computadora

### INTRODUCCION

La animación se refiere a la creación de movimiento cuadro por cuadro y puede ser aplicado a películas como *El rey león*, así como a logotipos en movimiento. La animación se encuentra en cada una de las diferentes variantes del entretenimiento moderno, desde el Nintendo y Sega, hasta los efectos especiales en las producciones cinematográficas, en las ciencias (astronomía, oceanografía, medicina), en las artes (como arquitectura) e inclusive en los juzgados con el propósito de visualización. La UNICEF ha descubierto el poder de la animación para comunicar a través de ésta los derechos humanos alrededor del mundo.

La animación por computadora se divide en: animación por computadora de alta tecnología (utilizada por ejemplo para la realización de películas) y animación por computadora de bajo costo (utilizada por ejemplo en el área de los video juegos). La animación asistida por computadora es utilizada para la elaboración de los dibujos intermedios que existen entre los dibujos principales realizados por el animador, de esta manera la computadora completa la secuencia que existe entre los dibujos. En la animación por computadora total, se utilizaban fórmulas matemáticas complejas para obtener la imagen final. Estas fórmulas se aplican a grandes bases de datos de números. La base de datos esta constituida por puntos finales, información del color y de la intensidad, etcétera

## HISTORIA DE LA ANIMACION POR COMPUTADORA

En los años sesenta, dos científicos de Bell Laboratories desarrollaron las primeras animaciones por computadora en el mundo. Los logros de Zajac y Knowlton estaban en el área de las configuraciones abstractas y texturizadas. Algunos de los más importantes laboratorios desarrollaron aplicaciones para la animación por computadora incluyendo la

simulación del flujo de fluidos viscosos (Los Alamos), la propagación de las ondas de choque en un sólido (Lawrence Livermore National Laboratory), la vibración y el aterrizaje de una avión (Boeing Aircraft).



*The Adventures of André and Wally B., por Alvy Ray Smith, es la primera animación tridimensional totalmente realizada en una computadora. A P-I-X-A-R Production.*

Desde la década de los años setenta, la animación por computadora se iba desarrollando a medida que se

perfeccionaban las computadoras y se descubrían nue-

vas técnicas para la manipulación de imágenes. Se han establecido firmas especializadas en la generación de la animación por computadora: Information International Incorporated, Lucasfilm Ltd., Robert Abel and Associates, Digital Effects y Pixar Animations entre otras. Los publicistas televisivos se convirtieron en los principales compradores de la animación.

Para la realización en tercera dimensión existen diferentes compañías que producen estaciones de trabajo para este trabajo: Digital Equipment Corporation, Sun Microsystems, NeXT y Silicon Graphics, el sistema



operativo utilizado en estos equipos es UNIX, desarrollado por los Laboratorios Bell, basando su desarrollo en la "multitarea", que permite al equipo afrontar otras acciones mientras la computadora finaliza el procesamiento de una tarea específica. Su arquitectura interna, gira en torno a procesador de tecnología RISC; muy diferente al empleado en PC (Intel) o Macintosh (Motorola).

Silicon Graphics desde su creación ha proporcionando la posibilidad de generar gráficos tridimensionales en tiempo real, el color y las tres dimensiones de las imágenes, al contar con el desarrollo del software Softimage 3D. Por todo, esto la compañía diseña equipos que incorporen gráficos en dos y tres dimensiones, sonido y video.

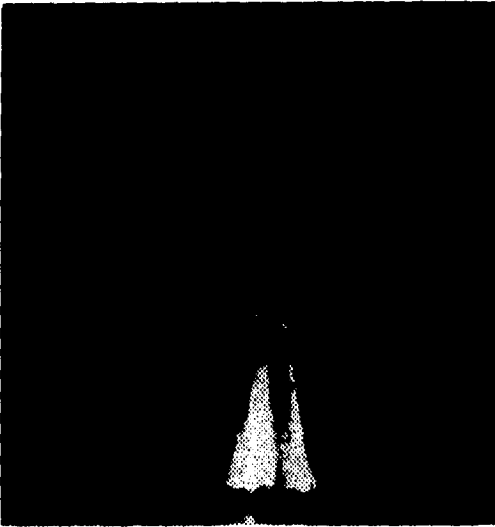


*Nickelodeon Brew es un modelo de computadora realizado en una estación ID para Nickelodeon Cable TV por Richard Bakst.*

El desarrollo del software RenderMan por Pixar Animation permite dentro del modelado de tercera dimensión la descripción de objetos complejos, su posición, colores, texturas, propiedades físicas, propiedades del aire y hasta las propiedades de la lente que fotografía la escena así como también todas las luces que se ven involucradas en la misma.

En la industria cinematográfica es donde encontramos un rápido crecimiento de la animación utilizada en películas como *La guerra de las galaxias*, *TRON*, *Viaje a las estrellas II - La cólera de Khan*, *Viaje*

a las estrellas IV- *El regreso a casa*, *El secreto de la pirámide*, *El secreto del abismo*, *Terminator*, *Terminator el Juicio Final*, *Parque Jurásico*, *Forrest Gump*, *La Máscara*, *Casper*, *Especies* y las dos últimas superproducciones de animación *El extraño mundo de Jack* y *Toy Story*.



*Phallacy*, holograma de 360° integralmente animado, fue realizado por David Ehrlich.

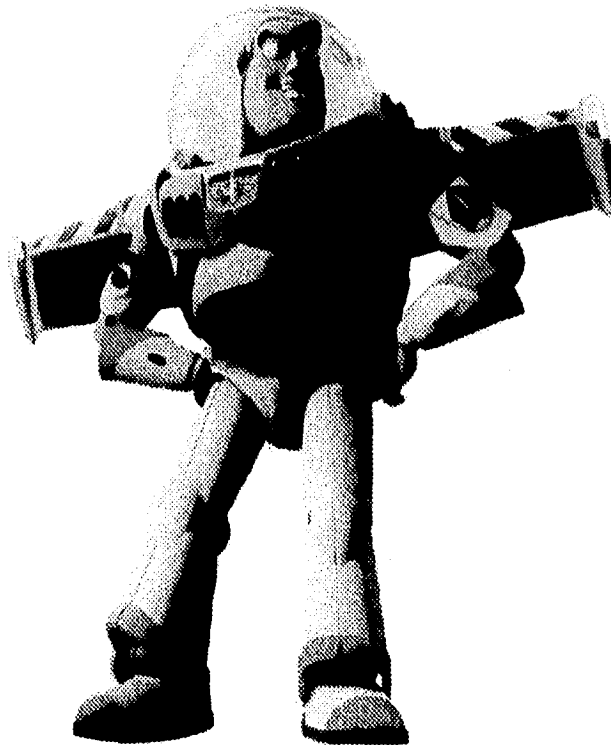
*El extraño mundo de Jack*, es una película animada de muñecos como anteriormente las realizó Jirí Trnka, en Checoslovaquia. En esta película la utilización de la computadora como una de las herramientas principales fue su principal objetivo, así como en *Toy Story*, producción realizada totalmente en tercera dimensión lo que

puede marcar un nuevo género dentro de la animación, utilizando el software RenderMan de Pixar Animations para dar el volumen y texturas a los objetos, y equipo de Silicon Graphics y Sun Microsystems.

De la mayoría de las empresas citadas anteriormente, casi la totalidad de su producción está dirigida hacia la industria cinematográfica, pero también se dedican a la producción de anuncios comerciales, dibujos animados, páginas para el World Wide Web, Klasky Csupo Inc., Linker Systems, USAAnimation Inc., Film Roman, Video Communication Inc., M3D Inc., Metrolight Studios, PDI, reZ.n8, Electric Image Inc., Colossal Pictures, Edefx Group, Bear Spots, Hanna-Barbera Prod., Virgin Interactive



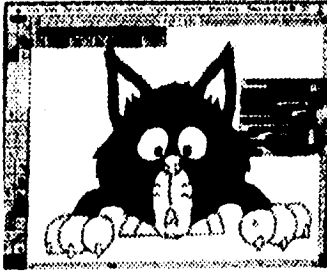
entertainment, entre otras empresas producen para la televisión ideas muy innovadoras en los anuncios comerciales. En los dibujos animados, hay producciones para todo tipo de edades, especialmente para un público adulto como las que encontramos en el canal de Music Television, en donde se combinan las técnicas de dibujos animados con el uso de la tecnología, dentro de las mismas producciones se combinan las técnicas de dibujos animados y animación 3D generada por la computadora, realizando montajes.



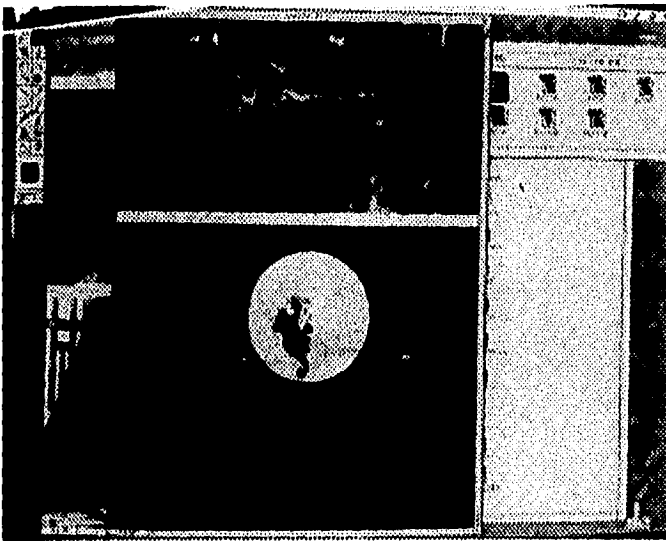
*Buzz Lightyear, personaje de la película Toy Story, producción de Walt Disney Pictures.*

En los Estados Unidos encontramos diferentes institutos y escuelas para la enseñanza de la animación, sus planes de estudio buscan sensibilizar al estudiante en las primeras técnicas, concluyendo sus estudios en la animación asistida por computadora. De esta manera, se están redondeando sus conocimientos en el movimiento de los personajes y estructuras anatómicas. Entre estas instituciones encontramos American Center for Computer Imaging & Animation, The Art Institute of Pittsburgh, Animation School of Visual Arts y The Vancouver School of Animation and Multi-Media Ltd.





Como conclusión, el uso de la tercera dimensión en la animación es aplicable al diseño mecánico y electrónico, información geográfica, modelado de sólidos de cualquier tipo, cálculo de estructura, manipulación de imagen y textos, calado de patrones en la industria de la confección, educación, arquitectura, por los que el diseñador debe



*Pantalla de computadora realizando animación de dibujos animados.*

dominar una gama de herramientas que ofrece la tecnología como software. Entre el software para computo personal más utilizado en el diseño gráfico encontramos para la edición al PageMaker y QuarkXpress, en el área de los gráficos Illustrator, Photoshop, CorelDraw y en la animación los estándares son el 3D studio de Autodesk, Topas 3D, Animator, Fractal Design Painter, Lightwave 3D, PROMotion y Animation Works, estos en plataformas

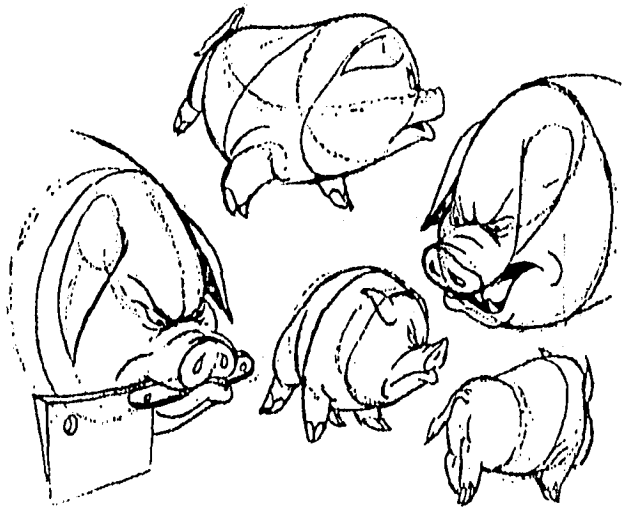
Macintosh, PC y Amiga. En la plataforma de Silicon Graphics encontramos Softimage, Wavefront advance visualizer, Alias Power Animation.



Para la realización de cualquier animación se recomienda estudiar las siguientes etapas para conseguir un trabajo preciso y evitar demoras en la producción.

### PREPARACION

La conceptualización inicial de una animación surge del conocimiento del animador acerca del público particular al que va dirigida y del propósito específico. Primeramente se organizará un guión gráfico, que tiene una función triple: para el creador es un test visual de la idea, para la producción representa una demostración inicial del trabajo a realizar y para el patrocinador, una probable entrega, por lo tanto esta es una etapa explicativa de la película de animación, mostrando una línea visual de la acción, así como los principales personajes que participan en ella. La creación de los personajes se vincula al guión gráfico, conteniendo este último sketches (primeros trazos de un dibujo), indicando las expresiones faciales más extremas, así como los gestos más característicos. Cada personaje contemplará un estudio anatómico con tres posiciones distintas. No debemos olvidar el indicar la escala entre los



Seq. 1, SCENE 5

11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
WOLF SCREECHES CAR TO STOP				[SCREECH OF BRAKES]		GRABS NET			

BEGIN SCENE 6

21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
LEAPS OUT		LAMB IS				BOWING MAN			

Sketches iniciales del largometraje *Animal Farm*

Ejemplo de un libro de trabajo



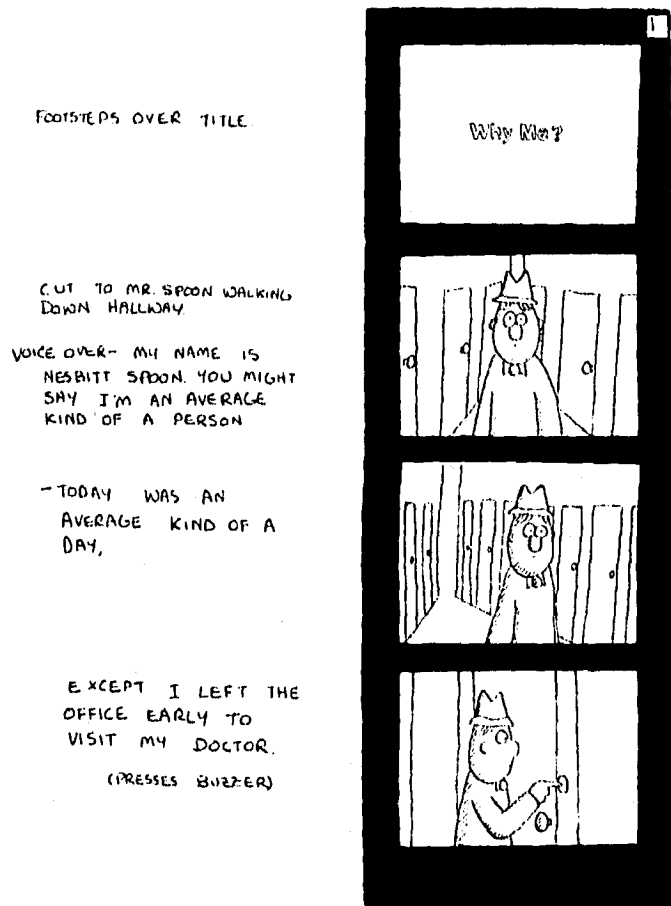
personajes. La pista musical, está supervisada por el compositor que participa en la etapa final del guión gráfico, para que junto con el animador, empiecen a trabajar en la producción de la misma, así como los efectos de sonido necesarios, todos estos elementos forman la investigación de una animación.

## EL PROCESO DE PRODUCCION

La etapa consiste en desarrollar el guión gráfico trabajado con anterioridad, para el desarrollo del mismo se divide en diferentes etapas de trabajo.

### 1. El Story board .

Este se crea a partir del guión gráfico, representando un análisis de cada fotografía y secuencia, determinando el ritmo exacto de cada movimiento y los movimientos de la cámara, efectos de transición (fundidos, mezclados, cortes directos).



Tamaños comparativos de Blancanieves y los animales en la obra de Walt Disney Blancanieves y los siete enanos

Ejemplo de story board del film Why Me? del National Film Board of Canada

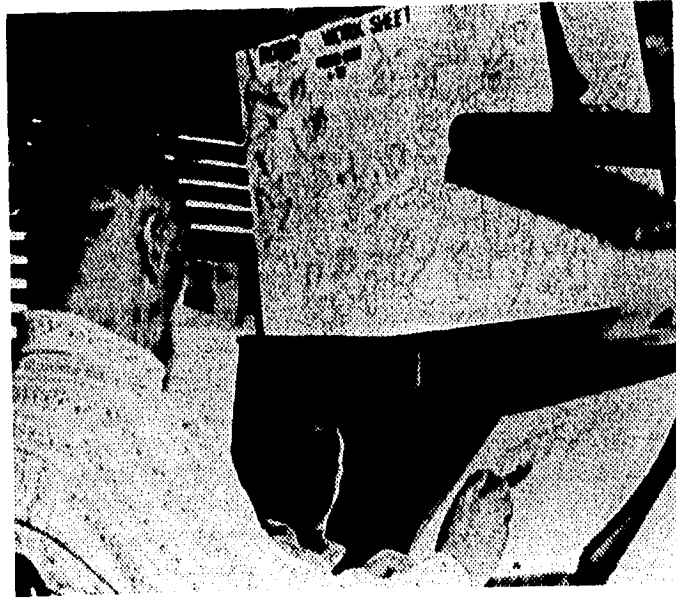


## 2. Modelos de los personajes.

Los anteriores estudios anatómicos, deben perfilarse de una forma, con dibujos separados para la cabeza, ojos y manos; deben determinarse los gestos, la acción de movimientos complejos y la relación exacta entre los personajes.

## 3. El diseño y escenificación.

El diseñador establece el estilo y decide la representación pictórica de la película, se desarrolla el color y la continuidad de tonos de cada toma, así como la relación entre formas y tamaños, de los fondos y primeros planos. El artista que desarrolla la escenificación realiza los dibujos con un punto de vista del ángulo buscado para la escena, de igual forma debe desarrollar una coreografía visual durante toda la película.



*Diseño de personajes de la película de Robin Hood de Walt Disney Pictures*

*Dibujo de escenificación del largometraje Animal Farm*

#### 4. Grabación de la música.

La grabación de la pista musical se hará previa a la realización de la animación, porque es más accesible adaptar la animación a la duración de una pista determinada, que a la inversa. La partitura siempre es hecha para las producciones cinematográficas.



#### 5. Grabación de las voces.

La selección de una voz, se hace siempre sobre los estudios de los dibujos anatómicos del personaje, del guión gráfico y del story board , estas grabaciones son las primeras realizaciones de los personajes y pueden influir en la animación misma del personaje.



*Grabación de pistas musicales de la película el Libro de la Selva de Walt Disney Pictures*

*Grabación de las voces para los personajes de alguna animación*



## 6. Diagramas de las pistas de música y diálogo.

Esta etapa consiste en un análisis de cada cuadro en términos de sonido

y en el gráfico musical, debe mostrar la

longitud de cada compás y los tiempos de

los mismos. Los diálogos entre los perso-

najes en escena hay que codificar cada

palabra, sílaba por sílaba. Esta guía es la

más importante para el animador porque

determina toda la armonía visual de la

película.

## 7. Preparación de los datos para la exposición de la cámara.

A continuación, todo lo anterior se debe

transportar a las láminas informativas. En

estas hojas se señala toda la información

sobre acentuación de música y diálogo,

coreografía de la acción y especificación

del tipo de animación. Esta guía esta

numerada cuadro a cuadro.

### TWO EXAMPLES OF STAGGERED EXPOSING

DIAL	ACTION	DIAL	TRACK	1	2	3	4	5
1		1		1		1		
2		2						
3		3		2		2		
4		4						
5		5		1		3		
6		6						
7		7		2		4		
8		8						
9		9		3		3		
10		10						
11		11		2		4		
12		12						
13		13		3		3		
14		14						
15		15		4		4		
16		16						
17		17		3		5		
18		18						
19		19		4		6		
20		20						
21		21		5		5		
22		22						
23		23		4		6		
24		24						
25		25		5		7		
26		26						
27		27		6		6		
28		28						
29		29		5		7		
30		30		6		6		
31		31						
32		32		7		7		
33		33						
34		34		6		5		
35		35						
36		36		7		9		
37		37						
38		38		8		8		
39		39						
40		40		8		8		
41		41						
42		42		7		4		
43		43						
44		44		8		9		
45		45						
46		46		8		8		
47		47						
48		48		9		7		
49		49						
50		50		8		6		
51		51						
52		52		9		5		

RIGHT  
COLUMN  
RELAY  
PULL

Ejemplo de guía de exposición de Shamus Culhane

## 8. Animación principal.

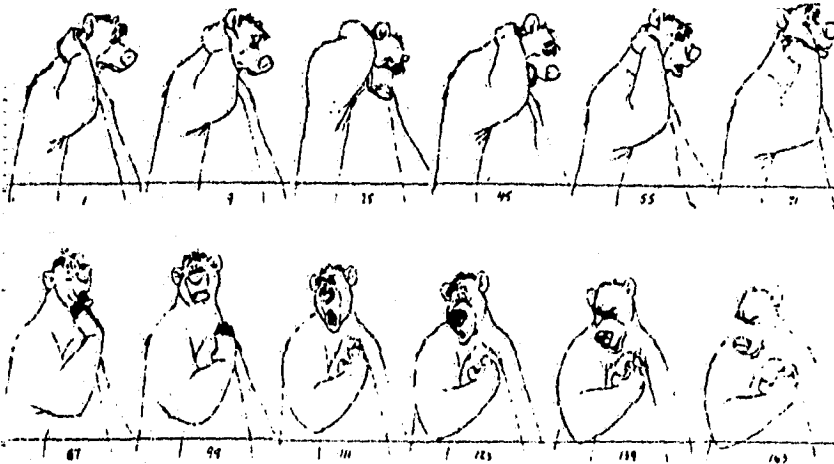


El animador principal se encarga de realizar los dibujos de las poses salientes (dejando las intermedias para sus colaboradores o desarrollándolas posteriormente todos él mismo). En la animación se acostumbra

respetar el orden de la acción, desde el principio hasta el final.

## 9. Animación intermedia.

Los artistas intermedios trabajan cuadro a cuadro en los movimientos de



los personajes y objetos, cubriendo los espacios dejados por el animador principal, y siendo supervisados por él mismo para mantener una línea de trazo.

## 10. Prueba de línea.

Los dibujos están realizados sobre papel, con dos o más capas según la

segmentación de la animación, también están los fondos dibujados sobre papel similar, para ver la relación entre los movimientos del primer plano y el fondo. Son fotografiados los dibujos y proyectados, en esta etapa todavía es posible realizar modificaciones mínimas a la animación.

*Expresiones básicas del personaje  
Baloo en trazo rough*

*Definición a línea de los trazos anteriores,  
completando las imágenes intermedias*



### 11. Definición de los dibujos en borrador.

Esta etapa es una última depuración del dibujo, así como de la calidad de línea que se busca en toda la continuidad de la película.

### 12. Preparación de los fondos.

Cuando se cree el momento oportuno, el artista encargado de los fondos los desarrolla al máximo detalle, gracias a la prueba de línea, la relación de escala esta totalmente definida.



### 13. Dibujo a tinta de los dibujos sobre los celuloides.

Los dibujos del animador son dibujados sobre las láminas de celuloide, este proceso es realizado con plumas o pinceles especiales para el caso, en algunos estudios se utiliza el sistema Xerox.



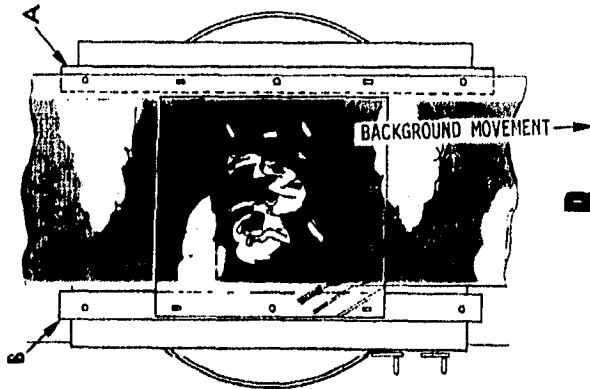
### 14. Pintado de los celuloides.

Los celuloides pasan al grupo de artistas que las pintan con pintura opaca aplicable por el lado contrario de los contornos, así se evita su oscurecimiento. Se pueden emplear diferentes técnicas de aplicación de la pintura, desde la pistola de aire hasta los pinceles secos.

*Dibujo de background del cortometraje  
The Opera Caper*

*Pintado de celuloides en una animación  
japonesa*



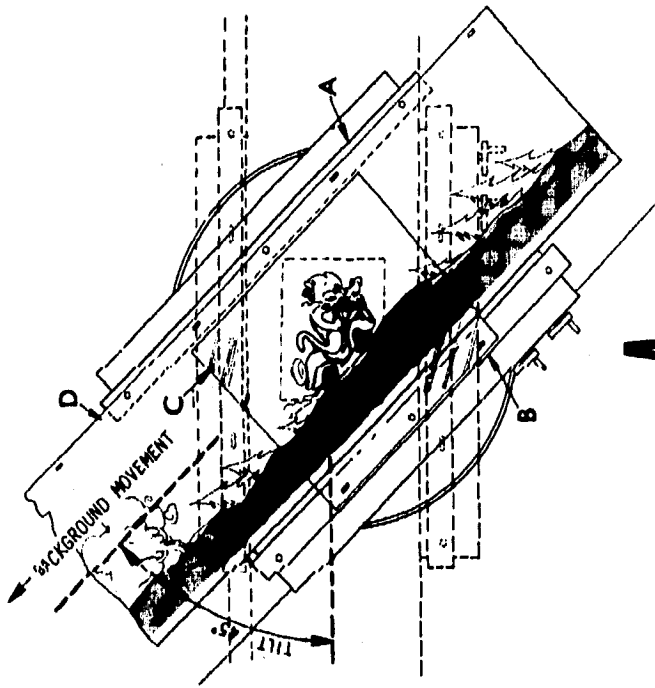


### 15. Comprobación.

Antes del proceso fotográfico se efectúa una comprobación, para ello se superponen las diferentes transparencias sobre sus fondos y se examinan para encontrar la posible existencia de errores en el registro de los personajes con los fondos.

### 16. Fotografía.

Este proceso se realiza en base a las láminas informativas, cada celuloide contiene un número y su movimiento (si es que existe). Durante el fotografiado también se



incorporan algunos efectos como son los fundidos, doble exposición, rotaciones de la cámara y efectos especiales.

### 17. Visión de la primera copia.

Las primeras copias se ven tal como salen de los laboratorios; así se descubren posibles errores que hubieran escapado a la

Esquema de montajes para la realización de algunos efectos especiales ante la cámara:

detección previa y se comprueba si la película está lista para su montaje.



### 18. Montaje de las fotos y el sonido.

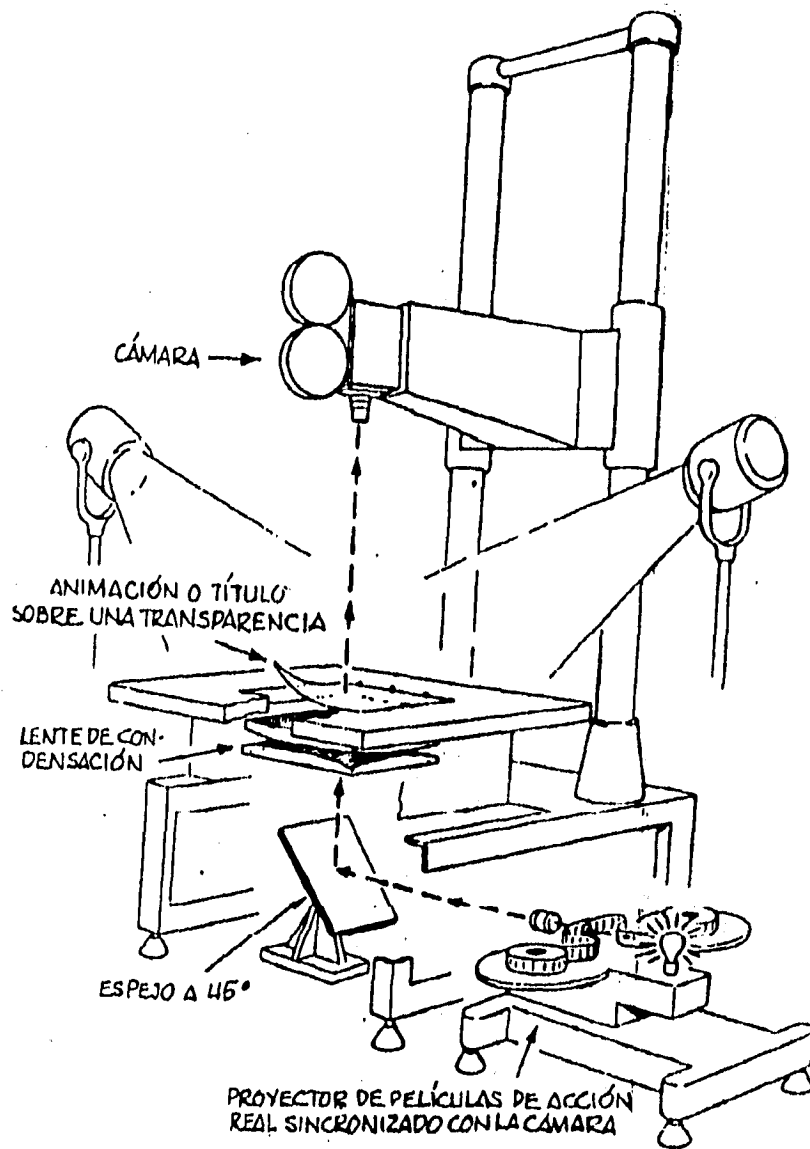
El montador previamente ha estado trabajando con las pruebas de línea y ha realizado pruebas de sonido. La película se va construyendo gradualmente por secciones y los ensayos a la línea se sustituyen por las primeras copias a color. Las pistas de música, diálogo y efectos aún se mantienen separadas, pero se ensayan al mismo tiempo que la película.

### 19. Combinación de pistas y sesión final de doblaje.

Se combinan las pistas de doblaje y música, posteriormente se combinan con la imagen visual.

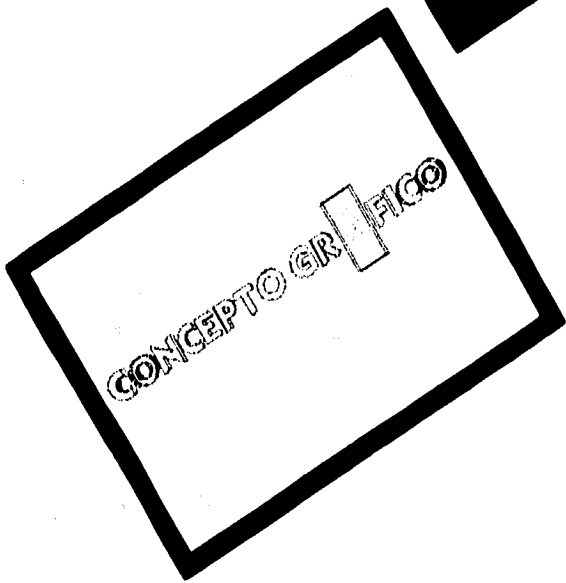
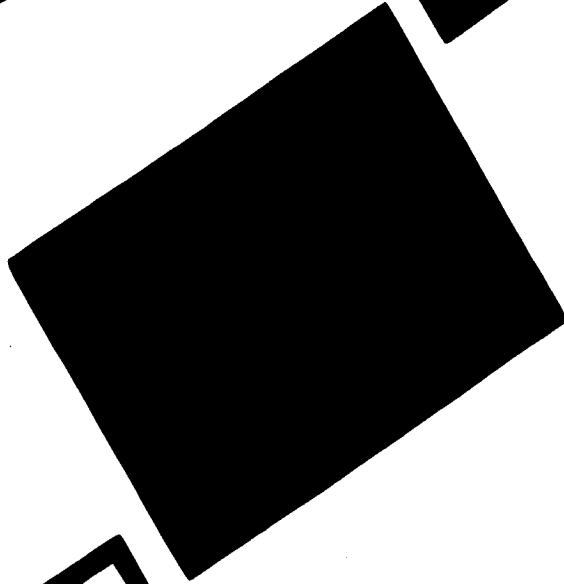
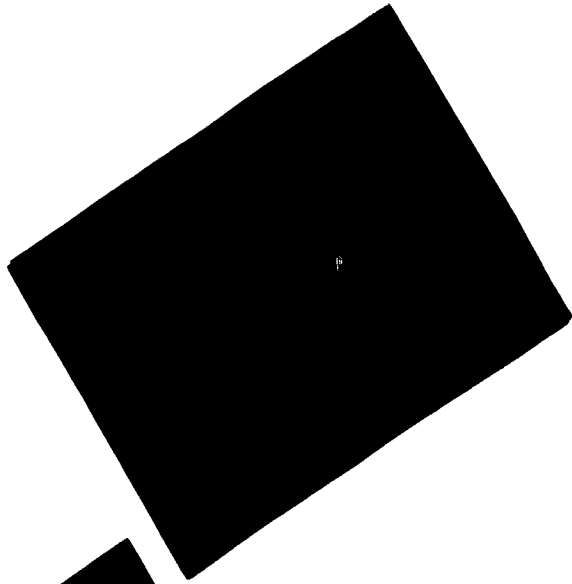
### 20. Copia final.

Es completamente la animación finalizada, incluyendo sus pistas sonoras y lista para distribuirse en los cines.

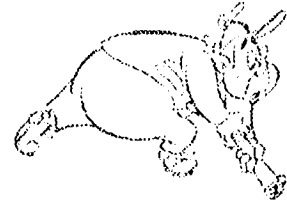


Cámara de animación

3

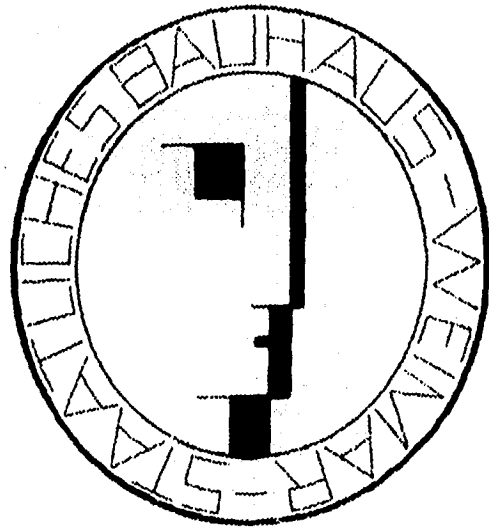


**PROYECTO  
GRÁFICO**



Cuando hablamos de Identidad Corporativa, la entendemos como el conjunto de rasgos intrínsecos propios de una empresa. Cada empresa tiene una cultura, una filosofía y una forma de actuar. Por todo lo anterior podemos determinar que el Manual de Identidad Corporativa es el cimiento de una imagen visual propia e intransferible de cualquier empresa. La Imagen Corporativa es la idea que tiene el contexto social acerca de nuestra empresa. El diseñador se encuentra entre el proceso de una Identidad Corporativa y una Imagen Corporativa, la cual es la fase del desarrollo de los signos, códigos y significados de la identificación que buscamos resolver.

Como primer ejemplo de la Identidad Corporativa, lo encontramos con la empresa alemana AEG, el proyecto fue desarrollado en 1907 por Peter Behrens, arquitecto de profesión desarrollo una actividad de asesor, diseñador gráfico o industrial, arquitectura e interiores; creo como marca de la empresa un pictograma y un alfabeto tipográfico exclusivo, proyectó fábricas, catálogos, productos de consumo, etcétera, podemos mencionar algunos otros ejemplos como la Philips, Coca Cola del año de 1887 y la mascota de Michelin, diseñada en 1910. Posterior a todos estos sucesos gráficos surgió la corriente de la Bauhaus, como la primera escuela de Diseño Gráfico, en el mundo. A partir de la década de los años cuarenta,



Escuela de la Bauhaus

estableciéndose la Identidad Corporativa empezó a ser considerada por diversas compañías, principalmente en Inglaterra y Estados Unidos, pero no fue sino hasta la década de los años setenta cuando fue aceptada como una necesidad visual, y que solamente podía ser resuelta por el Diseño Gráfico.



Logotipo de "Woolmark" (Marca Lana),  
diseñado por Francesco Seraglio  
Identidad manolítica

Todos estos sucesos han ocurrido durante el Siglo XX, pero a través de la historia encontramos elementos asociativos a la Identidad Corporativa, en la creación y desarrollo de los escudos heráldicos, las banderas, etcétera. En la naturaleza encontramos ejemplos de aplicaciones visuales, los colores, las pieles, las plumas y las voces de los animales marcan jerarquías y poderes. En los individuos la ima-

gen personal varía según el lugar y el momento. Hay una manera de vestirse dependiendo de factores como la edad, situación social y/o económica.

La Imagen Corporativa, se utiliza porque actualmente existe un mercado competitivo y con cambios producidos a una gran velocidad, encontrando una creciente homogeneización de oferta de productos y



servicios. En cualquier programa de Identidad Corporativa se activan una serie de recursos de comunicación y se transmite su posicionamiento, sus valores y atributos diferenciales, entre cada una de las empresas u organizaciones. Este programa de Imagen Corporativa se plantea con una perspectiva y efectos de duración a largo plazo. La marca es cualquier nombre, término, símbolo, signo o una combinación de los anteriores para identificar a una organización o una empresa, así como sus servicios en un entorno donde concurren diferentes empresas con productos y servicios similares.

La selección de un nombre implica una serie de requisitos: funcionales, semánticos y expresivos. Los funcionales son todos aquellos que involucran a la eficacia comunicativa; los semánticos, provoca asociaciones adecuadas; y los expresivos explotan las cualidades estéticas del nombre. Los signos visuales pueden ser reconocidos por un símbolo, señal o diseño, que deben reunir aspectos funcionales, semánticos y formales. Los funcionales incorporan legibilidad, originalidad, y versatilidad; los semánticos son aspectos de referencias o asociaciones que se puedan suscitar; los formales contemplan reconocimientos culturales como las cualidades estéticas, la compatibilidad entre el estilo gráfico y los contenidos comunicados, la vigencia formal. Después de



*Grupo Mexicano de Desarrollo, S. A.  
Identidad avalada*

haber reunido todo lo anterior, se debe definir el como se va ha utilizar la Identidad Corporativa.

La Identidad Corporativa se divide en la Identidad monolítica, la



*Jugas de México, S. A.  
Identidad multimarca*

Identidad avalada y la Identidad multimarca. La Identidad monolítica (Volkswagen, IBM, Televisa), se da cuando las empresas tienen una comunicación clara y con alta visibilidad y se dedican a una serie de actividades muy cercanas entre sí; la Identidad avalada, es producida

cuando junto a la Identidad de la empresa aparece un aval escrito o visual transmitiendo la idea de pertenencia a un grupo; la Identidad multimarca (Procter and Gamble, 3M), es generada en empresas comercializadoras de marcas sin ninguna conexión entre ellas o respecto a la empresa perteneciente.

### 3.1 Concepto Gráfico



A dos años de su fundación, Concepto Gráfico se ha consolidado como una empresa dinámica y pujante, se distingue por ser el Primer Despacho de Diseño Gráfico con servicios publicitarios, buscando proyectar, una personalidad madura, innovación, creatividad, excelencia y calidad, conceptos que orientan nuestra actividad creativa, en beneficio de clientes y usuarios de productos. Concepto Gráfico es un grupo joven y creativo con la capacidad, preparación y tecnología para resolver rápida y eficazmente las necesidades de sus clientes: Calidad en diseño, amplia experiencia en medios electrónicos y un compromiso profesional.

**CONCEPTO GRÁFICO**

*Logotipo de Concepto Gráfico*

Entre los diferentes servicios y apoyos ofrecidos por Concepto Gráfico encontramos las actividades de diseño editorial, Identidad Corporativa, cartel, diseño publicitario, señalización, papelería, diseño de stands para exposiciones, multimedia, audiovisuales, fotografía digital, animación 2D y 3D y asesoría en todas las áreas afines al diseño.

Como hemos visto, el área de trabajo de Concepto Gráfico es vasto y ambicioso, pero gracias a la trayectoria que lo ha envuelto desde su fundación como un despacho creativo y con altas exigencias internas



para la solución de problemas gráficos, se ha ido integrado fácilmente en diferentes áreas como el diseño editorial, el cartel, señalización, audiovisuales y la identidad corporativa, teniendo el dominio de estas áreas consideradas clásicas dentro del campo profesional del diseño, pero siempre interesados en incursionar en otras áreas novedosas con mucho empuje, como la animación tridimensional, la fotografía digital, el diseño de páginas en el internet y multimedia.

### 3.1.1 Estructura de Concepto Gráfico



El despacho esta constituido por el Director administrativo, el Director de cuenta, el Ejecutivo de cuenta y el Director Creativo integrando de esta manera la empresa Concepto Gráfico. Su actividad principal es toda relación con el Diseño Gráfico como una actividad profesional multidisciplinaria en la que se participa con conocimientos, habilidades y espíritu creador. Sus conocimientos (tanto prácticos como teóricos) son aplicados en un ambiente con demandas en el desarrollo creativo, comercial y de expresión gráfica.

El Director administrativo, el Director de cuenta y el Ejecutivo de cuenta tienen una estrecha comunicación con el cliente, a su vez todos ellos tienen que coordinarse con el Director Creativo, siendo este último el responsable final de todos los trabajos, incluyendo el que se elabora fuera de su departamento. Ningún proyecto se puede realizar sin su entera satisfacción.

El Director Creativo es responsable del Departamento Creativo, y coordina las actividades de diseño editorial, Imagen Corporativa, cartel, diseño publicitario, señalización, papelería, diseño de stands para exposiciones, multimedia, audiovisuales, fotografía digital y animación 2D y 3D.



## 3.2 Proceso de la producción

En los medios audiovisuales de comunicación encontramos la utilización de filminas audiovisuales, los audiovisuales multiproyección, el cine, la televisión, la animación y la producción de video.

Las filminas es un material para el apoyo didáctico o de capacitación, permitiendo la posibilidad de ser utilizado en la venta o promoción de productos, servicios y entretenimiento. Los conceptos utilizados deberán quedar claramente planteados, con palabras sencillas, su guión tiene un dominio de texto sobre las imágenes.

Los audiovisuales, a diferencia de las filminas tiene una constante: la imagen y el sonido (texto y música). Son producciones más complejas y elaboradas, por lo tanto el guión debe estar mejor sustentado con una investigación muy basta sobre el tema, sin importar si es de carácter documental científico o de un desarrollo dramático.

El cine por todo su desarrollo tecnológico y de producción ha generado dos corrientes cinematográficas el cine documental y el cine ficción. El cine documental es en esencia el registro de acontecimientos tomados de la realidad y puede ser científico, de divulgación, histórico o biográfico, cine educativo o de capacitación. El cine de ficción se fundamenta en la recreación de la realidad y desarrolla su propio discurso en base a planteamientos dramáticos, encontrando sus principales fuentes en el teatro, el cuento y la novela.

La animación, al ser filmada cuadro a cuadro, requiere de un guión específico, totalmente diferente a los utilizados por los otros medios audiovisuales de comunicación denominado Story Board.

La televisión como un medio de comunicación instantánea junto con el radio, resultan ser los medios informativos por excelencia, la televisión a través de su desarrollo, a adoptado géneros y estructuras del cine y la radio, pero aún así la televisión a generado promocionales, cápsulas, teledramas, noticieros, programas didácticos, de concurso, misceláneas, musicales, infantiles, deportivos, documentales, de difusión, mesas redondas, cómicos y series. Todos los programas anteriores tienen una duración muy diferente dependiendo de la información a ser transmitida, y van desde los diez hasta los sesenta segundos. Para algunos programas el tiempo de transmisión es a partir de los cinco minutos hasta los cincuenta minutos pudiendo estar enfocados en programas con capítulos seriados. Los guiones utilizados son a dos columnas o se hace uso de un story board.

La producción de un proyecto visual dentro del Diseño Gráfico, parte de los siguientes elementos: el guión y el story board (anteriormente mencionados). El guión se divide en dos etapas: el guión literario y el guión técnico, una vez asentados estos dos guiones se elabora el story board. El story board representa la etapa previa a la realización definitiva del proyecto, esta etapa de visualización ayuda a corregir planteamientos de encuadres, movimientos de cámara o la solución de los efectos especiales.



El guión es una estructura dramática, de ficción, o lógica. Este es un argumento sólido y contempla todos los aspectos del documento o la ficción visual. Para hacer un guión, se debe iniciar con la sinopsis, que contiene la idea generadora o el argumento en forma sintética y es de gran utilidad en la presentación de los proyectos.

El guión literario es transformado por el diseñador gráfico en una estructura dramática o documental, dividiéndose en algunos casos en un guión técnico. Contiene este último los siguientes elementos: textos, diálogos, situaciones, personajes, narración visual, una exposición de sentimientos.

Al utilizar todos los recursos anteriores, se busca lograr dar un mayor dramatismo en escenas con una alta carga emocional contenidas en el proyecto visual. En síntesis, la historia deberá ser comprendida a través de las imágenes.

A continuación se presenta el guión literario del proyecto de tesis:

El despacho de Diseño Gráfico CONCEPTO GRÁFICO, ha desarrollado un spot promocional, para dar a conocer a todos sus clientes y amigos el éxito obtenido en el mercado gráfico de México, así como sus expectativas a futuro.

Este spot promocional contendrá la breve trayectoria histórica pero exitosa del despacho dentro del contexto del Diseño Gráfico en México. El desenvolvimiento del despacho lleno de una personalidad carismática de un equipo joven y pujante, con la capacidad, preparación y tecnología para resolver las necesidades de sus clientes. Demostrando su calidad en diseño, un dominio y amplia experiencia en medios electrónicos y un compromiso de servicio. Pero no solamente estas cualidades tiene CONCEPTO GRAFICO, sino que hará mención de cada una de ellas, dentro de su campo de dominio, este dominio será presentado con un conjunto de imágenes gráficas de soluciones desarrolladas en el área del diseño editorial, la fotografía digital, etcétera.

El destacar la política e ideología de CONCEPTO GRAFICO, dejará asentado su capacidad de confrontar cualquier problema gráfico, así como la realización de una óptima solución gráfica para la satisfacción de todos sus clientes.



La animación, al ser filmada cuadro por cuadro, requiere un formato especial de guión: el story board, un diagrama de pistas de música y diálogos y un esquema para la exposición de datos frente a la cámara. El story board se puede utilizar de dos maneras: story board a dos columnas, y story board de historieta. El story board a dos columnas, se estructura de la siguiente manera: colocando del lado derecho de la hoja, en recuadros el desarrollo de la imagen y del lado izquierdo, la descripción los parlamentos y acotaciones del sonido. Cuando es necesario hacer acotaciones de imagen, éstas son colocadas al pie del recuadro y a un lado del mismo. La historia es desarrollada secuencialmente con dibujos. El número de recuadros dependerá de la precisión deseada, la columna de sonido se escribe en correspondencia directa a la imagen.

El story board de historieta se realiza con recuadros consecutivos de manera afín a las viñetas de comics que encontramos en los periódicos; las indicaciones de sonido se colocan al pie de los recuadros. Cuando existe la necesidad de acotaciones de imagen éstas se incluyen en un apartado de la parte inferior de los recuadros.

El diagrama de pistas de música y diálogos y el esquema para la exposición de datos frente a la cámara, es utilizado en la realización de

cualquier animación, sin importar el género de animación producida. Estos dos elementos están descompuestos en cada uno de los fotogramas que serán utilizados en la animación, en ambos se determina la duración de las diferentes pistas musicales utilizadas y marcando la entrada y salida de cada una de ellas. También queda especificada la transición de imagen junto con su duración en cuadros.

La realización de cualquiera de los elementos anteriores son desarrollados a base del guión literario y técnico, previamente realizado y corregido, para evitar cualquier demora en el desarrollo de la producción.



PROGRAMA: SPOT PROMOCIONAL  
DURACIÓN: 110 SEGUNDOS  
FECHA: 10 DE OCTUBRE DE 1996

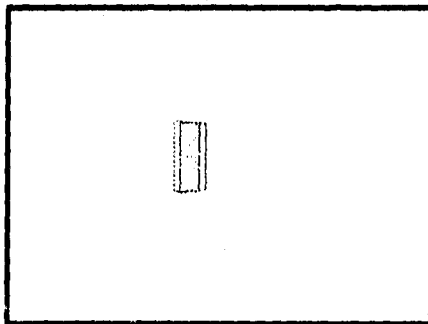
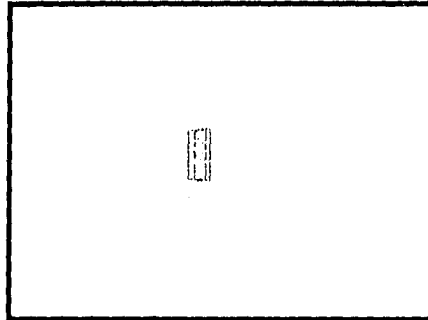


DESCRIPCION	IMAGEN	AUDIO
<p>Entrada de la letra A, perteneciente al logotipo de CONCEPTO GRÁFICO, partiendo del ángulo superior derecho de nuestra pantalla, con dirección hacia el centro de nuestro campo visual.</p>		<p>INICIO DE UNA PISTA MUSICAL CON UNA DURACIÓN DE 16 SEGUNDOS.</p>
<p>Al llegar a este punto el objeto empezará a girar sobre su propio eje,</p>		

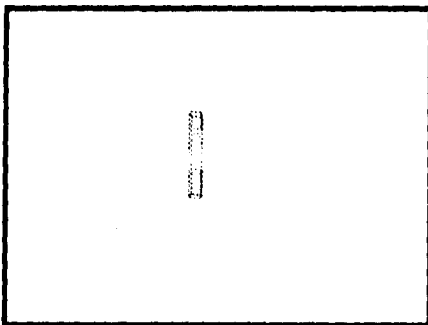
PROGRAMA: SPOT PROMOCIONAL  
DURACIÓN: 110 SEGUNDOS  
FECHA: 10 DE OCTUBRE DE 1995

# CONCEPTO GRÁFICO

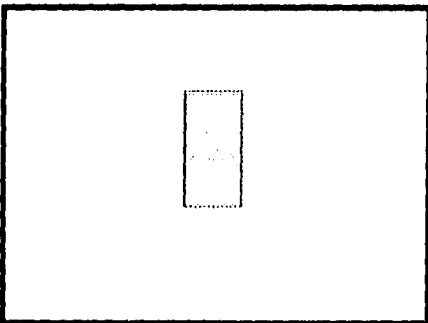
DESCRIPCIÓN	IMAGEN	AUDIO
-------------	--------	-------



con un desplazamiento zoom in,



A dos años de su fundación,  
Concepto Gráfico

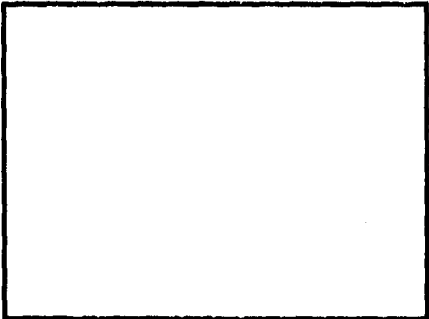
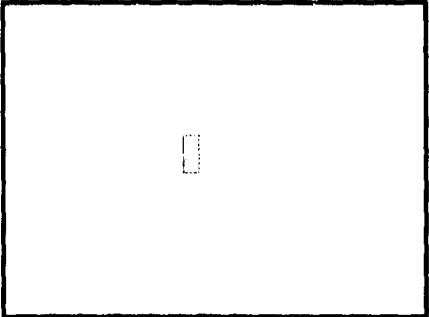


PROGRAMA: SPOT PROMOCIONAL  
DURACIÓN: 110 SEGUNDOS  
FECHA: 10 DE OCTUBRE DE 1966

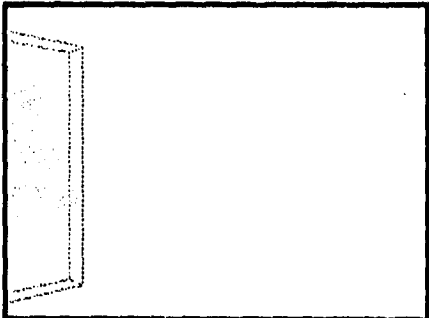


DESCRIPCION	IMAGEN	AUDIO
-------------	--------	-------

completando su giro para posteriormente desaparecer del campo visual.  
CORTE DIRECTO.

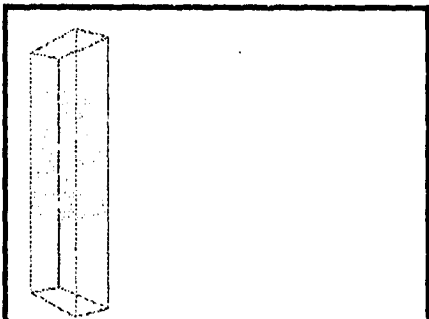


La letra A con su envolvente rectangular realizará un movimiento en primer plano,



se ha consolidado como una empresa dinámica y pujante,

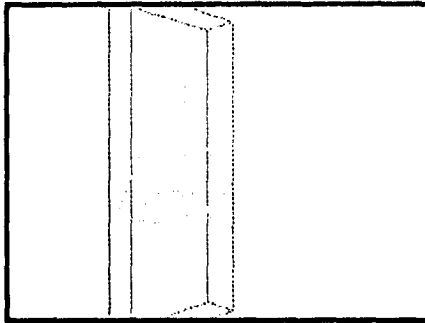
girando sobre su propio eje,



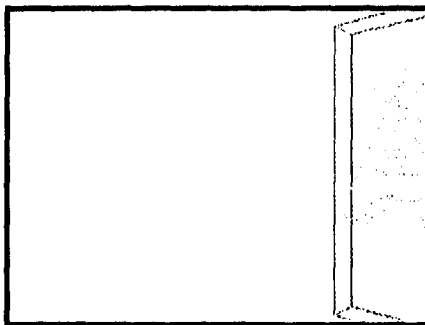
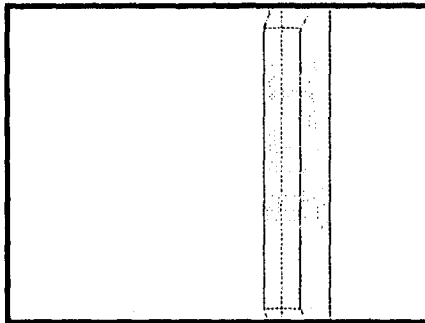
PROGRAMA: SPOT PROMOCIONAL  
DURACIÓN: 110 SEGUNDOS  
FECHA: 10 DE OCTUBRE DE 1996

# CONCEPTO GRÁFICO

DESCRIPCION	IMAGEN	AUDIO
-------------	--------	-------

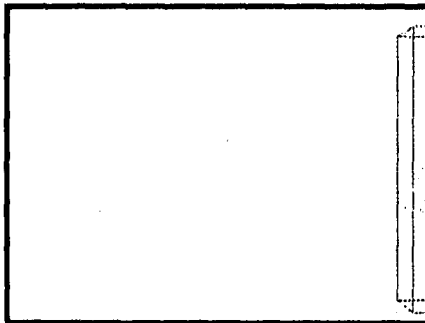


al tiempo que realiza un desplazamiento de izquierda a derecha del campo visual,



MEZCLA DE LA PISTA MUSICAL ANTERIOR CON EL INICIO DE UNA NUEVA PISTA MUSICAL CON UNA DURACIÓN DE 4 SEGUNDOS.

terminando con un efecto de transición, para dar comienzo al siguiente movimiento.



se distingue por ser el Primer Despacho de Diseño Gráfico con servicios publicitarios,

PROGRAMA: SPOT PROMOCIONAL  
DURACIÓN: 110 SEGUNDOS  
FECHA: 10 DE OCTUBRE DE 1996



DESCRIPCION	IMAGEN	AUDIO
Entrada del logotipo de CONCEPTO GRÁFICO, con un movimiento horizontal del lado izquierdo hacia el lado derecho, a escala grande, con un movimiento de cámara con paneo izquierdo con un zoom back,		

PROGRAMA: SPOT PROMOCIONAL  
DURACIÓN: 110 SEGUNDOS  
FECHA: 10 DE OCTUBRE DE 1996

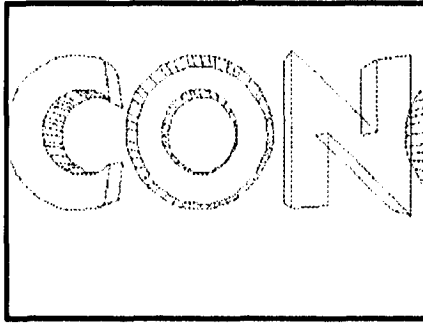
# CONCEPTO GRÁFICO

## DESCRIPCION

## IMAGEN

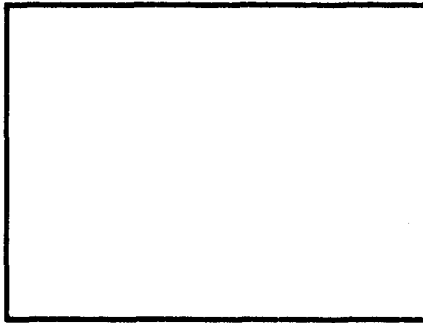
## AUDIO

saliendo del cuadrante derecho el logotipo.  
CORTE DIRECTO.

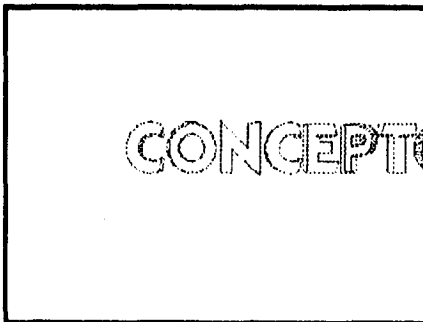
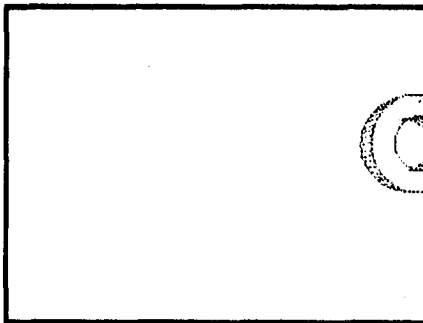


buscando proyectar, una personalidad madura, innovación, creatividad, excelencia y calidad:

Entrada del logotipo de CONCEPTO GRÁFICO,



con movimiento horizontal del lado derecho hacia el lado izquierdo, en un plano general,

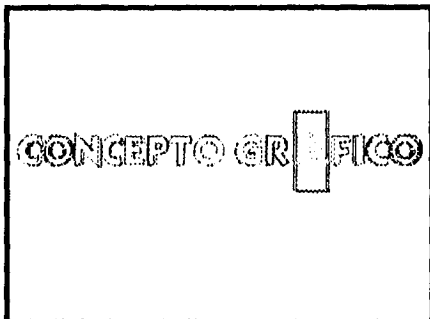


PROGRAMA: SPOT PROMOCIONAL  
 DURACIÓN: 110 SEGUNDOS  
 FECHA: 10 DE OCTUBRE DE 1996



DESCRIPCION	IMAGEN	AUDIO
-------------	--------	-------

terminando el movimiento quedándose el logotipo estático y abarcando toda la pantalla.  
 TRANSICIÓN DE FUNDIDO CON UNA DURACIÓN DE 3 SEGUNDOS.



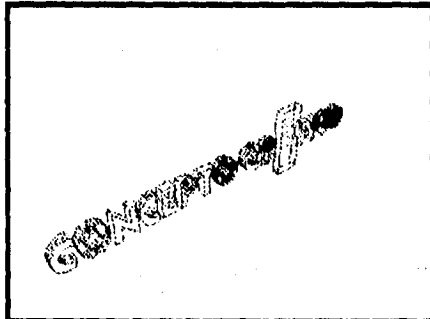
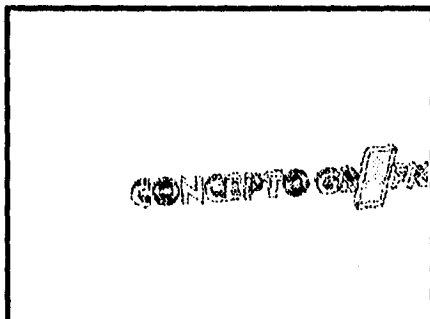
conceptos que orientan nuestra actividad creativa, en beneficio de clientes y usuarios de productos.

A continuación el logotipo dará un giro en la pantalla de 360°,



MEZCLA DE LA PISTA MUSICAL ANTERIOR CON EL INICIO DE UNA NUEVA PISTA MUSICAL CON UNA DURACIÓN DE 10 SEGUNDOS.

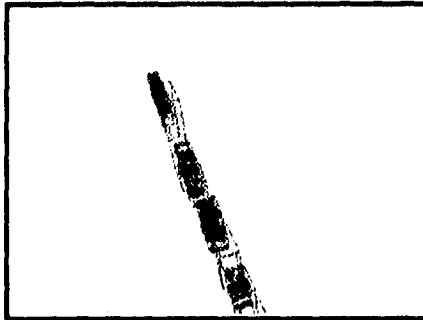
realizando un campo visual de las perspectivas del logotipo en diferentes planos visuales,



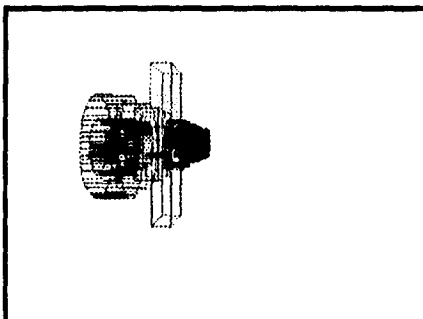
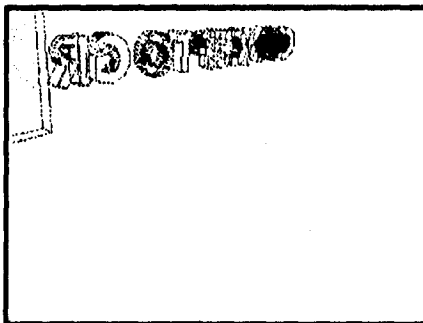
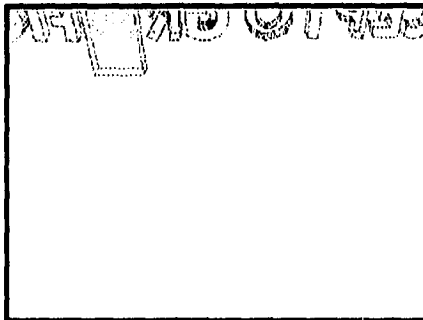
PROGRAMA: SPOT PROMOCIONAL  
DURACIÓN: 110 SEGUNDOS  
FECHA: 10 DE OCTUBRE DE 1996

# CONCEPTO GRÁFICO

DESCRIPCIÓN	IMAGEN	AUDIO
-------------	--------	-------



de esta manera se cubrirán todos los ángulos durante la duración del giro del logotipo en los 360°,



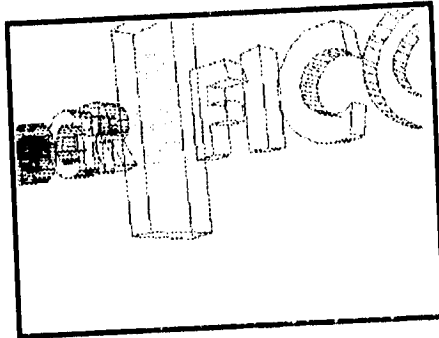
Concepto Gráfico es un grupo joven y creativo con la capacidad, preparación y tecnología para resolver rápida y eficazmente las necesidades de nuestros clientes.



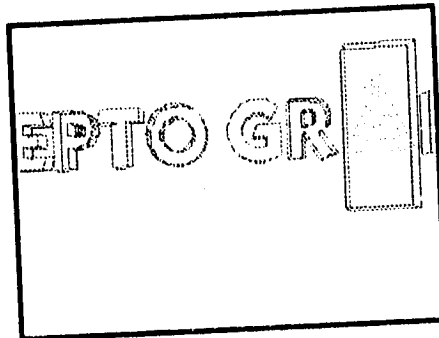
PROGRAMA: SPOT PROMOCIONAL  
DURACIÓN: 110 SEGUNDOS  
FECHA: 10 DE OCTUBRE DE 1996



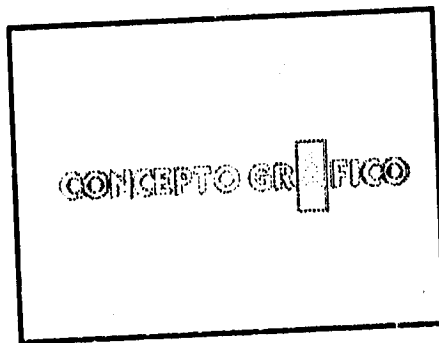
DESCRIPCION      IMAGEN      AUDIO



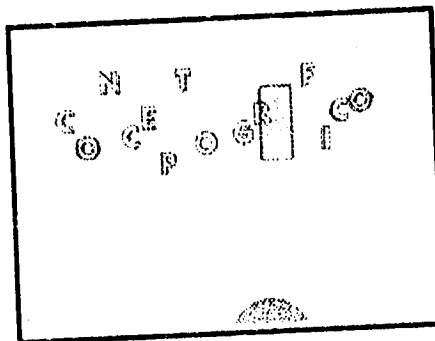
terminando con un movimiento de cámara zoom out, para dejar en un plano general el logotipo.



CORTE DIRECTO.



La culminación de esta secuencia será una fragmentación del logotipo.



Calidad en diseño, amplia experiencia en medios electrónicos y un compromiso de servicio.

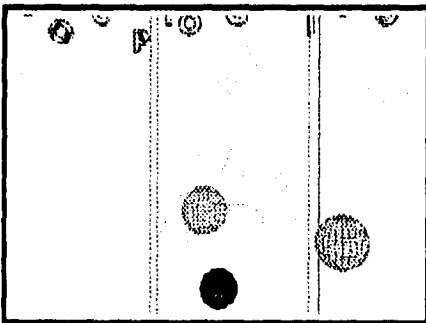
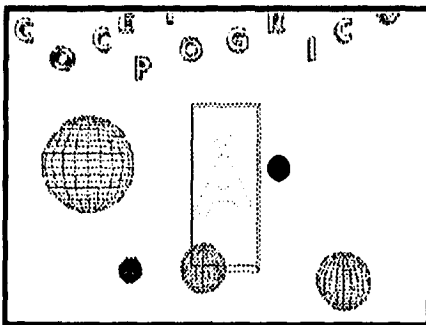
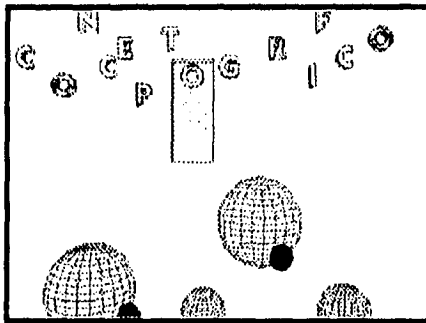
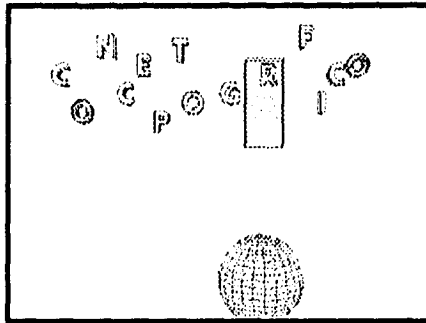
PROGRAMA: SPOT PROMOCIONAL  
DURACIÓN: 110 SEGUNDOS  
FECHA: 10 DE OCTUBRE DE 1996

# CONCEPTO GRÁFICO

## DESCRIPCIÓN

con movimiento de la misma, hacia el extremo superior de la pantalla,

## IMAGEN

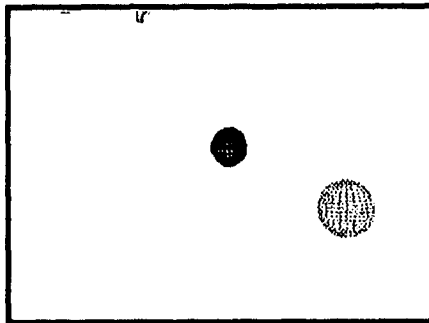


## AUDIO

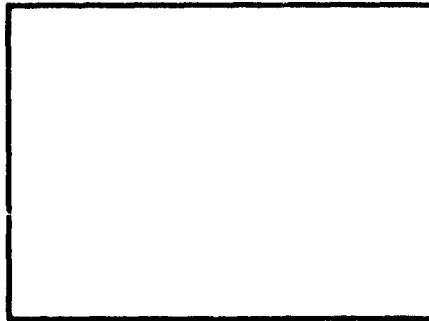
PROGRAMA: SPOT PROMOCIONAL  
DURACIÓN: 110 SEGUNDOS  
FECHA: 10 DE OCTUBRE DE 1996



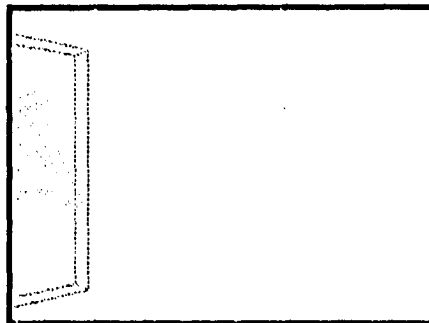
DESCRIPCION	IMAGEN	AUDIO
-------------	--------	-------



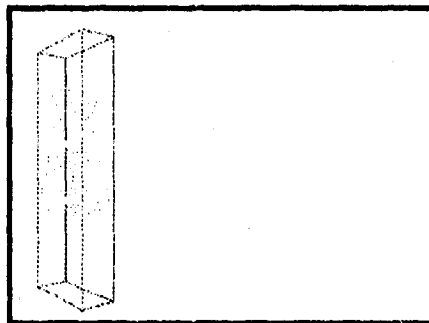
desapareciendo de nuestro campo visual.  
CORTE DIRECTO.



La letra A con su envolvente rectangular realizará un movimiento en primer plano,



MEZCLA DE LA PISTA MUSICAL ANTERIOR CON EL INICIO DE UNA NUEVA PISTA MUSICAL CON UNA DURACIÓN DE 14 SEGUNDOS. DANDO INICIO A LA PRESENTACIÓN DE LAS IMÁGENES ESTÁTICAS.



PROGRAMA: SPOT PROMOCIONAL  
DURACIÓN: 110 SEGUNDOS  
FECHA: 10 DE OCTUBRE DE 1996

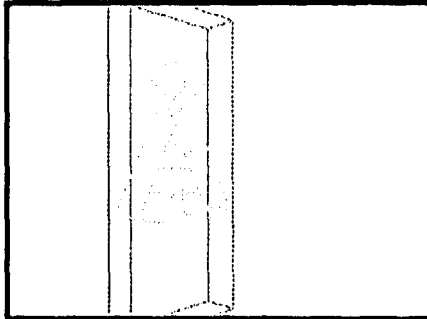
# CONCEPTO GRÁFICO

DESCRIPCIÓN

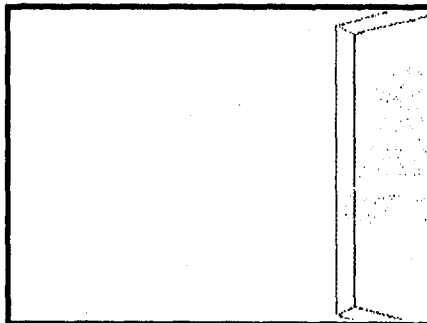
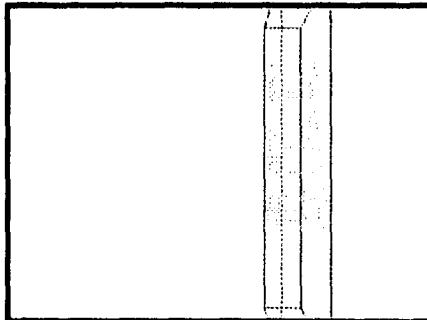
IMAGEN

AUDIO

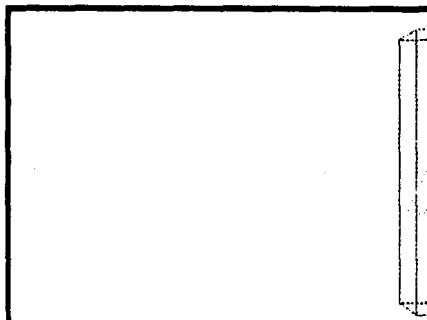
girando sobre su propio eje,



al tiempo que realiza un desplazamiento de izquierda a derecha del campo visual,



terminando con un efecto de transición, para dar comienzo al siguiente movimiento.



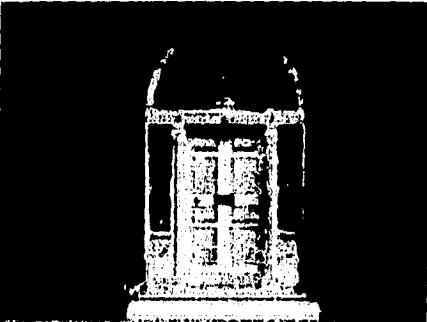
PROGRAMA: SPOT PROMOCIONAL  
DURACIÓN: 110 SEGUNDOS  
FECHA: 10 DE OCTUBRE DE 1996



## DESCRIPCION

A continuación se hará una presentación de trabajos y proyectos de la carpeta de trabajo de CONCEPTO GRÁFICO, presentando un total de aproximadamente doce gráficos.

## IMAGEN



## AUDIO

Entre los diferentes servicios y apoyos ofrecidos por Concepto Gráfico encontramos las actividades de diseño editorial, Identidad Corporativa, cartel,

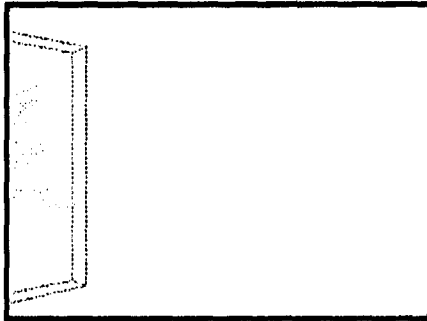
PROGRAMA: SPOT PROMOCIONAL  
DURACIÓN: 110 SEGUNDOS  
FECHA: 10 DE OCTUBRE DE 1996

# CONCEPTO GRÁFICO

DESCRIPCION	IMAGEN	AUDIO
-------------	--------	-------

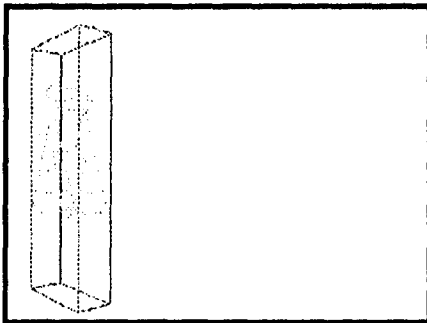


La letra A con su envoltore rectangular realizará una movimiento en primer plano,

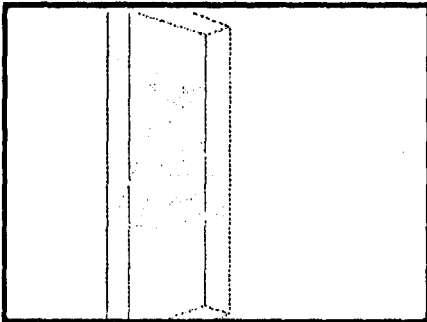


MEZCLA DE LA PISTA MUSICAL ANTERIOR CON EL INICIO DE UNA NUEVA PISTA MUSICAL CON UNA DURACIÓN DE 17 SEGUNDOS.

girando sobre su propio eje,



al tiempo que realiza un desplazamiento de izquierda a derecha del campo visual,



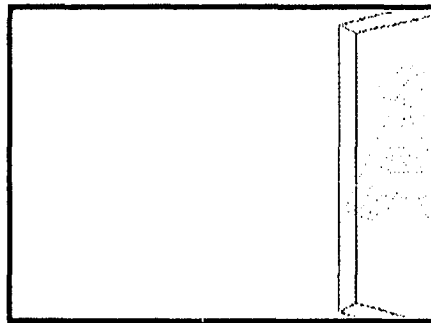
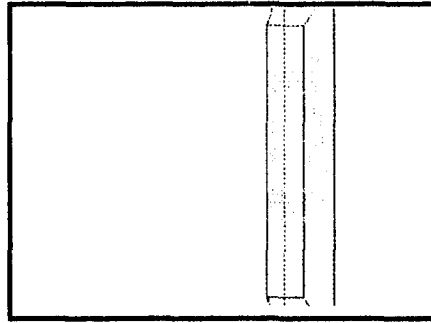
PROGRAMA: SPOT PROMOCIONAL  
DURACIÓN: 110 SEGUNDOS  
FECHA: 10 DE OCTUBRE DE 1996



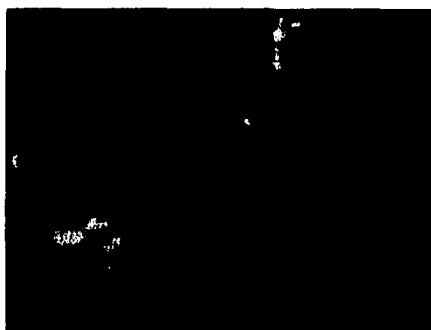
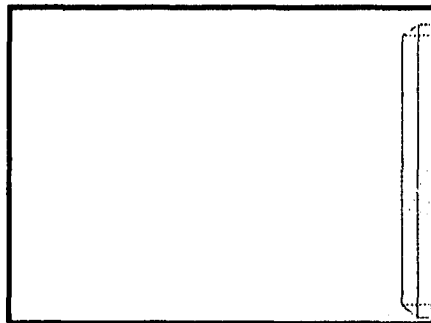
## DESCRIPCION

## IMAGEN

## AUDIO



terminando con un efecto de transición, para dar comienzo al siguiente movimiento.



fotografía digital,

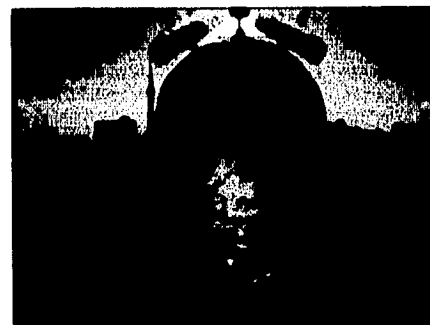
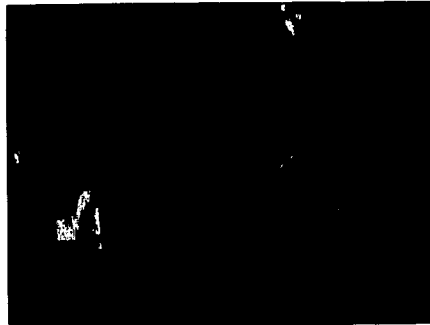
PROGRAMA: SPOT PROMOCIONAL  
DURACIÓN: 110 SEGUNDOS  
FECHA: 10 DE OCTUBRE DE 1996

# CONCEPTO GRÁFICO

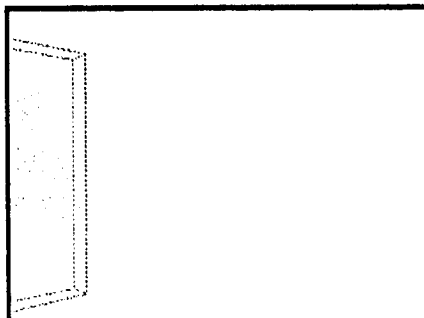
DESCRIPCION

IMAGEN

AUDIO



La letra A con su envoltente rectangular realizará un movimiento en primer plano,



MEZCLA DE LA PISTA MUSICAL ANTERIOR CON EL INICIO DE UNA NUEVA PISTA MUSICAL CON UNA DURACIÓN DE 15 SEGUNDOS.

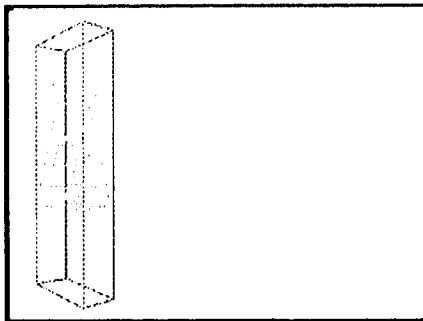


PROGRAMA: SPOT PROMOCIONAL  
DURACIÓN: 110 SEGUNDOS  
FECHA: 10 DE OCTUBRE DE 1996

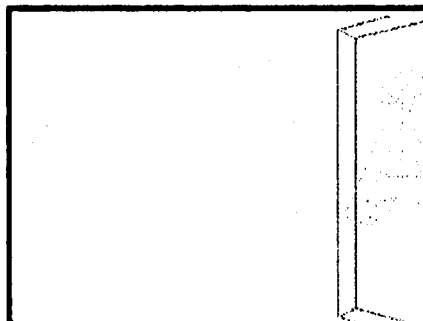
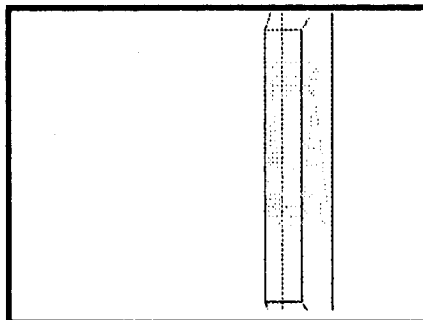
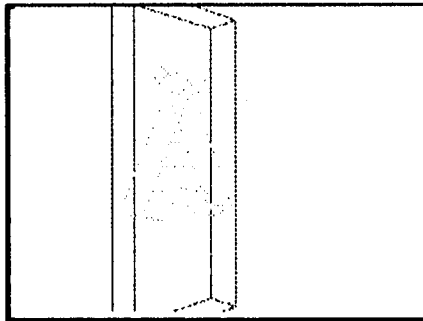


DESCRIPCION	IMAGEN	AUDIO
-------------	--------	-------

girando sobre su propio eje,



al tiempo que realiza un desplazamiento de izquierda a derecha del campo visual,



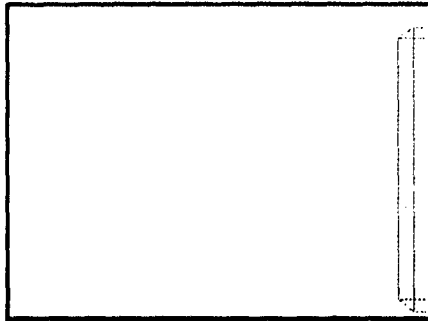
PROGRAMA: SPOT PROMOCIONAL  
DURACIÓN: 110 SEGUNDOS  
FECHA: 10 DE OCTUBRE DE 1966

# CONCEPTO GRÁFICO

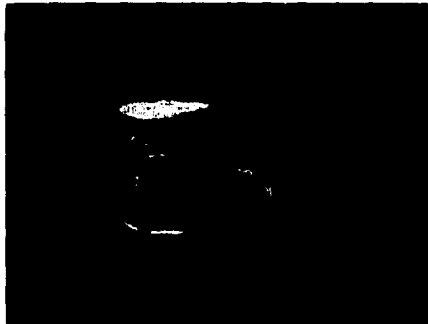
## DESCRIPCION

terminando con un efecto de transición, para dar comienzo al siguiente movimiento.

## IMAGEN



## AUDIO



diseño publicitario, señalización, papelería, diseño de stands para exposiciones,



PROGRAMA: SPOT PROMOCIONAL  
DURACIÓN: 110 SEGUNDOS  
FECHA: 10 DE OCTUBRE DE 1996



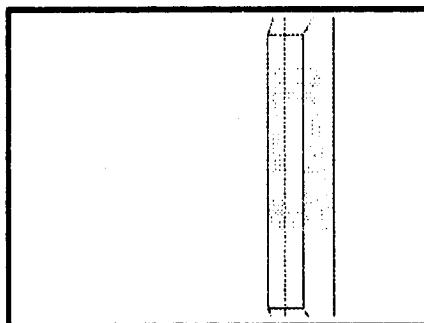
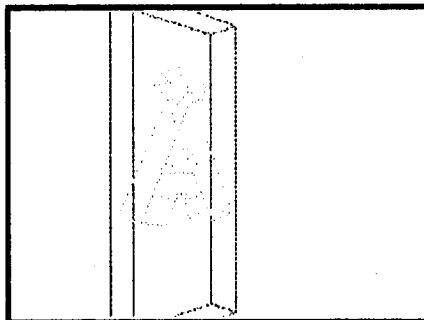
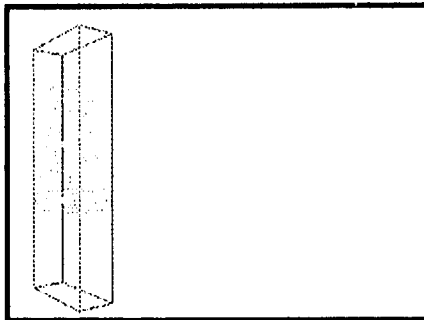
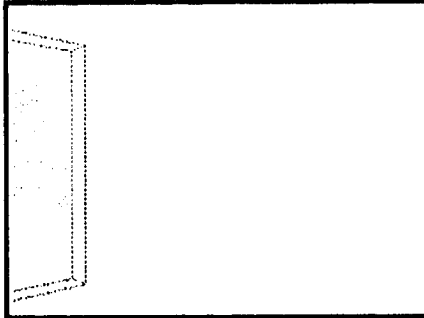
## DESCRIPCION

La letra A con su envoltorio rectangular realizará un movimiento en primer plano,

girando sobre su propio eje,

al tiempo que realiza un desplazamiento de izquierda a derecha del campo visual,

## IMAGEN



## AUDIO

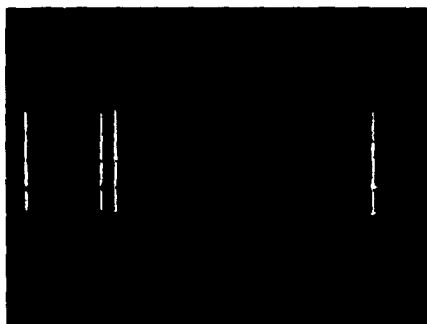
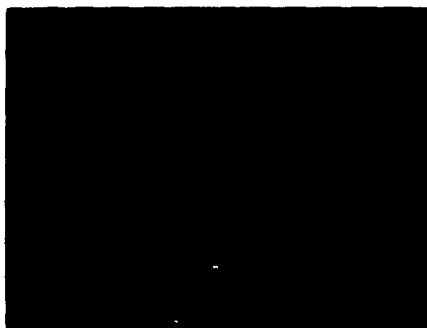
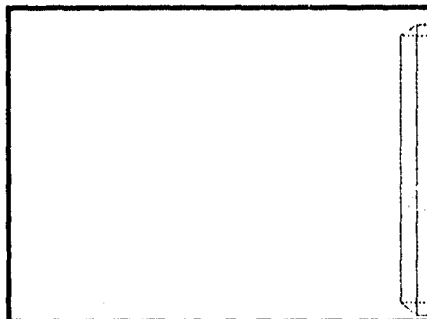
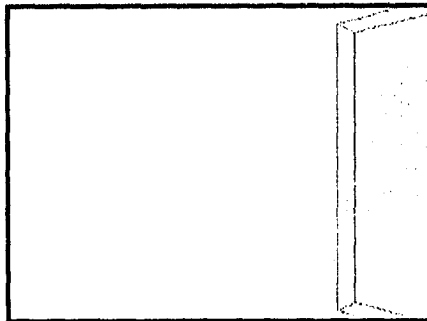
MEZCLA DE PISTAS MUSICALES EN ESTA PARTE DE LA PRESENTACIÓN DE LAS IMÁGENES ESTÁTICAS, TENIENDO UNA DURACIÓN DE 23 SEGUNDOS.

PROGRAMA: SPOT PROMOCIONAL  
DURACIÓN: 110 SEGUNDOS  
FECHA: 10 DE OCTUBRE DE 1996

# CONCEPTO GRÁFICO

DESCRIPCION	IMAGEN	AUDIO
-------------	--------	-------

terminando con un efecto de transición, para dar comienzo al siguiente movimiento.



multimedia, audiovisuales, ilustración, animación 2D y 3D y asesoría en todas las áreas afines al diseño.

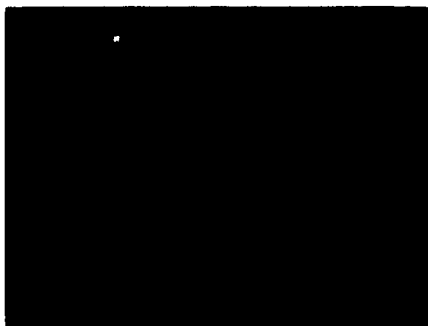
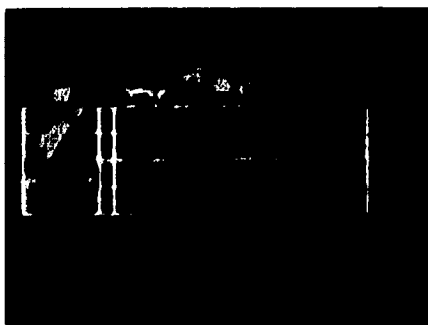
PROGRAMA: SPOT PROMOCIONAL  
DURACIÓN: 110 SEGUNDOS  
FECHA: 10 DE OCTUBRE DE 1996



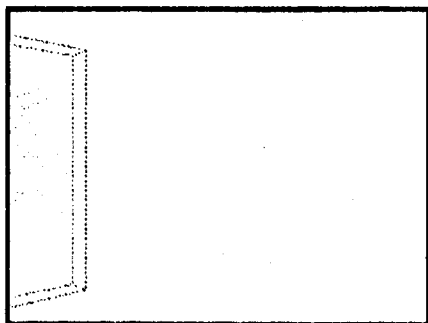
## DESCRIPCION

## IMAGEN

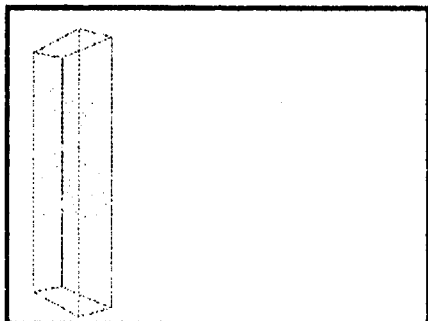
## AUDIO



La letra A con su envolvente rectangular realizará un movimiento en primer plano,



girando sobre su propio eje,



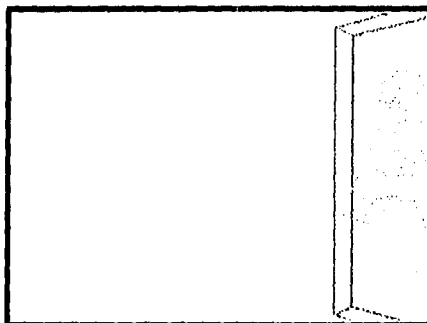
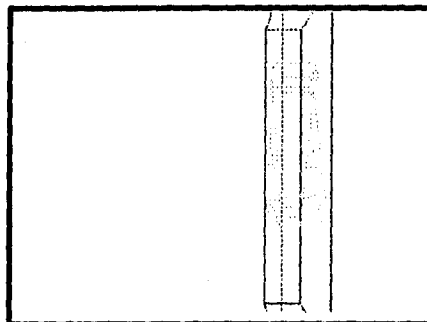
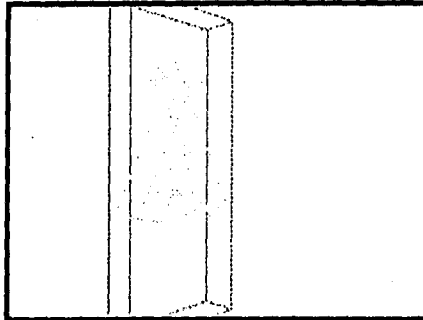
MEZCLA FINAL DE LAS PISTAS MUSICALES PARA LA CONCLUSIÓN DEL SPOT PROMOCIONAL DE CONCEPTO GRÁFICO, TENIENDO UNA DURACIÓN DE UNOS 12 SEGUNDOS.

PROGRAMA: SPOT PROMOCIONAL  
DURACIÓN: 110 SEGUNDOS  
FECHA: 10 DE OCTUBRE DE 1996

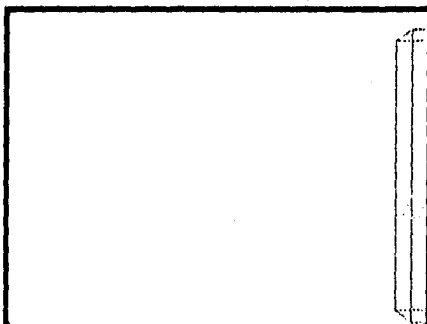
# CONCEPTO GRÁFICO

DESCRIPCION	IMAGEN	AUDIO
-------------	--------	-------

al tiempo que realiza un desplazamiento de izquierda a derecha del campo visual,



terminando con un efecto de transición, para dar comienzo al siguiente movimiento.



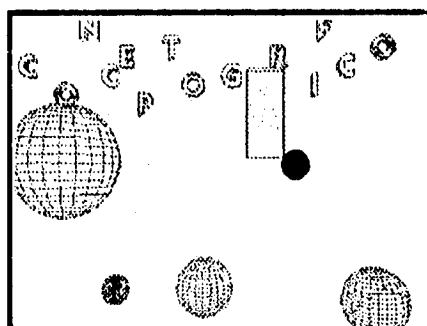
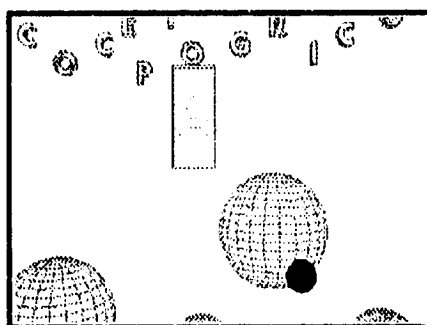
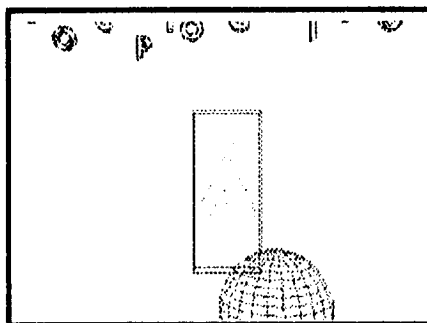
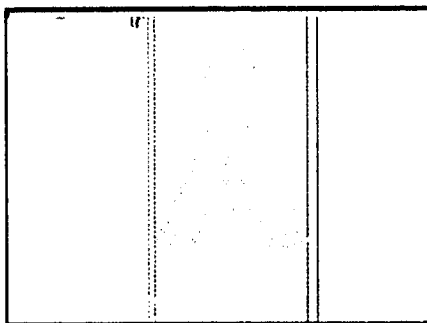
PROGRAMA: SPOT PROMOCIONAL  
DURACIÓN: 110 SEGUNDOS  
FECHA: 10 DE OCTUBRE DE 1996



## DESCRIPCION

Para dar terminación a este spot promocional multimedia, se realizará una defragmentación del logotipo CONCEPTO GRÁFICO,

## IMAGEN



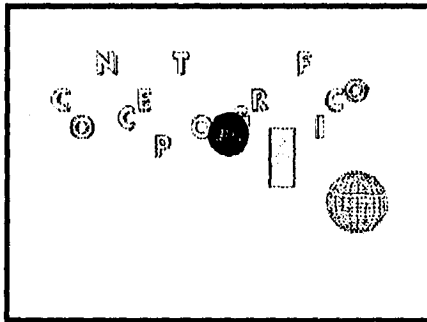
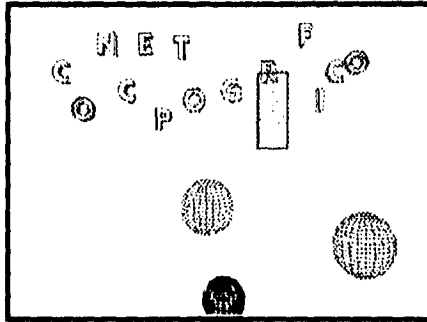
## AUDIO

PROGRAMA: SPOT PROMOCIONAL  
DURACIÓN: 110 SEGUNDOS  
FECHA: 10 DE OCTUBRE DE 1996

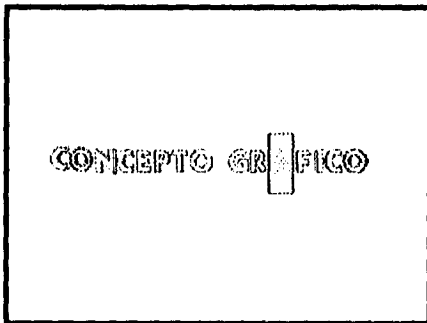
# CONCEPTO GRÁFICO

DESCRIPCION	IMAGEN	AUDIO
-------------	--------	-------

con un desplazamiento del extremo superior de nuestro campo visual hacia la zona central



concluyendo con la construcción del logotipo.





# **CONCLUSIONES**



## Conclusiones

Los medios de comunicación han sido por excelencia un campo fructífero de intercambio de bienes e inmuebles, para cubrir estas necesidades de comunicación, el diseñador ha recurrido a diferentes técnicas y herramientas para una adecuada solución gráfica. En los medios electrónicos de comunicación tenemos entre sus principales representantes al cine y la televisión; estos dos medios siempre han utilizado a la animación con fines comerciales y de entretenimiento.

El diseñador gráfico se desarrolla profesionalmente en: El cine, la televisión, la fotografía y el diseño editorial por mencionar algunos campos. Cada una de estas especialidades siempre han sido determinadas con el que hacer profesional del diseñador.

La animación, ha sido resuelta desde sus inicios con diferentes técnicas, como pueden ser los dibujos animados, la animación de objetos, el trucaje de la cámara y en las últimas décadas la animación por computadora.

Cada uno de los campos profesionales del diseñador han sido invadidos con la llegada de la computadora. La computadora es y será una de las herramientas más importantes para una rápida y precisa solución gráfica.

La realización del spot promocional para Concepto Gráfico, nos llevó a establecer el proceso de aprendizaje, explicado en los medios de comunicación y la aplicación de la animación como un elemento complementario para la solución de una propuesta gráfica.

# **BIBLIOGRAFÍA**

## Bibliografía



*Baroni, Daniele; Diseño Gráfico; España: Barcelona, Folio 1989.*

*Berlo, David Kenneth; El proceso de la comunicación, Introducción a la teoría y a la práctica, Buenos Aires: Ateneo.*

*Carreño González, Salvador; Para un modelo funcionalista de comunicación, Notas "Curso para profesores: Comunicación en el salón de clases" CEFAD. Universidad Anáhuac, México, D.F. 1994.*

*Coma, Javier y Gubern, Román; Los comics en Hollywood, Plaza & Janés, Barcelona, 1988.*

*Culhane, Shamus; Animation from script to screen, St.Martin's Press, New York, 1988.*

*Curiel, Fernando; Mal de Ojo Iniciación a la literatura icónica; México, Universidad Nacional Autónoma de México, 1989.*

*Diferentes autores; The Best New Animation Design; Rockport Publishers, Massachusetts, 1995.*

*Duca, Lo; Historia del cine; Traducida de la quinta edición (1956) por Juan C. Fisner; EUDEBA Editorial Universitaria de Buenos Aires.*

*Ferrer Rodríguez, Eulalio; Comunicación y comunicología.*

*Fiske, John; Introducción al estudio de la comunicación; Editorial Norma.*

*Fleur, M. L.; Teorías de la comunicación de masas; Editorial Paidós.*

*Granados Chapa, Miguel Angel; Examen de la comunicación en México, Ediciones El Caballito.*

*Gubern, Román; Historia del Cine, volumen 1.*

*Halas John y Roger Manvell; La técnica de los dibujos animados; Traducción Elena Torres; Barcelona: Ediciones Omega, 1980.*

*Hayward, Stan; Computers for animation.*

*Heraldson, Donald; Creator of life: a history of animation; 1975.*

*Jennings Simon; Guía del Diseño Gráfico para profesionales; Editorial Trillas, México, 1995.*

*Knoll, Wolfgang y Martin Hechinger; Maquetas de arquitectura técnicas y construcción; México: Gustavo Gili.*



Layboourne, Kit; *The animation book: a complete guide to animated filmmaking from flip-books to sound cartoons*; New York, Crown, c1979.

Levitan, Eli. L; *Handbook of animation Techniques*.

Linares, Marco Julio; *El guión: elementos, formatos y estructuras*; México UAM Unidad Xochimilco, 1983.

Lotman, Yuri M.; *Estética y semiótica del cine*; Colección punto y línea; Gustavo Gili.

Owen, William; *Diseño de revistas*; México: Gustavo Gili, 1991.

Perisic, Zorán; *Los dibujos animados: una guía para aficionados*; Traducido por Ramón Álvarez; Barcelona: Omega, c1979.

Platt, Richard; *El cine*, Altea, Madrid, 1993.

Rawson, Philip; *Diseño*; Madrid: Nerea, 1990.

Raymond, Fielding; *A technological history of Motion Pictures and Television*.

Rhode, Eric; *History of the cinema from its origins to 1970*, Hill and Wang, New York, 1976.

Sadoul, George; *Las maravillas del cine*; Traducción de José de la Colina; Fondo de Cultura Económica, 1960.

Sadoul, George; *Historia del cine mundial desde los orígenes*; México: Siglo XXI editores; 12a. edición, 1991.

Stephenson, Ralph; *Animation in the cinema*.

Swann, Allan; *Bases del Diseño Gráfico*; México: Gustavo Gili.

Swann, Allan; *Como diseñar retículas*; México: Gustavo Gili.

Tietiens, Ed; *Así se hacen películas de dibujos*; Barcelona: Instituto Parramón, 1977.

Vidales Delgado, Ismael; *Teoría de la comunicación: curso básico*; México: Limusa.





*Pantalla No. 17, Verano, 1992, Dirección General de Actividades Cinematográficas de la Coordinación de Difusión Cultural UNAM.*

*En Síntesis, Editada por el Departamento de Síntesis Creativo, CYAD, UAM-Xochimilco, Año 6, No. 20, Primavera, 1995.*

*En Síntesis, Editada por el Departamento de Síntesis Creativo, CYAD, UAM-Xochimilco, No. 17, ESPECIAL DE ANIVERSARIO, Otoño, 1993.*

*MUY Interesante, Año XI, No. 2, Febrero 1994.*

*ANIMATION magazine, Volumen 7, No. 4, Marzo-Abril 1994.*

*ANIMERICA, Anime & Manga, Monthly, Volumen 3, No. 6*

*Cine Premier, Número 19, Abril 1996.*