



Capítulo II

DESARROLLO

CAPITULO II

DESARROLLO

1. BASES TEÓRICAS

1.1. DISEÑO EDITORIAL:

Según Cartier, A. (2010), el diseño editorial es la rama del diseño gráfico que se especializa en la maquetación y composición de distintas publicaciones tales como libros, revistas o periódicos. Incluyendo la realización de la gráfica interior y exterior de los textos, siempre teniendo en cuenta un eje estético ligado al concepto que define a cada publicación y teniendo en cuenta las condiciones de impresión y de recepción.

1.1.1 ELEMENTOS DEL DISEÑO EDITORIAL:

1.1.1.1. DIAGRAMACION

Según la página diagramación teoría (04/06/17), Diagramar es distribuir, organizar los elementos del mensaje bimedia (texto e imagen) en el espacio bidimensional (el papel) mediante criterios de jerarquización

(importancia) buscando funcionalidad del mensaje (fácil lectura) bajo una apariencia estética agradable (aplicación adecuada de tipografías y colores).

1.1.1.2. MAQUETACIÓN

En el diseño editorial la maquetación define el diseño a realizar, y su enfoque define todo un complejo sistema de tendencias como de diseño tales como: Estilo infográfico, art nouveau y pop art, entre muchas otras. Según DSP comunicación López, V. (2016) Para realizar un correcto diseño editorial o maquetación se deben respetar algunos lineamientos, tales como: criterio de diagramación, corrección de estilo, selección de imágenes y tipografía, es por eso que no se debe dejar nada al azar. Es un tema que tiene relación con los principios del diseño: composición, color y concepto tipográfico mezclado de manera armónica.

Según la universidad de Palermo (07/03/2017). compositivamente hablando la referencia directa del concepto MAQUETACIÓN está liada a las proporciones de los elementos de la página, el orden que se les da a los pesos virtuales, la jerarquía con la que se ubican los elementos primero, o después, adelante o atrás, arriba o abajo, full color, blanco y negro, claro, oscuro o resaltado.

Con esta finalidad, el diseñador moderno (maquetador) debe tener entrenamiento y formación en los principios de diseño y no dejar el trabajo de

diagramación al mero simple gusto. Por su parte El ejercicio debe comprender los diferentes aspectos comunicacionales que implica el ordenar en la página los elementos informativos, requiere de conocimientos y experticia profesional para poder transmitir de manera más eficiente el mensaje.

(A) DEFINIR EL DOCUMENTO:

De acuerdo con Parra (1999), antes de empezar a maquetar cualquier tipo de documento, en primer lugar se debe definir cuál será el documento a maquetar. Para definir un documento, lo primero que se debe hacer es definir el área sobre el cual se desarrollara el trabajo, es decir el soporte de este (material).

Existen dos características muy importantes sobre los distintos tipos de soportes (materiales), en este caso se encuentra principalmente el papel, del cual deben tomarse en cuenta dos factores importantes: el primero es el tamaño que la base vaya a poseer y la segunda: la orientación del soporte que se vaya a utilizar a la hora de la elaboración del trabajo. Este puede ser horizontal o vertical y el tamaño puede cambiar entre diversas medidas, desde el media carta, hasta tamaños mayores, como lo son el tabloide o el cuarto de pliego, que estos tamaños están regidos en las medidas "A"(A0, A1, A2, A3...)

(B) LA RETÍCULA COMPOSITIVA:

Todos los trabajos de maquetación, deben llevar una guía a través de una estructura de tamaños fijos. Para ellos se usa, la retícula compositiva, que consiste en una guía en los elementos de la maquetación en papel, con la finalidad de conseguir, un orden y estética, la retícula se subdividen a una vez en superficies bidimensionales y tridimensionales, en campos más pequeños en forma de una reja.

La retícula compositiva, se puede definir como una plantilla, muy útil, cuando se necesita componer un documento con muchas páginas, que tengan un orden que sea claro y legible. De allí que, una retícula impone orden, uniformidad y coherencia. Una página con retícula transmite estructura y una cierta mecánica, frente a algo desordenado, desestructurado o caótico.

(C) MAQUETA BASE, O PÁGINA MAESTRA

Según Foto Nostra (07/03/2017), Son muchas las definiciones que se le pueden dar: página maestra, maqueta base, máster, plantilla, etc. Se habla de la primera página, donde se habla el estilo y todas las características ideadas para la publicación. De este forma, todas las páginas que forman una revista, catalogo o bien un libro, tendrán siempre el mismo estilo y presentación.

(D) DISTRIBUCIÓN DE TEXTO Y LAS IMÁGENES

La distribución que existente entre los espacios y de los diferentes elementos que compone el documento, es una de las tareas más importantes a la hora de maquetar, ya que facilita a la hora de seguir un adecuado recorrido visual de una manera positiva y bien organizada, para así poder lograr un buen manejo de la estructura del contenido de los trabajos.

Habitualmente, se utiliza la antigua práctica de dibujar sobre el papel, es decir, se realizan pequeños bocetos a grandes rasgos y de posibles distribuciones del espacio, hasta llegar a escoger la alternativa más adecuada al diseño.

1.1.1.3. INTERLINEADO

Según Lupita 2 Binfo (07/03/2017), El interlineado es el espacio que determina la cantidad de separación en sentido vertical que existe entre las líneas de texto que se encuentran en un párrafo. El espaciado que se ubica entre los párrafos será el que determinara la cantidad de espacio que abra antes y después de cualquier párrafo.

1.1.1.4. INTERLETRADO

Según tipografía Gonzales (07/03/2017), Es el espacio horizontal entre los signos. Puede referirse al ajuste global del mismo en un texto (tracking), el diseño específico del espacio entre dos signos de una familia (kerning), o la definición de valores mínimos y máximos en la composición de un texto justificado.

1.1.1.5. SANGRÍA

Según CCA (07/03/2017), Se refiere a la instancia entre el margen de la página y el borde derecho o izquierdo del párrafo. Tiene un uso similar al comando margen de la página, pero a diferencia de este, las sangrías se aplican solo a pequeñas cantidades de textos o a párrafos.

1.1.1.6. ESPACIADO Y ESTRUCTURA

Según TARINGA (07/03/2017), Una maquetación se compone de muchos elementos distintos: tipografía, imágenes, líneas, caracteres, espacios. Sin embargo, siempre que se empieza a maquetar, se comienza con un espacio abierto, en blanco. Si consideras los elementos no espaciales como simples objetos geométricos, la maquetación puede descomponerse en la relación entre dichos elementos y el espacio que los rodea. La esencia del diseño gráfico de calidad radica en manejar con éxito esta relación.

ESPACIO EN BLANCO: El área que permanece en blanco en los documentos hacen referencia a un espacio que no está siendo ocupado por ningún tipo de elemento gráfico, en todo caso, el “blanco” está haciendo referencia al papel que establece el documento que queda en blanco y sin ningún componente que permanezca en el área de trabajo.

COMPOSICIÓN: Al maquetar es casi seguro que se cambiarán algunos elementos, por ejemplo, una caja de texto con una imagen y un título. Los productos de estas combinaciones se denominan “formas”. Se deben considerar como la parte positiva de la maquetación y el espacio como la parte negativa. Es una buena manera de empezar a comprender como manipular la relación entre forma y espacio para obtener una buena maqueta.

1.1.1.7. RETÍCULA

De acuerdo con Del Castillo, y Klass, (2002). Todo trabajo en Diseño se debe regir por una estructura previamente estudiada esto permite obtener, claridad, legibilidad, y funcionalidad a la composición, además de facilitar el trabajo creativo. En efecto consiste en dividir el espacio en pequeños módulos, que sirven de guía para la ubicación de los elementos. La finalidad de la retícula es intentar establecer orden donde hay caos; hacer que el

receptor encuentre el material en el lugar esperado y que el diseñador piense de forma constructiva y estructurada.

En líneas generales la retícula es utilizada como elemento editorial para darle a sus contenidos una mejor diagramación y orden para así darle una mejor estructura al trabajo editorial.

(A) TIPOS DE RETÍCULA

Según Vico. (2011) y Zanón. (2007), se tienen cuatro tipos de retícula:

RETÍCULA DE MANUSCRITO: Su estructura es de base rectangular y ocupa la mayor parte de una página este tipo de retícula abarca textos largos y continuos, teniendo una estructura principal (margen y texto) y estructuras secundarias que se definen otros detalles con folio, títulos de capítulo, notas de pie, numeración, entre otros.



Figura#1: Retícula De Manuscrito.
Fuente: González, M. Talavera, E. y Zapata, Y. (2011).

Ajustando los márgenes de manera acertada con este tipo de retícula, se puede lograr transmitir una sensación de calma, tensión simetría, asimetría, entre otros, de lo contrario, el producto final podría transmitir aburrimiento.

RETÍCULA DE COLUMNAS: Se caracterizan por ser muy sensibles. Las columnas pueden depender una de otras o ser independientes teniendo un mismo ancho o por el contrario completamente distinto. Se puede construir una retícula con columnas para el texto principal con sus imágenes y otras columnas de menor tamaño con distintos anchos para los textos secundarios.

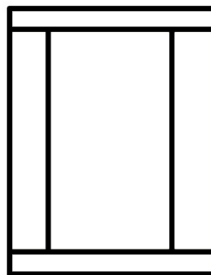


Figura #2: Retícula De Columnas.
Fuente: González, M. Talavera, E. y Zapata, Y. (2011).

RETÍCULA MODULADA: Se caracterizan por ser una retícula de columnas con gran número de líneas de flujo que modulan la propia retícula formando módulos. Este tipo es adecuado para publicaciones que presenten gran número de páginas así como un alto grado de elementos en ella. Es una

retícula práctica que brinda orden, claridad y sencillez a la página, pero no por ello limita la disposición de los elementos que se encuentren en ella.

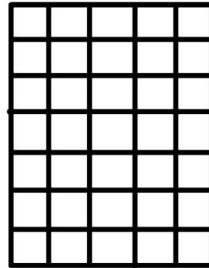


Figura #3: Retícula Modulada.
Elaborado por: González, M. Talavera, E. y Zapata, Y. (2011).

RETÍCULA JERÁRQUICA: Está basada en suposición intuitiva de alineaciones relacionadas a las proporciones de los elementos y se adapta a las necesidades de la información que transmite. Sus columnas son varias; su tamaño modular y sus intervalos tienen diferentes medidas. Es difícil de construir ya que aparentemente es la más incomprensible.

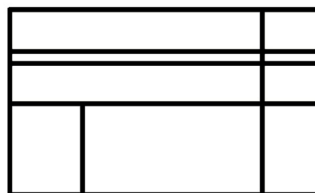


Figura #4: Retícula Jerárquica.
Elaborado por: González, M. Talavera, E. y Zapata, Y. (2011).

1.2. CLASIFICACIÓN DE LOS DISTINTOS TIPOS DE DISEÑO EDITORIAL:

1.2.1. FOLLETO

Según la Real Academia Española, (20/05/2012). Un folleto es un impreso de papel con escasas hojas, que sirve como instrumento divulgativo o publicitario. En marketing, el folleto es una forma sencilla de dar publicidad a una compañía, producto o servicio. Su forma de distribución es normalmente variada: situándolo en el propio punto de venta, mediante envío por correo o buzoneo, o incluyéndolo dentro de la publicación de venta o entre otras cosas.

1.2.2. DIARIO

De acuerdo con El Cuaderno De Bitácora (06/03/2017) un periódico (o diario) es un documento que presenta en orden cronológico o temático un cierto número de informaciones y comentarios sobre los sucesos ocurridos o previsibles durante un periodo dado (generalmente una jornada o una sucesión de jornadas, de ahí precisamente el nombre del diario). Por extensión, un diario también designa una publicación (impresa) que agrupa y presenta cierto número de artículos sobre los sucesos y las actualidades del día.

1.2.3. LIBRO

La definición de la RAE (2001) presenta en referencia al libro es “conjunto de muchas hojas de papel u otro material semejante que, encuadernadas, forman un volumen. Obras científicas, literarias o de cualquier otra índole con extensión suficiente para formar volumen que pueda parecer impresa o en otros soportes.” Por otro lado, el diccionario de bibliología Martínez de Sousa J. lo define como “Reunión de hojas de papel, papiro, pergamino, vitela u otra materia escriptórea, manuscritas o impresas, reunidas en el lomo por medio de cosido, encolado, anillado, entre otros, con cubierta de madera, cartón, cartoncillo, pergamino, cartulina, papel u otro material, formando un volumen.

Según lo afirma Laura (2010). “El libro fue creado por el deseo, innato de todo ser racional, de proclamar sus sentimientos, sus invenciones y progresos, así transmitirlos a los descendientes”.

1.2.4. AFICHE

Según la página Creación Literaria (07/03/2017) Es un texto a través del cual se difunde un mensaje o una campaña publicitaria con la intención de promover un servicio o producto, o bien para invitar a participar en algo o

actuar de cierta forma. El objetivo es convencer al lector a adquirir el bien o servicio.

1.3. ENCARTADO

Los encartados son una pieza de comunicación impresa habitualmente con mensajes publicitarios, que se insertan de forma móvil o fija en periódicos o revistas. Bridgewater, (1992). Por otro lado, El encartado, según lo hacer referente guía impresas (14/03/2017). Es una de las técnicas más utilizadas dentro del rubro de la publicidad, tanto a nivel gráfico como en medios electrónicos, que han ganado mucha trascendencia en el último tiempo. En pocas palabras, el encartado permite 'introducir' o 'anexar' un folleto, o también una hoja, de nivel publicitario, en una edición como una revista o un diario, por ejemplo, ya sea en un medio escrito como también en un medio electrónico, como antes decíamos, aunque utilizando algunas otras técnicas.

1.3.1. TIPOS DE ENCARTADOS

1.3.1.1. ENCARTADOS IMPRESOS

El encartado puede constituir una publicación dentro de otra si se concibe como folleto o revista publicitaria con varias páginas. También puede

consistir en una hoja suelta o formar parte de la revista o periódico si tan solo cambia el formato, material y se incluye grapado al mismo. Muchos encartados se diseñan en cartón o cartulina para maximizar su impacto publicitario y en ocasiones se aprovechan para incluir muestras de producto (muy habitual en el sector de perfumería y cosmética). En cualquier caso, su función es la de llamar la atención del lector, al que le resalta al pasar las páginas, por lo que tiene una tarifa más cara que la de un anuncio tradicional.

1.3.1.2. ENCARTE PARA REVISTA

LAS BANDAS DE FRAGANCIAS: Según Arens. (2000). Se convirtieron en las herramientas favoritas de los anunciantes de esos productos. Con las bandas (scentstrips). Los lectores muestrean una fragancia abriendo una inserción sellada oblada en la revista.

LAS BANDAS DE COLORES: Según Arens. (2000). Los fabricantes de cosméticos insertan muestras en estas bandas de colores para sombras de ojos, rubor, lápiz labial y otros elementos del maquillaje que las lectoras pueden probar de inmediato. Cuesta mucho producir las bandas, pero algunos anunciantes piensan que valen la pena.

ANUNCIOS SOBRESALIDOS (POP-UP): Según Arens. (2000). Este tipo de anuncio es un atractivo al público, ya que le permite interactuar un poco con la publicidad, son despletables que al abrir las revistas, ellos se entrelazan formando lo que el anunciante desea transmitir a los lectores.

ANUNCIOS EN TERCERA DIMENSIÓN (JUNTO CON LOS ANTEOJOS PARA VERLOS): Según Arens. (2000). Las muestras de productos (toallas, faciales y de papel), las formas y tamaños tan originales de las inserciones pre impresas.

1.3.1.3. ENCARTADO PARA PERIÓDICO:

Según Arens. (2000). Como en las revistas, también en los periódicos publican inserciones pre impresas (encartes). El anunciante las imprime y luego las envía a la planta de periódico, para que los incluyan en una edición determinada. Los tamaños de las inserciones abarcan desde la página normal del periódico, hasta una doble postal

Entre los formatos figuran las siguientes: catálogos, folletos, materiales para contestar la correspondencia, tarjetas de presentación de distintos anunciantes y cupones perforados que sean llamativos. Las tiendas, las distribuidoras automotrices y los anunciantes nacionales más importantes, son algunos de los anunciantes que logran mayores ahorros

distribuyendo sus circulares en esta forma, que enviándolos o entregándolos de puerta en puerta.

1.3.1.4. ENCARTADO ELECTRÓNICO

En los medios electrónicos también se habla de encarte cuando la publicación añade un elemento electrónico suplementario junto al número publicado. Por ejemplo, la revista electrónica *Troll_2.0*, título bajo el que se publica la segunda época de la revista *Troll*, incluye un encarte en formato electrónico con cada número mensualmente publicado. *Troll_2.0* ofrece de este modo cada uno de los antiguos números de *Troll* (publicados entre 1986 y 1990) bajo la forma de un archivo escaneado en PDF, encarte ofrecido junto a cada uno de sus números mensuales. Según lo dice la Revista Troll 2.0. (07/03/2017)

1.3.1.5. ENCARTADO FOTOGRÁFICO

Según Berger. (1969). Los fotógrafos comerciales realizan fotos que se utilizan en anuncios como ilustraciones en libros, revistas, diarios y otras publicaciones. Con el fin de lograr que sus imágenes resulten atractivas para el receptor y se utilicen una amplia gama de sofisticadas técnicas en el área que se vaya a implementar.

Esta clase de imágenes ha tenido un fuerte impacto cultural debido a la manera en la que estas transmiten distintos mensajes a las personas y querer transmitirles diferentes sensaciones mostrando algunas imágenes capturadas. La fotografía comercial y publicitaria ha representado también un gran impulso a la industria gráfica, junto con los avances en las técnicas de reproducción fotográfica.

1.4. TIPOGRAFÍA

Se entiende por tipografía, al tipo de letra utilizada en el diseño, Samara, T.(2009) afirma que los caracteres tipográficos llevan mensajes más allá de lo representado, los cuales varían según su forma y detalles. Los diseñadores suelen dirigirse a grupos selectos de la población y la elección de la tipografía, como parte del proceso de la comunicación, puede construir una parte eficaz para conectar con determinado grupo.

De acuerdo con Slideshare (07/03/2017) la tipografía es un elemento poderoso que se utiliza en su totalidad en la comunicación visual. Una correcta y adecuada fuente seleccionada puede transmitir una gran variedad de distintas sensaciones con lo son la elegancia e informalidad, lo antiguo o contemporáneo, jovial y serio entre muchas otras ideas, así mismo, la forma en que se utiliza en la tipografía, su tamaño, peso, color, textura, inclinación, el negativo, son también influyentes al momento de que se quiera transmitir

un mensaje de manera concreta y adecuada. Es por esto que en el diseño de página era más fuerte en la medida en que se creen contrastes entre los distintos elementos tipográficos con el fondo.

1.4.1. FUENTE TIPOGRAFÍA

Una fuente es un grupo específico de caracteres que están diseñados para trabajar en conjunto. A las fuentes también se les conoce como tipografías. Según Tsoi. (2007). Se observa también, que la fuente es el medio físico utilizado para crear un tipo de letra, por ejemplo, una máquina de escribir, un estarcido, las matrices de imprenta o un código postscript. Ambrose y Harris.

1.5. FUENTE BIBLIOGRÁFICA

Según ecured (07/03/2017). Son documentos que suministran algún tipo de información, en determinado momento, constituyendo elementos fundamentales para responder una necesidad de usuarios, libros, monografías, artículos de revista, capítulos de libros, bases de datos, otras bibliotecas, datos legibles por computadoras o persona, ya sea dentro o fuera de la biblioteca.

Para ello las fuentes bibliográficas dan a conocer el lugar, sitio web, o libro donde sacaste la información, aportándoles página exacta de donde es

recopilada. Por su parte las fuentes bibliográficas se clasifican en dos categorías:

FUENTE PRIMARIA: Material de primera mano relativo a un fenómeno que se desea investigar en el caso de la historiografía, el material que en su tiempo ha servido para construir la historia.

FUENTE SECUNDARIA: Texto basado en fuentes primarias, que implica un tratamiento: generalización, análisis, síntesis, interpretación o evaluación. En la historiografía, son aquellos documentos que no fueron escritos contemporáneamente a los sucesos estudiados.

FUENTE TERCIARIA: Selección y recopilación de fuentes primarias y secundarias, ejemplo: bibliografías, catálogos de biblioteca, directorios, listas de lecturas y artículos sobre encuestas.

1.6. CONCEPTO GRÁFICO

Según defharo (27/03/2017). El concepto grafico es la idea o pensamiento subyacente de un diseño gráfico que este está referido a cualquier trabajo de mercadotecnia, donde se intenta expresar de cierta manera con imágenes dicha ideas.

Expresa por otra parte, Calvero (2011) que el concepto gráfico se obtiene al momento en el que la relación que existente entre la imagen y el texto se equilibran. Para ello debe tenerse en cuenta la calidad y la tipología de los mismos, así como también la relación semántica que establecen entre sí para que estos den como resultado que se complementen estos elementos gráficos.

1.6.1. FORMATO

Los formatos de papel se conocen como “DIN” o “ISO” los mismos nace en Alemania en 1922 según como lo afirma Ghinaglia, (2007), el nombre “DIN” responde a las siglas del instituto alemán Deutsches Institut für Normung. Posteriormente, esa estandarización paso a estar tutelada por la ISO, por lo que su prefijo cambio a “ISO”. En la actualidad es más usual denominarlo sin prefijo alguno “A4”, “A3”.

Según Sánchez. (2011) Muestra y explica la utilización de todos los formatos de papel existente y su clasificación. La serie A de los formatos de papel estandarizados está pensada para uso general como papel de escritorio (fotocopias, escritura, dibujo, etc.). al mismo tiempo la serie básica de tamaños de papel que el usuario recibe se basa como las demás series estandarizadas por la ISO, en el mismo métrico decimal. Aun cuando el

formato más usado de esta serie es el A4, la serie se basa en el formato A0 el cual equivale a un metro cuadrado de papel.

Al momento de elegir un formato de papel a utilizar para un determinado producto editorial tal como nos dice anarella. (2011) se debe analizar cual formato sería el más conveniente de manera tal que pueda evitarse el desperdicio del mismo, así como también se debe tener en cuenta los márgenes de seguridad para el refilado final.

1.6.2. PÁRRAFOS

Según Hermann, (1993). Es una unidad de discurso en texto escrito que expresa una idea o un argumento. Está integrado por un conjunto de oraciones que se encuentran relacionadas entre sí por el tema que trata y por su organización lógica y significado. En tipografía y en otros usos, el comienzo del párrafo es indicado por diversos medios como una línea en blanco antes o una sangría en la primera línea. En el cuerpo del texto, los párrafos se distinguen ya sean con una sangría en la primera línea de cada uno (párrafo ordinario), que es el método tradicional ya sea con un blanco entre ellos.

1.6.3. COLUMNAS

Según h2e (07/03/2017). Es una estructura vertical que contiene texto en una página. La página puede estar formada por una o varias columnas,

que varieran su anchura en función de los elementos presentados y de los caracteres que contenga. De modo que una doble página puede contener un texto extenso que ocupe de manera continua dos páginas o puede estar formada por varios textos breves y sin relación entre ellos.

El uso de columnas crea de manera automática un medianil o espacio entre columnas. El diseñador web tiene la oportunidad de controlar el tamaño del medianil, ampliándolo o reduciéndolo, lo que permitirá una fácil lectura del texto. Si el medianil utilizado es excesivo, parecerá que los textos de las columnas no tienen relación. Será más complicado que el lector pase de leer una columna a la siguiente, ya que podrá considerarlos textos independientes. Por otra parte, si el medianil es suficiente, parecerá que el texto de una columna se pega sobre el texto de la siguiente. De manera que, el lector pueda saltar de una columna a otra al no tener claro donde concluye la columna.

1.6.4. VIÑETAS

Según el diccionario oficial de la Real Academia Española (RAE) se le llama viñeta a dos tipos de elementos gráficos: Según el DRAE Es un “dibujo o estampa que se coloca para adorno en el principio o el fin de los libros, y en algunas veces en los contornos de las plantas”.

También se podría llamar viñeta, de modo impropio, a lo que tradicionalmente se ha llamado topo o bolo, es decir, pequeños elementos gráficos usados principalmente para utilizar los elementos para las enumeraciones (como •).

1.6.5. SOPORTE

Un soporte es el medio en el cual se imprimen distintos elementos para que estos puedan ser visualizados de forma física y salgan del entorno de una pantalla (digital). El soporte que se utiliza para esto puede ser variado; dentro de estos se encuentran el papel y el cartón que son los principales en el área de impresión y son los más utilizados.

1.6.5.1. TIPOS DE SOPORTE

El papel de cata, originalmente, este nombre inglés se daba al papel que se utilizaba para la impresión de acciones (bonds) y que precisaba lo que en aquel momento era de una cierta calidad. Actualmente, es equivalente a lo que se denomina “papel offset”, cuya calidad permite una impresión con bordes definidos pero que no lleva ningún recubrimiento (estucado).

(A) PAPEL (BOND)

“el papel es un sustrato producido por medios mecánicos tales como lo menciona, con compuestos orgánicos (celulosa, bagazo de azúcar, o algodón entre otros

(B) CARTULINA

Esta hecho de cartón mate y es utilizado para cubiertas (Ghinaglia 2007).

(C) CARTON

Según Perez Porto, (2016) Es un material formado por varias capas de papel superpuestas, a base de fibra virgen o de papel reciclado. El cartón es más grueso, duro y resístete que el papel.

(D) GLASSE

Es un papel barnizado que presenta un acabado muy brillante que se aplica durante el prensado con un tambor de metal caliente y pulido, también, es utilizado para impresiones a color de alta calidad.

(E) ACETATO

Según Perez, P. y Gardey, A. (2009). Consiste en un material transparente que se emplea en la industria gráfica y se destina a la fabricación de películas fotográfica y, en forma de láminas como soporte de impresión en las artes gráficas.

1.6.6. DISEÑO

Como lo menciona Proenza Segura, (1999). Conceptualiza el diseño, como un proceso de creación visual con un propósito específico, práctico; es la esencia visual de un mensaje o producto. Un buen diseño reúne la mejor forma para que ese mensaje o producto sea conformado, fabricado, utilizado, y relacionado con su ambiente, por lo que el diseño no es solo estético solo también funcional.

1.6.7. COLOR

De acuerdo con Zelaski (2001), es una percepción visual que se genera en el cerebro de los humanos y otras especies el interpretar las señales nerviosas que le envían los foto receptores en la retina del ojo, que a su vez interpretan y distinguen las distintas longitudes de ondas que captan de la parte visible del espectro electromagnético (la luz).

Por otro lado, según webusable (03/03/2017). Esta síntesis abarca la física del color (que esta implica el sistema fisiológico ojo-cerebro), la producción de significados en lo que juega, de manera relativa, la psicología del color. El análisis que presentan es, naturalmente de carácter semiótica tratándose de un lenguaje muy particular: El de las aplicaciones del color en la comunicación gráfica.

Donde cada elemento representado tiene su propio color que lo identifica. El cielo, las hojas entre otras, pero el conjunto posee una atmosfera, una tonalidad o una expresividad que está por encima de los colores particulares de las cosas y vincula las imágenes a sentimientos y emociones.

El color según lo afirma Newton, (1931) es una sensación que se produce en respuestas a una estimulación nerviosa del que causaba por la longitud de otro luminosa el ojo humano interpreta coles diferentes dependiendo de la distancia longitudinales, de acuerdo con ello While (2003) afirma que el coloren el diseño como color es un elemento más como la de tipo gráfica el espaciado, la tipografía usarlo inteligentemente es más que colocarlo.

1.7. FOTOGRAFÍA

Según Prescio (2011) la fotografía se define como el arte y la ciencia de fijar imágenes a través de ciertos procedimientos que mediante estos,

permiten que ellas se revelen y fijen en un soporte sensible a la luz; estas imágenes pueden ser reveladas en los valores blanco y negro y a color.

1.7.1 ELEMENTOS DE LA FOTOGRAFÍA

Dentro de la fotografía tenemos como elementos el encuadre, los planos, ángulos y la iluminación, a su vez los diferentes tipos de los ya mencionados, los cuales determinan el resultado final de la imagen plasmada.

1.7.1.1. ENCUADRE

“El encuadre de una fotografía es un punto muy importante para realizarla, debemos seleccionar un buen encuadre para realizar una muy buena fotografía”. De Franco. (2011)

Por lo general cuando se realiza una fotografía se realizan dos tipos de encuadres básicos; el encuadre vertical y el encuadre horizontal. Este último es el más utilizado en todas las fotografías principalmente para hacer fotos de paisajes debido a que este encuadre deja la sensación de amplitud y serenidad en la fotografía.

En cuanto al vertical, muchas veces se obvia el mismo simplemente porque las cámaras ya se presentan en horizontal. Con este encuadre se obtiene más fuerza a la fotografía.

1.7.1.2. ANGULOS FOTOGRÁFICOS

Lucas. (2010) Clasifica el Angulo fotográfico en cinco y los determina como una clave importante en la fotografía.

ÁNGULO NORMAL: Como su nombre lo indica, este es el Angulo habitual con el que se fotografía; se caracteriza por establecer una línea entre cámara y objeto fotografiado paralela al suelo.

ÁNGULO PICADO: Este ángulo se produce cuando la cámara se sitúa en un plano superior al objeto que quiere ser fotografiado. Esta posición superior también conlleva a una situación de inferioridad, vulnerabilidad o debilidad del objeto dentro de la fotografía.

ÁNGULO CENITAL: Esto es cuando la ubicación de la cámara con respecto al objeto a fotografiar es de extrema superioridad hasta el punto de situarse en la perpendicular al suelo por encima del sujeto fotografiado, entonces se refiere a ángulo cenital.

ÁNGULO CONTRAPICADO: Se consigue al colocar la cámara en una posición inferior al objeto a fotografiar. Con este tipo de ángulo se le añade al objeto fotografiado una mayor importancia, superioridad, majestuosidad, y sobre todo, de una posición dominante frente al observador.

ÁNGULO NADIR: Si la situación de inferioridad de la cámara frente al objeto se lleva al extremo, se obtiene el denominado ángulo nadir. La cámara se sitúa prácticamente en la perpendicular que une el objeto fotografiado y el cielo.

1.7.1.3. PLANOS FOTOGRÁFICOS

Existen siete campos en el plano de la fotografía según planea Rodríguez. (2008), los cuales se presentan a continuación:

PLANO GENERAL: Es el plano que se obtiene siempre y cuando el cuerpo aparece completamente, desde los pies hasta la cabeza.



Figura #5: Plano General
Fuente: Alvarado, Pozzolungo (2017)

PLANO AMERICANO: En este plano abarca a partir de las rodillas hasta la cabeza de la persona fotografiada.



Figura #6: Plano Americano
Fuente: Alvarado, Pozzolungo (2017)

PLANO MEDIO: El plano medio se obtiene a partir de la cintura, recogiendo la línea del corte entre el ombligo hasta casi la entrepierna. Si el protagonista se encuentra sentado, se fotografía a partir de la mitad del muslo.



Figura #7: Plano Medio
Fuente: Alvarado, Pozzolungo (2017)

PLANO MEDIO-CORTO: Se conoce como plano de busto o primer plano mayor el cual recoge el cuerpo desde la cabeza hasta la mitad del pecho.

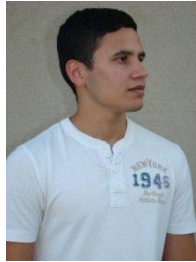


Figura #8: Plano Medio-Corto
Fuente: Alvarado, Pozzolungo (2017)

PRIMERÍSIMO PRIMER PLANO: Se delimita el rostro entre plano desde la base del mentón hasta la punta de la cabeza.



Figura #9: Primerísimo Primer Plano
Fuente: Alvarado, Pozzolungo (2017)

PLANO DE DETALLE: En este último plano se abarca una pequeña parte del cuerpo que no necesariamente debe estar relacionada con el rostro.



Figura #10: Plano De Detalle
Fuente: Alvarado, Pozzolungo (2017)

1.7.1.4. ILUMINACIÓN

La luz es un elemento de gran importancia dentro de la fotografía según Langford (2001) esta se utiliza para ambientar para hacer captar la atención en algunas zonas para modificar las formas o para modificar las texturas.

La luz determina si un objeto quede registrado o no dentro de la fotografía, a su vez, dependerá de su calidad y dirección al aspecto que ofrezca por lo anterior plantado es necesario tener en cuenta el conocimiento sobre él como la luz incide sobre los objetos que se encuentran alrededor.

Existe la luz natural (proveniente del sol) y la luz artificial la cual viene dada por fuentes lumínicas creadas por el hombre. Su intensidad puede variar dependiendo de su origen. Según Precsio (2011) se tiene:

LUZ DURA: Esta luz da sombras de contornos rígidos y bien marcados. Cuanto menor (más puntual) sea la fuente lumínica y más este alejada del motivo mayor dureza tendrá las sombras. Este tipo de luz resalta la textura, las formas y produce colores vivos.

LUZ SEMIDIFUSA: Cuanto más grande es la fuente lumínica y más próxima está el motivo, más suave es la calidad de la luz. Las sombras son presentadas claramente pero con bordes no tan nítidos.

LUZ DISPERSA: Cuando la fuente luminosa difunde la luz a través de una pantalla (como el sol que atraviesa una nube ligera) los rayos se dispersan generando sombras con borde menos definidos.

LUZ SUAVE: La luz suave, muy difusa, apenas arroja sombras. Cuanto más cerca este del motivo, la fuente lumínica, más difusa será la luz. Este tipo de luz genera un modelado más suave haciendo que el volumen sea el protagonista de la composición pero perdiendo calidad en las texturas.

LUZ DIFUSA: La luz totalmente difusa (como el sol cuando el cielo está cubierto) alcanza el motivo desde todas las direcciones. Todas las zonas reciben algo de luz revelando gran cantidad de detalles, aunque apenas hay sombras y la calidad de las texturas es muy pobre.

1.8. ESCULTURAS

Según Sureda, J. (1988). La escultura es el arte de modelar el barro, tallar en piedra, madera u otros materiales. También se denomina escultura a la obra elaborada por un escultor. Desde tiempos remotos el hombre ha tenido la necesidad de esculpir. Al principio lo hizo con los materiales más simples y que tenía más a mano: piedra, arcilla y madera.

1.8.1. TIPOS DE ESCULTURAS

ESTATUA BULTO REDONDO: Pese a que en la escultura egipcia ya hay algunos elementos en bulto redondo, realmente este estilo escultórico ha sido intermitente y ha tenido grandes épocas de auge y otras de rechazo total.

Según totenart (07/03/2017). Se incluye que en la escultura exacta es evolución del medio bulto, pero ha tenido que evolucionar cada vez que se ha cambiado de técnica o procedimiento para la escultura. Por ello prácticamente en todos los estilos y movimientos artísticos encontraremos y

primer periodo adosado a una superficie o edificio y a otro posterior donde la figura es al aire. En la actualidad se busca que la escultura exenta no tenga un único punto de vista, aun teniendo una posición preferente a de expresar y tener intencionalidad en el resto de sus perspectivas.

BAJORRELIEVE: Según el Diccionario práctico del estudiante es el arte relieve cuyas figura resalta un poco del plano. Es una técnica escultórica para hacer imágenes en muros que conseguimos remarcando los bordes del dibujo, habiendo que la escultura sobresalga el fondo y haga un efecto tridimensional.

Esta técnica fue creada en el antiguo Egipto, cuando un experto artista, procedió a dibujar el perímetro de la figura y los rasgos principales, incluso jeroglíficos que describían la escena; cuando el contorno estaba rebajado y tallado en el interior de las figuras, se pintaba todo el conjunto en vivos colores.

Según La Historia del arte en imágenes (07/03/2017). Cabe destacar que también se denominaba bajo relieve a las figuras que representaban levemente de plano general, que podían estar talladas en madera o realizadas en los trabajos de troquelas en monedas.

BUSTO: escultura o pintura de a cabeza y la parte superior del tórax.

(Diccionario practico del estudiante, p. 96).

TORSO: Según wikimedia foundation (07/03/2017). Es la representación escultórica de un tronco humano, es decir, sin cabeza y miembros.

ESCULTURA CINÉTICA: instauradas por Calder, artista que renunció a los ritmos estáticos de la escultura tradicional y postuló, en cambio, los ritmos cinéticos como forma básica de percepción del tiempo real. De este modo, realiza obras de “cuatro” dimensiones, porque al largo, ancho y alto, agrega la variable del tiempo, ya que las esculturas cinéticas se mueven por medio de motores o fuerzas naturales (viento).

Según portal de arte (07/03/2017). Dentro del arte cinético, se oponen también a los que utilizan luces o solo pintura, para crear ilusiones, ya que su interés está abocado al movimiento real espacial, que hace perceptible las modificaciones completas de la obra.

2. BASES LEGALES:

Según Villafranca (2002) “Las bases legales no son más que leyes que sustentan de forma legal el desarrollo del proyecto” explica que las bases legales “son leyes, reglamentos y normas necesarias en algunas investigaciones cuyo tema así lo amerite”. En líneas generales, es de manera indispensable que un diseñador posea conocimiento del marco legal que se

encuentra en el entorno en el que este vaya a emprender alguna labor profesionalmente, y pueda hacer uso de estos artículos en caso de que este conozca alguna violación de estos hacia sus trabajos o de otros.

SECCIÓN PRIMERA, DE LAS OBRAS DEL INGENIO

Artículo 1º: Las disposiciones de esta Ley protegen los derechos de los autores sobre todas las obras del ingenio de carácter creador, ya sean de índole literaria, científica o artística, cualesquiera sea su género, forma de expresión, mérito o destino. Los derechos reconocidos en esta Ley son independientes de la propiedad del objeto material en el cual esté incorporada la obra y no están sometidos al cumplimiento de ninguna formalidad. Quedan también protegidos los derechos conexos a que se refiere el Título IV de esta Ley.

Artículo 2º: Se consideran comprendidas entre las obras del ingenio a que se refiere el artículo anterior, especialmente las siguientes: los libros, folletos y otros escritos literarios, artísticos y científicos, incluidos los programas de computación, así como su documentación técnica y manuales de uso; las conferencias, alocuciones, sermones y otras obras de la misma naturaleza; las obras dramáticas o dramático-musicales, las obras coreográficas y pantomímicas cuyo movimiento escénico se haya fijado por escrito o en otra

forma; las composiciones musicales con o sin palabras; las obras cinematográficas y demás obras audiovisuales expresadas por cualquier procedimiento; las obras de dibujo, pintura, arquitectura, grabado o litografía; las obras de arte aplicado, que no sean meros modelos y dibujos industriales; las ilustraciones y cartas geográficas; los planos, obras plásticas y croquis relativos a la geografía, a la topografía, a la arquitectura o a las ciencias; y, en fin, toda producción literaria, científica o artística susceptible de ser divulgada o publicada por cualquier medio o procedimiento.

SECCIÓN SEGUNDA, DE LOS AUTORES

Artículo 5º: El autor de una obra del ingenio tiene por el solo hecho de su creación un derecho sobre la obra que comprende, a su vez, los derechos de orden moral y patrimonial determinados en esta Ley. Los derechos de orden moral son inalienables, inembargables, irrenunciables e imprescriptibles. El derecho de autor sobre las traducciones y demás obras indicadas en el artículo 3º puede existir aun cuando las obras originales no estén ya protegidas por esta Ley o se trate de los textos a que se refiere el artículo 4º; pero no entraña ningún derecho exclusivo sobre dichas obras ya originales o textos.

Artículo 6º: Se considera creada la obra, independientemente de su divulgación o publicación, por el solo hecho de la realización del pensamiento

del autor, aunque la obra sea inconclusa. La obra se estima divulgada cuando se ha hecho accesible al público por cualquier medio o procedimiento. Se entiende por obra publicada la que ha sido reproducida en forma material y puesta a disposición del público en un número de ejemplares suficientes para que se tome conocimiento de ella.

Artículo 7º: Sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 104, se presume, salvo prueba en contrario, que es autor de la obra la persona cuyo nombre aparece indicado como tal en la obra de la manera acostumbrada o, en su caso, la persona que es anunciada como autor en la comunicación de la misma. A los efectos de la disposición anterior se equipara a la indicación del nombre, el empleo de un seudónimo o de cualquier signo que no deje lugar a dudas sobre la identidad de la persona que se presenta como autor de la obra.

CONSTITUCIÓN NACIONAL DE VENEZUELA

Artículo 98º: La creación cultural es libre. Esta libertad comprende el derecho a la inversión, producción y divulgación de la obra creativa, científica, tecnológica y humanística, incluyendo la protección legal de los derechos del autor o de la autora sobre sus obras. El Estado reconocerá y protegerá la propiedad intelectual sobre las obras científicas, literarias y artísticas, invenciones, innovaciones, denominaciones, patentes, marcas y lemas de acuerdo con las condiciones y excepciones que establezcan la ley y los

tratados internacionales suscritos y ratificados por la República en esta materia.

LEY ORGÁNICA PARA LA PROTECCIÓN

Derecho a la información.

Artículo 68º: Todos los niños, niñas y adolescentes tienen derecho a recibir, buscar y utilizar todo tipo de información que sea acorde con su desarrollo y a seleccionar libremente el medio y la información a recibir, sin más límites que los establecidos en la ley los derivados de las facultades legales que corresponden a su padre, madre, representantes o responsables.

Del Fomento a la creación, producción y difusión de información dirigida a niños, niñas y adolescentes.

Artículo 73º: El Estado debe fomentar la creación, producción y difusión de materiales informativos, libros, publicaciones, obras artísticas y producciones audiovisuales, radiofónicas y multimedia dirigidas a los niños, niñas y adolescentes, que sean de la más alta calidad, plurales y que promuevan los valores de paz, democracia, libertad, tolerancia, igualdad entre las personas y sexos, así como el respeto a su padre, madre, representantes o responsables y a su identidad nacional y cultural.

3. ESTUDIO DE CASOS:

Dentro del área de diseño se cuenta con un gran número de referencias para la investigación y productos similares a este, con los que se puede trabajar en el área de investigación y por medio de los estudios de casos para así analizar y comprender las composiciones gráficas, los diseños, el usos de las características tanto técnicas, estéticas y funcionales permitiéndonos aplicar las nociones básica del diseño que se aplican en el mercado.

Ahora bien, los encartados que serán presentados a continuación se utilizaran para determinar los distintos elementos que están presentes en cada uno de ellos, para así lograr describir la manera en la cual estos están estructurados y de qué forma son funcionales al momento de ser publicados, y así lograr demostrar hacia cual público está dirigido en general.

Según monografías (27/03/2017). Es un método característico de la investigación cualitativa, extensiva e intensiva que utiliza el aporte de técnicas de evaluación y su análisis para reflexionar y debatir en torno a las características del desarrollo evolutivo y la posible etiología de un caso determinado con fines diagnósticos e interventivos para lograr progresos Favorables en relación con el estado inicial.

Caso N° 1 Encartado: Estampas.

Descripción: Es un encartado de tipo informativo, que proporciona noticias variadas sobre acontecimientos relevantes en torno a la cultura principalmente, también hace referencia a la salud, deporte y gastronomía.

Soporte y Tipo de Impresión: Este encartado posee un soporte de papel periódico de impresión a tinta a color.

Imagen: En este encartado se utilizaron imágenes de tipo vectorial y fotográficas.

Color: Se utilizó en menor medida la gama de colores cálidos, resaltando algunos puntos relevantes y en mayor medida la utilización de los valores blanco y negro.



Tipo de Reticula: El encartado trabaja una retícula de tipo columnas y en ciertas páginas una retícula de tipo manuscrito.

Tipografía: El encartado presenta una tipografía de tipo Serif en el título principal y en los subtítulos y en los cuerpos de texto es Sans Serif (palo seco).

Orientación: El encartado presenta una orientación vertical.

Cuadro #1: Caso De Estudio N° 1.

Elaborado por: Alvarado, J. y Pozzolungo, L. (2017)

Caso N° 2

Encartado: Medicina para Padres.

Descripción: El siguiente encartado presentado es de tipo informativo y preventivo, dirigido hacia los padres para que puedan evitar las enfermedades en los niños.

Soporte y Tipo de Impresión: El presente encartado fue impreso sobre papel periódico con impresión a tinta.

Imagen: El encartado posee imágenes fotográficas.

Color: En el encartado que se observa presenta una gama de colores cálidos en la portada y contraportada, y en la parte interna presenta únicamente los valores blanco y negro.



Tipo de Réticula: El tipo de retícula que este encartado presenta es de tipo manuscrito.

Tipografía: Las tipografías utilizadas en el encartado es de tipo Sans Serif en la parte interna, y en su título y subtítulos presenta de tipo Serif.

Orientación: Su orientación es vertical.

Cuadro #2: Caso De Estudio N° 2.

Elaborado por: Alvarado, J. y Pozzolungo, L. (2017)

Caso N° 3

Encartado: Los Pueblos de Agua en la Cuenca del Lago de Maracaibo, Estado Zulia.

Descripción: El presente encartado muestra la importancia que tienen los pueblos de agua en la cuenca del Lago de Maracaibo como patrimonio cultural del Estado Zulia, y dar a conocer así más sobre estos.

Soporte y Tipo de Impresión: El presente encartado fue impreso en su portada sobre glase 300, con impresión a láser y con barniz selectivo, y en su interior sobre glase 100 con impresión a láser.

Imagen: El encartado posee imágenes e ilustraciones.

Color: En estos encartados se emplearon una gama de colores vivos, que son más atractivos para el público y siguen en la temática de la cual estos están hablando.



Tipo de Retícula: El tipo de retícula que estos encartados presentan es variada, es de tipo manuscrito en su portada, contraportada, y en su interior es de tipo de columnas.

Tipografía: Las tipografías utilizadas en estos encartados son de dos tipos. Sans Serif, con un leve rematé al final de cada letra, utilizada para los títulos, y Sans Serif sin ningún tipo de rematé o floritura, utilizada en los subtítulos y en los cuerpos de texto.

Orientación: Su orientación es vertical.

Cuadro #3: Caso De Estudio N° 3.

Elaborado por: Alvarado, J. y Pozzolungo, L. (2017)

Caso N°4 Encartado: Encartado Fotográfico sobre los Lugares Turísticos de Indonesia.

Descripción: El presente encartado esta diseñado para brindarle a los turistas una guía dónde se muestren los lugares más emblemáticos del país.

Soporte y tipo de impresión: El presente encartado fue impreso en su portada sobre glase 300, con impresión a láser y con barniz selectivo, y en su interior sobre glase 100 con impresión a láser.

Imagen: Posee imágenes en su totalidad, sin ningún tipo de ilustración en cada una de sus páginas.

Color: La gama de colores que presenta el encartado es de tonos cálidos.



Tipo de Reticula: Este tipo de encartado consta con dos distintos tipos de retícula. El primer tipo de retícula es de manuscrito, presentado en algunas páginas de la misma. Y el segundo tipo de retícula es de columnas, que está presente en los bloques de texto.

Tipografía: El presente encartado presenta dos estilos de tipografías. Serif en su contenido y Sans Serif en su título con un leve remate en sus terminaciones.

Orientación: Estos encartados fueron diseñados con su orientación en el sentido vertical.

Cuadro #4: Caso De Estudio N° 4.

Elaborado por: Alvarado, J. y Pozzolungo, L. (2017)

Caso N°5 Encartado: Ingenio Somos



Descripción: Es un encartado sobre capacidades de emprendimiento en cada una de las personas.

Soporte y Tipo de Impresión: El soporte de la portada es en glasé 100 en impresión a láser, y en la parte interna el soporte de éste es en papel periódico en impresión a tinta.

Imagen: El presente encartado posee imágenes fotográficas y vectoriales en cada una de sus páginas.

Color: La gama de colores que presenta el encartado varía entre los tonos cálidos y fríos.

Tipo de Retícula: El siguiente encartado está conformado por un tipo de retícula de tres columnas.

Tipografía: El encartado presenta el mismo tipo de tipografía Sans Serif, con la diferencia que en sus títulos y subtítulos, son en caja alta.

Orientación: Este encartado fue diseñado con su orientación en sentido vertical.

Cuadro #5: Caso De Estudio N° 5.

Elaborado por: Alvarado, J. y Pozzolungo, L. (2017)

Caso N°6

Encartado: La Fiesta Olimpica

Descripción: El siguiente encartado es de tipo infográfico y fueron creados con la finalidad de patrosinar las olimpiadas de pekin en el año 2008, y así dar a conocer como fueron creadas las estructuras de este evento tan importante a nivel mundial.

Soporte y Tipo de Impresión: El soporte de la portada es en glasé 100 en impresión a láser, y en la parte interna el soporte de esté es en papel periódico en impresión a tinta.

Imagen: El presente encartado posee imágenes vectoriales únicamente.

Color: El siguiente encartado presenta una gama de colores cálidos y fríos.



Tipo de retícula: El siguiente encartado posee un tipo de retícula jerárquica.

Tipografía: El encartado presenta variados estilos de tipografías, todas de tipo Sans Serif.

Orientación: Este encartado fue diseñado con la orientación vertical.

Cuadro #6: Caso De Estudio N° 6.

Elaborado por: Alvarado, J. y Pozzolungo, L. (2017)

Se plantea entonces que con los casos de estudio que fueron anteriormente se pudo demostrar en cada cuadro, cuáles fueron las características que están presentes en los encartados que fueron publicados y dirigidos hacia el público en general, y así evaluar de que manera las personas reaccionaron de manera positiva y negativa hacia estos encartados.

Ahora bien, Con la elaboración del siguiente cuadro comparativo que se presentara a continuación, se podrá lograr determinar cuáles son los puntos y las características más resaltantes de cada una de los encartados que fueron trabajados en los distintos casos de estudios anteriormente mencionados.

Estos resultados revelan cuales son las características que se toman en consideración, a la hora de identificar las distintas tipografías utilizadas, distinguir la gama de colores, los diferentes tipos de retículas que fueron empleadas y establecer los distintos soporte que se seleccionaron para la creación del diseño de estos encartados y así poder crear una adecuada estructura y diseño para nuestro proyecto final de grado.

4. MÉTODOS DE DISEÑO:

La metodología de diseño es muy importante tomarla en cuenta, para que se pueda llevar a cabo un proceso de diseño en el cual pueda se pueda ejecutar un correcto trabajo especial de grado teniendo las pautas indicadas según los distintos autores que serán presentados a continuación.

4.1. MÉTODO DE DISEÑO SEGÚN JORGE FRASCARA:

La metodología que se sigue según Jorge Frascara está dividida en diez (10) pasos.

ENTREVISTA CON EL CLIENTE: Se determinara cual será el presupuesto (hora de trabajo), se toman en cuenta las necesidades del cliente y se analizar la viabilidad del proyecto.

RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN: A continuación se obtienen todos los datos referentes a la empresa, los datos del cliente, los datos del producto y los datos del público meta.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LA INFORMACIÓN: Se utilizan principalmente colores tropicales llamativos y de la naturaleza, y el diseño asociado a la naturaleza y a la seguridad.

DETERMINACIÓN Y OBJETIVOS: La creación de un logo que se pueda adaptar a diversos canales como el impreso, internet, entre otros y se le hace la entrega de un logo y dos aplicaciones que el cliente elija.

ANTEPROYECTO: Bocetaje y una lluvia de ideas.

PRESENTACION AL CLIENTE: El cliente lo evalúa de acuerdo a sus necesidades, puede corregirlo, unir dos ideas, cambiar los colores o pedir más opciones. El cliente puede mencionar un aspecto importante que no se había mencionado.

PREPARACIÓN PARA PRODUCIR.

PRODUCCIÓN.

IMPLEMENTACIÓN.

EVALUACIÓN.



Gráfico #1: Método de Jorge Frascara

Elaborado Por: Alvarado, J. y Pozzolungo, L.

4.2. MÉTODO DE DISEÑO SEGÚN JOAN COSTA

Según Joan Costa, se refiere a la creativa como una aptitud primordial para la esquematización. “Si pensar es esquematizar, todo esquematización es un modo de creación operacional”, de manera que este lo plantea en los siguientes cinco pasos:

OBTENCIÓN DE LA INFORMACIÓN: Se refiere a la búsqueda de información o bases de datos iniciales de acuerdo a la necesidad, esto con el propósito de reconocer el problema y la tipología del receptor, permitiendo a su vez potenciar el mensaje.

ETAPA HEURÍSTICA: De acuerdo en cómo toma la obtención de datos y su correcta comprensión y recopilación, se inicia con el despliegue de cualquier tipo de ideas relevantes y consentidos para la solución del problema.

FORMALIZACIÓN Y CORRECCIÓN “GRAMATICAL”: Implica todo ajuste y corrección del esquema anteriormente planteado respecto al mejoramiento continuo del proceso de visualización, lo que Joan Costa llama como “proceso de semiótica visual”, para una mayor eficacia del proceso creativo.

REALIZACIÓN DEFINITIVA: Procedimiento de acabado formal y afinamiento de la etapa posterior de visualización para un mayor perfeccionismo del trabajo definitivo.

VERIFICACIÓN: Consiste en la comprobación y evaluación de la eficacia del mensaje definitivo por medio de su interacción con el contexto inmediato, ya sea público meta específico o general con la intención de ajustar alguna deficiencia tanto estética como expresiva.

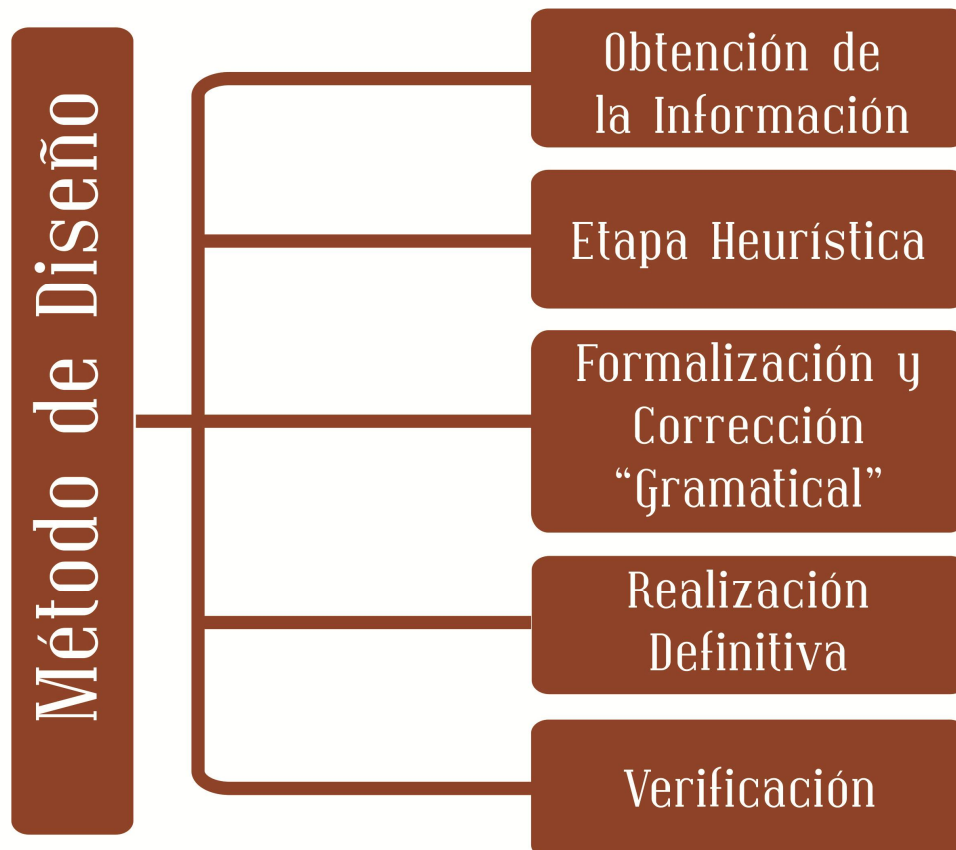


Gráfico #2: Método de Joan Costa

Elaborado Por: Alvarado, J. y Pozzolungo, L.

4.3. MÉTODO DE DISEÑO SEGÚN BRUNO MUNARI:

Se expresa por otra parte que este diseñador plantea un método proyectual basado en la resolución de problemas. Esta metodología evita el inventar la rueda con cada proyecto y plantea sintetizar la resolución de problemas.

DEFINICIÓN DEL PROBLEMA: Se refiere a que el diseñador debe explorar todas las condiciones y limitantes del proyecto para satisfacer las necesidades del cliente.

ELEMENTOS DEL PROBLEMA: La solución del problema en general consiste en la coordinación creativa de las soluciones de los sub problemas. Los sub problemas serian, que tipo de luz deberá tener esta lámpara, si esta luz deberá estar graduada por un reóstato, con que material habrá de construirla, con qué tecnología habrá de trabajar este material para hacer la lámpara, dónde tendrá el interruptor, como será transportada, cómo se dispondrá en el almacén, qué forma tendrá y cuanto deberá costar.

RECOPIACIÓN DE DATOS.

ANÁLISIS DE DATOS: El análisis de los datos recogidos puede proporcionar sugerencias sobre qué es lo que no hay que hacer para proyectar bien una

lámpara, y puede orientar la proyección hacia otros materiales, otras tecnologías, otros costes.

CREATIVIDAD: Ocupa el lugar de la idea y procede según su método. Mientras la idea, vinculada a la fantasía, puede proponer soluciones irrealizables por razones técnicas, materiales o económicas, la creatividad se mantiene en los límites del problema, límites derivados del análisis de los datos y de los sub problemas.

MATERIALES Y TECNOLOGÍAS: Consiste en otra pequeña recogida de datos relativos a los materiales y a las tecnologías que el diseñador tiene hacia su disposición en aquel momento para realizar su proyecto.

EXPERIMENTACIÓN: Permite descubrir nuevos usos de un material o de un instrumento.

MODELOS: Permiten extraer muestras, pruebas, informaciones que pueden llevar a la construcción de modelos demostrativos de nuevos usos para determinados objetivos.

VERIFICACIÓN: Se presenta el modelo a un determinado número de usuarios y se le pide que emitan un juicio sincero sobre el objeto en cuestión



Gráfico #3: Método de Bruno Munari

Elaborado Por: Alvarado, J. y Pozzolungo, L.

4.4. MÉTODO DE DISEÑO SEGÚN ALVARADO Y POZZOLUNGO:

Considerándose que basándonos en las metodologías anteriormente mencionadas, se prosigue entonces con nuestro correspondiente método de diseño justificado en base a los autores Joan Costa, Jorge Frascara y Bruno Munari. Para lograr este método de diseño, debemos establecer los siguientes ocho (8) pasos:

ENTREVISTA CON EL CLIENTE: A la hora de entrevistar un cliente se debe tomar en cuenta toda la información necesaria al momento de las citas, para poder tener las ideas claras y precisas, en la ejecución del trabajo a realizar.

OBTENCIÓN DE LA INFORMACIÓN: Es importante conseguir la información necesaria dada en la previa entrevista con el cliente, y adquirir de manera escrita todos los datos e información que pueda utilizarse a la hora de elaborar este trabajo.

PROCESO CREATIVO: Es la lluvia de ideas que se lleva a cabo durante el proceso creativo del trabajo.

IDEA / BOCETO: Se debe concretar la idea del boceto y plasmarla en una hoja de papel.

PRESENTACIÓN DE IDEA / BOCETO: Se debe mostrar la idea de boceto al cliente y plasmarla en una hoja de papel, enseñar las propuestas de diseño.

ANTEPROYECTO: Se presenta el trabajo en formato digital con sus respectivas paletas de colores y tipografías.

CAMBIOS ADICIONALES: Debe señalarse que si el cliente presenta un cambio en el trabajo final, se deberán acatar las anotaciones que el cliente mencione y volver al proceso que creativo.

ENTREGA AL CLIENTE: Se hace entrega al cliente del resultado del trabajo final.

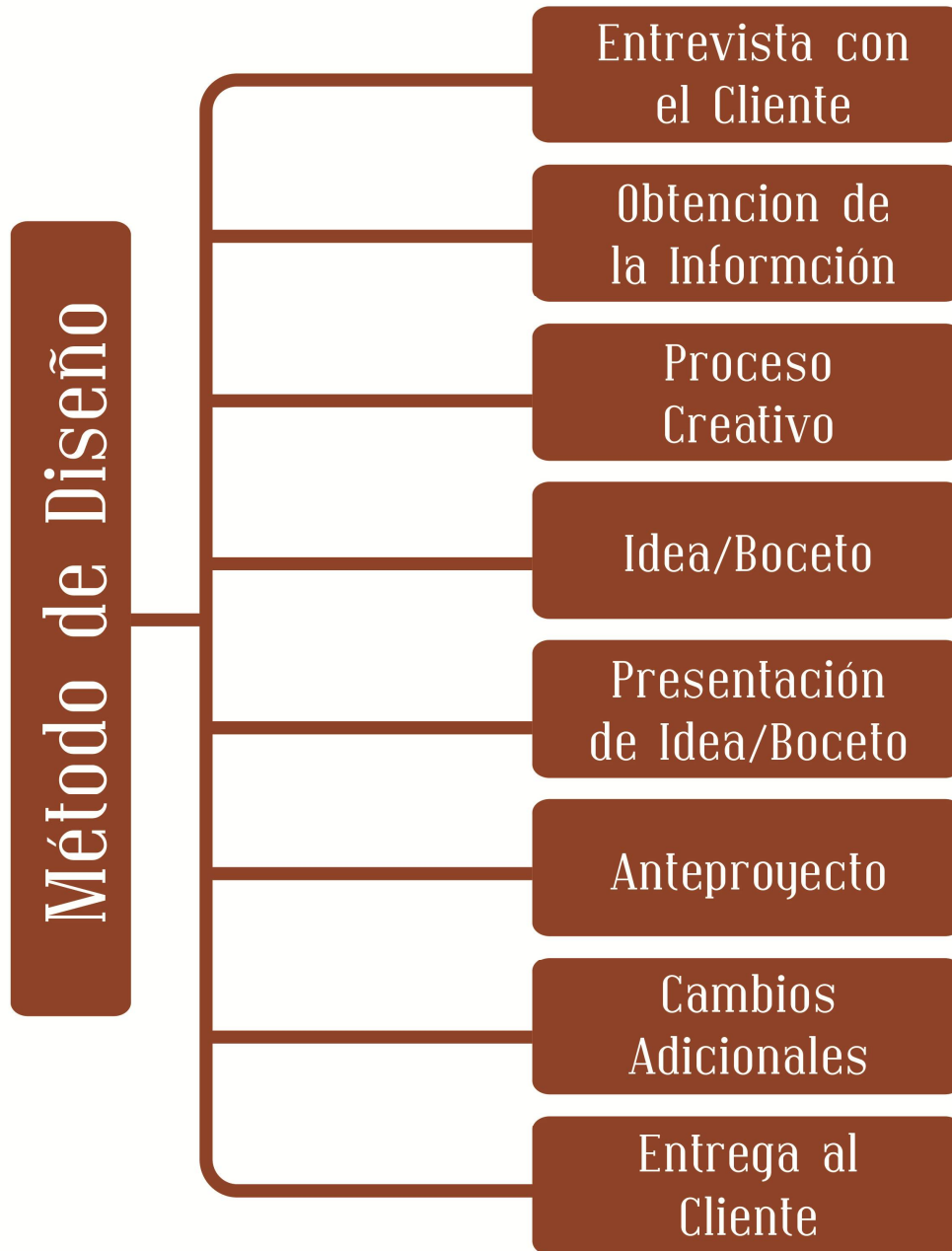


Gráfico #4: Método de Alvarado, J. y Pozzolungo, L.

Elaborado Por: Alvarado, J. y Pozzolungo,