



2º Curso de Periodismo
Miguel Ángel Granados Chapa

**"DISEÑO DE CARTELES,
EN PLATAFORMA
IMPRESA Y ELECTRÓNICA"**

Secretaría de Prensa y
Propaganda del **STUNAM**



DISEÑO DE CARTELES, EN PLATAFORMA IMPRESA Y ELECTRÓNICA

Diseño Gráfico:

El Diseño Gráfico es la disciplina orientada hacia la resolución de problemas de comunicación visual que el hombre se plantea en su continuo proceso de adaptación al medio y según sus necesidades físicas y espirituales.

Es **praxis** trascendente: porque se origina en el propio agente y termina fuera de él.

Es **poiesis creativa** porque agrega al ser algo que no existía.

De esta forma el Diseño Gráfico puede ser caracterizado como una forma específica de Arte, como **Praxis Poética**.

Comunicación:

La comunicación es el proceso que nos permite interactuar con una o más personas con las que intercambiamos información, experiencias, ideas, opiniones y sentimientos.

Esta definición es muy sencilla porque nos dice que la comunicación es un proceso, es decir, sigue una serie de pasos específicos.

La comunicación nos permite interactuar, es decir, de alguna forma tener efecto o influir sobre una o más personas en forma recíproca; este proceso sólo puede existir entre dos o más personas que transmiten y reciben información.

La comunicación es simplemente la forma en que se dará a entender el hombre, es decir, puede expresarse a través del lenguaje verbal, los gestos, los símbolos y por escrito.

Elementos del proceso de comunicación:

Para que se dé una buena comunicación, es necesario conocer cuáles son los elementos que intervienen en el proceso y de esta forma se podría mejorar la forma de relacionarse con las demás personas.

Dichos elementos aparecen en el siguiente esquema:

1. Emisor

Se refiere a quien, teniendo algo que comunicar, se lo transmite o expresa de alguna forma a los demás.

2. Mensaje

Es aquella información, ideas, opiniones o sentimientos que queremos transmitir o intercambiar con quienes nos rodean.

3. Canal

Es el medio que transporta los mensajes como: las cartas, la voz, la mímica, el teléfono, u otros.

Los canales representan la forma o lenguaje en que el emisor va a expresar sus mensajes y son:

- *Comunicación oral o verbal:*

Se localiza a través de la voz y las palabras, es requisito indispensable utilizar el mismo idioma para que haya entendimiento mutuo.

- *Comunicación escrita:*

La información es transmitida a través de la escritura de signos convencionales, lo que deja huella y registro de los mensajes que transmitimos. Este tipo de comunicación varía de acuerdo con el alfabeto que se utilice, por ejemplo: los escritos chinos o egipcios son diferentes a los nuestros porque utilizan diferentes signos para expresarse por escrito.

- *Comunicación mímica:*

Se refiere a movimientos de alguna parte del cuerpo, expresiones faciales, proximidad física, apariencia física o gestos con lo que se está transmitiendo alguna información.

Este lenguaje puede ser universal o particular, es decir, existen movimientos o gestos que sólo tienen significado o representan algo para los miembros de algún grupo de personas, quienes los establecen para su uso interno. Por ejemplo: los movimientos que hace un entrenador a su equipo, sólo los jugadores comprenden lo que les está transmitiendo.

Por otro lado, existen movimientos que se entienden en forma universal, como por ejemplo, los movimientos de cabeza para decir sí o para decir no, los cuales pueden comprender la mayoría de las personas en cualquier lugar del mundo.

Comunicación simbólica:

Se refiere a señalamientos, símbolos y representaciones gráficas; por ejemplo, a través de un diseño podemos saber que se está hablando de la cruz roja, de masculino y femenino, que está prohibido estacionarse, que algo es peligroso y mucho más.

4. Receptor

Se refiere a quien recibe o capta a través de sus sentidos la información transmitida por el emisor.

Es muy importante mencionar que para que exista la comunicación independiente del lenguaje o forma de comunicarse, se debe usar el mismo código o idioma entre el receptor y el emisor para que haya comprensión de los mensajes, Si una persona sólo habla chino y otra sólo árabe, será difícil que puedan comunicarse algo.

5. Retroalimentación

Es la respuesta que da el receptor a un mensaje recibido. Con la retroalimentación se cierra el círculo del proceso de comunicación, lo que implica que éste es un proceso continuo.

En la vida diaria nos estamos comunicando al estar en nuestro hogar, en la calle, en el trabajo, etc., por ejemplo: al estar con compañeros de trabajo, y uno de ellos habla de alguna actividad que realizó, está transmitiéndose un mensaje por medio de sus palabras, expresiones y ademanes. Nuestro compañero es un emisor, su canal de transmisión es su voz y sus movimientos. Al mismo tiempo, nosotros como receptores captamos con la vista y el oído su información, y lo retroalimentamos al responder a su información.

Es importante considerar que si en el proceso de comunicación no se presenta la retroalimentación, entonces no estamos hablando de una comunicación, sino de una información.

Nociones del Diseño de la Comunicación Visual.

SEMIOSIS:

Es la posibilidad del uso de los signos. Es decir, se refiere a una característica fundamental del comportamiento humano, la capacidad de evocar, representar, o referirse a algo, todas ellas con la relación entre el significante y el significado (o forma de la expresión y forma del contenido) comprendidas en el signo (Cosa perceptible por los sentidos, principalmente por la vista y el oído, que se emplea para representar algo).

Significante:

Es la forma material que toma el signo, no siempre es lingüístico, puede ser una imagen.



Significado:

Es la imagen mental (el concepto que éste representa), que varía según la cultura (Conjunto de conocimientos, ideas, tradiciones y costumbres que caracterizan a un pueblo o a una época).

La Semiosis es entendida como el proceso en el cual los elementos formales funcionan como signos y por lo tanto son susceptibles de interpretación, este concepto permite explicar tanto la configuración de cualquier mensaje visual, como su comportamiento social, desde sus tres posibles dimensiones:

Sintáctica:

Relación formal de unos signos con otros.

Semántica:

Relación entre los signos visuales con objetos o ideas.

Pragmática:

Relación entre los signos con los intérpretes.

TIPOLOGÍA DE LOS DISCURSOS

1.- Discurso Publicitario

Integra las relaciones de la imagen diseñada con el pensamiento mercantil, se manifiesta en todas las formas de expresión de la publicidad, sus fines están relacionados con la promoción de aquellos objetos, productos o servicios entendidos como mercancías o la promoción de personas cuyas actividades son consideradas también mercancía.

- Emisores: empresas, marcas de producto, usuarios simulados y pseudo líderes de opinión.
- Receptores: Toda la población segmentada en grupos mercadotécnicamente estudiados.
- Contenido de los mensajes: Principalmente se refiere a los valores, arbitrariamente, adjudicados a los productos.
- Recursos retóricos:
 - La retórica de la seducción, de la persuasión o del convencimiento*: –que invita al receptor al consumo, a partir de motivos subjetivos–,
 - La retórica de la conmoción*: –que perturba la conciencia de los receptores– ("*la calidad no tiene fronteras*").
 - La retórica de la evocación*: –que rescata del subconsciente recuerdos para anclar emocionalmente al receptor– ("*Sabe igualito que el de mami*")

2.- Discurso Propagandístico

Integra las relaciones de la imagen diseñada con el pensamiento político. Su forma de respuesta se manifiesta en el voto o la manifestación.

- Emisores: Partidos políticos, candidatos, líderes, jefes de Estado.
- Receptores: Primordialmente grupos bien definidos tales como niños, madres, ancianos, trabajadores.
- Contenido de los mensajes: Valores que son objeto del combate político –voto, democracia, poder, libertad, solidaridad, represión, etc–.

- Recursos retóricos: Desarrollados por el discurso político son:
 - La retórica de la implicación*: –que invita al receptor a participar en la acción política– ("Sé como nosotros"),
 - La retórica de la denuncia*: –que intenta mostrar el verdadero rostro de algún conflicto– ("*Liberen a la Universidad: 180 días de secuestro*"),
 - La retórica de la oposición*: –que encara dos situaciones, personas o ideas para que el receptor elija entre ambas– ("*Lo mismo o lo nuevo, sólo hay un camino*"),
 - La retórica de la conmemoración*: –que invita a la memoria nostálgica– ("*Primero de mayo, unidad de los trabajadores*").

3.- Discurso educativo

Integra las relaciones posibles de la imagen diseñada con finalidades de comunicación didáctica, enfocadas a la enseñanza formal o enseñanza no formal (Familia, calle, medios impresos, medios audiovisuales). Su forma de respuesta se encuentra en la modificación tangible de conductas.

- Emisores: Docentes, capacitadores, promotores, informadores, líderes de opinión.
- Receptores: Todos aquellos agentes que participan en un proceso de enseñanza-aprendizaje.
- Contenido de los mensajes: Programas de estudios escolarizados, revistas y periódicos.
- Recursos retóricos son:
 - La retórica de la formación*: –que comprende toda enseñanza sistematizada–
 - La retórica de la información*: –que pretende enterar o dar noticia de algo–

4.- Discurso plástico

Integra las relaciones de la imagen diseñada con el pensamiento estético y lúdico, se inserta en las artes visuales como parte de la denominada gráfica.

- Emisores: Diseñadores o signos.
- Receptores: Toda persona que tenga al alcance de su vista y sus manos una comunicación gráfica que cumpla con su función poética.
- Contenido de los mensajes: Todo aquello referido a valores estéticos.

- Recursos retóricos desarrollados por el discurso plástico son:
- La retórica estética*: –que invitan al receptor a la contemplación–
- La retórica lúdica*: –que invitan al receptor a la contemplación–

GÉNEROS

Permite concebir las diversas manifestaciones discursivas del diseño de la comunicación gráfica por sus características físicas y sus condiciones de configuración, producción y reproducción.

1.- Género editorial:

Comprende aquellos objetos impresos cuyo diseño gráfico depende de texto continuo, en general proporciona el conocimiento superficial o profundo sobre uno o varios temas, están condicionados por la legibilidad, su duración varía desde el tiempo breve hasta la permanencia indefinida, son los diseños más próximos al receptor, se clasifican en:

Libro, periódico, Informe anual, revista, folleto, catálogo.

2.- Género paraeditorial:

Comprende aquellos objetos impresos cuyo diseño gráfico tiene como origen un texto mínimo reducido generalmente a información breve y específica, en ocasiones la imagen tiene mayor importancia que el texto, su duración, a pesar de variable, es efímera; tienen gran proximidad con el receptor, se clasifican en:

Volantes, calendarios, etiquetas, embalajes, timbres postales, calcomanías, empaques, promocionales, portadas y billetes.

3.- Género extraeditorial:

Comprende aquellos objetos impresos cuyo diseño gráfico tiene como origen un tema determinado, pueden o no integrar texto, sin embargo éste siempre está condicionado por la imagen, son, en general, efímeros, se muestran lejanos al receptor por sus características, es el género que suele trascender hacia el discurso plástico, comprende:

Cartel, anuncio espectacular, anuncio mural, periódico mural y escenografía.

4.- Género informativo e indicativo:

Comprende aquellos objetos impresos cuyo diseño gráfico se basa en imagen, proporcionan información aunque carezcan de texto, suelen utilizar el recurso de

la representación simbólica y su permanencia es de largo plazo. suelen tener una proximidad media con el receptor, en él se encuentran:

Arquigrafía, Imagen institucional o empresarial, Identidad corporativa, Sistemas de identificación, Sistemas de señalización y Sistemas museográficos.

5.- Género ornamental:

Comprende aquellos objetos impresos cuyo diseño gráfico se basa en elementos morfológicos simples, no proporcionan información y carecen de texto suelen utilizar el recurso del patrón repetitivo, son próximos al receptor sin embargo su permanencia suele ser efímera, en él se encuentran:

Papeles decorativos, Objetos decorativos, Papeles de envoltura, Objetos promocionales y objetos para fiesta.

6.- Género narrativo lineal:

Comprende aquellos objetos impresos o fotografías cuyo diseño gráfico se manifiesta por medio del dibujo; si tienen texto éste está condicionado por la narración misma, están próximos al receptor en cuyas manos pueden permanecer indefinidamente, abarca:

Ilustración, Historieta, Dibujo animado, Viñeta, Fotonovela y Diaporama.

7.- Género narrativo no lineal:

Incluye aquellas manifestaciones gráficas cuya base de interpretación se manifiesta mediante dibujo y texto organizados con base en lenguaje digital, su lectura es electrónica, limitada por las condiciones impuestas por la navegación y la interactividad; la proximidad con el receptor es equivalente a la cercanía que éste pueda tener frente al monitor y su permanencia también depende de las variaciones en la tecnología:

Desarrollos gráficos Multimedia, Presentaciones, y Páginas o Sitios WEB.

CÓDIGOS

Sistema de signos y reglas que permite componer y comprender un mensaje.

Define y clasifica los conjuntos de elementos pertinentes con base en los cuales se forma el sistema de comunicación gráfica.

En la comunicación Gráfica se encuentran los siguientes códigos.

1.- Código Morfológico: comprende:

esquemas formales abstractos.- placas, planos, contornos, etc.

elementos formales figurativos.- dibujos, ilustraciones, viñetas, etc.

2.- Código cromático: comprende los esquemas de color que son adjudicados a un determinado diseño, se caracterizan por la elección, de la intensidad, del valor dinámico, de la legibilidad por contraste con los colores ambientales, de la luminosidad.

3.- Código tipográfico: comprende los textos caracterizados por la elección de tamaño, valor (blanco/negro), forma y orientación de los caracteres.

4.- Código fotográfico. comprende todas las imágenes fotográficas que se caracterizan por tomas, encuadres, escalas, grados de definición, y tramados.

las imágenes, en este código, pueden tener diferentes funciones como:

núcleo: como elemento primordial, en ocasión único del diseño.

testigo: testimonio para la memoria.

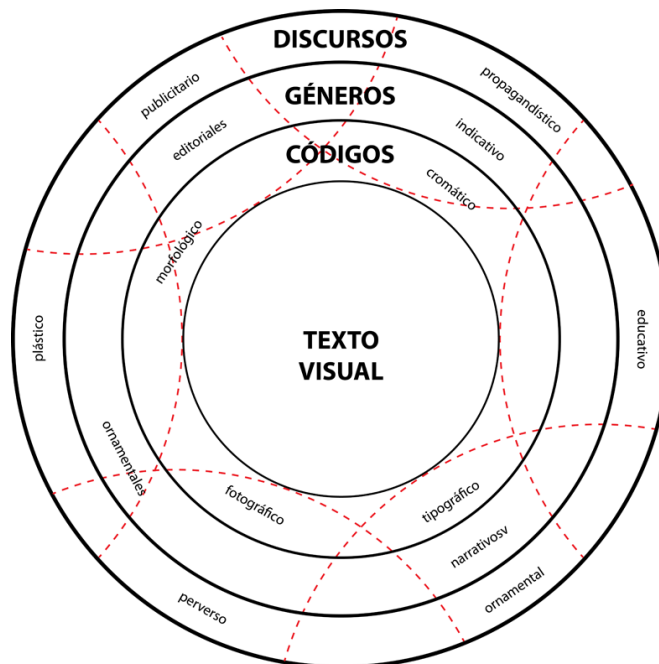
documento: para representar hechos o acontecimientos.

emoción: busca el efecto sobre los sentimientos.

narración: relación de ideas.

anclaje: como elemento destinado a fijar la idea principal del diseño.

ornamentación: complemento plástico o poético del diseño.



PIXEL

Pixel, abreviatura de **Picture Element** (Elemento de imagen), es un único punto en una imagen gráfica. Los monitores gráficos muestran imágenes dividiendo la pantalla en miles (o millones) de píxeles, dispuestos en filas y columnas.

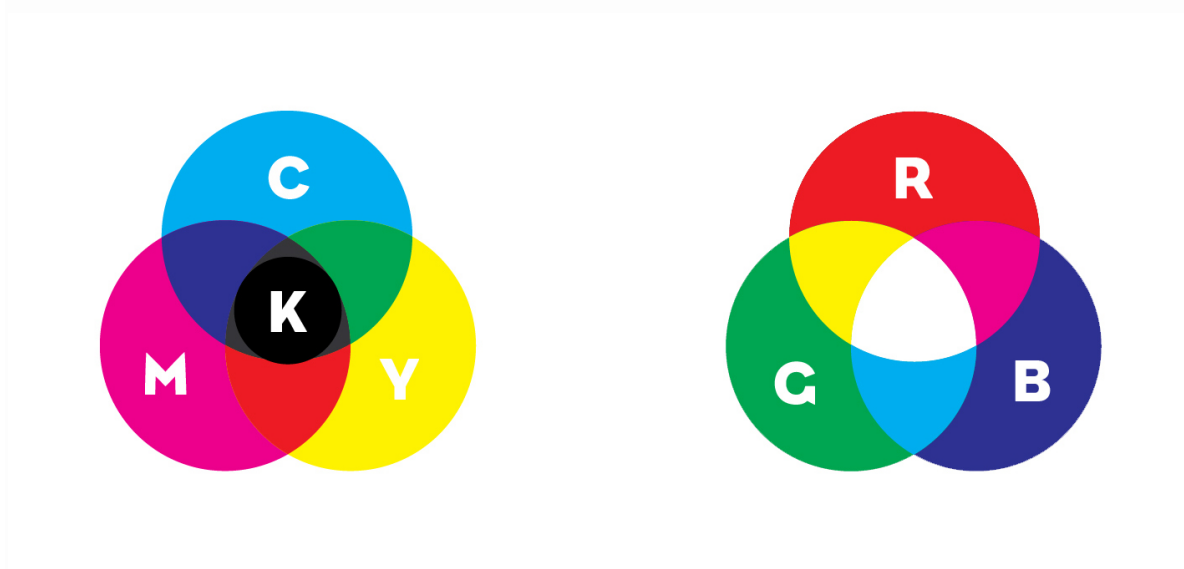
La *profundidad de bits* especifica la cantidad de información de color que está disponible para cada píxel de una imagen. Cuantos más bits de información por píxeles hay, más colores disponibles existen y más precisión en la representación del color se aprecia. Por ejemplo, una imagen con una profundidad de bits de 1 tiene píxeles con dos valores posibles: blanco y negro. Una imagen con una profundidad de bits de 8 tiene 2^8 ó 256 valores posibles. Las imágenes en modo de escala de grises con una profundidad de bits de 8 tienen 256 posibles valores de gris.

Las imágenes RGB se componen de tres canales de color. Una imagen RGB con 8 bits por píxel cuenta con 256 posibles valores para cada canal, lo que significa más de 16 millones de posibles valores de color.

Además de las imágenes de 8 bits por canal, *Photoshop* también puede trabajar con imágenes que contienen 16 ó 32 bits por canal.

En monitores de color, cada píxel se compone realmente de tres puntos, uno rojo, uno azul, y uno verde.

Para el sistema de impresión offset se compone de cuatro puntos cian, magenta, amarillo y negro.



RESOLUCIÓN DEL GRÁFICO

Para trabajos sólo en monitor: 72 **Píxeles Por Pulgada** (DPI)

Para trabajos sólo en Impresión offset: 300 **Píxeles Por Pulgada** (DPI), y al tamaño físico.

RESOLUCIÓN

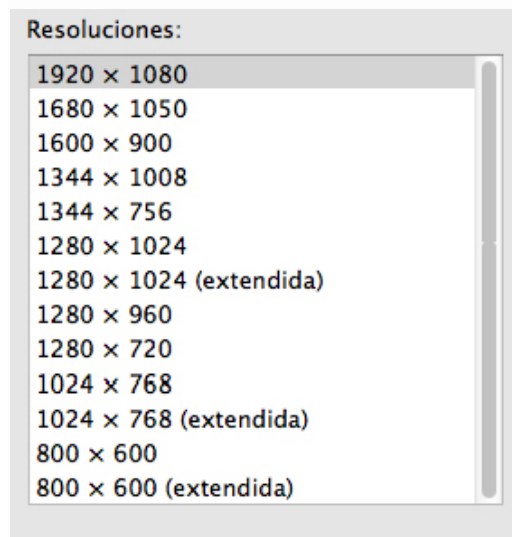
La **resolución** se refiere a la agudeza y claridad de una imagen. El término se utiliza normalmente para describir monitores, impresoras e imágenes. En el caso de impresoras de matriz de puntos y de impresoras láser, la resolución indica el número de puntos por pulgada. Por ejemplo, una impresora 300 **dpi** (dots per inch o **puntos por pulgada**) es aquella que es capaz de imprimir 300 puntos distintos en una línea de 1 pulgada de largo. Esto significa que puede imprimir 90.000 puntos por pulgada cuadrada.

Para monitores, la **resolución de pantalla** significa el número de puntos (píxeles) en toda la pantalla. Por ejemplo, una pantalla de 640 x 480 píxeles es capaz de mostrar 640 puntos distintos en cada una de las 480 líneas, o cerca de 300.000 píxeles. Esto se traduce a diferentes medidas de dpi dependiendo del tamaño de la pantalla. Por ejemplo, un monitor VGA de 15-pulgadas (640x480) muestra cerca de 50 puntos por pulgada.

Los **sistemas VGA** muestran 640 por 480, o cerca de 300.000 píxeles, a diferencia de los **sistemas de SVGA**, que muestran 800 por 600, o 480.000 píxeles. Los **sistemas True Color** (Color verdadero) utilizan 24 bits por el píxel, permitiendo que exhiban más de 16 millones de colores diferentes.

Las impresoras, los monitores, los scanners, y otros dispositivos se clasifican como de alta resolución, de resolución media, o de resolución baja. Las gamas de resolución reales para cada uno de estos grados cambian constantemente a medida que la tecnología mejora.

RESOLUCIONES DE PANTALLAS (monitores de computadora)



MEGAPIXEL

El megapixel equivale a un millón de píxeles, y se utiliza para referirnos a la resolución del sensor de una cámara digital. Así, por ejemplo, una cámara de 3872 x 2592 píxeles será capaz de tomar fotografías de 10 megapíxeles (resultado de multiplicar ambas cifras).

- RESOLUCIÓN: 72 PPP
- TAMAÑO: 136.6 x 91.44 cm (3872 x 2592 px)
- PESO: 28 megas

- RESOLUCIÓN: 300 PPP
- TAMAÑO: 32.7 x 21.9 cm (3872 x 2592 px)
- PESO: 28 megas

FORMATO

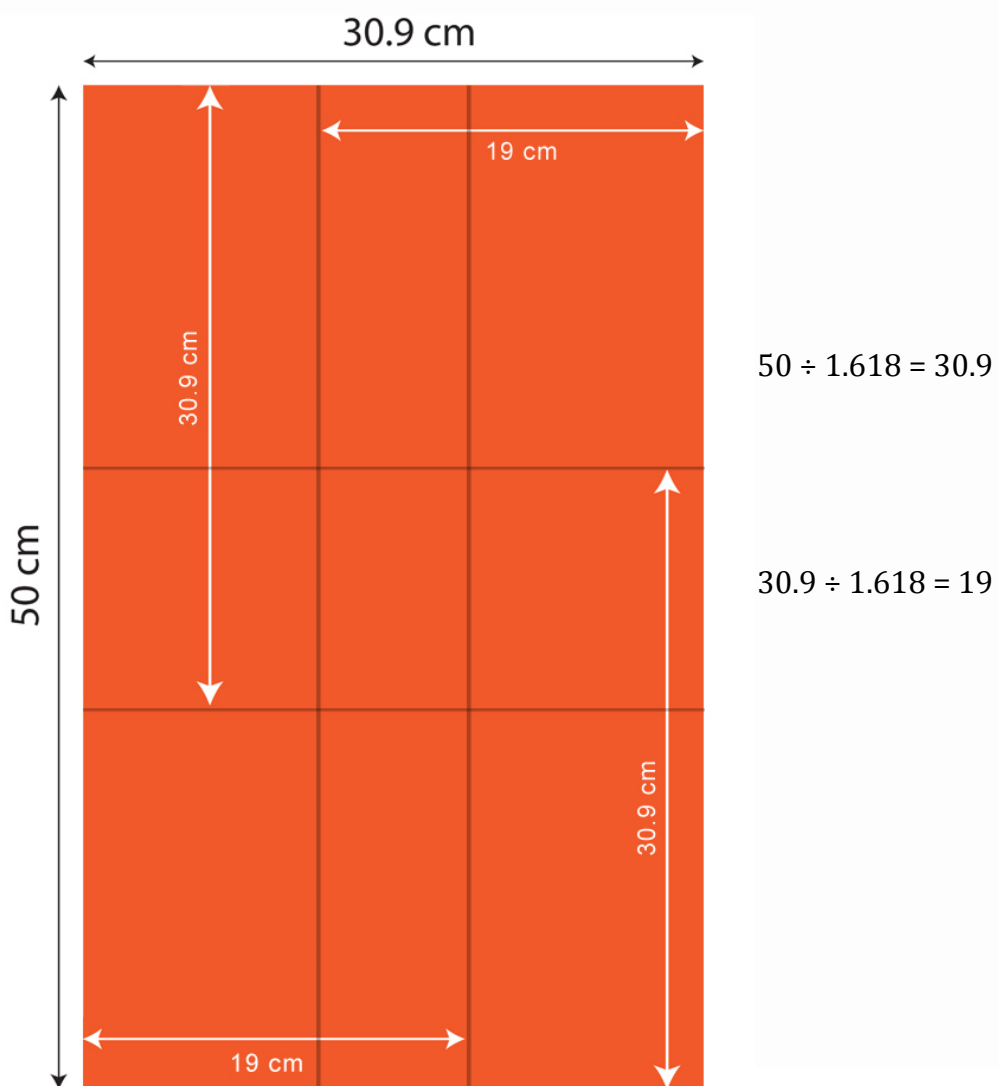
SECCIÓN AUREA

video: <http://www.youtube.com/watch?v=PpteAZuVpjo>

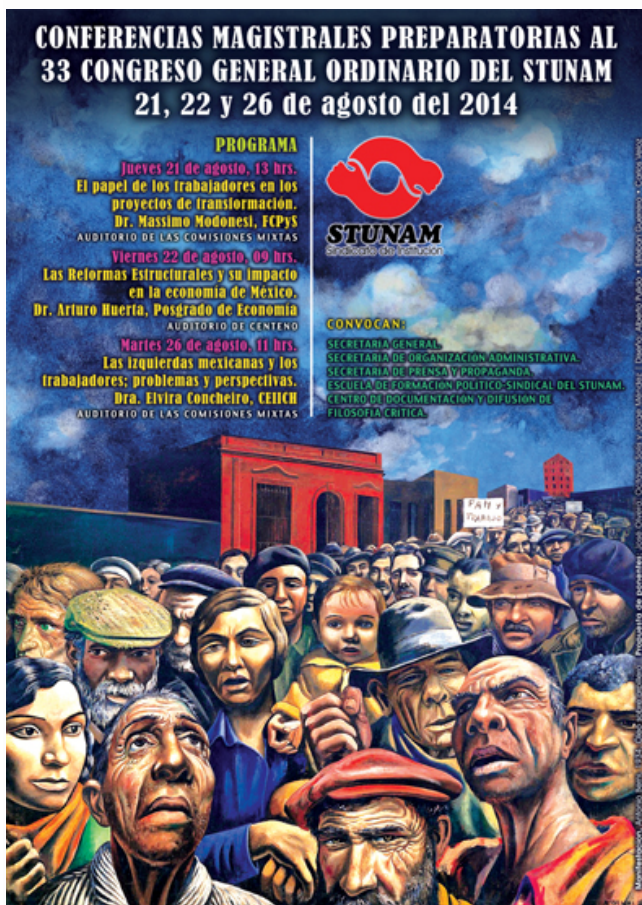
NÚMERO DE ORO: Leonardo de Pisa, Fibonacci

0 1 1 2 3 5 8 13 21 34 55 **89 144 233 237..... 1.618**

1.618 Dentro **0.618** Fuera



CARTEL IMPRESO:



- Modo: CMYK (C: Cian - M: Magenta - Y: Yellow - K: Black)
- Bits: 8 bits/canal
- Resolución: 300 ppp (DPI)
- Tamaño físico: 40 x 64 cm
- Tamaño en pixeles: 5433 x 7636 pixeles
- Tamaño en megas: 158 Megas

CARTEL ELECTRÓNICO:



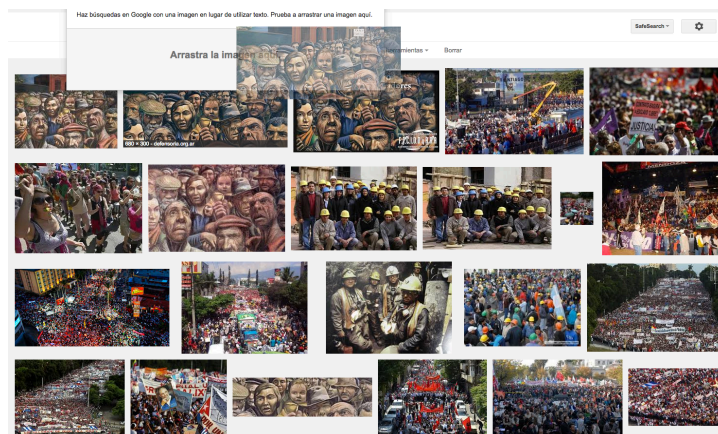
- Modo: RGB (R: Red - G: Green - B: Blue)
- Bits: 8 bits/canal
- Resolución: 72 ppp (DPI)
- Tamaño físico: 60 x 40 cm
- Tamaño en pixeles: 1689 x 1191 pixeles
- Tamaño en megas: 5.76 Megas

SELECCIÓN DE IMÁGENES

Navegadores:

Chrome y Firefox

Escaner



TIPOGRAFÍA

Serif (con patines)



ejemplos de fuentes **Serif** podemos citar Book Antiqua, Bookman Old Style, Courier, Courier New, Century Schoolbook, Garamond, Georgia, MS Serif, New York, Times, Times New Roman y Palatino.

Sans Serif (sin patines)



ejemplos de fuentes Serif, se encuentran Arial, Arial Narrow, Arial Rounded MT Bold, Century Gothic, Chicago, Helvética, Geneva, Impact, Monaco, MS Sans Serif, Tahoma, Trebuchet MS y Verdana.

SALVAR O GUARDAR

Extensión .JPG: *Joint Photographic Experts Group*, es un formato de compresión de imágenes, tanto en color como en escala de grises, con alta calidad (a todo color).

Extensión .EPS: Encapsulated PostScript, el formato puede contener tanto gráficos vectoriales como de mapa de bits y lo admiten prácticamente todos los programas de gráficos, ilustraciones y diseño de páginas. Al abrir un archivo EPS que contiene gráficos vectoriales, *Photoshop* rasteriza la imagen, convirtiendo los gráficos vectoriales a píxeles.

El formato EPS admite modos de color CMYK, RGB, Color indexado, Duotono, Escala de grises y Mapa de bits y no admite canales alfa.

Instructor: Lic. Carlos Veloz

Correo electrónico: enemigosdefox@hotmail.com

Facebook: <https://www.facebook.com/enemigosdefox>