



## **CARRERA DE DISEÑO**

**TEMA:** Material impreso de divulgación informativa sobre el uso del software After Effects para estudiantes de la Carrera de Diseño de la Universidad Tecnológica Israel.

**AUTOR:** Giovanni Hurtado

**TUTOR:** MBA, Pablo Vélez Ibarra

Quito - Ecuador

2013

# **UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL**

## **APROBACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Graduación certifico:

Que el Trabajo de Titulación: “MATERIAL IMPRESO DE DIVULGACIÓN INFORMATIVA SOBRE EL USO DEL SOFTWARE AFTER EFFECTS PARA ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE DISEÑO DE LA UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL”, presentado por Giovanni Javier Hurtado Mantilla, estudiante de la carrera de Diseño, reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación del Tribunal de Grado, que se designe, para su correspondiente estudio y calificación.

Quito, Octubre de 2013

**TUTOR**

---

Mg: Pablo Vélez Ibarra

# UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

## AUTORÍA DE TESIS

El abajo firmante, en calidad de estudiante de la Carrera de Diseño, declaró que los contenidos de este Trabajo de Titulación, requisito previo a la obtención del Grado de Ingeniería en Diseño Gráfico Empresarial, son absolutamente originales, auténticos y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor.

Quito, Octubre de 2013

---

Giovanny Javier Hurtado Mantilla

CC: 171720867-0

# **UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL**

## **APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO**

Los miembros del Tribunal de Grado, aprueban la tesis de graduación de acuerdo con las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Tecnológica "ISRAEL" para títulos de pregrado.

Quito, Octubre de 2013

Para constancia firman:

### **TRIBUNAL DE GRADO**

---

PRESIDENTE

---

MIEMBRO 1

---

MIEMBRO 2

## **Agradecimientos**

El presente proyecto de titulación es el resultado de mucha dedicación, esfuerzo y conocimientos adquiridos a lo largo de mi carrera estudiantil. Por tal motivo agradezco a mis padres, mis hermanos quienes a lo largo de toda mi vida me han apoyado y motivado en mi formación académica y personal, en todo momento confiaron en mí y en mis habilidades. A todos y cada uno de los profesores quienes impartieron sus amplios y vastos conocimientos; A mi novia por apoyarme en todo momento y nunca soltar mi mano en los momentos difíciles de mi diario vivir; A mi Tutor por brindarme su amistad, confianza y consejos para culminar de la mejor manera este ciclo, y finalmente un eterno agradecimiento a esta prestigiosa Universidad la cual abrió sus puertas a mis compañeros y a mi preparándonos para un futuro competitivo y formándonos como personas de bien.

## **Dedicatoria**

Dedico este trabajo de titulación a Dios, mis padres y hermanos. A Dios porque ha estado conmigo a cada paso que doy, cuidándome y dándome fortaleza para continuar; a mis padres, quienes a lo largo de mi vida han velado por mi bienestar y educación siendo mi apoyo en todo momento; mis hermanos que depositaron su entera confianza en cada reto que se me presentaba sin dudar ni un solo momento en mi inteligencia y capacidad. Es por ellos que soy lo que soy ahora. Los amo con mi vida.

# Índice

Tema de investigación.....	II
Planteamiento del problema.....	II
Antecedentes.....	II
Diagnóstico o planteamiento de la problemática general: .....	III
Causa – efecto.....	III
Pronóstico y Control de Pronóstico .....	III
Formulación de la problemática Específica: .....	IV
Problema principal.....	IV
Problema secundario.....	IV
Objetivos.....	IV
Objetivo general.....	IV
Objetivos específicos.....	IV
Justificación.....	V
Marco referencial.....	V
Marco teórico.....	VI
Marco espacial.....	VI
Marco temporal.....	VI
Metodología y cronograma.....	VI
Métodos.....	VII
Técnicas.....	VII
Plan Analítico.....	IX

## **CAPÍTULO I: Breve introducción de la Comunicación al Diseño**

La comunicación.....	2
Procesos de la comunicación.....	3
Tipos de comunicación.....	5
Breve reseña histórica del Diseño Gráfico.....	8
Fundamentos del Diseño Gráfico.....	8
Responsabilidad del diseñador gráfico.....	12
Ecodiseño.....	13

## **CAPÍTULO II: Diseño Editorial**

Breve Historia del diseño editorial .....	18
Tipos de publicaciones.....	19
¿Qué es editar? .....	21
Elementos del diseño editorial.....	21
Color.....	22
Clasificación de los colores.....	23
Círculo Cromático.....	25
Principios de percepción.....	27
Teoría de la Gestalt.....	27
El color en la Gestalt.....	31
Tipografía.....	31
Partes de las tipografías .....	32
Clasificación de las tipografías .....	33
Retícula.....	34
Retícula tipográfica.....	35
Construcción de la retícula.....	37
Clases de retículas.....	38

## **CAPÍTULO III: Materiales Didácticos**

El Diseño Gráfico en materiales didácticos.....	46
La didáctica.....	46
Diferenciación entre Material Didáctico y Recursos Didácticos.....	47
Importancia del material didáctico en el proceso de enseñanza aprendizaje...	48
Finalidad del material didáctico.....	50
Clasificación del material didáctico.....	50
El documento impreso como material didáctico.....	52
Fundamentos generales del diseño del material didáctico.....	53
La creatividad.....	55
Proceso Creativo .....	56



## **CAPÍTULO IV: Software After Effects**

¿Qué es ADOBE? .....	60
Historia de ADOBE.....	60
Antecedentes After Effects.....	62
Programa After Effects.....	62
En qué áreas profesionales se usa After Effect .....	62
Programas similares a After Effects.....	63
Combustión .....	64
Digital Fusión.....	64
Análisis entre software.....	65
Programas Adobe Creative Suit.....	65
Adobe Illustrator.....	65
Adobe Photoshop.....	66
Adobe Indesign.....	66
Adobe Dreamweaver.....	67
Adobe Flash.....	67
Adobe Bridge.....	68
Adobe Firework.....	68
Adobe Audition Soundbooths.....	69

## **CAPÍTULO V: Fundamentación del Producto**

Fase Analítica.....	71
Fase Creativa.....	71
Grupo objetivo.....	71
Necesidad.....	72
Propuesta gráfica.....	72
Contenido de la revista.....	72
Método creativo.....	74
Formato.....	75
Construcción de la Retícula.....	76
Color.....	78
Tipografía.....	79
Grafismo.....	79

<b>Fase Ejecutiva</b> .....	80
Diseño portada y contra portada.....	81
Diseño páginas.....	83

## **CAPÍTULO VI:**

Conclusiones.....	87
Recomendaciones.....	88
Bibliografía.....	89

## **ÍNDICE DE GRÁFICOS**

Gráfico # 1 Metodología del diseño.....	VIII
Gráfico # 2 Proceso de la comunicación de Shanon y Weber.....	4
Gráfico # 3 Proceso de la comunicación de David Berlo.....	5
Gráfico # 4 Fundamentos del diseño, Wucius Wong.....	9
Gráfico # 5 Fundamentos del diseño, Wucius Wong.....	10
Gráfico # 6 Fundamentos del diseño, Wucius Wong.....	10
Gráfico # 7 Fundamentos del diseño, Wucius Wong.....	11
Gráfico # 8 Ecodiseño. Dr. Joan Rieradevall.....	13
Gráfico # 9 Gerardo Kloss Fernández del Castillo. Libro.....	19
Gráfico # 10 Gerardo Kloss Fernández del Castillo. Revista.....	19
Gráfico # 11 Gerardo Kloss Fernández del Castillo. Periódico.....	20
Gráfico # 12 Gerardo Kloss Fernández del Castillo. Boletín.....	20
Gráfico # 13 Gerardo Kloss Fernández del Castillo. Folleto.....	21
Gráfico # 14 Isaac Newton, la luz es color.....	22
Gráfico # 15 Colores primarios y secundarios (aditiva).....	24
Gráfico # 16 Colores primarios y secundarios (sustractiva).....	24
Gráfico # 17 Johann Wolfgang Von Goethe, Circulo Cromático.....	25
Gráfico # 18 Newton, Circulo Cromático.....	26
Gráfico # 19 Círculo cromático de Goethe.....	26
Gráfico # 20 La Gestalt, Guillermo León, Figura fondo.....	28
Gráfico # 21 La Gestalt, Guillermo León, Buena Forma.....	28
Gráfico # 22 La Gestalt, Guillermo León, Cierre.....	29
Gráfico # 23 La Gestalt, Guillermo León, Contraste.....	29
Gráfico # 24 La Gestalt, Guillermo León, Proximidad.....	30

Gráfico # 25 La Gestalt, Guillermo León, Similitud.....	30
Gráfico # 26 Hoja del Salterio de Maguncia, firmado por Fust .....	31
Gráfico # 27 Ambrose Harris, Anatomía de las tipografías.....	32
Gráfico # 28 Ambrose Harris, Clasificación de las tipografías de texto.....	33
Gráfico # 29 Ejemplo retícula.....	35
Gráfico # 30 Firmin Didot Retícula Tipográfica.....	36
Gráfico # 31 Timothy Samara, Retícula.....	37
Gráfico # 32 Timothy Samara, Partes de la retícula.....	37
Gráfico # 33 Timothy Samara, Manuscrito.....	38
Gráfico # 34 Timothy Samara, Manuscrito.....	38
Gráfico # 35 Timothy Samara, Modular.....	39
Gráfico # 36 Timothy Samara, Jerárquica.....	39
Gráfico # 37 Eugenia Trigo, Creatividad y motricidad.....	56
Gráfico # 38 Adobe, Creative Suit.....	60
Gráfico # 39 Adobe, Línea cronológica.....	61
Gráfico # 40 Logo After Effects (AE), Adobe.....	63
Gráfico # 41 Logo Combustion, Autodesk.....	64
Gráfico # 42 Logo Fusion 5.3, Eyeon.....	64
Gráfico # 43 Logo Adobe Illustrator (Ai), Adobe.....	65
Gráfico # 44 Logo Adobe Photoshop (Ps), Adobe.....	66
Gráfico # 45 Logo Adobe Indesign (ID), Adobe.....	66
Gráfico # 46 Logo Adobe Dreamweaver (Dw), Adobe.....	67
Gráfico # 47 Logo Adobe Flash (Fl), Adobe.....	67
Gráfico # 48 Logo Adobe Bridge (Br), Adobe.....	68
Gráfico # 49 Logo Adobe Fireworks (fw), Adobe.....	68
Gráfico # 50 Logo Adobe Premiere Pro (Pr), Adobe.....	69
Gráfico # 51 Logo Adobe Audition Soundbooth (Au), Adobe.....	69
Gráfico # 52 Gustavo Sánchez Muñoz, normas ISO para papel.....	76
Gráfico # 53 Giovanni Hurtado, márgenes y columnas.....	77
Gráfico # 54 Giovanni Hurtado, módulos, marcadores.....	78
Gráfico # 55 Giovanni Hurtado, cromática.....	79
Gráfico # 56 Giovanni Hurtado, haz de luz.....	80
Gráfico # 57 Giovanni Hurtado, Esfera y logo After Effects.....	81
Gráfico # 58 Giovanni Hurtado, Portada revista After Effects.....	82

Gráfico # 59 Giovanni Hurtado, Contraportada revista After Effects.....	83
Gráfico # 60 Giovanni Hurtado, Páginas internas revista After Effects.....	83
Gráfico # 61 Giovanni Hurtado, Páginas internas revista After Effects.....	84
Gráfico # 62 Giovanni Hurtado, Páginas capítulos revista After Effects.....	85

## **Resumen**

En el proyecto de titulación se planteó y desarrolló un material de divulgación informativa, es decir una revista sobre el software After Effects, para la Carrera de Diseño de la Universidad Tecnológica Israel con la finalidad de incitar, atraer a los estudiantes a indagar más sobre este software y a su vez se interesen más por la lectura.

Los resultados en base a la investigación realizada se obtuvieron mediante una serie de encuestas realizadas a los estudiantes de la Facultad de Diseño de los últimos semestres quienes facilitaron toda la información necesaria con apoyo y estricta seriedad.

Las encuestas realizadas a los estudiantes ayudaron a conocer más a fondo sus opiniones sobre la propuesta planteada y la situación que vive en la actualidad el material de divulgación informativa sobre el software After Effects y de esta manera tener el panorama más claro y amplio para mejorar esta situación.

La información utilizada se obtuvo de conocimientos adquiridos durante toda la carrera al igual que de libros con temas que guiaron a la realización de este trabajo de titulación y del producto final.

Toda la investigación es un pilar fundamental para que el Diseño sea innovador, creativo usando un soporte adecuado para los estudiantes de la Carrera de Diseño el cual pretende ayudar a los alumnos para mayor difusión del software After Effects, generando en ellos un sentido correcto de retención y a su vez obtener una visión general de una perspectiva actual con respecto a los distintos materiales de divulgación sobre los distintos programas de diseño en especial de After Effects.

## **Abstract**

In titling project arose and developed a material fact disclosure , a magazine about After Effects software to Race Design Israel Technological University with the purpose of inducing , enticing students to find out more about this software and in turn become more interested in reading.

The results based on the investigation were obtained through a series of surveys conducted with students of the Faculty of Design of the last semester who provided all the information necessary to support and strict seriousness.

Surveys of students helped further their views on the proposal and referred the situation in today disclosure material information about After Effects software and thus have the most clear and comprehensive picture to improve this situation.

The information used was derived from knowledge acquired throughout the race like books with themes that guided the conduct of this work qualification and the final product.

All research is key to the design is innovative , creative using a suitable support for students of the School of Design which aims to help students to greater diffusion of After Effects software , creating in them a sense of right abutment retention and in turn to get an overview of a current perspective on the various outreach materials on the various design programs especially After Effects.

## Introducción

El propósito y objetivo fundamental de este proyecto de titulación, es el de realizar una revista como medio de consulta sobre el software After Effects para los estudiantes que se encuentran cursando los últimos niveles de la Carrera de Diseño de la Universidad Tecnológica Israel, con un diseño fundamentado y atractivo:

- Fundamentado ya que esta se basa en varios postulados de diversos autores, de tal manera que cada elemento utilizado en el producto tiene su razón de ser.
- Atractivo porque la forma en que se encuentra diagramado y ubicado todos los elementos del producto (Tipografía, cromática, imágenes, tamaño de letra entre otras.) capten de mejor manera el interés por parte de los estudiantes.

El proyecto de titulación se lo realizó en siete capítulos. El primer capítulo se centra en la producción de una revista para los alumnos de la Carrera de Diseño de la Universidad Tecnológica Israel, realizando un grupo objetivo entre los estudiantes de los últimos semestres de la carrera de Diseño para obtener resultados y analizar la información sobre la existencia y diseño de las múltiples publicaciones encontradas en el mercado sobre el software After Effects.

Al igual que la obtención del tema, justificación, objetivos y el presupuesto para el desarrollo del proyecto y el producto.

El proyecto de titulación se fundamenta con tres marcos: marco teórico, referencial y metodológico, de igual manera los datos obtenidos de la indagación ejecutada, y la propuesta para la producción de una revista sobre el software After Effects.

En el mercado comercial se encuentran varias revistas con un sin número de temas, muchos cumplen sus objetivos de atraer al máximo la atención del público al que fue dirigido la revista y otras en realidad no cumplen con ello, por consiguiente la revista que se plantea realizar debe plasmar todas las observaciones obtenidas de la investigación realizadas tanto interna como externamente de la institución. En el

segundo capítulo se abarcaron temas relacionados con una breve introducción a la comunicación en el diseño, los procesos de la comunicación, los tipos de comunicación, una reseña histórica del diseño gráfico, todo esto correspondiente al marco de referencia. El tercer capítulo trata temas como el diseño editorial, los tipos de publicación, elementos del diseño editorial, cromático, tipografía, tipos de diagramación, es decir temas referentes al marco teórico, que sustenten la investigación.

El cuarto capítulo al igual que el segundo trata temas correspondientes al marco teórico como, la didáctica, diferencia entre recursos y materiales didácticos, la importancia del material didáctico en la enseñanza, clasificación de materiales didácticos, cuál es su finalidad. En el capítulo quinto exponemos todo lo referente al software After Effects, programas con similares características, los diversos programas de diseño que se encuentran inmersos y expuestos por la compañía de Adobe. En el capítulo número seis, se muestra la fundamentación de la propuesta que se planteó realizar, en este caso de la revista sobre el software, se justifica todo lo concerniente a la portada, contraportada, la diagramación de las páginas internas de la revista, tipo de cromática de tipografías utilizadas, al igual de el porqué de la diagramación y utilización del formato, también el presupuesto utilizado para la elaboración del proyecto de titulación y los costos correspondientes a la reproducción del producto. Por último un capítulo número siete en el que se exponen las conclusiones y recomendaciones sobre el proyecto y producto a realizar.



## **1.- Tema de investigación:**

Material impreso de divulgación informativa sobre el uso del software After Effects para estudiantes de la Carrera de Diseño de la Universidad Tecnológica Israel.

## **2.- Planteamiento del problema:**

### **2.1.- Antecedentes**

El software After Effects es una herramienta tecnológica importante para ser aplicado en el área del Diseñador Gráfico. Da la posibilidad de poder valerse en nuevos espacios de trabajo profesional a nivel nacional e internacional en producciones vinculadas a lo audiovisual. Una de las ventajas es la interacción directa que tiene con otros dos programas del paquete Adobe, como es el Premiere, Photoshop, Illustrator, Bridge.

El programa After Effects es utilizado para la creación de anuncios, retoques fotográficos que no sean fijas, publicidad animada, además es una poderosa herramienta de software para efectos visuales y gráficos en movimiento, usa conceptos como tracking, matchmoving con 3d, corrección de color, chromakey, rotoscoping entre otros, que se pueden utilizar para crear diseños dinámicos para videos comerciales y producción de películas. Además es uno de los softwares más usados ya que se ha ganado un lugar importante en el mundo de la postproducción, a pesar de esto no es el único que se maneja en grandes entornos del cine, ya que existe una variedad de programas que cumple funciones similares.

Hasta el momento After Effects forma parte del paquete Adobe versión CC (creative clouds), este junto a otros programas del mismo paquete funcionan juntos para realizar composiciones y efectos visuales como ya se había señalado.

En la Universidad Tecnológica Israel luego de realizadas las indagaciones previas a los estudiantes de Diseño, quienes emplean el software mencionado, se detectó que existe poco material editorial que muestre procesos y técnicas sobre el uso del After Effects y que sirva como medio de consulta para los estudiantes y de este modo ellos amplíe su conocimiento y el dominio de este software.

## **2.2.- Diagnóstico o planteamiento de la problemática general:**

### **2.2.1.- Causa – efecto**

**a) Causa:** Poco conocimiento y producción nacional de material de información divulgativa referente al software After Effects. El material disponible en nuestro país es de otro país y en ocasiones vienen en otro idioma siendo este un factor limitante para el aprendizaje del software por parte de los estudiantes, el material disponible en la red muchas veces tiene fallas o problemas en el contenido, es decir no es fiable.

**b) Efecto:** Estudiantes han tenido que acceder a material importado con costos muy elevados, o consultar temas en la web que no suelen ser verídicos, deja vacíos y dudas en los estudiantes, dando como resultado un aprendizaje incompleto o complejo de ser entendido.

### **2.2.2.- Pronóstico y Control de Pronóstico**

El poco interés por conocer en primer lugar las bondades que presenta el software After Effects antes de utilizarlo está relacionado con la no difusión de material divulgativo dentro de la Universidad Tecnológica Israel, de continuar así no se cumplirá con los objetivos institucionales (formar profesionales capacitados y comprometidos), por ello es necesario crear un material de información que ayude a mejorar su aprendizaje e interés por el software After Effects.

## **2.3.- Formulación de la problemática Específica:**

### **2.3.1.- Problema principal**

No se ha concedido el debido interés para la realización y diseño de material de apoyo educativo por parte de Diseñadores Gráficos sobre el software After Effects para los estudiantes de la Carrera de Diseño.

### **2.3.2.- Problema secundario**

- a) ¿Cuáles son las causas y efectos del escaso material de soportes gráficos?
- b) ¿Cómo se ve afectado el aprendizaje por parte de los estudiantes?
- c) ¿Por qué la Institución no cuenta con material de apoyo educativo sobre el software After Effects?
- d) ¿Cómo se fortalece el aprendizaje mediante propuestas visuales?

## **2.4.- Objetivos:**

### **2.4.1. Objetivo general**

Diseñar un material impreso para el fácil manejo y comprensión sobre el uso y aplicaciones del software After Effects para estudiantes de la Carrera de Diseño de la Universidad Tecnológica Israel.

### **2.4.2. Objetivos específicos**

- a)** Definir conocimientos y conceptos vinculados al Diseño (retícula, imagen, texto, diagramación). Para el desarrollo de un soporte editorial.
- b)** Seleccionar las herramientas más importantes del software After Effects sintetizando su explicación.
- c)** Establecer características en el diseño, diagramación, ubicación de elementos, imágenes, es decir todo el contenido del material, para satisfacer las necesidades de los estudiantes.
- d)** Validar el producto por un experto en Diseño Gráfico

## **2.5.- Justificación:**

### **2.5.1.- Teórica**

#### **¿Por qué?**

Este proyecto se desarrollará ya que mediante las distintas investigaciones realizadas, tanto institucional como de campo, se obtuvo que en el país existe escaso material accesible a todo el público sobre material editorial informativo, teórico y práctico sobre el software After Effects, además el fin también es obtener un producto que haya sido desarrollado por un Diseñador Gráfico nacional.

#### **¿Para qué?**

La importancia radica en brindar un soporte de consulta y enseñanza a los estudiantes de la Carrera de diseño de la Universidad Israel, esto les daría como resultado la posibilidad de conocer mejor las opciones y herramienta de trabajo sobre el software mediante un soporte propio que sea utilizado siempre como consulta del programa, de esta manera permitirá que los estudiantes puedan esparcir los conocimientos adquiridos sobre este software en el campo profesional de la producción audiovisual y experimental y no solo en soportes gráficos digitales e impresos

## **2.6.- Marco referencial**

### **2.6.1.- Marco teórico**

#### **TEORIAS:**

- 1.- Teoría del diseño. (*Joan. Costa*)
- 2.- Teoría del color. (*José Luis Caivano*)
- 3.- Editorial. (*Jorge de Buen Unna*)
- 4.- Tipografía. (*Ambrosse – Harris*)
- 5.- Teoría de la comunicación. (*Shannon*)

## **CONCEPTOS:**

- 1.- Comunicación visual. (*Miquel Rodrigo*)
- 2.- Retícula/Diagramación. (*Timothy Samara*)
- 3.- Familias tipográficas. (*Ambrosse – Harris*)
- 4.- Los elementos del diseño aplicados a una pieza editorial. (*Gerardo Kloss Fernández del Castillo*)
- 5.- Elementos que componen la página. (*Timothy Samara*)
- 6.- Tipos de publicación. (*Gerardo Kloss Fernández del Castillo*)

### **2.6.2.- Marco espacial**

El presente trabajo se desarrollará en la Carrera de Diseño de la Universidad Tecnológica Israel, ubicada en la calle Francisco Pizarro E4-142 y Av. Orellana (Diagonal al Colegio Militar) Quito-Ecuador.

### **2.6.3.- Marco temporal**

El presente proyecto se desarrollará durante los meses de agosto del 2012 a Octubre del 2013.

## **2.7.- Metodología y cronograma**

Esta investigación de culminación de la carrera universitaria está compuesta por los cuatro momentos conforme establece Carlos Sabino en su texto “procesos de investigación”.

En el primer momento denominado proyectivo se planteó el poco interés en producir soportes gráficos para la enseñanza de software After Effects a los estudiantes de diseño de la Universidad Israel.

Para el segundo momento el metodológico se determinó que esta investigación es de tipo estudio de casos ya que en primera instancia se estableció la necesidad de obtener información de fuentes secundarias que son las que provienen de una actividad investigativa y que han sido difundidas por algún medio, según expone Alberto Cornejo en su libro “Métodos de investigación y Exposición” mediante la

aplicación de la investigación en documentos, en otros medios y también encuestas, dirigidas a los estudiantes de la Universidad Tecnológica Israel.

### **Métodos:**

#### **a) Método Deductivo:**

El proyecto de titulación de pregrado parte de conocimientos generales y que por medio del razonamiento lógico deducirse a varias suposiciones

#### **b) Método genérico:**

Se busca en primera estancia la búsqueda de antecedentes para el desarrollo de la investigación

### **Técnicas:**

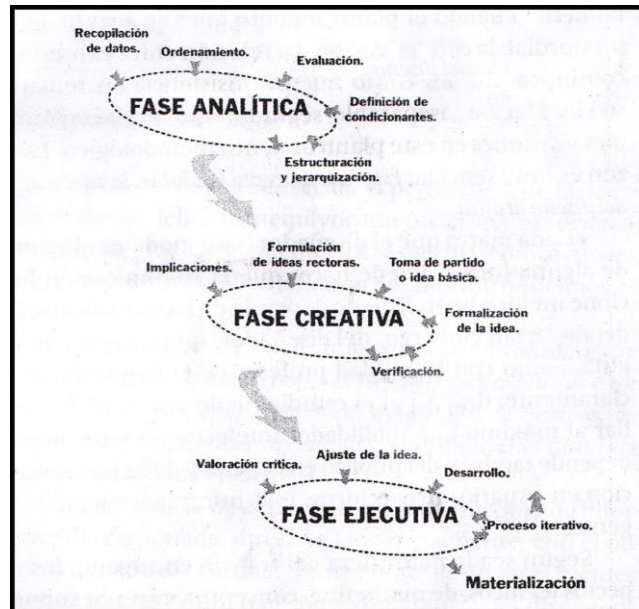
**a) Encuesta y Entrevistas:** utilizadas para obtener, recopilar y analizar datos tanto de los estudiantes y profesionales del diseño gráfico

Ya elegidos los métodos o estrategias generales que servirán para ejecutar el trabajo, es necesario abordar formas y procedimientos concretos que permitan recolectar y organizar información necesaria. A este tercer momento se lo denominará técnico y aunque es apenas una proyección y continuación del momento anterior, se considerará separadamente por cuanto supone la realización de trabajos que en la práctica son bastante diferentes a los anteriores.

Finalmente, se tiene por cometido elaborar los nuevos conocimientos que es posible inferir de los datos adquiridos. Se vuelve así de los hechos a la teoría, del objeto al sujeto, cerrando el ciclo del conocimiento, aunque no definitivamente, pues la nueva teoría alcanzada sólo puede concebirse como un superior punto de arranque para el desenvolvimiento de nuevas investigaciones. El nombre que mejor se adapta a esta fase de la investigación es, por lo tanto, el de momento de la síntesis, aunque puede también llamarse momento teórico o momento de la redacción final.

Este trabajo investigativo es estudio de casos porque se analizará una unidad específica de un universo poblacional.

Para el proceso creativo de la construcción del soporte visual se aplicará la metodología de diseño propuesta por Bruce Archer que parte de una fase analítica, creativa y ejecutiva conforme al gráfico siguiente:



**Figura 1:** Metodología del diseño de Bruce Archer.

Para la redacción final se consideró la guía para la presentación del trabajo de titulación de pregrado (TTP) aprobado el 21 de septiembre del 2010 y particularmente el Art. 46, Art. 47, Art. 48, Art. 49, Art. 50, Art. 51, Art. 52, Art, 53, Art. 54, Art. 55, Art. 56 que determinan la forma de investigación; de igual manera fue fundamental la aplicación del formato APA – Quinta Edición la que determina las pautas para la escritura académica; como también el texto manual de escritura académica de Raúl Vallejo y también las líneas de investigación de la Facultad de Diseño Gráfico.

El estudio se realizará en la Universidad Tecnológica Israel de la ciudad de Quito específicamente a estudiantes de la Carrera de diseño que tiene una población de 85 estudiantes, que para la aplicación de la encuesta se partirá de una selección de muestra aleatoria simple con la fórmula  $p = q = 0.5$  con un intervalo de confianza del 95%

## Fórmula

### DATOS

n=?	n= Tamaño de la muestra
k= 1,15	k= Nivel de confianza
p= 0,5	p= Proporción de individuos
q= 0,5	q= Proporción de individuos que no poseen esa característica
N= 80	N= Tamaño de la población
E= 5%	E= Error muestral deseado

### OPERACIÓN

$$n = \frac{(1,15*1,15)*0,5*0,5*80}{(0,05*0,05)*80 + (1,15*1,15)*0,5*0,5}$$

$$n = \frac{26,45}{0,53063}$$

$$n = \frac{1.3225*20}{0,0025*80 + 1,3225*0,25}$$

$$n = 49,8$$

n= 50 Tamaño de la muestra

$$n = \frac{26,45}{0,2 + 0,33063}$$

Para esta investigación es fundamental el empleo de los siguientes soportes tecnológicos:

1. - Illustrator
2. - Photoshop
3. - Microsoft Word
4. - InDesign
5. - After Effects
6. - Microsoft Excel



## Presupuesto de la investigación

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
Esferográficos	3	0,50	1,50
Lápices	2	0,30	0,60
Resma de papel	1	5,00	5,00
Copias	150	0,02	3,00
Impresión tesis	3	6,00	18,00
Anillados	2	1,00	2,00
Empastado	1	10,00	10,00
<b>Equipo de trabajo</b>			
Computador	100 horas / mes	0,30 / hora	30,00
Internet	80 horas / mes	0,60 / hora	20,00
Cartucho B/N	1	25,00	25,00
Cartucho Color	1	40,00	40,00
<b>Costos de investigación</b>			
Transporte			30,00
Alimentación y otros			40,00
Aranceles Universitarios			850,00
<b>Total</b>			<b>1075,10</b>

# **CAPÍTULO I**

Breve introducción de la Comunicación al Diseño

## 1.1. - LA COMUNICACIÓN

La comunicación se generó con la aparición de la humanidad, las primeras civilizaciones ante la necesidad de comunicarse empezaron a pintar: naturaleza, animales en las paredes de las cuevas, marcando de esa manera la propiedad de cada tribu. A medida que fueron pasando los años se fue aumentando la información y la necesidad de darla a conocer, por lo que se empezó a escribir pictografías (Símbolos que representan objetos), ayudando de esa manera a que las demás personas puedan reconocer, asociar esos símbolos con imágenes o palabras. Con el progreso de la civilización se extendió la comunicación por mar y tierra, que ayudó al comercio entre los grandes imperios, pero a partir de la Revolución Industrial, el crecimiento y aparición de medios impresos han generado en el ser humano nuevas alternativas para transmitir y comunicar sus diversos, siendo estos: (ATL) Medios masivos: Televisión, Radio, Internet, Prensa. (BTL) Medios Alternativos: Fax, Discos, Publicidad móvil. Medios Auxiliares: Publicidad Exterior, Publicidad Interior, Publicidad directa.

De acuerdo a *David K. Berlo*, al pensar en las características particulares de cada medio de comunicación observamos que éstos tienen características semejantes más allá de la diversidad cultural, siendo estos: Emisor: persona que emite el mensaje o información. Receptor: persona o personas que reciben el mensaje. Mensaje: información que transmite lo que se quiere decir. Canal: medio o vía utilizado para transmitir el mensaje.

Denominando comunicación a la transmisión de información entre dos o más sujetos mediante diversos sistemas de signos como: auditivos, visuales, táctiles, olfativos y lingüísticos.

Los modelos de comunicación representan una de las evidencias más claras de la importancia de la esquemática en la ciencia de la comunicación (Costa, 1998)

*Manuel Martín Serrano*, admite ser considerado como el más destacado comunicólogo en Iberoamérica, en el libro *Teoría de la comunicación 1. Epistemología y análisis de la referencia*, propone la siguiente definición de modelo: "Un modelo es la representación de algún tipo de organización de alguna cosa". (*Serrano. 1991: 111*)

Concuerda *Veroni Felipe López* señalando que la comunicación conlleva en si misma una manera de interpretar la realidad que plantea un marco no solo de referencia sino también de relación con la cultura, una interacción entre el sujeto y el objeto a través de los símbolos propios de esa interpretación y cultura.

Por consiguiente la comunicación es importante ya que tiene el poder de desarrollar a las civilizaciones, incluyendo, toda organización, núcleo familiar, como célula importante de una sociedad, se requiere de una amplia y sana comunicación para permitir el desarrollo de todos sus integrantes, hablar de comunicación, no solo es hablar del hombre sino de todas las especies, ya que los distintos tipos existentes de comunicación han permitido que los seres humanos puedan relacionarse entre si y que puedan convivir de tal manera que entiendan y entendamos todo lo que se quiera transmitir, es decir la comunicación es un proceso clásico, esencial y permanente que está presente por voluntad o involuntariamente en todo momento de nuestro diario vivir.

### **1.1.1- Procesos de la comunicación**

En su concepto más amplio (comunicación es la obtención de una respuesta); tomando en cuenta que sugiere que el ser que inicia la comunicación tenga un objetivo determinado (respuesta realizada conscientemente), con esto se quiere manifestar que es un proceso mediante el cual se puede dar a conocer cualquier tipo de información de un sujeto a. Los procesos de comunicación son interacciones en la que por lo menos intervienen dos sujetos que comparten un mismo lenguaje de signos, es por esto que a través del tiempo, se ha postulado a la comunicación como:

la interacción tanto de emociones, sentimientos, ideas, opiniones mediante las distintas formas de expresión, ya sea de señales, oral, escrita u otro tipo.

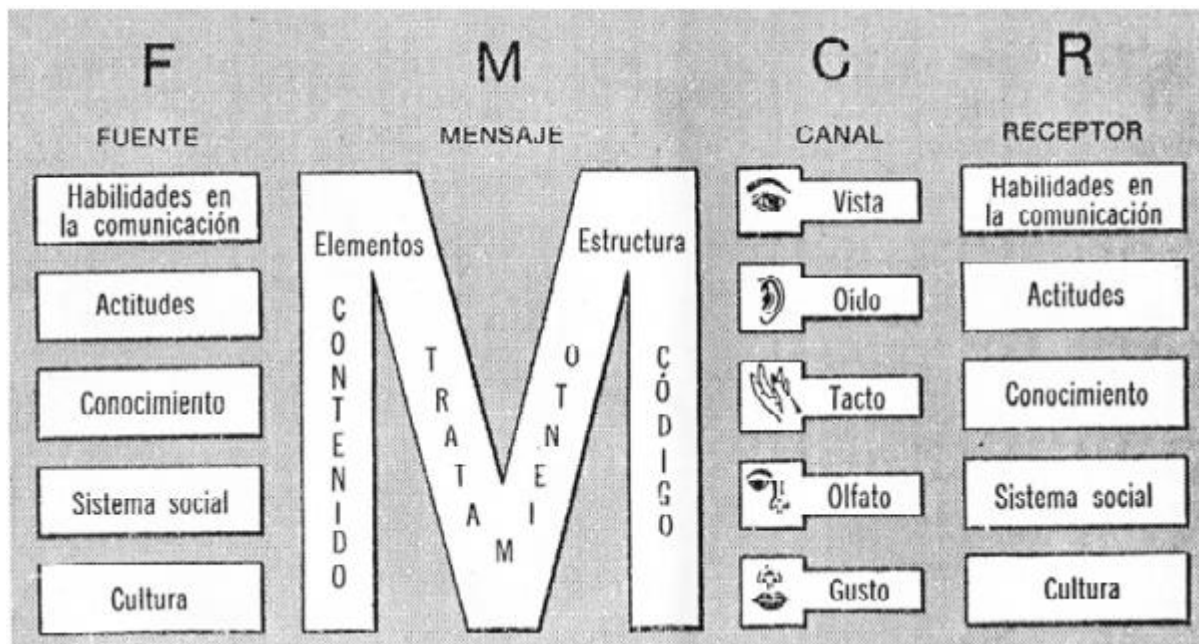
Las distintas maneras de comunicación obligatoriamente poseen un emisor un mensaje y un sujeto que recepte la información. En el proceso que conlleva la comunicación el, la información es generada por un emisor en un y expedida hacia un receptor mediante cualquier medio. Cuando este mensaje es recibido, el receptor decodifica el mensaje y emite una respuesta.

*Shannon y Weaver* señalan que el proceso de la comunicación se inicia en la fuente del mensaje, la fuente de información selecciona el mensaje, luego el transmisor opera sobre el mensaje y lo codifica transformándolo en señal capaz de ser transmitida a través de un canal. El canal es simplemente el medio utilizado para la transmisión de la señal desde el emisor hasta el receptor. Es posible que en el proceso de transmisión de la señal, a través del canal, se agreguen a ésta una serie de elementos como: el ruido. Cuando la señal es recibida por el receptor se lleva a cabo la operación inversa a la del transmisor, el receptor recibe la señal y la transforma de nuevo a su naturaleza original de mensaje, el destino es el ente al que va dirigido el mensaje.



**Gráfico 2.** Proceso de la comunicación de Shannon y Weaver (1981)

*David Berlo* por su parte incluye los siguientes elementos en su discusión de un modelo del proceso de comunicación: La fuente de la comunicación, el codificador, el mensaje, el canal, el decodificador y el receptor de la comunicación. Berlo considera que se pueden mencionar muchos otros actores, pero señalo que su intención es concentrarse en esos seis elementos, al hablar de la comunicación en sus distintos niveles de complejidad.



**Gráfico 3.** Proceso de la comunicación de David Berlo (1979)

Por lo tanto *Shanon y Weber* plantean la existencia de un emisor, mensaje y receptor al igual que *Berlo*, sosteniendo que el emisor es la persona que produce, crea el mensaje y decide si lanzarlo o no.

Estos elementos que intervienen o que forman parte de la comunicación son formas comunicativas que se desarrollan sin intervenciones y las personas que interactúan están relacionadas directamente. Una conversación, un diálogo son ejemplos de este tipo de comunicación.

### **1.1.2.- Tipos de comunicación**

#### **1.1.2.1.- Comunicación Gráfica**

La comunicación gráfica es el canal mediante el cual se transporta el mensaje hacia el receptor con la intención de modificar su conducta. Este mensaje se emite de manera gráfica, es decir que se recibirá visualmente, puede ser: fotografía, ilustración, editorial o la combinación de estas, lo importante es que todo aquello que se quiere transmitir llegue de manera eficaz y eficiente, de tal manera que pueda ser interpretado de manera clara, concisa. Con el pasar del tiempo se ha generado una ligera confusión entre el término de comunicación y diseño, claro está que los dos se

encargan de transmitir el mensaje hacia el público pero diseño en si es todo un proceso tanto de interpretar, organizar, maquetar, todos y cada uno de los elementos dentro del ambito cultural de cada región o país. Pero si hablamos de comunicación gráfica éste término abarca cualquier medio visual con el fin de comunicar se aplique o no el diseño.

Para *Arthur T. Turnbull*, la comunicación gráfica es:

“El proceso de transmitir mensajes por medio de imágenes visuales que normalmente están en una superficie plana, siendo estas de dos clases: las ilustraciones y los símbolos visuales”

Entonces la comunicación gráfica no es sino el transmitir mensajes por medio de imágenes a través de los distintos medios de comunicación existentes teniendo en cuenta de que necesitan de un proceso para poder transmitirlo de manera directa y objetiva comenzando con la concepción de una idea, la investigación, recolección de información, creación de bocetos, presentación de propuestas, entrega del arte final hasta la publicación a través de un medio o soporte impreso

### **1.1.2.2.- Comunicación Visual**

*Josef Müller-Brockmann* Señala que la comunicación visual puede ser interpreta de distintas maneras, según lo que se quiere transmitir y la imagen que se creará, de acuerdo a las siguientes características:

**Describir algo:** Se explica de manera detallada a otra persona cómo es algo.

**Simbolizar una idea:** Se pretende que las demás personas entiendan con imágenes una frase o palabra.

**Expresar sentimientos:** Es causar en las personas uno de los distintos sentimientos que podemos expresar: risa, llanto, entre otros.

**Agradar a la vista:** Se realiza una combinación de cromática, textura y formas que de una u otra manera resulten agradables ante el ojo humano.

**Cambiar la opinión de alguien sobre una cosa:** Es buscar imágenes que resalten lo bueno o lo malo para que la opinión de las personas cambien sobre eso.

Según *Bruno Munari* (1985)

La comunicación visual es prácticamente todo lo que ven nuestros ojos, desde una planta hasta las nubes que se mueven en el cielo, cada una de estas imágenes tienen un valor distinto, según el concepto en el que se las quiera interpretar”.

Por otra parte *Gyorgi Kepes* dice:

Los colores, las líneas y las formas correspondientes a las impresiones que reciben nuestros sentidos, están organizados en un equilibrio, una armonía o un ritmo que se halla en una análoga correspondencia con los sentidos; y éstos son, a su vez, análogos de pensamientos e ideas (*Gyorgi Kepes*).

Los dos autores coinciden en que existe un mundo dominado por las imágenes, en el que la información que nos llega de distintas maneras y en distintos medios, el hombre como receptor de mensajes, obtiene información a través de sus cinco sentidos; siendo el primordial, la visión ya que esta se encarga de captar el 80% de todo lo que nos rodea, tanto la información a través de medios impresos, televisión como también el Internet. Estas imágenes, signos y símbolos afectan el poder de interpretación, y condicionan a la hora de tomar decisiones, o de realizar elecciones. Por eso es tan importante poder dominar este lenguaje visual y saber interpretar las distintas connotaciones que estos presentan para un sencillo y fácil entendimiento. Una imagen puede cambiar por completo el concepto, la manera en como percibimos al mundo. En fin la comunicación visual es tan grande, que tiene el poder de quedar pregnada por un largo tiempo en la memoria de las personas y esto hace que se forme una opinión hasta adoptar un determinado comportamiento y adquirir un nuevo producto.

## **1.2.- Breve reseña histórica del diseño gráfico**

Desde hace mucho tiempo atrás, el ser humano ha buscado distintas formas y maneras de dar a conocer mediante el ámbito visual, pensamientos, ideas y conceptos, de recopilar conocimientos de maneras gráfica y de ordenar y aclarar la información. Es así que a lo largo de la historia, como menciona:



*Nacho Lavernia*

“diversas personas como escribas, impresores e ilustradores han satisfecho estas necesidades.”

*William Addison Dwiggins*

“Acuñó la expresión (diseño gráfico) para describir sus actividades como individuo que aporta orden estructural y forma visual a las comunicaciones impresas, esta profesión incipiente recibió un nombre adecuado.)

Por consiguiente el diseño gráfico es una herramienta que con el pasar del tiempo se ha convertido en un arma muy poderosa para persuadir, atraer, captar la atención del mundo entero a través de sus diversos modos de expresión y distintos tipos de soportes que se encuentran en la actualidad.

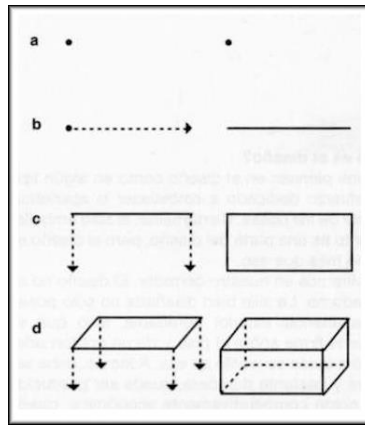
### **1.3.- FUNDAMENTOS DEL DISEÑO GRÁFICO**

Muchos ven el diseño, como la rama que se dedica a hacer que las cosas se vean bonitas, si bien esto es parte del diseño, no abarca en su totalidad la función del diseño como tal. (*Wucius Wong*)

A continuación se exponen cuatro elementos postulados por (*Wucius Wong*)

**a) Elementos conceptuales:** (Gráfico 4)

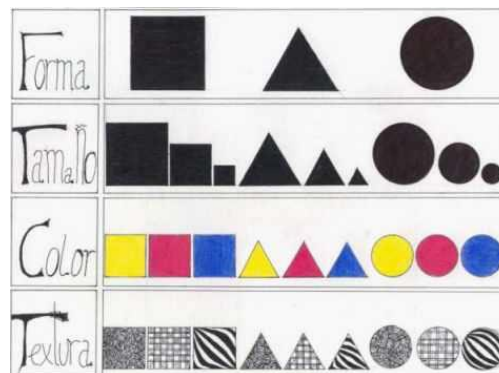
- **Punto:** Es un elemento que se encuentra al cruzarse dos líneas. (fig. a)
- **Línea:** Cuando el punto se mueve, su recorrido genera una línea. (fig. b)
- **Plano:** El recorrido de una línea es en distintas direcciones. (fig. c)
- **Volumen:** El recorrido de un plano es en distintas direcciones. (fig. d)



**Gráfico 4.** Fundamentos del diseño, Wucius Wong, ed Gustavo Gili.

**b) Elementos visuales:** (Gráfico 5)

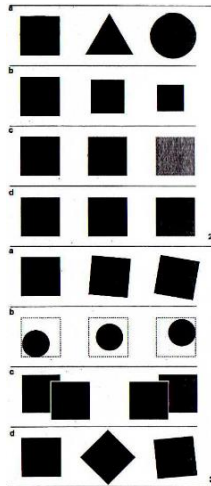
- **Forma:** Todo lo que podemos apreciar.
- **Color:** Una forma se distingue por el color.
- **Tamaño:** Todas las formas poseen un tamaño.
- **Textura:** Se refiere a la superficie de cualquier forma.



**Gráfico 5.** Fundamentos del diseño, Wucius Wong, ed Gustavo Gili

**b) Elementos de relación:** (Gráfico 6)

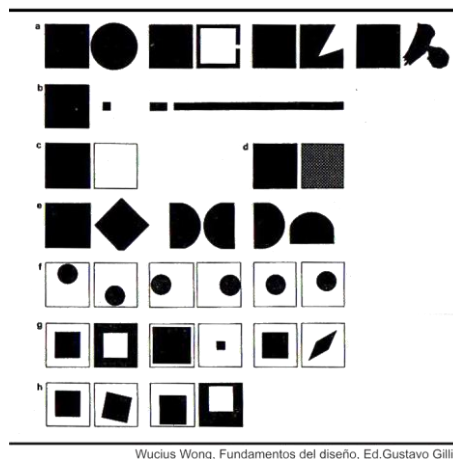
- **Dirección:** La dirección de cualquier objeto, depende de cómo se encuentra relacionada con el observador. (fig. 3a)
- **Posición:** La posición es juzgada por su relación respecto al cuadro a la estructura. (fig. 3b)
- **Espacio:** Las formas de cualquier tamaño ocupan un espacio. (fig. 3c)
- **Gravedad:** La sensación de gravedad no es visual sino psicológica. (fig. 3d)



**Gráfico 6.** Fundamentos del diseño, Wucius Wong, ed Gustavo Gili

**d) Elementos prácticos:**

- **Representación:** Cuando cualquier forma es derivada de la naturaleza.
- **Significado:** Cuando el diseño connota un mensaje.
- **Función:** Cuando cumple un determinado propósito.



**Gráfico 7.** Fundamentos del diseño, Wucius Wong, ed Gustavo Gili

Estos elementos son compartidos ya que también los propone:

*Robert Gillam Scott*, señalando que:

“Todo lo que hacemos tiene que ver con el diseño desde la secuencia de pasos que seguimos para alistarnos para ir a la escuela hasta la realización de una gran obra

de arte aunque no lo hagamos de manera consciente estamos diseñando”. (*Robert Gillam Scott*)

Basándonos en un concepto formal de diseño tal como que el diseño es toda acción creadora que cumple su finalidad nos podemos quedar limitados de entender toda la verdadera intención de diseño ya que el concepto está muy sintentizado es importante comprender cada una de sus partes, en primer lugar ¿que es una acción creadora? y en segundo ¿Cuál es la finalidad de algo? bueno, para esto es importante saber que en el diseño, la comprensión intelectual no llega muy lejos sin el apoyo del sentimiento y para escudriñar el concepto y significado del diseño no solo hay que comprometer nuestro intelecto sino también nuestras emociones.

#### **1.4.- RESPONSABILIDAD DEL DISEÑADOR GRÁFICO**

El diseñador gráfico es el expositor de una comunicación en una forma efectiva, de tal manera que debe poseer el conocimiento necesario sobre el entorno cultural y social en el que se desenvuelve, de esta manera el diseñador gráfico en el instante de realizar sus trabajos, siempre los desarrollara teniendo en cuenta de incluir una responsabilidad social ya que todos los conceptos que quiera dar a conocer serán interpretados indistintamente por cada grupo social.

Existen casos en que los diseñadores no realizan sus diseños con un fin de beneficio cultural, social y comunicacional, sino sólo por lo económico, realizan sus trabajos sin tener en cuenta de que son actores de un eje social que con lleva una responsabilidad como tal.

Según *Jiménez Xavier*

“Hoy, cuando los anuncios, las revistas, los diarios, las calles, los medios están saturados de productos del diseño gráfico, se hace indispensable reflexionar sobre su función” (*Jiménez Xavier*).

*Joan Costa* manifiesta que:

“El diseño hecho para los ojos constituye, el medio fundamental de la comunicación social.” (*Joan Costa*).

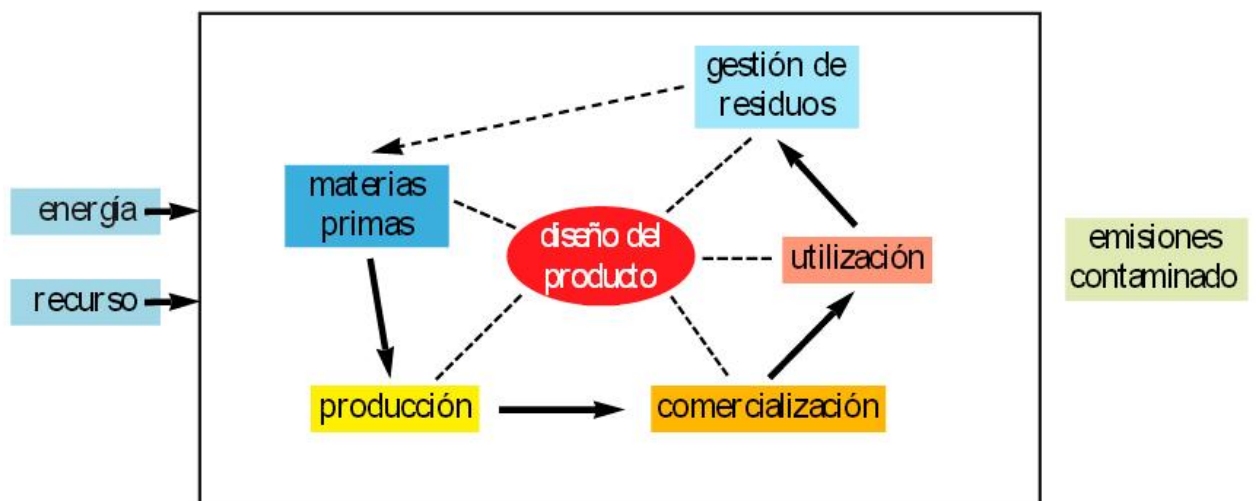
La Responsabilidad social en el diseño gráfico es en sí, actuar correctamente a la hora de diseñar y ofrecer los distintos productos plasmados en los diversos soportes gráficos.

Saber colocar la responsabilidad de diseñador gráfico en el contenido social para generar una sociedad más humana y productiva.

Producir satisfacciones comunicacionales positivas para la sociedad, cumpliendo todas las expectativas del consumidor, cliente o usuario de los productos.

### 1.5.- ECODISEÑO

El ecodiseño es una nueva metodología para el diseño de productos industriales en la cual, el medio ambiente y el ahorro son tomados en cuenta a la hora de decidir durante el proceso de desarrollo de productos o mejora de procesos, como un factor adicional a los que tradicionalmente se han tenido en cuenta (seguridad alimentaria, calidad, imagen)



**Gráfico 7. Ecodiseño.** Dr. Joan Rieradevall año 2000

El ecodiseño trata de utilizar la innovación en el producto considerando las especificaciones ambientales en el proceso productivo. El objetivo del ecodiseño es reducir el impacto ambiental del producto a lo largo de todo su ciclo de vida, entendiendo por ello todas las etapas de la vida de un producto, desde la producción de las materias primas necesarias para su elaboración, hasta la eliminación del producto una vez que es desechado.

Para *Cepyme Aragón*, el ecodiseño puede ser una herramienta muy importante para la competitividad de las empresas, reduciendo los consumos de las materias primas

y recursos energéticos, optimizando los procesos de producción, transporte y en general dotando a sus productos de características que refuercen su imagen frente a sus consumidores.

Por otra parte el *Dr. Joan Rieradevall* profesor de ciencias ambientales de la UAB y de ecodiseño de Elisava / UPF. Define al ecodiseño como:

“Acciones orientadas a la mejora ambiental del producto en la etapa inicial de diseño mediante la mejora de su función, selección de materiales menos impactantes, aplicación de procesos alternativos, mejora en el transporte y en el uso y minimización de los impactos en la etapa final de tratamiento”. (*Dr. Joan Rieradevall*)

En consecuencia, el ecodiseño es un proceso que facilita la mejora integrada de los productos al añadir los aspectos ambientales, sociales y económicos. Ya que se tiene en cuenta la creación de diversos productos y servicios, llevando de la mano a otros criterios referentes a la calidad, función, costos, forma, color, estilo entre otros. Como resultado, todos aquellos productos realizados mediante el ecodiseño, poseen una característica innovadora, ya que presentan una mejor conducta ante el medio ambiente y de gran acogida en el mercado.

# **CAPÍTULO II**

Diseño Editorial

## 2.1.- BREVE HISTORIA DEL DISEÑO EDITORIAL

El diseño editorial es parte fundamental del diseño gráfico que se encarga de la maquetación y composición de libros, revistas, diarios, todos los distintos medios impresos existentes, tanto en su parte externa como interna. La idea es lograr una plena armonía entre el texto, imagen y diagramación.

*Jorge de Buen Unna* comenta que a partir de que *Gutenberg* realizó sus primeras publicaciones escritas, la historia del diseño editorial había sucedido con pocos sobresaltos. Se solía editar los libros en casas especializadas, compuestas por verdaderos expertos con minuciosa supervisión del autor, el editor y un ejército de correctores. También señala que a existido editores ineptos, pero no se compara a lo que sucede actualmente ya que algunos libros y materiales gráficos son diseñados y generados por individuos sin ningún conocimiento sobre el oficio.

*Adriana Castrillón* señala que:

“Se podría afirmar que la implementación y la proliferación de los libros comienza con *Gutenberg* y su imprenta en el siglo XV. Pero antes de que los libros impresos llegaran al occidente, los chinos ya contaban con los principales ingredientes para crear la combinación que generaría una revolución cultural.

Para finalizar se puede decir que el diseño editorial es parte fundamental del diseño gráfico desde hace mucho tiempo atrás. Además se puede acotar que es necesario que el diseño de soporte tengan legibilidad, sea dinámico y coherente con el contenido del texto y el público al que está dirigido. Para que se destaquen las partes mas importantes, los títulos sean atractivos, las imágenes sean llamativas y equilibradas dentro de la doble página. Para todo esto se necesita de un especialista, un diseñador gráfico editorial, que no solamente conozca los conceptos teóricos del diseño editorial, sino que también tenga experiencia.



## 2.3.- TIPOS DE PUBLICACIONES

### 2.3.1.- Libro

Es un impreso encuadernado que desarrolla extensamente un tema acorde con su título, un ensayo grande, una novela u obra literaria larga o una compilación de cuentos, ensayos u obras más pequeñas. (*Gerardo Kloss Fernández del Castillo*)



**Gráfico 8.** Gerardo Kloss Fernández del Castillo, 200, Libro

### 2.3.2.- Revista

Son publicaciones periódicas, interesadas en un tema en particular y dan cabida a una serie de textos similares (artículos). (*Gerardo Kloss Fernández del Castillo*)



**Gráfico 9.** Gerardo Kloss Fernández del Castillo, 200, Revista

### 2.3.3.- Periódico

Es un boletín no institucional que aparece regularmente y contiene noticias de índole general sobre lo que sucede en un área geográfica o del conocimiento.

(Gerardo Kloss Fernández del Castillo)



Gráfico 10. Gerardo Kloss Fernández del Castillo, 200, Periódico

### 2.3.4.- Boletín

Son publicaciones periódicas que buscan informar a los integrantes de una Comunidad, institución, corporación, empresa, partido o grupo acerca de los sucesos y opiniones que trascienden en el interior de la propia organización.

(Gerardo Kloss Fernández del Castillo)



Gráfico 11. Gerardo Kloss Fernández del Castillo, 200, Boletín

### 3.2.5.- Folleto

Podemos definirlo como una publicación no encuadernada utilizada, generalmente, para transmitir información publicitaria, que ofrece información de los productos o servicios de una empresa. *(Gerardo Kloss Fernández del Castillo)*



**Gráfico 12.** Gerardo Kloss Fernández del Castillo, 200, Folleto

### 2.4.- ¿QUE ES EDITAR?

El proceso de escoger, decidir qué elementos, fragmentos de nuestro trabajo inicial se mantienen, mejoran, o simplemente se eliminan, se denomina editar. Hay que ser conscientes de que no todo lo que se escribe es buena idea. A veces, mucho de lo que se incluye en el papel estaría mejor en la papelera de reciclaje.

*Lakshmi Bhaskaran*, menciona “*vayamos donde vayamos y hagamos lo que hagamos, las publicaciones nos rodean*”.

#### 2.4.1.- Elementos del diseño editorial

Para *Juan José Manjarrez de la Vega* El diseño editorial tomado en cuenta desde la perspectiva de un diseñador tiene como finalidad:

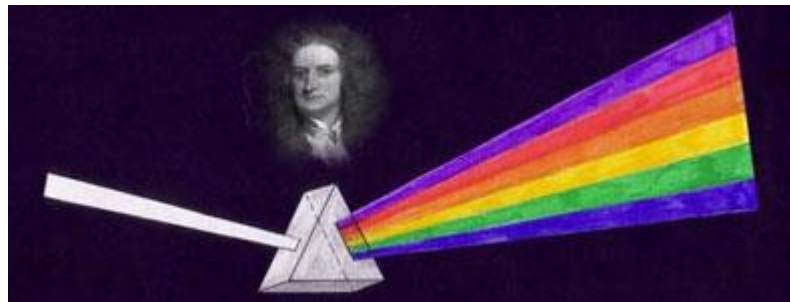
“Observar la publicación como un proyecto de imagen y diseño, primero se debe observar el tipo de producto que se va a publicar (periódico, folleto, revista, entre

otros) y tomando como punto de referencia, se define el contenido y el tipo de lector al que se va a llegar”. (*Juan José Manjarrez de la Vega*)

Acorde a *Leslie Morales* las etapas para el diseño editorial son: Creación, Edición, Diseño, Producción

Por consiguiente el diseño editorial consiste en la diagramación de textos e imágenes de acuerdo a elementos que ayudan a la concepción óptima de un producto editorial, ya que la diagramación tiene ciertas características en cuanto a formato, composición, contenido de las páginas, etc. Y para que cualquiera de estos medios proyecten una sensación de unidad, deben seguir un patrón de elementos y a partir de conceptos se creen estilos y de esta manera diferenciar algunas producciones de otras. Eh ahí la importancia de tener en cuenta los elementos y aspectos del diseño gráfico y editorial.

## 2.5.- Color



**Gráfico 13.** Isaac Newton, la luz es color (1642-1519)

*Leonardo Da Vinci* definió la siguiente escala de colores básicos:

“Primero el blanco como el principal ya que permite recibir a todos los demás colores, después en su clasificación seguía amarillo para la tierra, verde para el agua, azul para el cielo, rojo para el fuego y negro para la oscuridad, ya que es el color que nos priva de todos los otros. Con la mezcla de estos colores obtenía todos

los demás, aunque también observó que el verde surgía de una mezcla”. (*Leonardo Da Vinci (1452-1519)*).

*Ambrose - Harris* manifiestan que

“El color es la forma más inmediata de comunicación. Hemos desarrollado una cierta comprensión del color que nos lleva a reaccionar ante él de manera instintiva, por todo ello el color es un aspecto importante del diseño contemporáneo”

Por otro lado *Isaac Newton* dice que:

“El color no existe y no es una característica de un objeto sino una apreciación subjetiva”

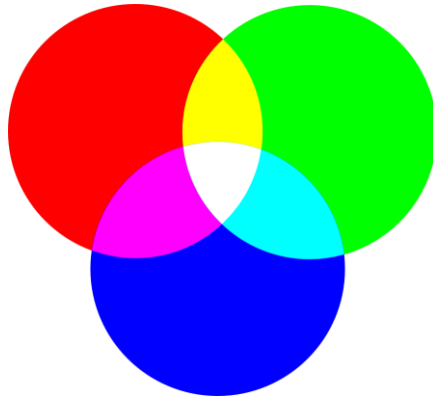
Entonces el color es un aspecto importante en todo el entorno, es una percepción visual que se genera en el cerebro al interpretar las señales nerviosas que le envían los foto receptores de la retina del ojo y que dicha información es captada e interpretan todas las variantes en cuanto a consistencia de la onda. No todos los individuos captan de igual manera la cromática existente en el medio en el que nos, uno piensa que ve los colores perfectamente, debido a que nuestra visión no es del cien por ciento, por ende los de menor porcentaje en la visión captan los colores de distinta manera.

### **2.5.1. Clasificación de los colores**

#### **Colores primarios:**

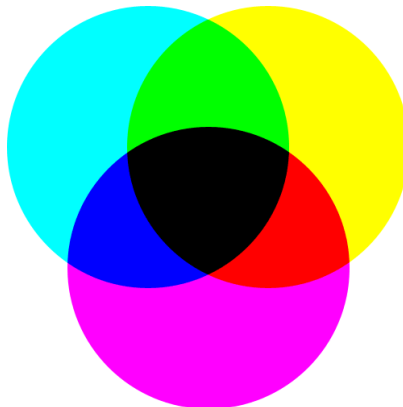
Existen 2 tipos de colores según *Ambrose y Harris (2006)* los primarios, los aditivos y los substractivos,

- **Aditivos:** Son colores que se obtienen de la emisión de luz y son el rojo verde y azul.



**Gráfico 13.** Colores primarios y secundarios según el modelo de mezcla aditiva

- **Sustractivos:** Son los asociados a la sustracción de luz, el cian, magenta y amarillo.



**Gráfico 14.** Colores primarios y secundarios según el modelo de mezcla sustractiva

**Colores secundarios:**

- Resultan al combinar dos de los colores primarios en iguales cantidades.

**Colores terciarios:**

- Se producen combinando un color secundario con el primario restante, es decir, que no se halla presente en el secundario. Equivale a mezclar los primarios sustractivos en las proporciones 2:1 o 1:2.

## 2.5.2. Círculo Cromático



**Gráfico 14.** Johann Wolfgang Von Goethe, Círculo Cromático

El círculo cromático de *Johann Wolfgang Von Goethe* se basa en dos triángulos invertidos que forman un polígono estrellado de seis puntas: Tres colores primarios alternados con los tres colores secundarios. En el hexágono central aparecen las mezclas que son los que se sitúan a ambos lados de un color en el círculo cromático.

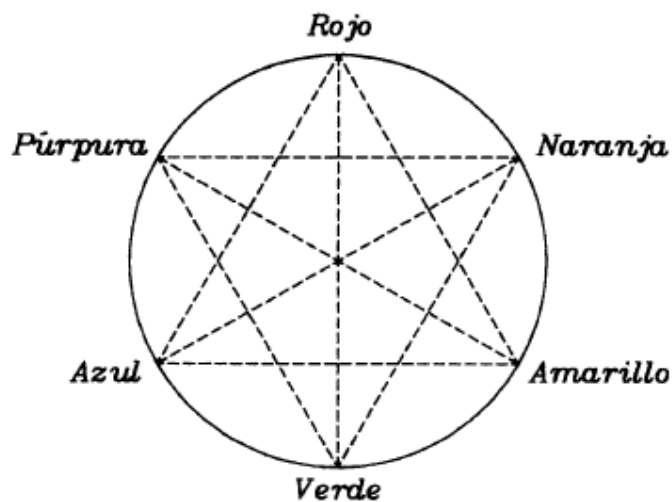
También manifiesta que el círculo cromático sirve básicamente para ordenar y clasificar las diferentes posibilidades cromáticas que se observan en el universo a partir de la presencia de luz u oscuridad. Estas tablas o gráficos son especialmente utilizadas por científicos y artistas y creadas de muchas maneras y formas diferentes. (*Johann Wolfgang Von Goethe*)

En su esquema *Newton* diferenció siete colores en el espectro producido por la dispersión de la luz a través de un prisma, y los dispuso en el perímetro de un círculo dividido en siete porciones, cuyo centro está ocupado por la luz blanca.



**Gráfico 15.** Newton, Circulo Cromático

Goethe postula que si el de *Newton* es un círculo cromático de mezcla de luces, el de *Goethe* responde a la mezcla de pigmentos. Tres tintes primarios: rojo, amarillo y azul , aparecen en los vértices de un Triangulo equilátero, contrapuesto a otro triángulo equilátero con tres tintes secundarios: naranja, verde y púrpura producto de la mezcla sustractiva de los anteriores.



**Gráfico 16.** Círculo cromático de Goethe

Se puede decir que los dos autores concuerdan con la existencia de colores primarios, secundarios y terciarios. En la vida diaria se percibe la realidad mediante el color, es decir, que la cromática existente en todas las cosas nos ayuda de una u



otra manera a distinguir cada objeto a nuestro alrededor.

El color posee, muchos significados y que a su vez son utilizados de manera simbólica por las distintas culturas y grupos sociales, ya que de alguna manera esta significación ayuda a alcanzar distintos fines como el de comunicar algo y hacerlo de una manera consciente utilizando una cromática adecuada y enriqueciendo así los distintos recursos en los que se los utilice.

## **2.6.- PRINCIPIOS DE PERCEPCIÓN**

En 1890, Christian von Ehrenfels (1859-1932) formuló por primera vez la Teoría de la Gestalt, según la cual, la mente tiene la propiedad de percibir el todo por encima de sus componentes corroborando el aforismo de que el todo es más que la suma de las partes. Postula como ejemplo la música; en ella puede distinguirse la percepción de notas aisladas y la percepción de una melodía -el todo- cuando las mismas notas ocurren en determinadas relaciones, y a su vez, la falta de percepción de la melodía cuando las notas dejan de estar dentro de esas relaciones.

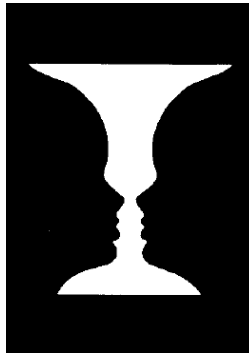
“Las leyes de la percepción fueron enunciadas por los psicólogos de la gestalt,(Max Wertheimer, Wolfgang Köhler y Kurt Koffka); quienes en un laboratorio de psicología experimental observaron que el cerebro humano organiza las percepciones como totalidades (Gestalts) de acuerdo con ciertas leyes a las que denominaron "leyes de la percepción". Estas leyes enuncian principios generales, presentes en cada acto perceptivo demostrando que el cerebro hace la mejor organización posible de los elementos que percibe, y asimismo explican cómo se configura esa "mejor organización posible" a través de varios principios”.

Kohler propone las siguientes leyes de la Gestalt:

### **A) Ley De Figura Y Fondo:**

Este fenómeno tiene que ver con la anatomía del ojo, cuya retina en su zona central

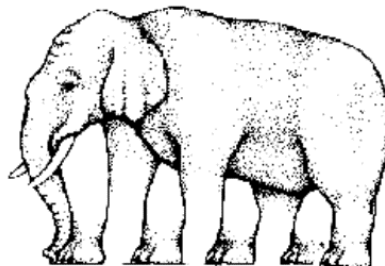
posee una mayor cantidad de receptores que en la zona periférica lo que ofrece una zona de mayor definición. (Kohler).



**Gráfico 17.** La Gestalt, Guillermo León, Figura fondo

**B) Ley general de la buena forma:**

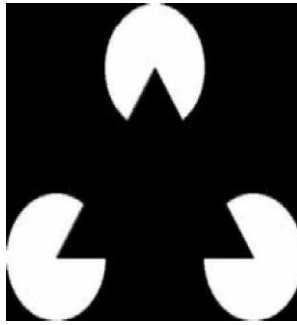
Se basa en la observación donde el cerebro intenta organizar los elementos percibidos de la mejor forma posible, esto incluye el sentido de perspectiva, volumen, profundidad etc. (Kohler).



**Gráfico 18.** La Gestalt, Guillermo León, Buena Forma

**C) Ley Del Cierre:**

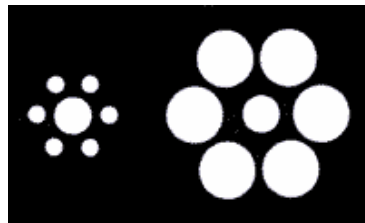
Las formas abiertas o inconclusas provocan incomodidad y existe una tendencia a completar con la imaginación aquello que falta. En esto se basan algunos funcionamientos psíquicos. (Kohler).



**Gráfico 19.** La Gestalt, Guillermo León, Cierre

**D) Ley Del Contraste:**

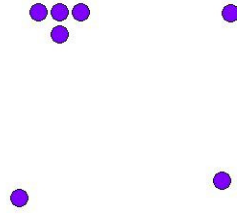
Esta ley de la percepción se utiliza para hacer comparaciones entre diferentes situaciones y contextos. En este sentido aunque los valores absolutos (medidas) se mantienen, el explorar los valores relativos puede hacer que una situación cobre un valor diferente al modificar los puntos de referencia. (Kohler).



**Gráfico 20.** La Gestalt, Guillermo León, Contraste

**E) Ley De La Proximidad:**

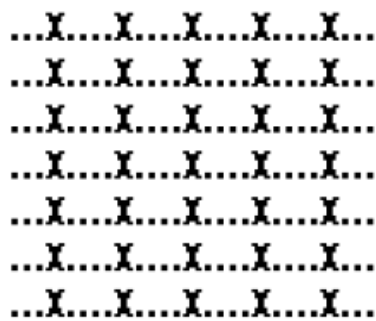
En general se tienden a considerar como "un todo" o un conjunto al que se atribuyen conexiones a aquellos elementos que están más próximos. (Kohler).



**Gráfico 21.** La Gestalt, Guillermo León, Proximidad

### **F) Ley De La Similitud:**

Los elementos similares tienen a verse como el mismo elemento, como conjuntos que se pueden separar claramente del resto. (Kohler).



**Gráfico 22.** La Gestalt, Guillermo León, Similitud

El ser humano posee una capacidad asombrosa para organizar el campo percibido según principios simplificadores, esto suele ser un valioso recurso adaptativo. Aunque a veces, esas mismas formas archivadas en el sistema cognitivo pueden dificultar el desempeño de tareas que requieren soluciones creativas.

Los procesos de organización de los estímulos primarios en formas funcionan no sólo al nivel de lo que la atención enfoca, este es el caso de los mensajes subliminales (subliminal: por debajo del umbral) son aquellos que acceden al sistema cognitivo sin que sean percibidos conscientemente de que esto sucede.

## 2.6.2. El color en la Gestalt

Según *Víctor Manuel Moreno Mora* en conjunto con las leyes del diseño, establece que:

“un esquema de jerarquías en cuanto a la aplicación de color, en las siguientes categorías: primarios, secundarios, terciarios y cuaternarios. En otra gama de colores se emplea el blanco y el negro ya sean por separado o en su combinación para crear los llamados colores neutros”. (*Víctor Manuel Moreno Mora*).

## 2.7.- TIPOGRAFÍA

La tipografía, en si la escritura como tal, se remonta hacia millones de años atrás con la aparición de la humanidad, el más grande invento conocido hoy en día es la capacidad que desarrollo el ser humano para generar un lenguaje cultural para expresar los diversos acontecimientos hacia los demás.

Según *DAVID JURY*

“La tipografía y la escritura, por su naturaleza, siempre se han entrelazado, puesto que la tipografía es la disciplina y la práctica profesional que media entre el contenido de un mensaje y el lector que lo recibe”. (*DAVID JURY*)

De acuerdo a *Ambosse – Harris* manifiesta que la letra es el medio usado para escribir una idea y proporcionarle una forma visual. Los tipos se basan en diseños hechos en épocas históricas.



**Gráfico 23.** Hoja del Salterio de Maguncia, firmado por Fust y Schoeffer, pero posiblemente concebido por Gutenberg, del que sólo se conservan diez ejemplares.

## 2.7.1. Partes de las tipografías

<b>A</b>	<b>Apice</b> Punta que se forma en la parte superior de algunos caracteres, como en la "A". Es el punto de encuentro entre la ascendente derecha e izquierda.	<b>FY</b>	<b>Brazo</b> Asta horizontal abierta en uno o ambos extremos, como en la "I" y la "F", o bien el asta ascendente de la "K" y la "Y". También llamada "barra".	<b>b p</b>	<b>Astas ascendentes y descendentes</b> El asta ascendente es la parte de la letra que sobresale por encima de la altura de la x, mientras que la descendente es la que se prolonga por debajo de la línea de base.	<b>GS</b>	<b>Uña o gancho</b> Remate, gracia o serifa pontaguda.
<b>T</b>	<b>Beak</b> Montón que reciben en inglés los remates, serifas o gracias al final de los brazos.	<b>pd</b>	<b>Punza o anillo</b> Parte del carácter que encierra el espacio en blanco de letras circulares como la "O" y la "e". La punza puede ser abierta o cerrada.	<b>T</b>	<b>Cartela o apóyigo</b> Forma de transición que conecta el palo con el remate.	<b>G</b>	<b>Barbilla</b> Terminal angular de la "G".
<b>p</b>	<b>Blanco interno, contraforma o contrapunteo</b> Espacio interno de la punza de algunas letras, como la "e" y la "a".	<b>t</b>	<b>Travesaño</b> Trazo horizontal que cruza por algún punto el asta central. También se denomina "asta transversal".	<b>A</b>	<b>Perfil o filete</b> Línea horizontal de los caracteres "A", "H", "T", "c", "l" y "c" que cruza el palo central. También se denomina "barra".	<b>VK</b>	<b>Cruz</b> Punto interior en el que se cruzan dos astas angulares.
<b>gr</b>	<b>Oreja</b> Pequeña asta que se extiende a la derecha del anillo de la "g" o que sobresale del palo de lasas como la "y" y la "r".	<b>af</b>	<b>Gota, lágrima o botón</b> Asta terminal decorativa en la parte superior de caracteres tales como la "a" y la "r".	<b>LR</b>	<b>Pierna</b> Asta descendente inferior de una letra. En ocasiones se emplea este término para describir la cola de la "Q".	<b>ff</b>	<b>Ligadura</b> Barra transversal o brazo que se proyecta y cruza dos letras para unirlas.
<b>g</b>	<b>Cuello</b> Asta que une dos partes de la letra, como los anillos de una "g" de dos niveles.	<b>g</b>	<b>Bucle</b> Anillo que forma la cola de una "g" de dos niveles.	<b>T</b>	<b>Serifa, remate o gracia</b> Pequeño trazo al final del asta vertical principal u horizontal.	<b>h</b>	<b>Hombro o arco</b> Asta curvada que conduce, por ejemplo, hacia la pierna de una "h" o una "u".
<b>S</b>	<b>Espina</b> Asta curvada que se extiende de izquierda a derecha en la "S" y la "f".	<b>b</b>	<b>Espolón</b> Terminal del palo de una letra redondeada.	<b>VT</b>	<b>Palo</b> Asta vertical o diagonal principal de una letra.	<b>oo</b>	<b>Inclinación</b> Orientación de un carácter curvado.
<b>W</b>	<b>Curva, rizo o floreado</b> Trazo curvo y prolongado de entrada o de salida.	<b>Q</b>	<b>Cola</b> El asta descendente de la "Q", la "K" y la "R". Las de la "g", "j", "p", "q" e "y" también se llaman "cola", al igual que el bucle de la "g".	<b>T</b>	<b>Terminal</b> Parte final de un asta. El terminal puede ser un ángulo agudo o bien tener forma acampanada, convexa, cóncava o redondeada.	<b>M</b>	<b>Vértice</b> Ángulo que se forma en la parte inferior de la letra, en el punto donde convergen el asta derecha e izquierda, como en el caso de la "M".

Gráfico 24. Ambrose Harris, Anatomía de las tipografías

## 2.7.2.- Clasificación de las tipografías

1400s

### Blackletter

Los tipos blackletter se basan en el estilo historiado que predominaba en la Edad Media. También se denominan “block”, “gothic”, “old english”, “black” y “broken”. El tipo utilizado en el ejemplo es Goudy Text MT.

1475

### Old Style

Este estilo hace referencia a las fuentes romanas que surgieron en Italia en los siglos XV y XVI, caracterizadas por el sutil contraste de sus trazos y una cierta inclinación oblicua. Este grupo de tipos incluye los estilos Venetian y Garalde. El tipo utilizado en el ejemplo es Dante MT.

1500s

### Italic

Basada en la letra manuscrita del Renacimiento italiano, la cursiva presenta unos caracteres más condensados. En sus orígenes, se creó como categoría independiente dentro de los grupos de tipos, pero posteriormente pasó a complementar las letras de estilo romano. En la imagen se muestra un ejemplo de Minion Italic.

1550

### Script

Sus letras intentan reproducir las formas caligráficas de los bajorrelieves. En la imagen se muestra la Kuenstler Script Medium.

1650

### Transitional

Los tipos de transición marcan una divergencia entre las formas old style y las formas más modernas de finales del siglo XVII. Entre sus rasgos característicos destacan el mayor contraste de sus trazos y la mayor verticalidad de las letras curvadas. El tipo de letra del ejemplo es la Baskerville.

1775

### Modern

Estos tipos surgieron a partir de la mitad del siglo XVIII. Se distinguen por el gran contraste de sus trazos, así como por el amplio uso de serifas ultrafinas y sin apófige. En el ejemplo se muestra la Bodoni BE Regular.

1825

### Slab serif

Estos tipos se caracterizan por una variación mínima en el espesor de sus trazos y por sus remates gruesos y cuadrados. El tipo de letra utilizado en el ejemplo es la Clarendon MT.

1900s

### Sans serif

Estos tipos sin remate y con un grosor prácticamente invariable fueron creados en 1816 por William Caslon. En el ejemplo se muestra la News Gothic MT.

1990s

### Serif / Sans serif

Este desarrollo reciente abarca a aquellos tipos que disponen de alfabetos con serifa y sin serifa, como el Rotis. En la imagen se muestra la Rotis Semi Serif.

**Gráfico 25.** Ambrose Harris, Clasificación de las tipografías de texto

## 2.8.- RETÍCULA

La retícula es cualquier estructura que sirva de organización para colocar los distintos elementos, tanto en diseño editorial como diseño de sitios web, ya que ayuda a la creación de varias formas de maquetar los textos, imágenes, etc. también regula el "ritmo visual" (en el caso del cómic, por ejemplo, la retícula que se usa puede determinar los distintos tiempos de lectura de las viñetas, así una secuencia de viñetas pequeñas dispuestas horizontalmente serán de lectura más rápida y secuencial que una página sin marco con un dibujo a todo detalle con varias líneas de texto). Dependiendo de para qué se emplee existen diferentes modos de uso, como una retícula modular de cuatro columnas para un periódico es la forma más "cuadrada" de uso de una retícula, y su propósito es tanto una lectura rápida como una edición rápida. Para conocer un poco más de lo que es la retícula KANE dice que es una trama de líneas verticales y horizontales que al unirse a intervalos forman la cuadrícula

Además *David Jury* añade que

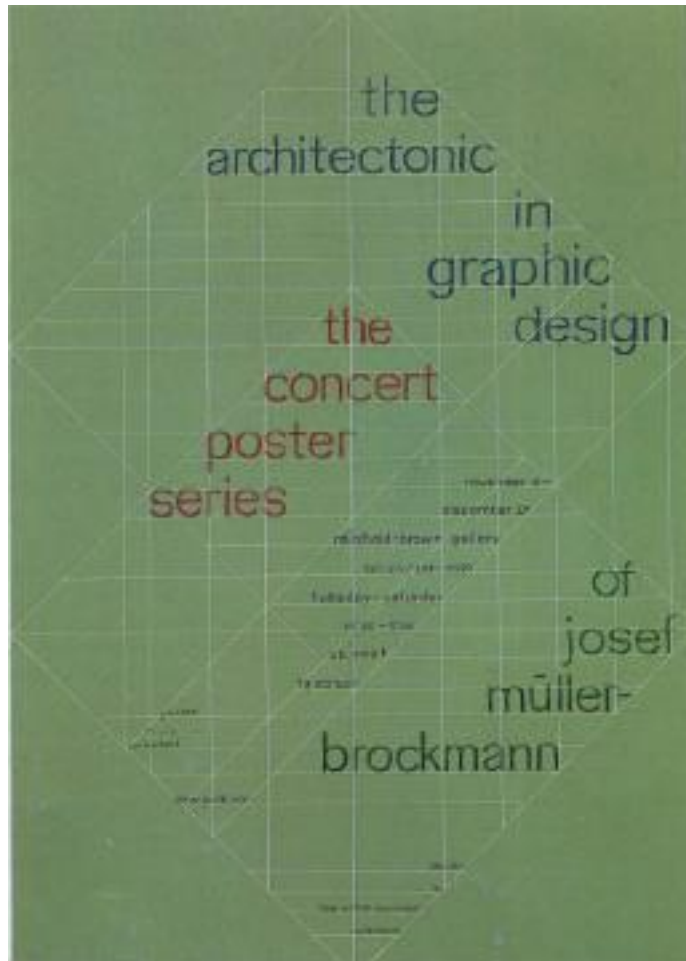
“La retícula nos da una base racional sobre la que pueden repetirse distribuciones reconocibles y así permitir que el lector navegue por un documento y cada una de sus páginas”

Es decir que la retícula, es un componente, en la composición de una página editorial importante para trabajar en el diseño de información. Sobre ella se coloca el texto (caja tipográfica) así como todos los elementos que sean necesarios, imágenes, fotografías, títulos, entre otros.

Primeramente se realiza un calculo matemático, teniendo en cuenta el formato de la página, para poder dividirla en columnas y filas, el hecho de diseñar retículas con base en principios tan básicos como la regla de los tercios o la sección áurea no solo traduce "hacer más bonito un diseño", sino en incrementar legibilidad de él y lograr captar el interés del lector hacia la publicación.



Como se vio anteriormente los dos autores concuerdan en que las retículas, son muy indispensables para la perfecta colocación y armonía de los distintos elementos a utilizar para obtener un mejor resultado a la hora de publicarlos y para poder captar el interés deseado sobre ese artículo hacia el lector.



**Gráfico 26.** Ejemplo retícula

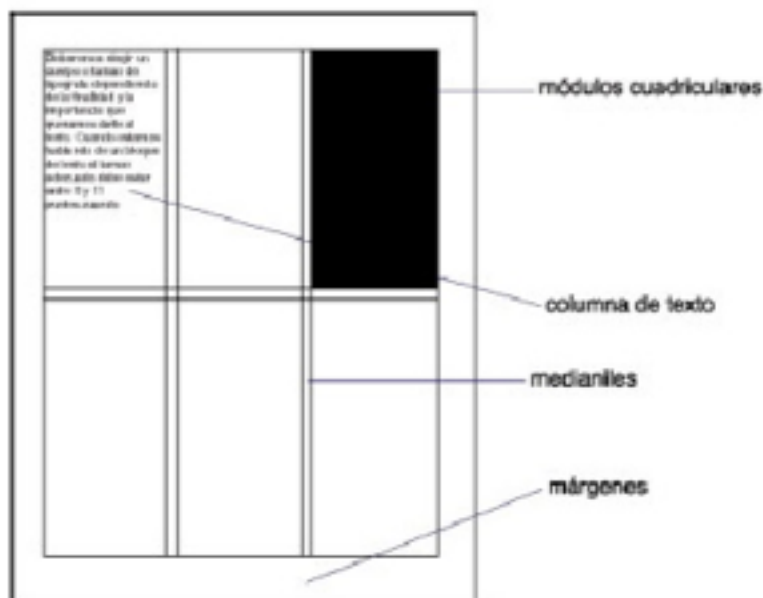
### **2.8.1.- Retícula tipográfica**

Un sistema reticular tipográfico es un método para organizar y clarificar el texto en una página, y también ampliar su significado (KANE).

Actualmente se usan dos sistemas de medidas tipográficas, la pica y el punto estas medidas fueron inventadas por *Firmín Didot*.

*Firmín Didot* manifiesta que estas medidas sirven para:

“Especificar el cuerpo de un tipo, formado por la altura de las mayúsculas, más un pequeño espacio por encima o debajo de las letras. Las picas se utilizan para medir la longitud de las líneas”. (*Firmín Didot*).



**Gráfico 27.** Firmin Didot Retícula Tipográfica

También *Timothy Samara* menciona que:

“Con la retícula, el campo visual dentro de la caja tipográfica puede subdividirse en campos o espacios más reducidos a modo de reja, los campos o espacios pueden tener las mismas dimensiones o no, la altura de los campos corresponde a un número determinado de líneas de texto; su ancho estará determinado según el cuerpo de la tipografía. Las dimensiones de altura y ancho se indican con una misma medida tipográfica, ya sea la pica o el cícero. Los campos se separan uno de otro por un espacio intermedio, con el objeto de que las imágenes no se toquen y que se conserve la legibilidad”. (*Timothy Samara*)



Gráfico 28. Timothy Samara, Retícula

## 2.8.2.- Construcción de la retícula

Timothy Samara enumera 6 partes básicas para la construcción de una retícula:

- Columnas
- Módulos
- Marcadores
- Zonas espaciales
- Líneas de flujo
- Márgenes



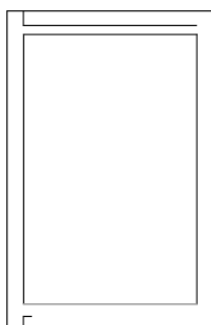
Gráfico 29. Timothy Samara, Partes de la retícula

### 2.8.3.- Clases de retículas

Según *Timothy Samara* las retículas con las cuales se puede iniciar un diseño son:

#### Retícula de Manuscrito

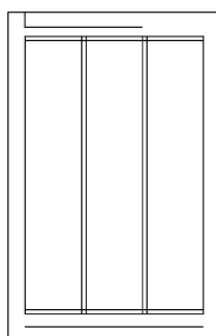
Es una estructura de base rectangular que ocupa la mayor parte de una página. Acoge textos largos y continuos, tiene una estructura principal (margen y texto) y estructuras secundarias que se definen otros detalles como folio, título de capítulo, notas de pie, numeración, etc.



**Gráfico 30.** Timothy Samara, Manuscrito

#### Retícula de columnas

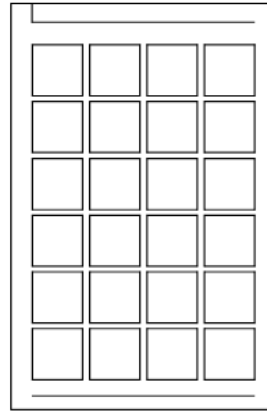
Sirve cuando se presenta información discontinua, así se disponen entre columnas verticales, es de carácter flexible y se utiliza para separar diversos tipos información, por ejemplo: columnas para texto y otras para imágenes.



**Gráfico 31.** Timothy Samara, Manuscrito

## Retícula modular

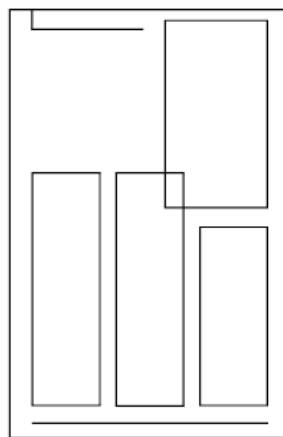
Sirve para proyectos complejos. Los módulos pueden ser verticales u horizontales dependiendo de la organización de las imágenes.



**Gráfico 32.** Timothy Samara, Modular

## Retícula jerárquica

Esta rompe con todos los esquemas anteriores, ya que esta basada en suposición intuitiva de alineaciones relacionadas a las proporciones de los elementos.



**Gráfico 33.** Timothy Samara, Jerárquica

## **CAPÍTULO III**

Materiales Didácticos

### **3.1- El Diseño Gráfico en materiales didácticos**

El material didáctico es, en la enseñanza, el nexo entre las palabras y la realidad. Lo ideal es que todo aprendizaje se lleve a cabo dentro de una situación real de vida, como no es posible, el material didáctico debe sustituirla realidad o servir como un elemento valioso cuando las palabras y el uso del tablero no son idóneos para la explicación de algo (*Nerici, 1973*).

#### **3.1.1.- La didáctica**

En este campo Piaget sugiere que “Educar es adaptar al niño al medio social adulto, es decir, transformar la constitución psicobiológica del individuo en función del conjunto de aquellas realidades colectivas a las que la conciencia común atribuye un cierto valor”. Debemos tener en cuenta que la educación actúa sobre el desarrollo intelectual, moral y afectivo del individuo y afincadamente en los aspectos sociales.

Por una parte concuerda *VILLAREAL TOMAS* que:

“Etimológicamente la palabra didáctica proviene del griego *didaktikè* que quiere decir arte de enseñar “

Mientras que para *LARROYO FRANCISCO* en términos generales, “la didáctica es aquella parte de la pedagogía que describe, explica y fundamenta, los métodos más adecuados y eficaces para conducir de mejor manera a la adquisición de hábitos, técnicas, conocimientos a su metódica e integral formación”

Entonces se puede concluir diciendo que la didáctica es el método, arte de enseñar para obtener un mayor aprendizaje sobre las diversas problemáticas existentes al alrededor, es parte de la pedagogía que describe, explica y fundamenta los métodos más adecuados y eficaces para conducir al educando a la progresiva adquisición de hábitos, técnicas e integral formación. La didáctica es la acción que el docente ejerce sobre la dirección del educando, para que éste llegue a alcanzar los objetivos de la educación. Este proceso implica la utilización de una serie de recursos técnicos para dirigir y facilitar el aprendizaje.

### 3.1.2.- Diferenciación entre Material Didáctico y Recursos Didácticos

Es importante elegir adecuadamente los recursos y materiales didácticos porque constituyen herramientas fundamentales para el desarrollo y enriquecimiento del proceso de enseñanza- aprendizaje de los alumnos, dice En la actualidad, se enfrenta a las nuevas tecnologías y para elegir materiales o recursos con que trabajar en clase con los alumnos es importante cómo elegir y con qué criterios seleccionar los más adecuados de acuerdo a objetivos educativos concretos. Los medios facilitan el encuentro del alumno con la realidad: la presentan, organizan, la connotan afectivamente, etc. Por ejemplo, el empleo de medios como la fotografía, diapositivas, vídeo, puede acercar al estudiante a realidades inaccesibles, o que simplemente no están al alcance en esos momentos, tales como: obras de arte, pieza de un motor, demostraciones del funcionamiento de un aparato, etc.

Así *MARQUÉS* define:

“Medio didáctico es cualquier material elaborado con la intención de facilitar los procesos de enseñanza y aprendizaje. Por ejemplo un libro de texto o un programa multimedia que permite hacer prácticas de formulación química”

“Recurso educativo es cualquier material que, en un contexto educativo determinado, sea utilizado con una finalidad didáctica o para facilitar el desarrollo de las actividades formativas”

Por su parte *CABERO* define a los medios como:

Los elementos curriculares que, por sus sistemas simbólicos y estrategias de utilización propician el desarrollo de habilidades cognitivas en los sujetos, en un contexto determinado, facilitando y estimulando la intervención mediana sobre la realidad, la captación y comprensión de la información por el alumno y la creación de entornos diferenciados que propicien los aprendizajes

Entonces tanto materiales como recursos son utilizados para una clase o una exposición, pero los recursos materiales abarcan solamente el material concreto que se va a utilizar, y los recursos didácticos abarcan incluso a las personas, (un maestro, un invitado especial como expositor), música ambiental, imágenes, etc. Los recursos materiales son aquellos que se pueden tomar como: mapas, espejos,



laminas, rompecabezas y los recursos didácticos son las estrategias que se puede usar además de esos recursos materiales, como por ejemplo el trabajo de grupo, el debate, la dramatización, la lluvia de ideas, etc.

### **3.1.3.- Importancia del material didáctico en el proceso de enseñanza aprendizaje**

Para *APARICI, R.; GARCÍA, A. (1988)*. Cada material didáctico, según sus elementos estructurales, ofrece unas prestaciones concretas y abre determinadas posibilidades de utilización en el marco de unas actividades de aprendizajes que, en función del contexto, le pueden permitir ofrecer ventajas significativas frente al uso de otros materiales alternativos. Para poder determinar ventajas de un medio sobre otro, siempre debemos considerar el contexto de aplicación. La finalidad del material didáctico es la transmisión de contenidos de aprendizaje significativos ordenados con lógica para que puedan ser fácilmente comprendidos; y por lo tanto pasen a la memoria operativa del estudiante.

Según *LIC. MILAGROS A. CONCEPCIÓN CALDERÓN, MA*. Son muchos los factores que inciden para que los materiales educativos cumplan su función dinamizadora de los procesos de enseñanza y de aprendizaje; más que la cantidad, es la organización de un material, variado, estimulante, visible y al alcance de las manos infantiles, lo que va a determinar su integración con los demás componentes del currículo y por tanto el éxito del proceso docente educativo. Además *PIAGET* añade que el uso de los recursos didácticos, están relacionados con las etapas de desarrollo del pensamiento del niño por ejemplo considerando los estudios se tiene:

- En la etapa sensorio motor, los materiales didácticos son fundamentales ya que los niños pequeños se informarán de su mundo y construirán nociones a partir sólo de interactuar con los objetos.
  
- En la etapa pre operatoria, los materiales didácticos ayudan a pasar de los esquemas prácticos a las representaciones. Por ejemplo al establecer la relación entre un objeto grande y un pequeño.

- En la etapa de las operaciones concretas, los materiales didácticos juega un papel importante en el desarrollo del lenguaje, pues permite que el alumno exprese sus ideas al opinar sobre él o al hacer uso de ellos. Por ejemplo, las figuras geométricas. En la etapa de operaciones formales, el material didáctico puede tomar formas abstractas, ya que el alumno es capaz de razonar sobre lo real y también sobre lo posible, haciendo razonamientos lógicos y deductivos sobre hipótesis, así como entender y producir enunciados. Ejemplo: Guías de aprendizaje, módulos auto instructivos, etc.
- a) La herencia, la maduración interna.
  - b) La experiencia física, la acción sobre los objetos.
  - c) La transmisión social que el niño haya asimilado.
  - d) El factor de equilibrio, entre los otros factores, entre otros descubrimientos o informaciones, en forma progresiva.

El Material Didáctico para que obtenga acogida, y funcionalidad, debe integrar: al estudiante, el maestro, la asignatura y el método de enseñanza. En este ámbito los docentes tienen el gran reto de ser delegados y facilitadores de aprendizaje, que por medio de su conocimiento y experiencia están encargados de poner en práctica nuevos métodos de aprendizaje, los cuales, promueven la interacción entre grupos, el desarrollo de habilidades sociales, aprendizaje abstracto, planteamiento de problema y sus resoluciones en base al descubrimiento.

#### **3.1.4.- Finalidad del material didáctico**

Según la *EASTERN KENTUCKY University*, Los estudiantes aprenden en una variedad de formas, por lo tanto, la incorporación de diversas técnicas en el proceso de aprendizaje resultará más beneficiosa para los estudiantes.

*Edgar Dale* creó "El Cono de la Experiencia", que muestra que los posibles canales sensoriales más en la interacción con un recurso, mayor será la probabilidad de que muchos estudiantes puedan aprender de ella.

En si el material didáctico es de gran ayuda en el momento de enseñanza aprendizaje, ya que gracias a ellos se puede obtener métodos en los cuales se atrae de mejor manera la atención de los estudiantes y puedan captar el mensaje que el educador quiere transmitir

### **3.1.5.- Clasificación del material didáctico**

Existen varias clasificaciones para el material didáctico según *González Pérez Patricia* dentro del cual se puede destacar los siguientes:

**a. Material permanente de trabajo:** Pizarrón, borrador, tiza, cuaderno, regla, entre otros.

**b. Material informativo:** Mapas, libros, revistas, periódicos, enciclopedias.

**c. Material ilustrativo visual o audiovisual:** Carteles, cuadros sinópticos, proyectores, retratos.

**d. Material experimental:** Aparatos y materiales utilizados para cualquier experimentación.

Por otro lado en la segunda conferencia general de la *UNESCO* se aprobó la siguiente clasificación de materiales:

#### **a.- Experiencia directa con la realidad:**

- Excursiones escolarea, viajes escolares
- Organización de un museo escolar, muestras y exposiciones
- Auxiliares de la actividad, dramatizaciones, demostraciones, marionetas, clubs, bibliotecas.

**b.- Auxiliares visuales:**

- Ilustraciones, tarjetas e impresos, diapositivas, cinematografía, diafilmes, episcopia.

**c.- Auxiliares auditivos:**

- Audífono, radio y tocadiscos

**d.- Auxiliares audiovisuales:**

- Filmes sonoros y televisión

**e.- Símbolos de representación plana:**

- Pizarrón, láminas, carteles, diagramas, periódicos, murales, caricaturas, mapas, historietas.

Por consiguiente se obtiene que en las dos propuestas de clasificaciones mencionadas, se habla e interpreta lo mismo, los materiales didácticos han ido evolucionando con el pasar del tiempo, haciendo de la educación en la actualidad un mejor proceso por el cual el estudiante atraviesa y lo prepara de mejor manera para enfrentarse al mundo sin ninguna dificultad y si la hubiere, enfrentándola de mejor manera, con bases sólidas y sobre todo acopladas a la actualidad.

**3.1.6.- El documento impreso como material didáctico**

Los materiales en soporte de papel, sobre todo el libro de texto, siguen siendo los más utilizados. Tanto es así que, como señala *PARCERISA* (1996), lo más adecuado es plantearse cómo mejorar la calidad y el uso didáctico de los libros de texto. Este mismo autor reproduce las conclusiones del III Encuentro Nacional sobre el Libro escolar (1993):

- El libro escolar, como elemento didáctico referencial, suscitador de actividades significativas y funcionales, tiene que seguir presente en la educación, aunque nunca como única fuente de aprendizaje.
- Cualquier libro escolar a utilizar en la educación obligatoria deber estar concebido desde una óptica abierta e interdisciplinar.
- Tiene que ser un instrumento abierto a las iniciativas del profesorado.
- No se considera conveniente la uniformidad de los libros de texto para contextos educativos diferentes.
- Los libros podrán referirse también a espacios educativos inferiores o superiores a un año académico.
- Los libros y otros materiales didácticos también deben hacer referencia al campo de las actitudes, los valores, las destrezas.

Los materiales didácticos que se presentan en su formato impreso para facilitar el proceso de enseñanza-aprendizaje, aunque hoy en día se esté en la 'era de las telecomunicaciones', como dirían algunos, el medio impreso (primera generación de los medios didácticos) dentro de las enseñanzas a distancia, sigue siendo uno de los formatos más utilizados para distribuir el contenido formativo debido, sobre todo, a su enorme accesibilidad.

Por esto es importante que en cualquier curso de tele formación se faciliten materiales didácticos impresos a los alumnos que tendrán, de manera paralela, su versión digital. Ejemplos claros de materiales didácticos que se encuentran en formato impreso son:

- a.-** Módulos de contenidos o Manuales de estudio.
- b.-** Guías Didácticas y orientaciones para el estudio.
- c.-** Presentación y plantillas para la realización de actividades prácticas.

### **3.1.7.- Fundamentos generales del diseño del material didáctico**

(*Carlos trujillo*) manifiesta que para la realización de cualquier material educativo y didáctico se deben tomar en cuenta cuatro fundamentos esenciales, ya que estos deben ayudar a la formación del raciocinio de cada individuo y son:

#### **- Fundamentos de los materiales didácticos.**

Las bases sólidas en una construcción, son la garantía de la permanencia en el tiempo de un edificio, y esto se traduce en la extensión de su utilidad y aprovechamiento. De igual manera las bases sobre los cuales se construye un material educativo impreso, definirán la solidez, el aprovechamiento y el alcance que tenga en las personas un material didáctico. bien cimentado. (*Carlos trujillo*)

Las bases de un libro son: la filosofía que sustenta el enfoque del libro, las teorías psicológicas que ayudan a que este sea atractivo y favorezca la atención (La atención es importante que esta puede favorecer la captación, retención, evocación y el reconocimiento de la información; en otras palabras favorezca el aprendizaje, la percepción y la concentración), y el aprendizaje, el enfoque pedagógico que facilite los procesos de enseñanza-aprendizaje.

#### **- Fundamentación Filosófica**

El uso de la razón es una facultad del ser humano, sin embargo, no todos los razonamientos son lógicamente aceptables.

Por supuesto que en valores no se puede dejar de mencionar a Jesús de Nazaret y todas la personas que han sido inspiradas por su obra y predicación; como decía un maestro italiano que participo en mi la formación como docente “debemos apuntar a que nuestros estudiantes lleguen a ser buenos cristianos y honrados ciudadanos”. (*Carlos trujillo*)

En términos un poco mas académicos la filosofía pragmática, es usar lo que pueda

beneficiar los fines de la educación desde una perspectiva ética claro está.

### **- Fundamentos Psicológicos**

Una de las principales corrientes psicológicas utilizadas en la educación es la constructivista; desde este enfoque el conocimiento es resultado de la interrelación que realiza la personalidad con la realidad en el que sujeto y conocimiento interactúan dinámicamente. Hay que tomar en cuenta que el nuevo conocimiento no es copia de la realidad sino que se construye partiendo de la experiencia precedente del individuo en su interacción con el ambiente. *(Carlos trujillo)*

El aprendizaje es el resultado de la interacción entre el estudiante que aprende, el contenido que es objeto de aprendizaje y el profesor que ayuda al estudiante a construir significados y a atribuir sentido a lo que aprende.

### **- Fundamentos Pedagógicos**

La pedagogía pragmática, esta toma como categoría rectora a la acción como fin en sí misma a partir de analizar los resultados de los procesos como evidencia de una acción anterior. La fuerza central en la teoría pedagógica pragmática, adopta un valor utilitario, siempre y cuando sea capaz de mejorar las condiciones de vida de los seres humanos, señala *(Carlos trujillo)*.

Es así que el método de enseñanza fundamental de esta pedagogía es la problematización, desde esta perspectiva se puede tomar en cuenta a las propuestas pedagógicas de Paulo Freire. Sin embargo, esta pedagogía tiene el cliché de ser un tanto irracional, por centrarse en los intereses de los estudiantes; ¿acaso no es racional tratar de enseñar desde lo que los estudiantes conocen y les interesa?

### **- Fundamentación Sociocultural**

Es importante contextualizar lo que se va a enseñar a través de los materiales didácticos, ya que el material puede estar dirigido a un grupo específico del país; o para todo el público en general, menciona *(Carlos trujillo)*

### 3.9.- La creatividad

Creatividad, obviamente, es tener la facultad de crear, sin embargo hay muchas definiciones de creatividad, algunos que más se ajustan a lo que se trata se verá a continuación.

*OSHO* señala que la creatividad es la mayor rebelión de la existencia, para eso hay que liberarse de condicionamientos, resume que la creatividad es la fragancia de la libertad individual, por otro lado *RAFAEL LAMATA* en su parte define a la creatividad como un forma de visión subjetiva que interpreta estímulos y las respuestas como distintas a las habituales, que admite y aprecia lo diferente.

*EUGENIA TRIGO* dice que es una capacidad humana desarrollada en mayor o menor medida por todos, además expone una definición dada por Marín Ibáñez, que enuncia que crear es una innovación valiosa, porque algo creado es relativamente nuevo y valiosa ya que supera o mejora lo que rodea al ser. *Saturino de la Torre* lo sintetiza en tener ideas y comunicarlas.



**Gráfico 34.** Eugenia Trigo, Creatividad y motricidad

En entonces entendemos que existen varios puntos de vista sobre la creatividad. Por un lado, están los que dicen que los genios y las personas creadoras son simples plagiadores de técnicas, métodos o formas que otros ya desarrollaron en el pasado.



Simplemente transforman lo que ya existe.

### 3.3.- Proceso creativo

**De acuerdo a GRAHAM WALLAS** el proceso creativo se divide en cuatro etapas concebida como la solución de un problema. Inicia con la **etapa de preparación** como todo proceso evidencia la existencia de un problema estético por resolver y se reúne la información necesaria, añade *Wallas* que esta etapa consiste en tener la idea, recapitular, pensar repensar hasta que llega la decisión que entrará en acción. Por otra parte llega la **etapa de incubación** definida como un tiempo de espera, es aquí que el creador está tratando de buscar una solución al problema planteado en la fase anterior y entra a la necesidad de un período de incubación mental que logrará forjar la solución definitiva. Cuando el problema se obstaculiza para resolverse surgen bloqueos con la amenaza de no poder lograr el objetivo final. La tercera **etapa de iluminación** es el momento decisivo cuando el creador tiene la convicción de haber encontrado la solución, se hace la luz iluminando el proceso que estaba oscurecido y las partes dispersas encuentran la forma de unirse. Nace un estado de ánimo que da lugar a un instante de euforia que justifica todo el proceso. Finalmente se llega a la **etapa de elaboración y verificación** donde el creador se enfrenta con la realidad, la creación existe si el mundo la ve y la puede evaluar por lo que se somete a análisis la solución localizada y se evalúa si merece la pena elaborar la idea, y si la idea es funcional se le da forma.

Atendiendo a los estados de consciencia, *Arthur Koestler* establece tres fases en el proceso creativo similares a las de *Wallas*, primero la Fase lógica: entiende la definición del problema, recolección de datos y una primera aproximación a las posibles soluciones; la Fase intuitiva: Aquí se produce la incubación y solución del problema es decir la iluminación, revelación de la solución; y por último la Fase crítica: es la verificación de la validez de la invención o creación del producto. Es entonces cuando se aplican las últimas modificaciones para alcanzar la perfección.

Por su parte *ALEX F. OSBORN* presenta tres etapas de proceso creativo que a su vez se subdividen en dos

- **Fact - finding** (busca de los hechos)

- **Definición de problema:** reconocer y señalar el problema
- **Preparación:** reunir y analizar los datos pertinentes

- **Idea – finding** (encontrar la idea)

- **Producción de la idea:** pensar ideas-test que puedan servir de posibles guías
- **Desarrollo de la idea:** seleccionar las ideas obtenidas, añadir otras ideas y reprocesarlas por medio de la modificación, la combinación, etc.

- **Solution – finding** (encontrar la solución)

- **Evaluación:** verificar las soluciones obtenidas mediante comprobaciones y otras formas
- **Adopción:** decidir la elección y aplicar la solución final

*DIEGO PARRA* por el contrario menciona en su libro a *GUILFORD* quien señala tan solo dos fases decisivas por las cuales un proceso creativo de atravesar la divergencia y la convergencia; en la primera las personas llegan a una cantidad de ideas y no hay criterios de selección ni de eliminación de esas ideas, es así que esta etapa consiente en que las personas vean más allá y dejen de identificar los problemas con soluciones rutinarias; la segunda las personas vuelven a utilizar el pensamiento práctico, seleccionan las ideas y las realizan

# **CAPÍTULO IV**

Software After Effects

#### 4.1.- QUÉ ES ADOBE?

La corporación estadounidense de Adobe se encuentra localizada en California (USA), cuya fecha de nacimiento fue en diciembre de 1982 por dos emprendedores, John Warnock y Charles Geschke, convirtiéndose en pioneros por la invención de varios software para la edición y creación de páginas web, imágenes, videos que en la actualidad gracias a su unificación se los conoce como Adobe Creative Suite. (Adobe.com (6/06/2013)).

#### 4.2.- HISTORIA DE ADOBE

En el portal web oficial de Adobe se puede encontrar información acerca del paquete Creative Suite, como es la evolución de Adobe en el mercado; también se señala que Adobe recibió su nombre a partir de un arroyo que pasa por detrás de la casa de uno de sus fundadores John Warnock. A finales de los años 80, Adobe lanzó al mercado Adobe Illustrator, que de manera inmediata se convirtió en uno de los programas indispensables para los profesionales gráficos. A principios de los 90, salió la primera versión de Adobe Photoshop que sin duda había de ser uno de los programas insignia de la empresa y uno de sus productos más vendidos.



**Gráfico 35.** Adobe, Creative Suit



### **4.3. - ANTECEDENTES AFTER EFFECTS**

En sus inicios el software After Effects fue creado por: La Compañía de Ciencia y Arte en Rhode Island (USA), la primera versión presentada al mercado fue la 1.0 en 1993, la versión 2.0 incorporando consigo efectividad y rapidez para la PC de tal manera que After Effects fue adquirido en 1993 por la corporación Aldus, y de manera inmediata por Adobe en el año de 1994, siendo hasta el día de hoy uno de los software más utilizados por las grandes compañías cinematográficas para la postproducción de sus productos. (Adobe.com (06/06/2013)).

#### **4.3.1.- ¿Qué es After Effects?**

Adobe manifiesta que After effects es un software cuya aplicación se encuentra orientada a generar composiciones, así como la realización de proyectos de manera profesional con animaciones, además se lo utiliza para montajes en videos, manejando los denominados efectos especiales.

Adobe After Effects se ha constituido como uno de los software más completos, eficaces, eficientes y poderosos junto con Autodesk Combustion y Eyeon Fusion.

#### **4.3.2.- Áreas profesionales donde se aplica**

**Adobe After Effects (AE)** es un software con una interfaz muy amigable para la manipulación, creación y composición de proyectos digitales, multimedia durante la postproducción.

Se utiliza el software After Effects en el desarrollo de productos audiovisuales incluyendo en ellos los llamados en la industria cinematográfica (Efectos Especiales) ya sean estos productos producidos en segunda dimensión (2d) o la más reciente tercera dimensión (3d). Es fabuloso para post-producción y para nuestras películas caseras o independientes. Su gran cantidad de filtros y efectos (por eso el nombre de "Effects"), permiten gran variedad de opciones al momento de traer a la vida

todas las ideas revolucionarias que cada uno quiera plasmar. (*Adobe.com (06/06/2013)*).



**Gráfico 37.** Logo After Effects (AE), Adobe.

#### **4.3.3.- Programas que realizan similar trabajo de After Effects**

##### **4.3.3.1.- Combustión:**

De acuerdo al portal Autodesk el software Combustion es el pionero en su corporación en cuanto a efectos especiales para cine, con este software se realizan una serie de efectos los cuales se utilizan en la postproducción de productos cinematográficos como: humo, fuego, disparos, entre otros.

Este software es en su totalidad compatible con 3d Max, es decir que composiciones realizadas en 3d pueden ser importadas sin ningún problema al software Autodesk Combustion por lo tanto es de gran ayuda para la postproducción y proyectos realizados con este software. (*Adobe.com (06/06/2013)*).



**Gráfico 38.** Logo Combustion, Autodesk.

#### **4.3.3.2.- Digital Fusión**

Fusion Digital y actualmente conocido como Fusion por la compañía de software Eyeon, dan a conocer este software con una interfaz que emplea nódulos de conexión, es decir que los proyectos y diversos materiales, archivos que se desea diagramar en cualquier composición, se conectan mediante un diagrama o esquema de muchos nódulos, cada uno de ellos representa un proceso más simple, señala Eyeon. com

También señala que este tipo de software permite una gran flexibilidad, incluyendo la posibilidad de modificar los parámetros de cada nódulo utilizado en la composición.



**Gráfico 39.** Logo Fusion 5.3, Eyeon.



### **4.3.3.- Análisis entre los software**

Una vez expuesto un poco de cada software, se obtiene que los tres software son utilizados en gran magnitud para la postproducción en proyectos cinematográficos y caseros, la diferencia en cada uno de ellos es la interfaz que manejan, Digital Fusion maneja nódulos, que en realidad se convierte un poco complejo y barroco, Combustion realiza animaciones en 2d y necesita de otro programa para la utilización del 3d, y por último el software After Effects, que maneja una interfaz sumamente amigable, con una ventana para cada viewer y en él se pueden realizar animaciones en 2d y 3d, convirtiéndose hoy por hoy en el software más utilizado a nivel profesional y en la educación por diseñadores gráficos.

### **4.4.- PAQUETE ADOBE CREATIVE SUIT**

De acuerdo al sitio web los programas creados por Adobe son los siguientes:

#### **4.4.1.- Adobe Illustrator**

Adobe Illustrator (AI) es el nombre o marca comercial oficial que recibe uno de los programas más famosos de la casa Adobe, se trata esencialmente de una aplicación de creación y manipulación vectorial en forma de taller de arte que trabaja sobre un tablero de dibujo, conocido como "mesa de trabajo" y está destinado a la creación artística de dibujo y pintura para Ilustración. (*Adobe.com (06/06/2013)*).



**Gráfico 40.** Logo Adobe Illustrator (Ai), Adobe.

#### 4.4.2.- Adobe Photoshop

Se trata esencialmente de una aplicación informática en forma de taller de pintura y fotografía que trabaja sobre un "lienzo" y que está destinado a la edición, retoque fotográfico y pintura a base de imágenes de mapa de bits. Su nombre en español significa literalmente "taller de fotos". Su capacidad de retoque y modificación de fotografías le ha dado el rubro de ser el programa de edición de imágenes más famoso del mundo. (*Adobe.com (06/06/2013)*).



**Gráfico 41.** Logo Adobe Photoshop (Ps), Adobe.

#### 4.4.3.- Adobe Indesign

Es una aplicación para la composición digital de páginas desarrollada por la compañía Adobe Systems y dirigida a diseñadores gráficos y maquetadores profesionales. (*Adobe.com (06/06/2013)*).



**Gráfico 42.** Logo Adobe Indesign (ID), Adobe.

#### 4.4.4.- Adobe Dreamweaver

Creado inicialmente por Macromedia (actualmente producido por Adobe Systems) es el programa más utilizado en el sector del diseño y la programación web, por sus funcionalidades, su integración con otras herramientas como Adobe Flash y, recientemente, por su soporte de los estándares del World Wide Web Consortium. (*Adobe.com (06/06/2013)*).



**Gráfico 43.** Logo Adobe Dreamweaver (Dw), Adobe.

#### 4.4.5.- Adobe Flash

Flash es un estudio de animación que trabaja sobre "fotogramas" y está destinado a la producción y entrega de contenido interactivo para diferentes audiencias alrededor del mundo sin importar la plataforma. (*Adobe.com (06/06/2013)*).



**Gráfico 44.** Logo Adobe Flash (Fl), Adobe.

#### 4.4.6.- Adobe Bridge

Es un programa de organización, creado y publicado por Adobe Systems como parte de la Adobe Creative Suite a partir de la versión CS2. Su principal objetivo es enlazar las partes de la Creative Suite usando un formato similar al explorador de archivos encontrados en las versiones anteriores de Adobe Photoshop. Es accesible desde todos los demás componentes de la Creative Suite (a excepción de la versión de Adobe Acrobat 8). (*Adobe.com (06/06/2013)*).



**Gráfico 45.** Logo Adobe Bridge (Br), Adobe.

#### 4.4.7.- Adobe Fireworks

Adobe Fireworks (anteriormente llamado Macromedia Fireworks) es un editor de gráficos vectoriales y mapas de bits. Fue originalmente desarrollado usando partes de Macromedia xRes, la cual había sido adquirida por Adobe en 2005. Fireworks está pensado para que los desarrolladores web puedan crear rápidamente interfaces web y prototipos de websites. (*Adobe.com (06/06/2013)*).



**Gráfico 45.** Logo Adobe Fireworks (fw), Adobe.

#### 4.4.8.- Adobe Premiere Pro

Es una aplicación en forma de estudio destinado a la edición de vídeo en tiempo real. (*Adobe.com (06/06/2013)*).



**Gráfico 46.** Logo Adobe Premiere Pro (Pr), Adobe.

#### 4.4.9.- Adobe Audition Soundbooth

Es una aplicación en forma de estudio de sonido destinado para la edición de audio digital de Adobe Systems Incorporated que permite tanto un entorno de edición mezclado de ondas multipista no-destructivo como uno destructivo, por lo que se le ha llamado la "navaja suiza" del audio digital por su versatilidad. No es DAW, sino un editor de sonido. (*Adobe.com (06/06/2013)*).



**Gráfico 47.** Logo Adobe Audition Soundbooth (Au), Adobe.

# **CAPÍTULO V**

Fundamentación del producto

## 5.1.- FASE ANALÍTICA

Esta fase recopiló los antecedentes tanto del problema como las necesidades que dieron origen a la propuesta desarrollada en este proyecto final:

- Poco conocimiento y producción nacional de material de información divulgativa referente al software After Effects.
- Insuficiente material editorial que muestre procesos y técnicas sobre el uso del After Effects, como medio de consulta para los estudiantes, para ampliar sus conocimientos y dominio del mismo.
- Estudiantes han tenido que acceder a material importado con costos muy elevados,
- Alumnos buscan ayuda en la web descargándose información y a su vez, dejando vacíos y dudas.
- No difusión de material educativo sobre After Effects dentro de la Universidad Tecnológica Israel
- No se ha concedido el debido interés al diseño de material de apoyo educativo para los estudiantes de la Universidad Israel
- Desequilibrio de aprendizaje de los estudiantes

Luego de lo puntos enunciados se presentó como solución la propuesta de un revista como material impreso de divulgación informativa sobre el uso del software After Effects para los estudiantes, con el fin de que tengan a su disposición el material sin tener que salir de la universidad y de esta manera facilitar y agilizar el proceso de aprendizaje.

## 5.2.- FASE CREATIVA

**5.2.1.- Grupo objetivo:** El producto elaborado va dirigido a los estudiantes de los últimos semestres de la facultad de diseño gráfico que estén formándose en el uso del software After Effects

### **5.2.2.- Necesidad:**

La propuesta de la elaboración de un material divulgativo nace de la necesidad de los estudiantes al no contar con un material impreso como medio de consulta sobre el software After Effects, debido a la poca producción por parte de Diseñadores en el país, por tal motivo los accesos a estos materiales de origen extranjero, son de costos elevados, lo que generan en el estudiante un ambiente de rechazo a la hora de adquirir el material, la información que se encuentra en línea sobre after effects causa en el estudiante poco interés por la lectura y en muchas de las ocasiones copian y no realizan trabajos por su propia cuenta, lo que de alguna manera delimitan la creatividad.

### **5.2.3.- Propuesta gráfica:**

la propuesta se direccionó al desarrollo de una revista siendo esta una propuesta inicial para el desarrollo de algo más completo a futuro o quizá la primera parte de una secuencia de varias revistas que compile contenidos de acuerdo a niveles del software After Effects para la enseñanza y aprendizaje de los estudiantes, otra de las razones por las que se eligió una revista es porque se puede imprimir en papel de mejor calidad, por ende se puede apreciar a todos los elementos utilizados como: información, cromática, imágenes de excelente calidad de manera clara y concisa, el formato utilizado es un A4 con medidas establecidas por las normas ISO ya que en él se puede abarcar mayor información y no escatimar ningún detalle por mínimo que este sea, es de fácil transporte y manipulación, en este formato se pueden realizar distintos tipos de diagramaciones para ubicar de mejor manera todos los elementos que se requiera utilizar, y por ende en un formato menor no se podía colocar toda la información que se planteó.



#### **5.2.4.- Contenido revista**

- **Mesa de trabajo:**

Este tema abarca todo el contenido respecto al espacio de trabajo del software After Effects, en el cual se desarrollará proyectos con temas como:

- Panel Proyecto
- Panel Composición
- Panel Información
- Panel Principal
- Panel Caracter
- Panel Efectos
- Panel Párrafo
- Visor de archivos
- Línea de tiempo
- Keyframes

- **Barra de herramientas:**

Contiene los íconos y herramientas para utilizar en las diversas composiciones, facilita la manipulación de elementos utilizados en ella como son:

- Herramienta de selección
- Herramienta de mano
- Herramienta de zoom
- Herramienta de rotación
- Herramienta de cámara
- Herramienta panorámica
- Herramienta de pluma
- Herramienta de texto
- Herramienta de rectángulo
- Herramienta de pincel
- Herramienta de borrador

- Herramienta de clonación
- Herramienta de puppet
- Herramienta de pincel mágico

▪ **Efectos de texto:**

Abarca los efectos que se pueden utilizar en todas y cada una de las familias tipográficas existentes, generando composiciones más atractivas visualmente:

- Efecto de dispersión
- Efecto de entrada
- Efecto de salida
- Efecto zoom
- Efecto globo
- Efecto golpe
- Efecto doble espiral
- Efecto desenfoque
- Efecto lazo
- Efecto girar

▪ **Efectos de imagen:**

Los distintos efectos aplicados a imágenes pueden ser generados por la persona de manera manual o aplicadas mediante efectos preestablecidos por el software:

- Efecto colorear
- Efecto escala de grises
- Efecto contraste
- Efecto desplazamiento
- Efecto entrada
- Efecto salida
- Efecto girar
- Efecto ondulación
- Efecto destello

- Efecto desplazamiento

▪ **Manejo de cámara:**

En este tema se explica de manera detallada los componentes y herramientas que pueden ser manipuladas para un óptimo manejo de la cámara y obtener resultados de mejor calidad en cada proyecto

**5.2.5.- Método Creativo:**

Para la concepción de la revista se aplico como metodo de creatividad tres puntos importantes, detallados a continuación:

**- Búsqueda y recopilación de información:**

Después de investigar y recopilar toda la información necesaria del problema y necesidades del aprendizaje de los estudiantes, se llegó a la solución de elaborar una revista como medio de consulta sobre el software after effects utilizando al diseño gráfico como herramienta esencial para la elaboración de un producto editorial que permita a los estudiantes de la facultad de diseño gráfico de la Universidad Tecnológica Israel, tener un medio de consulta como apoyo para su aprendizaje, facilitando un material dinámico, sin costo y de fácil acceso.

**- Transformación de la información en ideas**

**Ideas:**

- Formato que abarque información específica
- Fácil manipulación
- Económico
- Capítulos en secuencia
- Aprendizaje por pasos
- Calidad en cuanto a material
- Calidad en cuanto a visualización de información
- Fácil transporte

- Diseño atractivo

De esta manera se llegó a la conclusión de elaborar una revista con todas las características ya mencionadas para un mejor acceso de información sobre el software e interés por parte de los estudiantes de la facultad de diseño.

- **Ejecución:** Con las ideas principales para la propuesta del material de divulgación informativa se procedió a realizar el material con las características que a continuación se siguen mencionando en la fase creativa.

**5.2.6.- Formato:** en la elaboración de la revista se optó por un formato a4 ya que de esta forma se pudo abarcar y diagramar de mejor manera la información resultante de la investigación para el contenido de la misma, además de ser de fácil manipulación y transporte para un estudiante. En cuanto a la impresión de la revista se seleccionó el formato a3 que contiene al formato a4 para el ahorro del papel de acuerdo a las normas ISO ya antes señaladas, como se ve en el gráfico:



**Gráfico 48. Gustavo Sánchez Muñoz, normas ISO para papel**

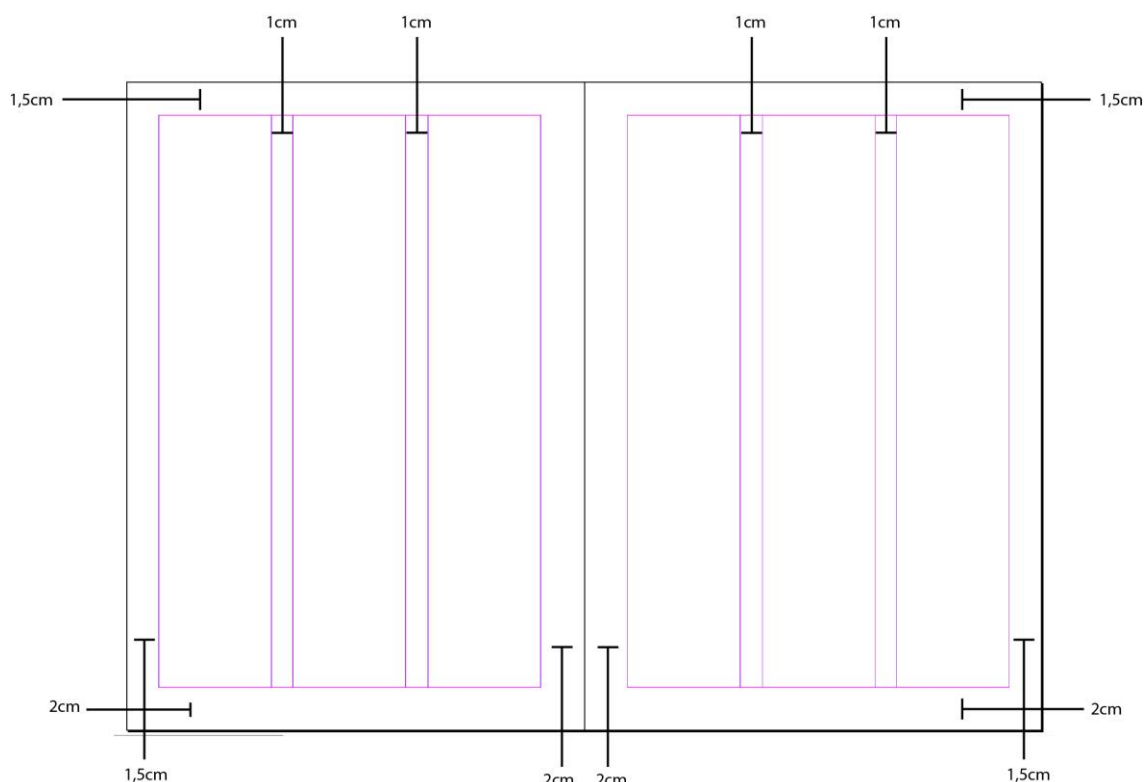
**5.2.7.- Construcción de la Retícula:** Para la construcción de la retícula nos basamos en las partes básicas propuestas por *Samara Timothy*:

**a) Columnas:**

Se eligió una retícula de 3 columnas con una separación de 1cm, que se utiliza cuando la información se presenta de manera discontinua, así se disponen entre columnas verticales, es de carácter flexible y se utiliza para separar diversos tipos de información, por ejemplo: columnas para texto y otras para imágenes.

**b) Márgenes:**

Los márgenes que se utilizaron fueron: superior 1,5cm, inferior 2cm, interno 2cm y externo de 1,5cm; de esta manera organizar la información con su debido aire en sus márgenes



**Gráfico 49.** Giovanni Hurtado, márgenes y columnas

- c) Módulos:** Se acompañó a la retícula con módulos, que constan de 5 filas con divisiones individuales de 1cm de espacio entre ellas formando una retícula ordenada.
- d) Marcadores:** Los marcadores (numeración y pies de página) se ubicaron en la parte inferior de la revista, guiando al lector al momento de revisar la revista.
- e) Zonas espaciales:** Las zonas espaciales simplemente son la unión de módulos o columnas que forman áreas determinadas como pueden ser para: publicidad, imágenes o cualquier otra información que se quiera o requiera poner en el documento.
- f) Líneas de flujo:** Las líneas de flujo se ubicaron de manera horizontal, no son reales, ya que se utilizan para diagramar y ubicar de mejor manera los elementos en el espacio de trabajo con la finalidad de guiar la atención del lector por las diversas páginas.

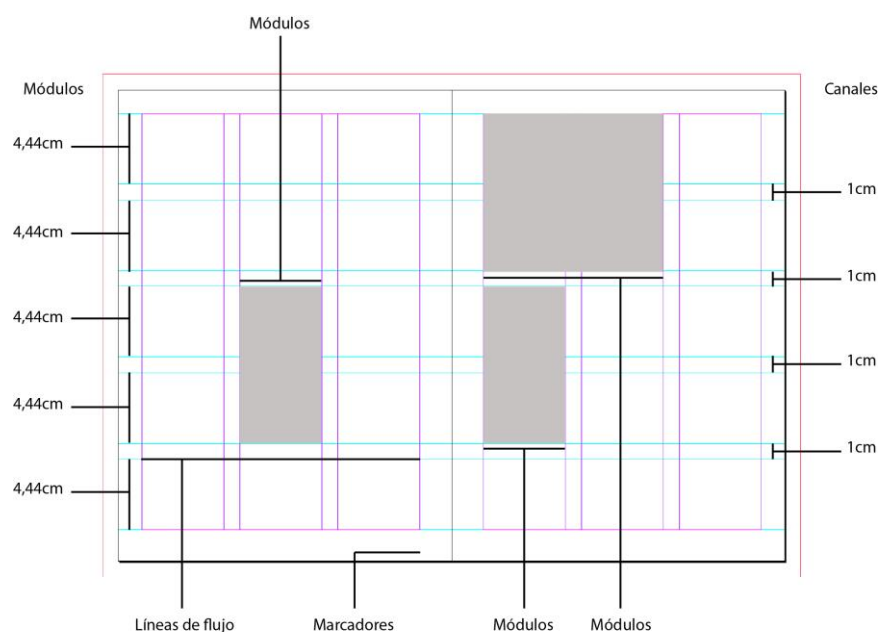


Gráfico 50. Giovanni Hurtado, módulos, marcadores  
Zonas de flujo y líneas espaciales.

### 5.2.8.- Cromática



Gráfico 51. Giovanni Hurtado, cromática

La cromática que se utilizó para el contenido de la revista, se basó específicamente en el color utilizado en el logotipo de Adobe After Effects y en su interfaz los cuales son:

- **Purpura:** Este color es predominante en el logotipo de After Effects ya que es asociado con la creatividad, está es muy importante y siempre debe estar presente en cada proyecto que se realice, para obtener resultados fuera de lo cotidiano y que sean más llamativos ante el público.
- **Gris:** este color se asocia con la estabilidad, con grandes dotes organizativos que poseen las personas, además este color se asocia con lo intelectual por la sencilla razón que nuestro cerebro se encuentra formado por una sustancia llamada materia gris, por ello representa la intelectualidad.

**5.2.9.- Tipografía:** Se eligió la tipografía arial para los títulos y subtítulos en las páginas internas de la revista, está tipografía pertenece a la familia San Serif de acuerdo a *Ambroose Harris* en su clasificación ya que es una tipografía legible como se señaló en el capítulo II, estos tipos se caracterizan por no tener sus terminaciones muy elaboradas, su grosor prácticamente es sencillo, invariable, lo cual le permite al lector unas mejor comprensión en las lecturas, la siguiente tipografía utilizada fue la museo sans para el contenido correspondiente a lo que se manifiesta en los títulos y subtítulos, de igual manera de la familia San Serif, siendo sencilla, comprensible y legible, todas las tipografías que se encuentran dentro de esta familia de las san serif, fueron creadas en 1816 por *William Caslon*.

### 5.2.10.- grafismo:

Tenemos como definición de grafismo que es una composición gráfica cuya finalidad es la de interpretar mensajes a través de uno o varios elementos ordenados, uno de los elementos utilizados tiene una conceptualización de haz de luz o bruma, que se encuentra ubicada junto al logo para connotar de mejor manera las bondades que el Software After Effects ofrece, como es el de generar los distintos efectos especiales para cualquier proyecto multimedia en la etapa de postproducción.

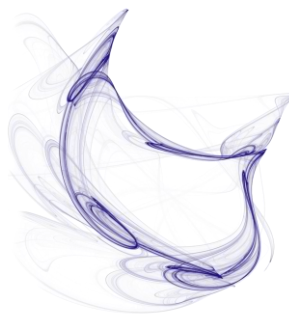


Gráfico 52. Giovanni Hurtado, haz de luz

Otro de los elementos utilizados fue un círculo ya que representa unión, vinculación, dentro del cual se encuentra el logo de after effects connotando que el software trabaja en conjunto con otros programas para obtener un mejor resultado a la hora de realizar diversas composiciones.



Gráfico 53. Giovanni Hurtado, Esfera y logo After Effects



### **5.3.- Fase Ejecutiva**

#### **Diseño de la revista**

El aspecto de cualquier revista captará de mejor manera la atención del público al que se encuentra dirigido, al momento de diseñar la revista es posible que se asuma que el contenido es lo que define al público objetivo y no tanto el diseño, la diagramación, pero lo que sucede realmente es que todas las personas miran antes de ponerse a leer y por ende si no se encuentra la revista visualmente atractiva las personas no le tomarán la importancia que se merece, la presentación es lo que importa, por ello a continuación hablaremos de la portada, páginas internas y contraportada.

#### **5.3.1.- Diseño portada y contra portada:**

##### **Portada:**

Según el Instituto Goethe-Diseño Corporativo lo primero que llama la atención de una publicación es la portada. Un diseño bien construido facilita rápidamente su asociación con la marca. Por esta razón la portada de la revista after effects se realizó con varios elementos que giran en torno al software y connotan las bondades y herramientas que este ofrece, se colocó como tercer plano la imagen de una chica que en el lanzamiento por parte de la página oficial de adobe, se encuentra junto al logo de after effects, como segundo plano se utilizó un fondo de color gris, tomado del logo del software, junto a él se encuentra un grafismo en forma de destello, haz de luz o bruma, referente a los distintos efectos que nos ofrece esta interfaz y por último la tipografía seleccionada Arial de la familia sans serif la cual se asemeja mucho a la utilizada para el logotipo del software After Effects.

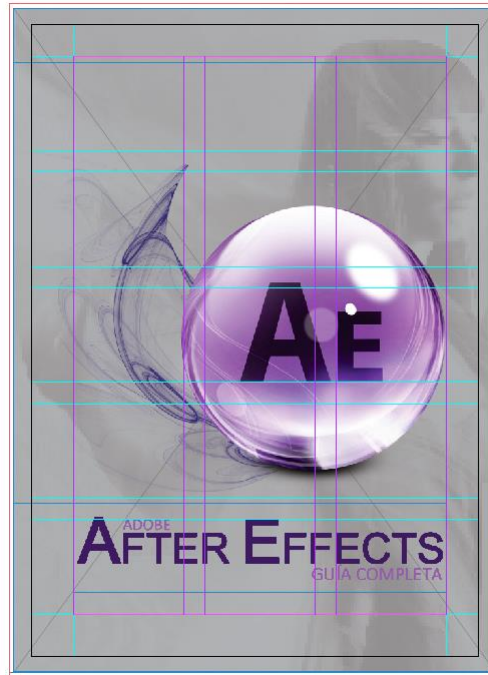


Gráfico 54. Giovanni Hurtado, Portada revista After Effects

**Contraportada:**

Para el Instituto Goethe-Diseño Corporativo La contraportada contiene información sobre el autor, como el nombre del Instituto, la dirección postal, los números de teléfono y fax, y las direcciones de correo electrónico e Internet. Por consiguiente la contraportada de la revista de after effects consta con el logotipo del software y de la Universidad Tecnológica Israel al igual que los datos de editorial y direcciones para contactos

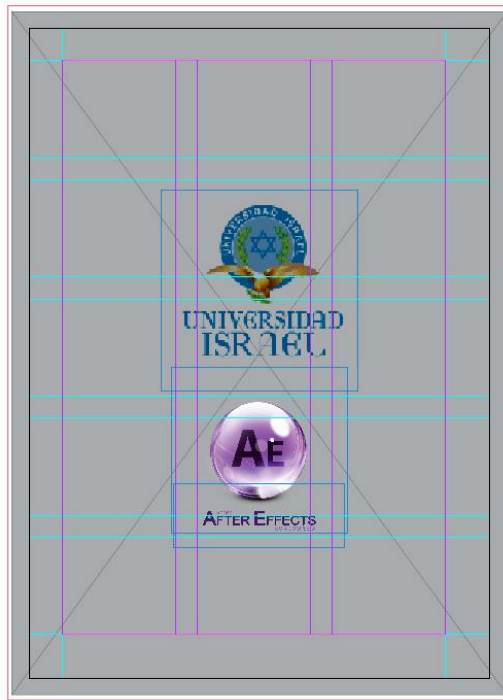


Gráfico 55. Giovanni Hurtado, Contraportada revista After Effects

### 5.3.2.- Diseño páginas internas:

<p><b>Panel de línea de tiempo</b></p>			<p><b>Keyframes o fotogramas clave</b></p>		
			<p>Un fotograma clave o Keyframe no solo se refiere a Flash, también abarca otros programas After Effects, Premiere pro, Final Cut, 3Dmax, etc. en los cuales un fotograma clave sirve para marcar ciertas instrucciones que se desea que el programa realice.</p>		
<p>en el instante en que se crea una composición, automáticamente se genera una línea de tiempo con la duración que se le da al proyecto, de igual manera un display de visualización del proyecto.</p>	<p>Los iconos asociados en el timeline (línea de tiempo) son esenciales, sencillos y fáciles de manejar, permiten una mayor manipulación del tiempo y los archivos utilizados en cada composición.</p>	<p>Dando un click en cada archivo utilizado para la composición, se despliega una serie de pestañas en las cuales se puede modificar de manera fácil y rápida los atributos de cada archivo.</p>	<p>La función de estos es marcar Keyframes diferentes (con instrucciones diferentes) para que el software realice las tareas necesarias para llegar de un Keyframe, a otro. Por ejemplo, se tiene un objeto, y se marca 2 Keyframes,</p>	<p>en el primero, se le atribuye una opacidad del 100%, y en el segundo Keyframe se le atribuye una opacidad de 0% (que sea transparente), y lo que hará la interfaz entre estos dos Keyframes es modificar la opacidad del objeto</p>	<p>yendo del 100% al 0%, dando la sensación de que el objeto se desvanece. Esto se usa mucho en animación, posiciones, movimiento de objetos, etc.</p>

Gráfico 56. Giovanni Hurtado, Páginas internas revista After Effects

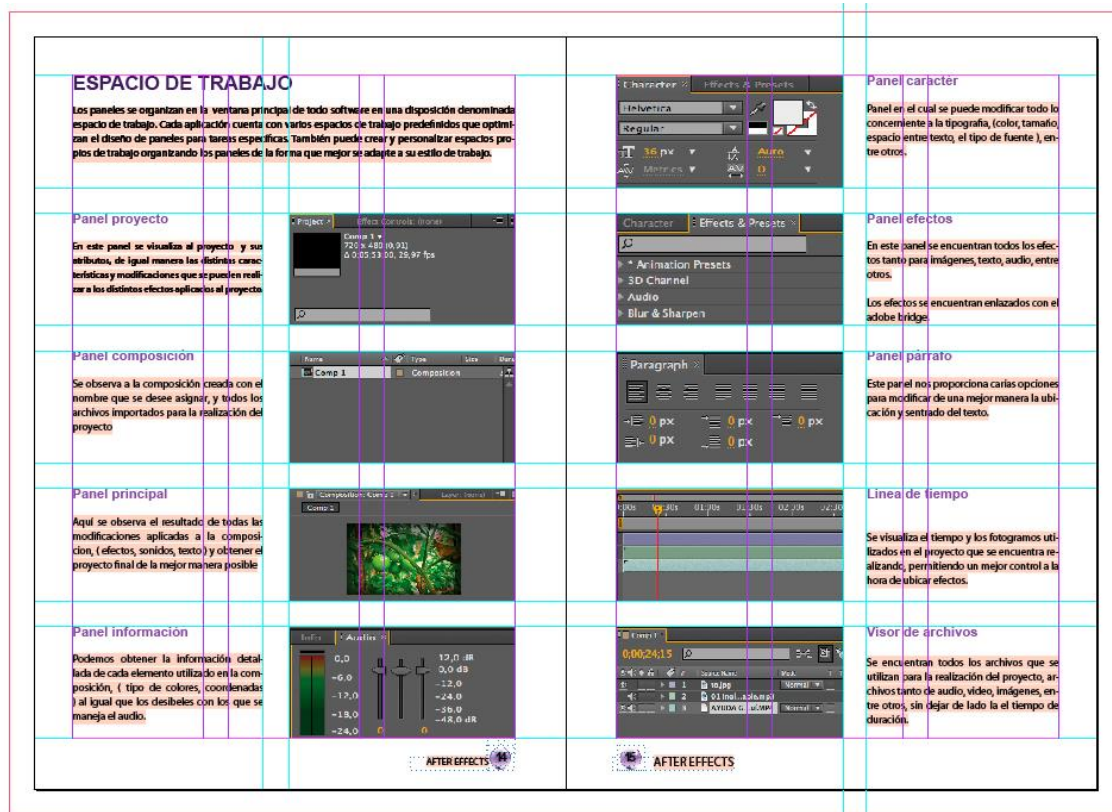


Gráfico 57. Giovanni Hurtado, Páginas internas revista After Effects

La manera en la que se presenta distribuida la información es de forma lineal y concisa para resultar de mejor modo la atención del público, de igual manera títulos y texto en general con los colores representativos del logo de After effects, las imágenes y el texto se encuentran distribuidos en columnas con una separación entre ellos, para de esta manera dar a cada elemento una zona de oxigenación y que no se observe todo amontonado, todas las paginas internas de la revista se encuentran maquetadas de tal manera que no pierdan la unidad y el concepto que se quiere dar a conocer en cada una de ellas.

### 5.3.3.- Diseño de Páginas para los capítulos

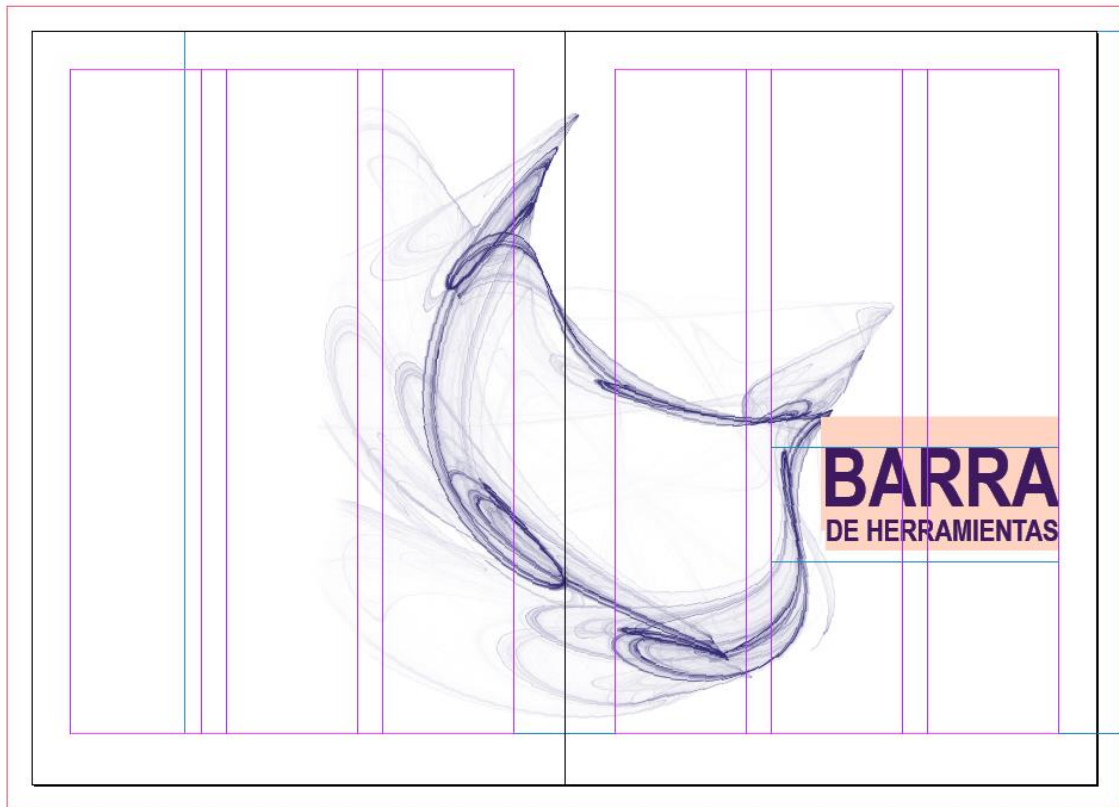


Gráfico 58. Giovanni Hurtado, Páginas capítulos revista After Effects

El diseño de la página para separar los capítulos se diseñó de manera sencilla, utilizando el grafismo ya antes mencionado para reforzar y dar a conocer los efectos, herramientas y bondades que nos ofrece este software.

# **CAPÍTULO VI**

## Conclusiones y Recomendaciones

## **6.1.- CONCLUSIONES**

A lo largo de la presente investigación se logró concluir que la aplicación de conocimientos vinculados al diseño gráfico fue de gran soporte a la hora de elaborar el material divulgativo y de esta manera sintetizar las herramientas más importantes del software After Effects.

El material impreso diseñado presenta una diagramación organizada de tal manera que todos los elementos utilizados, se encuentren ubicados en un espacio determinado del material, para su mejor comprensión e interés por parte de los lectores.

## **6.2.- RECOMENDACIONES**

Se recomienda la aplicación continua de conocimientos de la carrera de diseño gráfico en soportes que ayuden al aprendizaje de los alumnos donde se plasme saberes de las materias impartidas en la carrera que no sean de fácil acceso para los alumnos de la Universidad Israel

Utilizar el material de acuerdo al semestre en el que se imparta la materia y a todo color para no perder en ningún momento el interés por aprender sobre el software.

Recomendar a los maestros tomar como guía la información del material para que mejore su acogida e interés.

## BIBLIOGRAFÍA

- Ambrose y Harris. (2008). *Color*, Impreso en Singapur, parramon.
- Ambrosse y Harris.(s.f.). *Fundamentos de las tipografías*, Parramon.
- Aragón. C. (2007). *Prysmá calidad y medio ambiente*, S.A., Edita. Cepyme Aragón, Zaragoza.
- Ausubel. D. (1969). *Psicología cognitiva*. Editorial Trillas. México.
- Barieri. Patricia. (1928). *Psicología y Creatividad*. Fondo editorial de humanidades, Universidad Central de Venezuela, Pág. 57-60.
- Berlo, David. (1979). *El Proceso de la Comunicación*, Editorial El Ateneo, décima edición, Buenos Aires. pág. 25.
- Bhaskaran. L. (2007). *Qué es el diseño editorial*, Editorial: Índex Book.
- C.E. Shannon y W. Weaver. *Teoría Matemática de la Comunicación*. Madrid: Forja, pp. 17-42.
- Cabero, J. (2001). *“Tecnología educativa. Diseño y utilización de medios en la enseñanza*. Barcelona. Paidós.
- Cabero, J. y Gisbert, M. (2005). *“La formación e Internet. Guía para el diseño de materiales didácticos”*. Sevilla. Madrid – Eduforma.
- Caivano. J. (1995). *Sistemas de orden del color*, Buenos Aires. Pág 5-6.
- Castrillón, A. (s.f.) *La realidad aumentada en el diseño editorial*.
- Compilador, Lic. Víctor Manuel Moreno Mora. (s.f.). *Psicología del color y la forma*.
- COornejo, Alberto (2008) *“Métodos de investigación y Exposición*, Corporación Editorial Nacional.
- Costa. J. (1998). *Manifiesto por el Diseño del siglo XXI*, revista D-X, nº 4, México.
- Chrobak, R. (1998). *Metodologías para lograr aprendizaje significativo*. Universidad Nacional de Comahue. Editorial EDUCO. Argentina.
- D.R.O Jorge de Buen Unna, (2000). *Manual de diseño editorial*, Ed. Santillana, S.A. de C.V.
- Formato APA – Quinta Edición
- Freitas. M. (s.f.). *Educación audiovisual*, revista escuela secundaria, #5,pág5.



- Fuente. J. (1989). *La comunicación empresarial*. Tarea de profesionales. Madrid, Edit. Asecom, pp.21-24.
- Fuentes, C. (1997). *Por un progreso incluyente*. Instituto de Estudios Educativos y Sindicales de América. México.
- Gallego, R. (1991). *Discurso sobre el constructivismo. Nuevas estructuras conceptuales, actitudinales y metodológicas*. Cooperativa Editorial Magisterio. Colombia.
- García. L. y Sanz, F. (2003). *"Educación a Distancia. Curso para profesores"*. Madrid: MEC.
- Gerardo Kloss Fernández del Castillo. *Entre el diseño y la edición*, Distrito Federal.
- Gillam. R. (1951). *Desing Fundamentals*, Mc Graw Hill.
- González. M. (s.f.). *Metodología del diseño*. Universidad de Londres Compilador.
- Gros. B. (1997). *Diseños y programas educativos*. Pautas pedagógicas para la elaboración de software. Barcelona. Ariel.
- Guía para la presentación del trabajo de titulación de pregrado (TTP)
- Jiménez. X. (2009). *El diseñador gráfico como gestor de comunicación en organizaciones sociales (ONGs)*, Universidad de Palermo. Pág. 9.
- Joan Rieradevall. (2001). *Ecodiseño*. Profesor de ciencias ambientales de la UAB y de ecodiseño de Elisava / UPF. Federal, México, Universidad Autónoma Metropolitana.
- Jury. D. (2006). *¿Qué es la tipografía?*, publicado originalmente por: RotoVision SA.
- Kane. J. (s.f.). *Manual de tipografía*, King Publishing Ltd, Londres.
- Kepes. G. (1968). *La educación visual*, México, Novaro. Pág.233.
- Kohler. W. (1974). *Gestalt psychology*. An introduction to new concepts in modern psychology. New York: Liverright,
- L. D. G. Juan José Manjarrez de la Vega. (s.f.). *diseño editorial*,
- Lamata. R. (2005). *"La actitud creativa"*, Narcea, S.A. de ediciones. España – Madrid. Pág.18.
- Larroyo. F. (1959). *Pedagogía de la enseñanza superior*, México, Pág.56.

- Marqués, P. (2005). “*Sistemas de teleformación: características, elementos, ventajas*”. Departamento de Pedagogía Aplicada. Facultad de Educación (UAB).
- Marqués. G. (2005). *Selección de materiales didácticos y diseño de intervenciones educativas*. Universidad Autónoma de Barcelona, Departamento de Pedagogía Aplicada.
- Michean, R, (1972). *Principios y métodos de la educación*, 3 ed, Buenos Aires.
- Milagros. A. (s.f.). *Orientaciones Metodológicas para el Uso del Material Didáctico en el Nivel Inicial*.
- Miquel. R, (2001-2011). *Modelos de la comunicación*, Portal de la Comunicación InCom-UAB: El portal de los estudios de comunicación, Pág. 17.
- Müller. J. (1998). *Historia de la comunicación visual*, GG diseño, Editorial Gustavo Gili, S.L. pág.174.
- Munari. B. (1985). *Diseño y comunicación visual*, Barcelona, 8va edición, Editorial GG, pág.79.
- Ogalde. I. y Bardavid. E. (1991).”*Los materiales didácticos*”. México, Trillas. pág.19.
- Paarra. D, (2003). “*Mente creativa*”, Grupo Editorial Norma, Bogotá Colombia, Pág. 35.
- Parcerisa, A. (1996). *Materiales curriculares*. Cómo elaborarlos, seleccionarlos y usarlos. Barcelona.
- Philip. B. (1991). *Historia del diseño gráfico*, México. Editorial Trillas, Pág. 9, 10.
- Prendes, M.P. y Castañeda, L. (2004). “*Análisis de materiales didácticos en un modelo de Telenseñanza*”. Barcelona: EDUTEC.
- Ricarte. J. (1999). “*Creatividad y comunicación persuasiva*”, Servies Editorial, S.L. Barcelona. Pág. 195.
- Rodríguez. C. (2009). *Materiales Didácticos*. Editado por Centre d’ Entudes Sociales sur Amérique Latine (CESAL), Bruselas-Bélgica.
- Sabino, Ca. (1992). “*Proceso de investigación*”, Ed. Panapo

- Salinas, J. Aguaded, J. Cabero, J. (2004). *Tecnologías para la educación. Diseño, producción y evaluación de medios para la formación docente*. Madrid: Alianza, col.: Psicología y Educación.
- Santos. A. (s.f.). *Funamentos Visuales II*, grupo IDAT.
- Serrano. M. Piñuel. L. Gracia. J. y Arias. M. (1982). *volumen VIII de cuadernos de la comunicación*, 2ª edición, revisada y ampliada, A. Corazón, editor, Madrid.
- Tello. N, (1998). *“Periodismo actual”*, Ediciones Colihe S.R.L. Buenos Aires Argentina, Pág. 168
- Timothy. S, (2004). *Diseñar con y sin retícula*, Editorial Gustavo Gili, SA, Barcelona.
- Trigo. E. (s.f.). *“Creatividad y motricidad”*, INDE Publicaciones, 1era edición, Barcelona – España, Pág. 25, 27.
- Turnbull. A, (1995). *Comunicación gráfica, tipografía*, Universidad Nacional Autónoma de México.
- Vallejo. R. (2006). *“Manual de Escritura Académica”*, Corporación Editorial Nacional.
- Veneroni. L. (1997). *Método y objeto de estudio*, 2ª ed, México, Trillas. Pag: 7,8,9.
- Villalpando. J. (1969). *Didáctica de la pedagogía*, México, Pág.32.
- Villareal. T. (1969). *Didáctica General*, México. Pág. 23.
- Wong, W. (1995). *Fundamentos del diseño*, Editorial Gustavo Gili, Barcelona.
- Zavala. R. (s.f.). *El libro y sus Orillas*, Ciudad de México, México,

## WEBLIOGRAFÍA

- After Effects o Barbarie por Federico Koch, 10/07/2013.
- DEFINICIONES DE COMUNICACIÓN, fuente electrónica en línea, 5/1/2012, [www.alu.ua.es/d/dvc2/TEMA%201.doc](http://www.alu.ua.es/d/dvc2/TEMA%201.doc)
- Fuente en línea, <http://www.adobe.com/es/>, 10/07/2013.
- Fuente en línea, <http://www.autodesk.es/>, 10/07/2013.
- Fuente en línea, <http://www.eyonline.com/>, 10/07/2013.
- <http://chewarhol.blogspot.com/2012/04/todas-lasprofesiones-cumplen-un-rol-en.html>
- <http://sobrehistoria.com/revolucion-industrial/>
- <http://www.doredin.mec.es/documentos/00820083009503.pdf>, 10/07/2013.
- [http://www.ecured.cu/index.php/Adobe\\_After\\_Effects](http://www.ecured.cu/index.php/Adobe_After_Effects), 10/07/2013.
- [http://www.ehow.com/about\\_5371920\\_objectives-teaching-aids.html#ixzz2EiTmjFna](http://www.ehow.com/about_5371920_objectives-teaching-aids.html#ixzz2EiTmjFna), 10/07/2013.
- [http://www.ite.educacion.es/formacion/materiales/90/cd\\_09/cursofor/cap\\_3/cap3b.htm](http://www.ite.educacion.es/formacion/materiales/90/cd_09/cursofor/cap_3/cap3b.htm), 10/07/2013.
- La taberna de Juanlu, Blogger Templates created by Deluxe Templates, 10/07/2013.
- Objetivos de material didáctico | eHow.com, 10/07/2013.
- OSHO, "Creatividad", Grijalbo, Formato digital 2010, 10/07/2013
- Wolfgang Kosack: Der medizinische Papyrus Edwin Smith. The New York Academy of Medicine, Inv. 217; De nueve traducir en jeroglífico: Berlin 2011, Schweizerische Nationalbibliothek, Brunner, Basel 2012.

# **ANEXOS**

ADOBE  
**AFTER EFFECTS**  
GUÍA BÁSICA

ADOBE  
**AFTER EFFECTS**  
GUÍA BÁSICA

ADOBE  
**AFTER EFFECTS**  
GUÍA COMPLETA

Gráfico 59. Giovanni Hurtado, Propuestas título revista

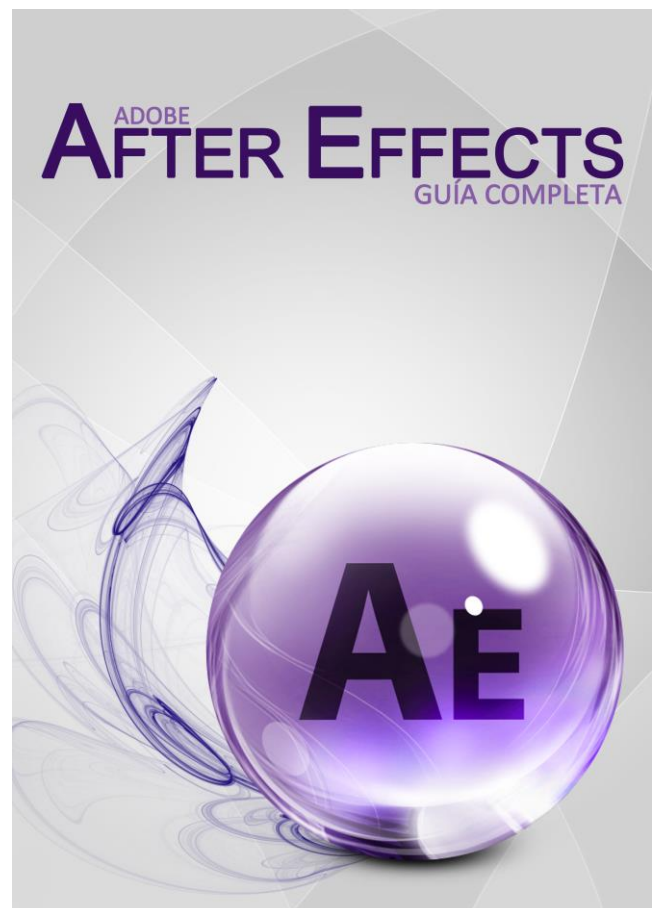
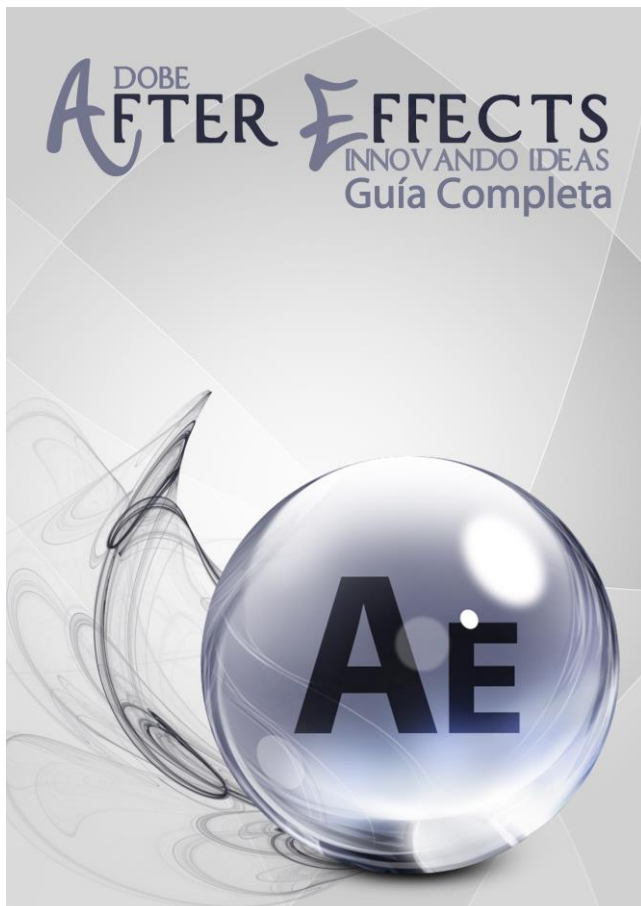


Gráfico 60. Giovanni Hurtado, Bocetos Portadas

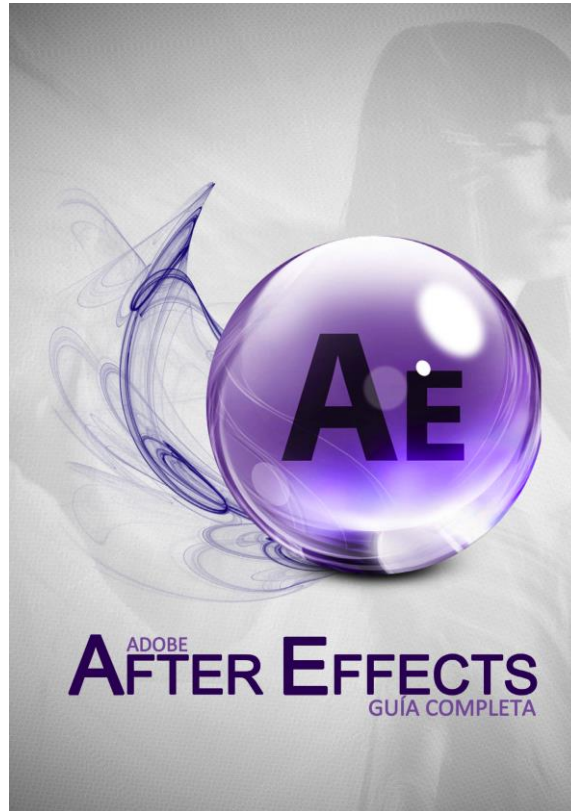


Gráfico 61. Giovanni Hurtado, Portada revista

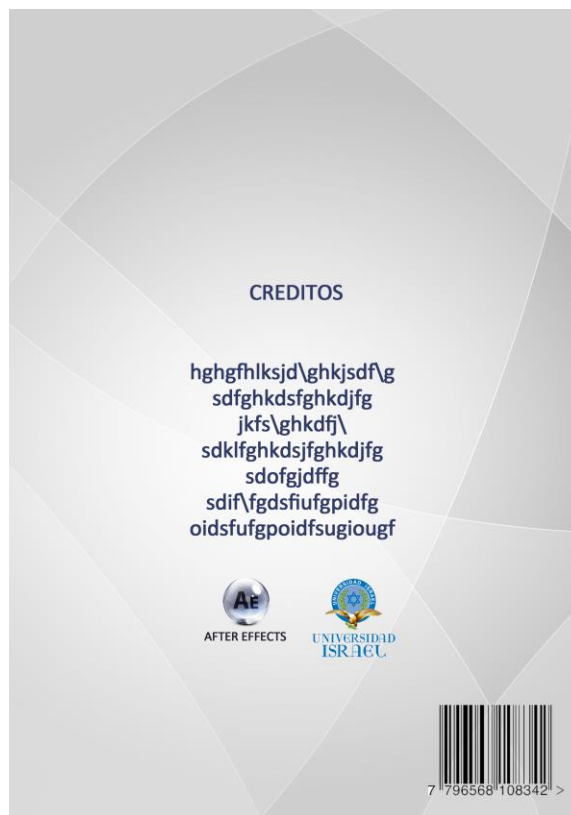


Gráfico 62. Giovanni Hurtado, Portada revista



**Nombre:** Giovanni Hurtado

**Carrera:** Diseño Gráfico Empresarial

## Encuesta

1.- ¿Antes de tomar el curso, ha escuchado sobre el software After Effects?

Sí                      No                      Poco

2.- ¿En qué tipo de soporte conoció sobre el software?

Web                      libro                      revista                      otros (mencione cuales)

3.- ¿La institución cuenta con material divulgativo sobre el software?

Sí                      No

4.- ¿El profesor posee material sobre el software?

Sí                      No

5.- ¿Qué tipo de material posee y que le parece?

Libro                      Revista                      Manual                      Guía



**6.-** ¿Considera adecuado el soporte que maneja y por qué?

Sí                      No

**7.-** ¿Es accesible para usted económicamente, contar con dicho soporte?

Sí                      No

**8.-** ¿Le gustaría contar con material accesible referente al software?

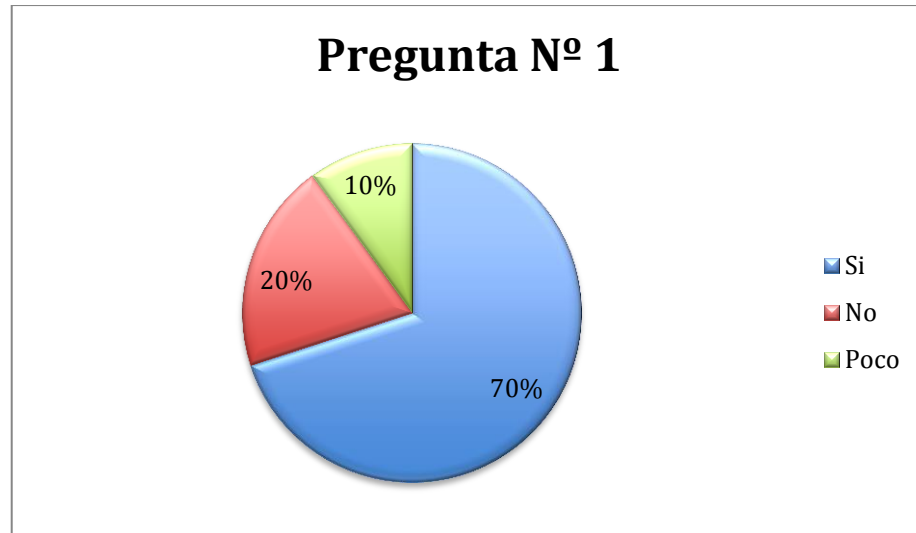
Sí                      No

**9.-** ¿Qué tipo de soporte le gustaría que fuese y por qué?

Libro                  Revista                  Manual                  Guía

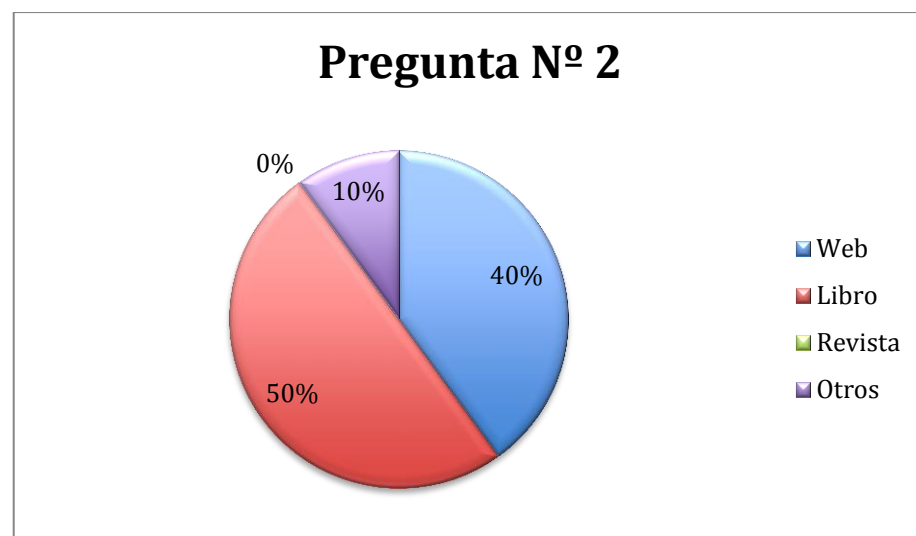
# Gráficos

1.- ¿Antes de tomar el curso, ha escuchado sobre el software After Effects?



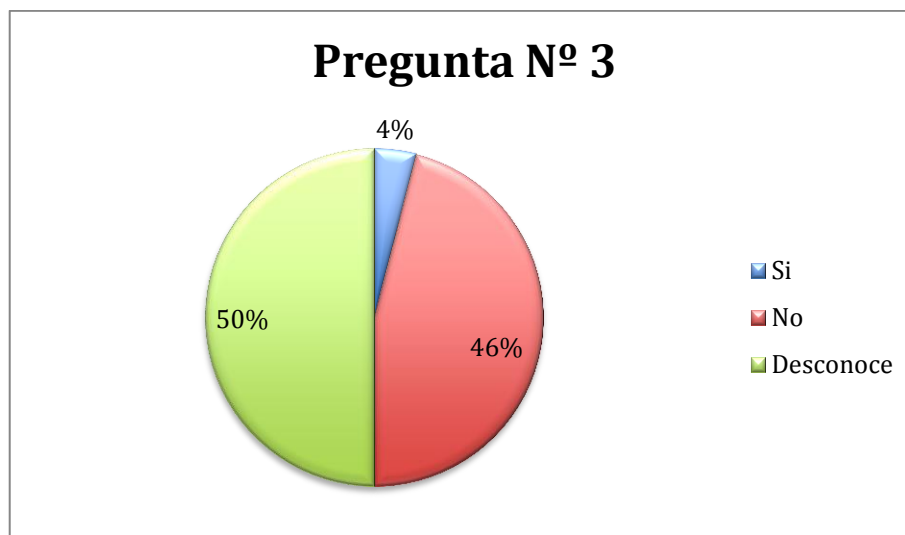
El 70% de los estudiantes encuestados han escuchado, o poseen algún tipo de conocimiento sobre el software After Effects, mientras que el 10% posee poco conocimiento y el 20% desconoce en su totalidad sobre el software.

2.- ¿En qué tipo de soporte conoció sobre el software?



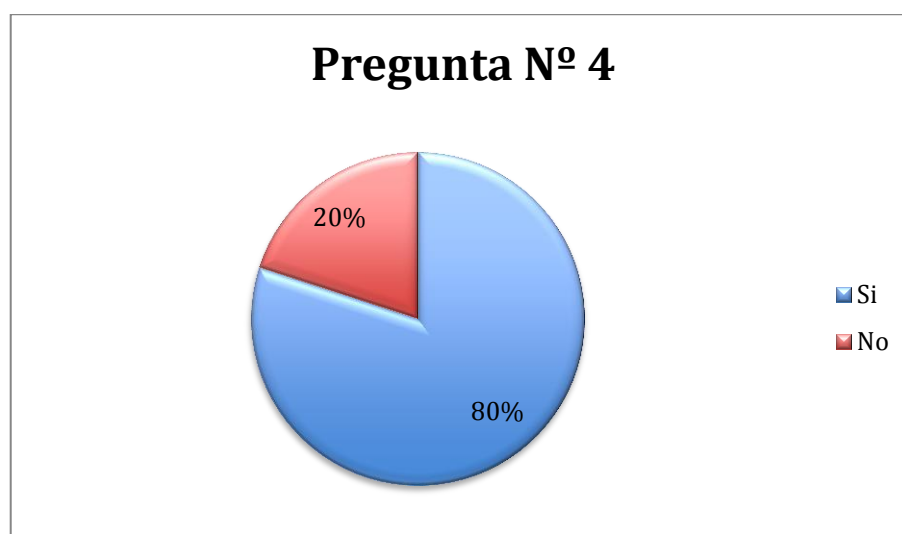
Con los resultados obtenidos tenemos que: Un 50% conoció el software mediante libros, un 40% en la web, 10% en otro tipo de soportes, y por último ninguno a obtenido información en un soporte gráfico de tipo revista.

3.- ¿La institución cuenta con material divulgativo sobre el software?



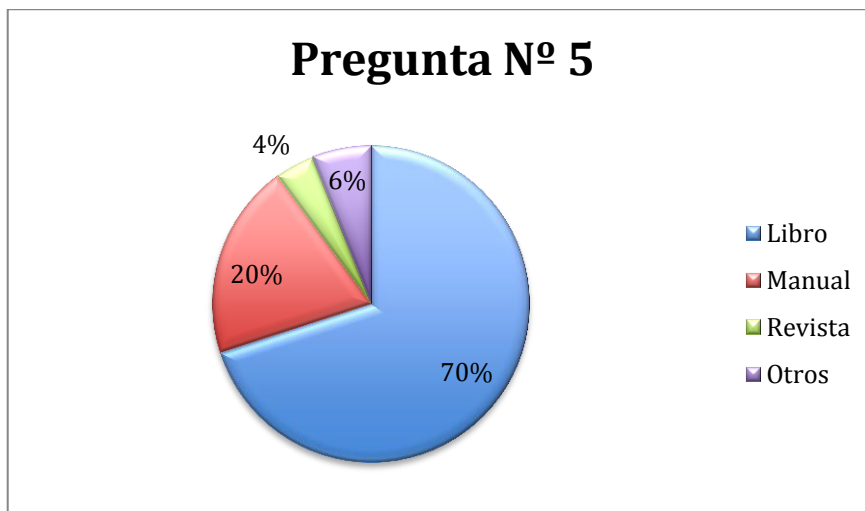
El 50% de la totalidad de encuestados desconoce la existencia de material divulgativo sobre el software After Effects, un 40% manifiesta con certeza que la institución no cuenta con dicho material, y un 4% aunque no ha comprobado, estiman que si existe.

4.- ¿El profesor posee material sobre el software?



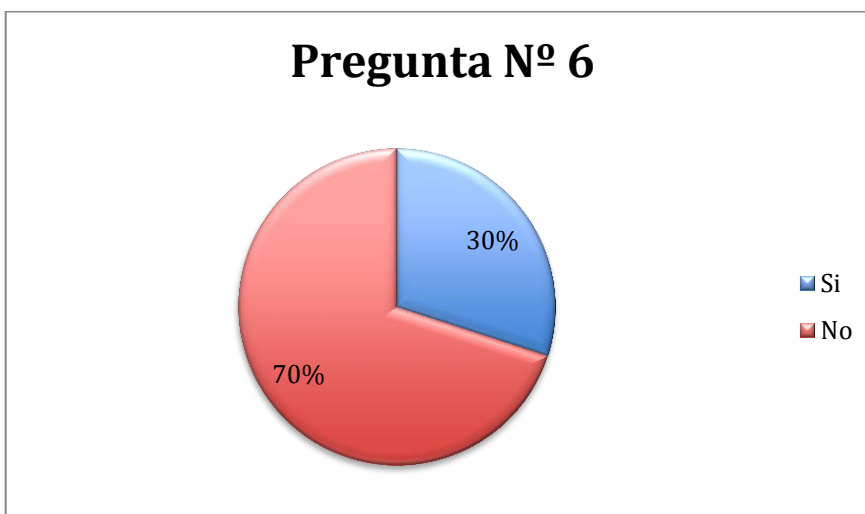
Los resultados obtenidos de esta información revelan que un 80% de encuestados conoce la existencia de material sobre el software perteneciente al Catedrático de la asignatura, y un 20% desconoce si el mismo posea o no cualquier material.

5.- ¿Qué tipo de material posee?



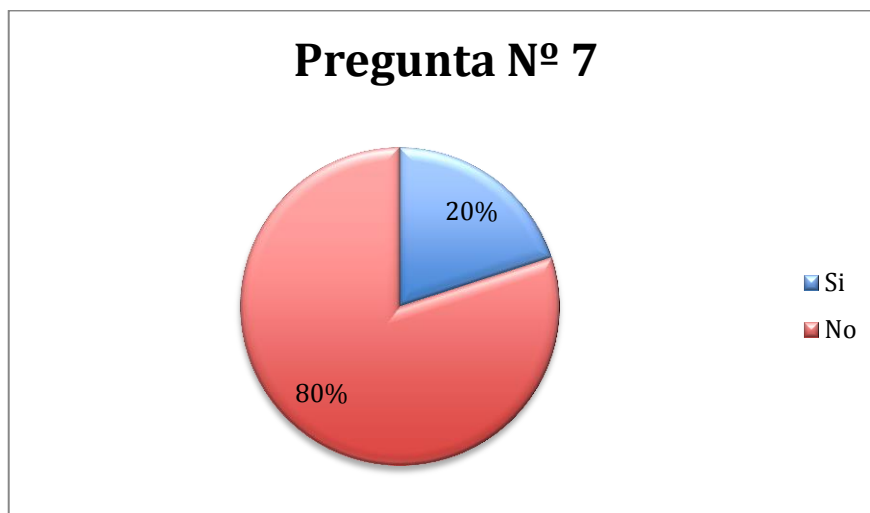
El resultado obtenido, arroja que el 70% conoce que el profesor posee como material de enseñanza sobre el software After Effects en libros, un 20% menciona la existencia de un manual, el 6% habla sobre la enseñanza mediante video tutoriales y un 4% sobre el manejo de revistas electrónicas.

6.- ¿Considera adecuado el soporte que maneja y por qué?



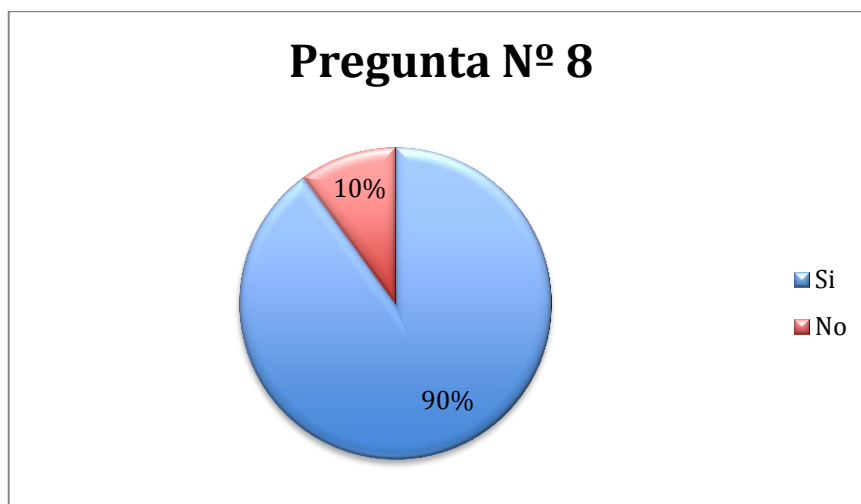
El 70% de encuestados señalan que el soporte utilizado para la enseñanza del software After Effects (Libro), no es la adecuada, ya que la información que allí se encuentra es demasiado amplia y carece de un atractivo hacia el lector, mientras que el 30% manifiestas que el material si es el adecuado para el aprendizaje.

7.- ¿Es accesible para usted económicamente, contar con dicho soporte?



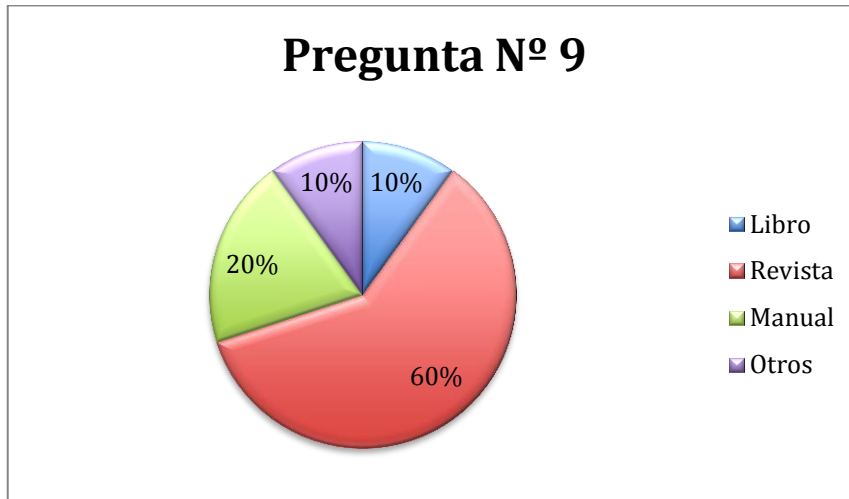
En esta pregunta un 80% contestó que no es accesible económicamente adquirir un libro que conste con basta información sobre el software, ya que este material se adquiere únicamente con el software para su instalación y por ende se obtiene bajo pedido de otro país y de ahí el porqué de su elevado costo, un 20% menciona que si es accesible dicho material.

8.- ¿Le gustaría contar con material accesible referente al software?



Un 90% respondió que si le gustaría contar con un material divulgativo sobre After Effects, para de esta manera conocer un poco sobre el software antes de entrar de lleno en la materia, y un 10% no le atrae el poseer un material divulgativo.

9.- ¿Qué tipo de soporte le gustaría que fuese y por qué?



Un 60% de encuestados manifestaron que el soporte que les gustaría para conocer un poco más sobre After Effect debería ser una revista, ya que la información que allí se abarcaría sería la necesaria y de una manera más acogedora y que de una u otra manera atraiga a los lectores, un 20% un manual con todas las especificaciones sobre el software, un 10% un libro y el otro 10% simplemente direcciones web.