

8  
201

UNIVERSIDAD NACIONAL  
AUTONOMA DE MEXICO

“EL DISEÑO GRAFICO APLICADO  
EN ENVASES DE VIDRIO”

TESIS QUE PRESENTA:  
CLAUDIA URI VALERIO DIAZ  
PARA OBTENER EL TITULO DE:  
LICENCIADO EN DISEÑO GRAFICO

ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS  
PROFESIONALES ACATLAN

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN AGOSTO DE 1993

---

---



Universidad Nacional  
Autónoma de México



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

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

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

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

# INDICE

## INTRODUCCION

### CAPITULO 1. EL ENVASE

11. BREVE HISTORIA.
12. EVOLUCION.
13. TIPOS DE MATERIAL.
14. CARACTERISTICAS GENERALES DEL ENVASE.
15. EL ENVASE DE VIDRIO.

### CAPITULO 2. ELEMENTOS FORMALES DEL DISEÑO APLICADOS A LA ETIQUETA EN ENVASES DE VIDRIO.

21. EL ENVASE Y LA ETIQUETA.
22. FORMATO, TIPOGRAFIA, COLOR E IMAGEN.
23. LA TAPA COMO COMPLEMENTO DE LA ETIQUETA.
24. LEGALIDADES COMERCIALES.
25. EL CODIGO DE BARRAS.

### CAPITULO 3. EL AUDIOVISUAL COMO PROCEDIMIENTO DIDACTICO.

31. DEFINICIONES DE AUDIOVISUAL.
  32. CLASIFICACION DE LOS MEDIOS AUDIOVISUALES.
  33. CLASIFICACION DEL TERMINO AUDIOVISUAL.
  - 33.1. METODOLOGIA PARA LA REALIZACION DEL AUDIOVISUAL.
- 
-

## CAPITULO 4. REALIZACION DEL AUDIOVISUAL.

- 4.1. PLANEACION DEL AUDIOVISUAL.
- 4.2. PLANEACION DEL GUION.
- 4.3. REALIZACION DE GUIONES:
  - LITERARIO
  - TECNICO
  - FOTOGRAFICO.

## CAPITULO 5. PRODUCCION Y POSTPRODUCCION.

- 5.1. FOTOGRAFIA.
  - 5.1.1. JUSTIFICACION DE LA COMPOSICION FOTOGRAFICA.
- 5.2. SONIDO.
  - 5.2.1. PROCESO DE LA GRABACION.
- 5.3. ARMADO.
  - 5.3.1. RECOMENDACIONES PARA EL CIUDADO DEL AUDIOVISUAL

CONCLUSIONES.

BIBLIOGRAFIA.

---

---

## INTRODUCCION

Dentro del área del Diseño Gráfico, el objetivo más importante para todos aquellos que ejercen dentro de la misma, es el mensaje visual a comunicar, basandose en la correcta utilización de los elementos de diseño.

El presente trabajo tiene como objetivo esencial, dar a conocer los elementos formales de diseño que intervienen en la realización de etiquetas, tomando como caso particular las etiquetas adhesivas en envases de vidrio.

Antes de situar al diseñador en la actualidad del diseño de etiquetas, se empezara por narrar una breve historia del envase y su evolución, partiendo de lo general a lo particular, permitiendo de ésta manera que se tenga presente todo el proceso que se ha llevado, para que el ser humano pueda comunicarse con sus semejantes, surgiendo así la realización de grafismos para identificar el contenido de los diferentes envases.

De acuerdo a las características que califican al envase, debido a la función que desempeña, lo más elemental de éste es la imagen que lo representa, llamandola en término concreto "*ETIQUETA*", punto crucial para el desarrollo del tema.

En la siguiente parte del trabajo que es el capítulo dos, se explicará lo que és la etiqueta y los elementos formales del diseño que a ella se aplican, como lo son: formato, tipografía, color e imagen, así como también la importancia de la tapa en los envases de vidrio, legalidades comerciales y el código de barras como identificación de los productos.

Todo esto con el fin de que el diseñador formule sus propias decisiones para el desarrollo correcto en la creación de etiquetas.

Para complementar y reforzar el trabajo escrito, se realizará un audiovisual como material didáctico, y como consecuencia en el capítulo tres se explicará lo que éste significa y la importancia que tiene, enfocandose a la definición del término audiovisual en general, los diferentes medios audiovisuales que existen, y por último se abordará particularmente qué és el audiovisual por medio de diapositivas en unión

---

---

con el audio que lo caracteriza.

La parte final constituida por los capítulos cuatro y cinco, esta enfocada a la realización del audiovisual, el procedimiento que se sigue tanto para la planeación, como para la realización de guiones.

Posteriormente se describen brevemente los elementos a tomar en cuenta en la composición de imágenes, la importancia del sonido en combinación con ellas, en definitiva lo que implica toda la edición.

Por último se mencionan algunas recomendaciones para el cuidado del audiovisual, evitando así que pueda dañarse.

Con la lectura de éste trabajo y con el apoyo del audiovisual, el diseñador gráfico tendrá un mayor conocimiento del tema y una visión más amplia para enfrentarse al campo del diseño de etiquetas.

---

---

CAPITULO 1

*"El Envase"*

---

---

## 1.1. BREVE HISTORIA.

Al inicio de la vida primitiva surge la necesidad de transportar los alimentos recolectados hacia las cuevas, tales como semillas silvestres y diversos frutos a través de canastos hechos con ramas, hojas y hiervas entrelazadas, así como la fabricación de vasijas de barro de diferentes tamaños para transportar sólidos y líquidos.

Mas tarde en Egipto es descubierto el vidrio, y se procede a la fabricación de botellas para contener todo tipo de líquidos.

Durante el curso de los siglos, y con el descubrimiento y la utilización de diferentes materiales como papel, sus derivados, vidrio y metal, la creación de los envases, empaques y embalajes adquieren cada vez mayor importancia. El etiquetado de los mismos se vuelve indispensable, pues de esta manera el consumidor identifica los diferentes productos y marcas. Es por eso que cuando surge el concepto de supermercado el envase cobra suma importancia , y se crea entre las diferentes compañías una fuerte competencia. (1)

A principios del siglo XX se le da uso al plástico, desarrollando el acetato de celulosa para uso fotográfico y en Suiza se desarrolla la maquinaria para envoltorios. Es a partir de este siglo donde el plástico es aprovechado al máximo en todas sus aplicaciones a diferentes productos.

En la década de los noventas el plástico con productos biodegradables se incorporan a más diseños, y el vidrio se utiliza como envase reciclable. Es así como ha venido a aparecer la creación de , envases, para cubrir una necesidad, en donde todas las comunidades del mundo entero se encuentran involucradas, extendiendose cada vez más el campo del diseño gráfico aplicado a los mismos. Esta breve historia ha sido sintetizada a partir de la cronología que presenta Steven Sonsino en su libro, " Packaging. Diseño. Materiales. Tecnología ", sobre la historia del embalaje.

---

---

## 1.2. EVOLUCION

Como se mencionó ya, la creación de envases se dió para cubrir una necesidad, y fue a partir de este momento que evolucionó en diversos aspectos como: materiales, formas, así como en el aspecto gráfico.

El papel, sus derivados y el vidrio han sido utilizados en primera instancia desde sus inicios, y de acuerdo a las diferentes aplicaciones estos han evolucionado.

El metal es descubierto en el siglo XIII, aplicandose también al diseño de envases.

El último material descubierto en el presente siglo, fué el plástico, el cual en nuestros días tiene mucha utilidad.

Es necesario aclarar que posteriormente se especificarán ampliamente las características de los materiales mencionados.

En cuanto al diseño gráfico aplicado a los diferentes envases, refiriendose a los gráficos impresos y no al diseño tridimensional en sí, ha evolucionado de acuerdo a los estilos adoptados en cada época determinada.

En un principio unicamente se marcaban de manera muy sencilla para diferenciar un producto de otro; es hasta el siglo XVI que se crea el arte de etiquetaje, y posteriormente se empiezan a adoptar ciertas normas para su realización, especialmente para los productos tóxicos.

Alan Swan en su libro *Diseño y Marketing*, habla de los estilos adptados por los diseñadores a finales del siglo XIX hasta hoy en día.

El conocimiento de las imágenes medievales y clásicas son elementos importantes, ya que el estilo decorativo fué la base de la imagen a finales del siglo XIX.

Más tarde se adopta un nuevo estilo más sencillo, basado en combinaciones de siluetas simples adecuandolas a los métodos de impresión, así como a los diseños que se encuentran en muchos productos.

El diseño gráfico dentro de esta época se caracteriza por un reflejo de cualidades de

---

---

marca, indicaciones específicas del producto, utilizando imágenes complejas acompañadas por un texto abundante. Esto era para productos de lujo, dirigidos a consumidores con un estilo bien definido.

La mayoría de los productos de uso común se caracterizaban por llevar un gráfico sencillo, pero efectivo.

A principios del presente siglo los diseñadores adoptan un estilo más funcional, dejando atrás los elementos tan decorativos, reflejando de esta manera a la industria moderna.

Ahora los diseños no están basados en imágenes tradicionalistas, sino que eran creadas propiamente por el diseñador resaltando las cualidades del producto y los nuevos estilos de vida.

En su mayoría las imágenes eran abstractas, de ideas más convencionales.

El consumismo se desarrollaba cada vez más, aumentando la capacidad de compra y es así como los productos exigían tener un estilo que asegurara la atención del público.

El diseño gráfico en los envases actuales está relacionado específicamente con la naturaleza de la sociedad en que se vive.

El estilo de diseño es la base del mensaje que se quiere transmitir, ya que el consumidor es un ser que se relaciona con las imágenes impresas y deben ir acorde con las características que posee.

Los grafismos utilizados pueden ser retomados de los estilos que han existido, adecuándolos a los nuevos diseños de esta época.

El diseñador se ve influenciado cada vez más por el avance tecnológico en la creación de sus diseños puesto que debe adecuarlos a la realidad en que vive.

### 13. TIPOS DE MATERIAL

Para que un envase cumpla con su función, es de suma importancia elegir el material correctamente. Los materiales se dividen básicamente en: papel y cartón, vidrio, metal y plástico.

---

---

**Papel y cartón.** Se puede clasificar para etiquetado y forro, así como para envolver. El cartón se utiliza no sólo para embalaje, sino también en latas y todo tipo de cajas. Los papeles pueden ir impresos con diversos tipos de texturas tales como: jaspeados, maderas, mármoles, etc; los cuales son utilizados como forros para varios productos. El uso que se les da no es propiamente decorativo, el forro tiene por objetivo proteger al producto dentro del empaque.

Por otra parte el papel es utilizado para el etiquetado de los productos contenidos en botellas, latas, cajas, etc; adecuados para ser impresos en color.

El cartón es empleado en la realización de todo tipo de cajas ya sean rígidas o plegables, tiene la gran ventaja de que al hacerle los dobleces no se maltrata ni deforma.

**El vidrio.** Este es uno de los materiales más antiguos, el cual siempre ha servido para contener todo tipo de líquidos, posee características como: transparencia, su fabricación es de costo aceptable, es inodoro y no guarda sabores.

Su forma es muy variable, ya que se le puede dar cualquier formato.

El problema del vidrio era cómo deshacerse de él en determinado momento, pero en la actualidad el vidrio se recicla para ser utilizado nuevamente.

Otras de las ventajas que da el vidrio es que puede ser teñido, ya que en algunos casos esto es necesario para la conserva de ciertos productos.

No es muy recomendable imprimir sobre el vidrio, ya que la impresión no es confiable, y es por eso que se prefiere imprimir las etiquetas sobre papel para una mayor calidad, y adherirlas después sobre la botella.

**El metal.** Este material fué descubierto en el siglo XIII como hierro estañado. Hasta el siglo XIX se diseña el envase cilíndrico, tubos deformables, tapas de aluminio, barriles de acero, etc.

El uso del metal en su gran mayoría es aplicado a productos alimenticios, siendo uno de los principales sistemas de envasado.

Posee cualidades como: son muy ligeras, su transportación es fácil, soporta altas presiones para los aerosoles y el sistema de abertura puede variar indefinidamente.

Siempre es necesario hacer una serie de experimentos cuando un nuevo producto se quiere envasar, para así saber cómo se conservará.

---

---

El laminado de planchas de aluminio se esta utilizando cada vez mas para el envasado de un gran número de productos, aunque en su forma natural es muy difícil de manejar, pero unida al plástico o papel adquiere mayor resistencia. La impresión directa en envases de hojalata ha mejorado bastante; sin embargo las mejores etiquetas siguen siendo las impresas en papel, pero esto no significa que no se pueda lograr una impresión directa con calidad.

**El plástico.** Su aplicación se dió hasta principios de este siglo, y de ahí ha evolucionado considerablemente en los diferentes usos que se le ha dado. Tiene mucha ventaja sobre otros materiales, ya que su forma es muy flexible. Existe un método básico para moldear, en donde se unen dos planchas de plástico, las cuales son ablandadas con calor, teniendo entre ambas la forma del molde y se les inyecta aire entre las dos, adaptándose a la forma del envase requerido. Dentro del campo del envase se emplean diferentes tipos de plásticos, siendo los más importantes: acetato de celulosa, polietileno y poliestireno.  
**Acetato de celulosa.** Se caracteriza por utilizarse para envases rígidos, es fuerte, puede ser opaco, o en ocasiones transparente, es flexible. Dentro del mercado se utiliza transparente, dejando ver al consumidor el producto que contiene.

**Polietileno.** Las características que posee este material, principalmente es su economía, es flexible, insípido e inodoro, se puede imprimir directamente, se cierra por medio de calor, y sus cualidades protectoras son aceptables. Como todo material tiene sus inconvenientes, o mejor dicho sus limitaciones, y en este caso no es recomendable para productos de aceites, grasas e hidrocarburos. El polietileno es utilizado específicamente para recipientes blandos.

**Poliestireno.** Este material es muy rígido, se le puede dar cualquier forma por complicada que parezca. Su utilización se da principalmente en el envasado de alimentos como el yogurth, su grosor puede ser fino, pero se rompe con facilidad, es decir que no admite fuertes presiones. Se encuentra de dos maneras, transparente y opaca. Es definitivo que, la correcta elección de un material determinado para la realización

---

---

de un envase, depende estrictamente de las propiedades físicas y químicas del producto, pues como se menciona antes, los diferentes materiales poseen características específicas, y desde luego no todos sirven para envasar cualquier producto, es por eso que es de suma importancia hacer un estudio muy detallado del producto que se quiere lanzar al mercado, para que a través de éste se adecue al envasado correcto para su verdadera conservación, logrando de esta manera obtener el éxito esperado.

Dentro del presente trabajo se tomará al envase como elemento fundamental a describir, en donde el diseño gráfico aplicado al mismo es parte fundamental para que cualquier envase logre ser descubierto por el consumidor.

#### 1.4. CARACTERISTICAS GENERALES DEL ENVASE

Cuando se habla del término envase, se entiende que es el recipiente que contiene directamente al producto, protejiendo sus características físicas y químicas, teniendo como función la de presentar a dicho producto con una imagen atractiva para todo consumidor.

Todo tipo de envase, cualquiera que sea su forma y material debe responder a ciertas exigencias para cumplir su objetivo, siendo práctico para quien lo posea.

Uno de los objetivos principales de todo envase deberá ser el de proteger y conservar al producto en cualquier situación ambiental que se le asigne.

En conclusión, el diseño debe en primera instancia servir a la gente, reflejando en su forma y contenido lo práctico y lo estético. (2)

La aplicación del diseño gráfico es un elemento clave de la responsabilidad empresarial en nuestra sociedad y el mundo, ya que es fundamental para la supervivencia de toda empresa.

El fuerte intercambio comercial ha dado lugar al surgimiento de nuevos productos los

---

---

cuales aunados a los ya existentes, saturan el mercado con marcas, formas y presentaciones.

Por otro lado el público cambia continuamente sus patrones de consumo, siendo en la actualidad más consciente, selectivo y exigente, ante las cualidades del producto y las características del envase.

Las empresas, frente a la situación de la gran competencia y las actitudes tan variables del consumidor, responden a la búsqueda de envases concretamente diseñados para cumplir con el objetivo principal, que es el de persuadir.

Actualmente todo envase deja de ser sólo el contenedor del producto y se convierte en un verdadero vendedor, donde su eficacia depende totalmente del marketing y del diseño.

El envase debe comunicar todo lo que su empresa quiere decir acerca del producto que contiene, y desde luego tomando en cuenta lo que el consumidor desea encontrar acerca de él.

Para que esto sea posible, el diseño debe basarse en cuatro características fundamentales, las cuales son: *identidad, identificación, información y motivación.*

Se habla de identidad cuando el producto se diferencia de otros productos, a través de un concepto gráfico realizado con ciertos patrones de originalidad, dándole a la marca una personalidad única e inconfundible.

El envase es identificación cuando surge la unión entre marca y consumidor en concordancia a la clase que pertenece.

La información es la proyectación de las cualidades del producto en forma textual en conjunto con el concepto gráfico que se maneje.

Motivación es la concretización de las características anteriores de acuerdo a las expectativas del consumidor, es decir, que si éstas características están presentes en el envase, el consumidor se sentirá motivado para adquirirlo.

---

---

El envase se perfecciona día con día, ya que es un vendedor que lleva la voz de la empresa y la esencia del producto, interviniendo de una manera eficaz en la percepción del consumidor.

Si la voz es clara y la esencia de calidad, la decisión de compra tendrá para el producto grandes posibilidades.

Esta información fue proporcionada por, Diseñadores Industriales Asociados, S.A.

### 15. EL ENVASE DE VIDRIO.

El vidrio es un material de suma importancia dentro del mercado, ya que posee la capacidad de evitar la contaminación de los productos que contiene.

Tiene la capacidad de permanecer en altas temperaturas, pues con el avance tecnológico, como por ejemplo: con el horno de microondas, los alimentos que necesiten calentarse y se encuentren contenidos en un envase de vidrio, pueden exponerse al horno sin que pase absolutamente nada. Esto hace pensar que el vidrio puede ser considerado como un material que probablemente sea utilizado para contener productos que hoy se encuentran enlatados.

Steven Sorsino describe al vidrio como un material muy versátil, puesto que puede moldearse de cualquier forma, desde las más sencillas y delicadas, hasta formas más complejas, como por ejemplo existen envases muy grandes con asas integradas, y a la vez con cuellos muy esbeltos.

Otras de las ventajas es que este tipo de envases se pueden reutilizar, dándole otra serie de funciones.

El vidrio presenta una imagen saludable, independientemente de que se encuentre transparente o teñido, siendo para el consumidor atractivo, ya que puede ver a través del envase el producto contenido, ya sea éste alimenticio, de cosméticos o farmacéuticos.

Existen innumerables tipos de envases para diferentes productos, ya sean líquidos o sólidos, y la forma de los mismos varía; sólo que dentro del presente trabajo no se

---

---

analizarán ni describirán a fondo, ya que lo más importante a considerar son los gráficos que aparecen en dichos envases, es decir, la aplicación del diseño gráfico como parte fundamental en la presentación del envase, ya que la simple forma del mismo, cualquiera que esta sea, no podrá persuadir sin la exhibición de los gráficos, y su cometido es atraer al consumidor a través de un manejo adecuado de los elementos formales del diseño, así como otros requerimientos de tipo textual, donde se le informa al consumidor de que producto se trata y que beneficios ofrece, asociándolos a su estilo de vida.

El diseñador gráfico, a través de un estudio detallado del producto y del público a quien va dirigir su mensaje, puede hacer uso de los elementos formales de diseño (formato, tipografía, color y motivo gráfico), adecuándolos para que los gráficos impresos logren en el consumidor el deseo de compra...” Se puede decir que el diseño mismo se encargará de presentarle una promesa que el propio producto debe ser el encargado de cumplirla”<sup>(3)</sup>

---

---

**CITAS**

1. Cft. Apuntes de la clase de diseño IV.
  2. Cft. Apuntes de la clase de diseño III.
  3. Reséndiz González Jaime. Tesis. Pág. 11.
-

CAPITULO 2

*"Elementos Formales del Diseño  
Aplicados a la Etiqueta en  
Envases de Vidrio"*

---

## 2.1 EL ENVASE Y LA ETIQUETA.

La diversidad de envases de vidrio que existen dentro del mercado es de un índice elevado, a pesar de que el plástico es utilizado en la actualidad para muchos productos; sin embargo el vidrio no dejará de ser indispensable para muchos de ellos, pues por ejemplo para jugos y frutas concentradas el vidrio es un material muy importante, debido a que es inodóro e insípido, impidiendo que su contenido adquiera otro sabor. Así como para otros productos, y por esto difícilmente el vidrio podrá ser eliminado del mercado.

Actualmente el vidrio se esta redescubriendo, ya que los diseñadores industriales formaron en 1985 un consorcio internacional, en donde se dedican a investigar la resistencia del vidrio, con el objetivo de conseguir un vidrio diez veces más fuerte, pero sólo con la mitad de peso para mediados de los noventas.<sup>(1)</sup>

Todos los productos envasados, independientemente del material que se trate necesitan una presentación gráfica, para que así en unión con su forma, el producto pueda realmente vender, ya que como se mencionó en el capítulo anterior, un envase no vende por sí solo, aún cuando el producto sea muy bueno, pues de qué manera el consumidor puede percatarse de ello?, sólo de una manera, y ésta es a través de los motivos gráficos que le dan identificación al producto. Cuando se habla de los motivos gráficos aplicados a envases, se hace referencia directa a la etiqueta, ya que su presencia es indiscutiblemente indispensable para cualquier envase, pues es ella quien nos va a informar en todos sentidos del producto que se trata. La etiqueta puede ser considerada como la fuente de información más inmediata acerca de un producto envasado, y puede definirse como cualquier asunto escrito, impreso, o diseño gráfico sobre los envases que contienen al producto.<sup>(2)</sup>

La función de la etiqueta ha ido cambiando a través del tiempo, puesto que inicialmente eran utilizadas unicamente para identificar el contenido del envase, pero ahora debe venderlo, y para que ésto suceda el diseñador gráfico debe adoptar la combinación correcta de los elementos que la componen para lograr comunicar con éxito el mensaje que se quiere dar acerca del producto.

---

---

En conclusión, las etiquetas se utilizan para proyectar en primera instancia una imagen apropiada para el producto, evocando una manera muy particular del mismo, así como del productor, informándole al cliente sobre el producto y todas las instrucciones para su manejo.

Existen diversos tipos de etiquetas, pero en este caso nos avocaremos a las impresas en papel, y son las adhesivas, generalmente usadas en los envases de vidrio e impresas con una calidad muy aceptable, puesto que la impresión directa en vidrio no es muy confiable, ni tampoco muy utilizada.

Se dice que la mejor superficie para etiquetar es la cilíndrica, ya que debido a su curvatura las etiquetas se pueden adherir con una simple pasada por encima sin que queden arrugas en el papel.

La etiqueta es parte fundamental del envase como se mencionó anteriormente, y su realización gráfica esta fundamentada por los elementos formales del diseño ( formato, tipografía, color e imagen ), ya que a través de ellos se hace posible la venta de cualquier producto, además del apoyo mercadológico.

El estudio de éstos elementos es indispensable para la realización de la etiqueta, puesto que debe ir acorde con el producto.

## 2.2. FORMATO, TIPOGRAFÍA, COLOR E IMAGEN.

### FORMATO.

El formato de la etiqueta como parte integral del envase de vidrio juega un papel crucial, así como su disposición, pero al hablar de éste, no es posible definirlo cómo debe de ser, si especificar antes a que tipo de envase se va adecuar.

El formato puede ser de formas regulares o compuestas, tomando en cuenta que éstas formas, según sea la elección deben interrelacionarse adecuadamente con el diseño del envase, para poder garantizar que el consumidor se sienta atraído, ya que de lo contrario el producto podría pasar desapercibido.

---

---

Se puede definir al formato como el espacio en donde se imprimiran los grafismos diseñados para un determinado producto, en donde los elementos que lo conforman serán: tipografía, color e imagen.

### TIPOGRAFIA.

El papel que juegan los tipos, ya sea como marca o logotipo dentro del envase es de suma importancia, ya que a través de los mismos se pretende dar una presencia característica al envase, relacionandolo con los rasgos específicos del producto y del envase mismo.

Al hablar de la tipografía aplicada a los envases, se puede hablar en forma general de todos los tipos existentes, ya que el diseñador gráfico debe manejar varias alternativas para llegar a la culminación de un buen diseño tipográfico.

Actualmente, con la eficiente ayuda de la computadora el diseñador puede manejar de la manera que desee cualquier tipo de letra, puede sombrear, distorcionar, crear texturas, hacerla en out line, masas y otras variaciones de acuerdo a la creatividad que el diseñador desarrolle.

Cuando se habla de la tipografía aplicada a envases, se habla del elemento más importante, puesto que un envase sin tipografía, ya sea de la marca, así como todas las indicaciones o advertencias, simplemente no se vendería, puesto que el consumidor no pondría interés en llevarlo, ya que no le estaría dando ninguna referencia acerca del producto, aún cuando la imagen y el color fueran atractivos.

Como en toda la historia del diseño, el estilo tipográfico ha evolucionado de acuerdo a las épocas vividas, pero en la actualidad la mayoría de los tipos son retomados del pasado para adecuarlos a estilos modernos. " Cuando la tarea del diseñador consiste en crear un estilo que se adapte a un producto o servicio, puede optarse por un tipo de letra del pasado y aplicarlo en un contexto nuevo y moderno".<sup>(3)</sup>  
Para diseñar la tipografía de cualquier envase, es de suma importancia que el diseñador conozca a fondo el producto, y sobre todo las características del público a quien va dirigido dicho producto.

---

---

En realidad no existen reglas específicas que digan que tipografía debe aplicarse a determinados productos, pero a menudo los diseñadores se ven influenciados por lo que existe ya en el mercado, como por ejemplo: la mayoría de los envases de perfumes, usan una tipografía con rasgos sutiles y sofisticados, así como también los vinos entran también en este estilo. Las mayonesas, mostazas y mermeladas envasadas en vidrio, utilizan generalmente tipografía con serifas en primera instancia. La combinación de los tipos es buena para dar variedad, pero esto no significa que se pueda utilizar más de dos fuentes dentro de un diseño.

Michael Beaumont en el Manual Sobre el Uso de la Tipografía en el Diseño Gráfico recomienda ampliamente que el diseñador deberá hacer un sinfín de alternativas, visualizarlas y así tener diversos tipos seleccionados para que tome una de esas alternativas y la adecue al mensaje que necesita su producto, tomando desde luego, el peso correcto, la legibilidad en la composición, ya que todo esto formará una unidad. Hasta ahora se ha hablado de la tipografía aplicada al envase como marca o logotipo de identidad en un producto, pero también es importante tomar en cuenta a la tipografía que se aplica a otros textos, tales como: ingredientes, contenido, instrucciones, así como los aspectos legales ( dirección, teléfono, razón social y otros requisitos ).

La tipografía que se emplea para estos requerimientos debe ser legible al 100%, y por supuesto deberá ser compatible con la de todo el proyecto en sí, proporcionándole carácter al diseño.

## COLOR.

La utilización del color en las imágenes o la tipografía de un diseño debe ser elegido correctamente, puesto que su poder de atracción es de suma importancia para que transmita el mensaje específico.

Dentro del diseño gráfico el color es un elemento muy importante, y para realizar cualquier proyecto, en este caso una etiqueta, el diseñador debe conocer a fondo el producto, quien lo va a consumir, y sobre todo cuál será su posición dentro del mercado, ya que la gente siempre estará relacionada con todos los colores, asociándolos simbólicamente.

---

---

Para obtener buenos resultados, el diseñador deberá poseer conocimientos generales del color.

El color dentro de las etiquetas puede adoptar diferentes estilos, usando desde un color hasta manejarlo en cuatricromías de selección a color. Cuando esto se pretende es necesario experimentar antes de tomar cualquier decisión, puesto que no hay que olvidar que la etiqueta es la presencia del envase, y la fuerza de sus elementos influirán en la venta del producto.

El diseñador tiende a utilizar ciertos parámetros para la elección adecuada, pues de una manera u otra el público asocia el color con los productos, y esta acostumbrada a ver por lo regular un mismo estilo en el uso del color para los diversos productos; sin embargo, sería conveniente que el diseñador experimentara más en la utilización del color, demostrando que una buena aplicación, aún fuera de lo común podría funcionar.

Beaumont hace referencia a que muchos colores transmiten mensajes que son reconocidos internacionalmente, simbolizando diferentes productos.

El color posee propiedades psicológicas, las cuales provocan en el consumidor ciertas sensaciones, como por ejemplo, todos los colores dominantes o fuertes, crean una sensación de agresividad y audacia, mientras que los pálidos, dan una sensación de pasividad y tranquilidad. Es por eso que el color es considerado como un valor emotivo.

Haciendo referencia al valor emotivo, se puede tocar desde dos puntos de vista, el primero es cuando ya se tienen ciertas connotaciones de determinados colores, ya sean de peligro, riesgo, o temor, como por ejemplo el rojo y naranja que se utilizan por lo general en envases que contienen venenos o productos químicos letales. Por otro lado pueden ser emotivos otros colores con su simple presencia, logrando que el consumidor tome una actitud positiva hacia el producto por su color, como por ejemplo con la utilización de colores más prudentes y discretos: grises, azules, verdes oscuros, o marrones.

---

---

Generalmente los colores utilizados en envases de vidrio no son muy variados, ya que para productos alimenticios como lo son jugos, mermeladas, mostazas, mayonesas, aderezos, etc., regularmente utilizan azul, verde, amarillo, rojo, y naranja en primera instancia, puesto que la tipografía en ocasiones también es de color, pero la encontramos más a menudo negra o blanca.

Las etiquetas de las botellas de vino se caracterizan por la utilización de color para causar una sensación de lujo, un grado sofisticado de alta calidad.

El plateado y el dorado son utilizados invariablemente en diversas proporciones, asociándolos con otros colores como grises, marrón, metálicos y azul oscuro en ocasiones. Cabe aclarar que el uso del color aplicado a la etiqueta para determinados productos, no se rige por una regla general, sino que a juicio del diseñador y a través de un estudio de mercado se podrá llegar a la decisión del mismo.

En realidad los colores aplicados a los gráficos de los diferentes envases de vidrio está definido por un estudio previo del público a quien se va a presentar el producto, asociándolo con una determinada edad, cultura, y nivel económico.

En concreto, el color no se puede decidir al azar, puesto que en la actualidad los diferentes productos han adoptado ciertas reglas o modalidades para determinados productos, pero esto no significa que el diseñador no pueda aventurarse en la utilización de nuevos colores en la creación de las etiquetas sin tener éxito.

## IMAGEN.

Cuando se habla del término imagen, se entiende que es el motivo visual de un determinado diseño, ya sea una ilustración o fotografía, aunque hay que aclarar que la tipografía se convierte en motivo gráfico en muchas ocasiones.

La imagen nunca debe dejar de ser clara y sobre todo significativa.

La imagen está constituida por tres tipos de formas, naturales, geométricas y abstractas.

Las naturales son todas las formas reales y representativas, que no sufren ninguna alteración en su naturaleza.

---

---

Las geométricas son aquellas formas que se encuentran simplificadas, pero que no dejan de ser identificadas, esto es, son los rasgos más característicos de alguna forma natural pero geometrizada.

Las abstractas son formas con un significado simbólico, en donde el diseñador adopta un estilo muy personal. El estudio de estas formas necesita mucha observación.<sup>(4)</sup>

La elección de las diferentes formas de imagen para adoptar a un determinado envase, es en relación al tipo de producto que contenga, y en base a ello se podrá elegir un estilo adecuado dentro del mercado.

La fotografía es muy utilizada en la realización de diseños, puesto que una buena fotografía ha de ilustrar claramente el objetivo y las ideas que han dado origen a la creación de la etiqueta formando parte de un envase.

Los fotografos suelen crear imágenes con mucho impacto comercial en torno a temas de atractivo universal, como la seguridad, nivel social, o el bienestar económico.

En realidad lo único que se persigue con una determinada imagen dentro de un envase, es que llame la atención, considerando también que la simple presencia de una marca conocida basta para interesar a quien lo perciba. De hecho, es bien cierto que las imágenes de algunos envases son capaces de desencadenar el impulso de compra.<sup>(5)</sup>

Alan Swann, así como otros autores, hablan de la ilustración como parte fundamental para la creación de todo tipo de diseños, puesto que a través de ésta surgen imágenes tan variadas y con tanta versatilidad que logran un estilo identificable. El diseñador dentro de su disciplina se enfrenta a un campo específico, en donde todo su trabajo y creatividad estará en un mercado particular, en el que tendrá que seguir ciertos lineamientos.

La aplicación del color en la ilustración le da al diseñador la posibilidad de crear imágenes frescas y originales. Toda ilustración que se realice para cualquier diseño, deberá siempre relacionarse con los elementos de refuerzo que se mencionaron antes, así como reflejarse en ellos.

La imagen en conjunto con la tipografía y color, logran que el envase adquiera

---

---

carácter y valor, para poder aumentar la capacidad de venta de un determinado producto.

Cualquier tipo de envase por sencillo que parezca, siempre llevará una etiqueta que le de carácter definido e invariablemente, los elementos formales ( formato, tipografía, color e imagen ) la conformaran, tratando siempre de que el producto logre su objetivo.

### 23. LA TAPA COMO COMPLEMENTO DE LA ETIQUETA.

Actualmente, no existe ningún documento que hable acerca de lo que son las tapas de los envases, pero si se recurre a la observación de los envases de vidrio, ya sean frascos, botellas, pomos, etc., se podrá deducir que a la tapa de los mismos se le puede considerar como complemento de la etiqueta, puesto que en su superficie poseen el carácter distintivo de la marca del producto, es decir, la identificación de la empresa, formando una unidad con todos los elementos del diseño.

### 24. LEGALIDADES COMERCIALES.

El diseñador gráfico en el diseño de etiquetas, además de adecuar los elementos formales a un envase, de un determinado producto, debe incluir en ella ciertos puntos que describan al producto, para que así el consumidor este lo suficientemente enterado de lo que és.

En el libro *Packaging. Diseño. Materiales. Tecnología*, se exponen algunos puntos básicos sobre la legalidad del envasado que todo diseñador debe conocer al diseñar las etiquetas.

La ley del etiquetado es en realidad muy compleja; sin embargo hay unos puntos básicos que se pueden establecer para alimentos envasados, y son los siguientes:

---

---

- El nombre del alimento.
- Su peso.
- Los ingredientes utilizados, si hay más de uno.
- El período de tiempo, es decir, la caducidad del producto, y bajo qué condiciones se debe almacenar.
- De qué forma puede prepararse o cocinarse el producto.
- Puede que se necesite mencionar el país o lugar de origen en algunos casos.

Es muy importante que los diseñadores gráficos se mantengan actualizados sobre la legislación de los productos, para así evitar cometer errores que pongan en peligro al público en general.

## 2.5. EL CODIGO DE BARRAS.

El código del producto está basado en el simple hecho de que todos y cada uno de los productos puedan ser identificados con un número único. Y que todas y cada una de las variantes de los productos pueda tener un número que lo diferencie de los otros, ya sea por talla, color, gramaje o presentación. Una lata de chicharos de 250 gramos tendrá un número diferente de la lata de 400 gramos. Un bote de pintura azul tiene un número diferente al bote del mismo tamaño de pintura roja.

En éste país, el código del producto es administrado por la Asociación Mexicana del Código del Producto, A.C., la cual ha establecido un sistema dentro del marco determinado por la International Article Numbering Association ( EAN ), a la cual están afiliados más de 45 países alrededor del mundo.

La Asociación Mexicana del Código del Producto, administra el banco de números que se utiliza en una amplia variedad de productos en los que se incluyen abarotes, libros, discos, ropa, farmacéuticos, etc.

---

---

El código de barras que aparece impreso en los productos, puede ser leído por las cajas registradoras que tienen un lector óptico o scanner instalado. Actualmente, las grandes cadenas de autoservicio y tiendas departamentales están realizando grandes esfuerzos para implementar sistemas en punto de venta, capaces de recuperar, en forma automática, los datos de los productos que se desplazan a través de lectores ópticos.

Una vez que el código de barras es leído, el scanner transmite el número a la computadora de la tienda, la cual inmediatamente regresa la descripción del producto y el precio de venta a la caja registradora.

La información de ventas de todas las cajas registradoras puede ser utilizada por la computadora como base del sistema completo de información, involucrando control de inventarios, pedidos, ofertas especiales, promociones, publicidad, etc.

Es crucial, para el progreso del scanning en las tiendas, que el industrial incorpore el código de barras en el diseño de sus envases. Aproximadamente, el 75% de los productos de mayor desplazamiento en el mercado, ya consideran el código de barras impreso de origen, a fin de que la instalación del scanning sea rentable para una cadena comercial.

### Beneficios del sistema

La numeración estandar de los productos y la impresión del símbolo EAN hacen posible la identificación automática en las empresas; ésto tiene como resultado el incremento de la productividad y mejorar la precisión por la virtual eliminación de errores en la captura de los datos. Una recuperación importante es que el servicio a los clientes se mejora. Algunos beneficios indirectos pueden ser muy significativos como: reportes de administración, resurtido automático, un mejor control de inventarios y facilitar la entrega y recibo de la mercancía, entre otros.

Los estándares EAN han sido adoptados alrededor del mundo y el número de asociados se incrementa constantemente. Gracias a la red internacional de

---

---

asociaciones como AMECOP, es posible ofrecer todo el soporte, capacitación e información que los asociados requieran.

“El futuro de la investigación de mercado en envase se basará en datos precisos y puestos al día debidos a la lectura del código de barras.”<sup>(6)</sup>

Esta información fue proporcionada por la Asociación Mexicana del Código del Producto, A.C.

---

---

## CITAS.

1. Sonsino, Steven. Packaging. Diseño. Materiales. Tecnología. Ed. G.G. Pág. 133.
  2. Cft. Apuntes de la clase de diseño IV.
  3. Swann, Alan. Diseño y Marketing. Ed. G.G. Pág.24.
  4. Cft. Ludwig. El Diseño Gráfico Aplicado. Tesis. Pág. 32.
  5. Apuntes de la clase de diseño V.
  6. Sonsino, Steven. Packaging. Diseño. Materiales. Tecnología. Ed. G.G. Pág. 163.
- 
-

CAPITULO 3

*"El Audiovisual como  
Procedimiento Didáctico"*

---

---

Enseñar y aprender es un proceso en donde, tanto el alumno como el maestro experimentan ambas posiciones, el aprendizaje es la adquisición del conocimiento; para que este se de, en su totalidad es necesario que exista una retroalimentación.

“La educación es un proceso orientado a ciertos ideales, un desarrollo dispuesto entre una realidad y circunstancias dadas por ciertos objetivos y propósitos.”<sup>(1)</sup>

Dentro de éste proceso se utilizan los medios audiovisuales, con el fin de que el alumno comprenda de una manera más eficaz el tema del que se le esta hablando, ya que a través de ellos la aplicación de la enseñanza es más realista, debido a los recursos que toda técnica poseé; logrando que los estudiantes puedan observar lo que no pueden ver directamente.<sup>(2)</sup>

Existen diversos medios audiovisuales y pueden ser estáticos o dinámicos, esto es, que pueden o no demostrar movimiento. Lo visual es de suma importancia dentro de este tipo de medios impresos; sin embargo, debe tenerse siempre presente que dichas imágenes deben ser destacadas por la información oral.

Uno de los recursos didácticos es el audiovisual, el cual está constituido por diapositivas, en donde las voces y la música crearán el ambiente adecuado. Cuando se habla de un audiovisual como material didáctico, se debe saber que su realización debe ser planeada, en donde el objetivo principal es el de complementar y reafirmar una idea determinada. Un audiovisual sirve para reafirmar y complementar, pero no hay que pensar que será un sustituto ejemplar para la enseñanza.

Un audiovisual deberá planearse con los objetivos siempre presentes sobre todo con un conocimiento previo del público al que va dirigido, además si se quiere grabar en el receptor el mensaje se debe tener en cuenta, que un audiovisual no deberá exceder de 15 minutos como máximo, ya que es necesario evitar que el alumno se aburra por lo extenso del mismo.

---

---

### 3.1. DEFINICIONES DE AUDIOVISUAL.

-Para Antonio Pascual, el término audiovisual contiene dos raíces distintas, derivadas de los verbos "oir" y "ver". En una primera aproximación, el término de audiovisual parecería formularse "visión más sonido", es decir, como una unión de sonido y visión, de palabra e imagen.

Este concepto no está de un todo equivocado, y és en ese sentido que el término es aceptado hoy para formular los problemas relativos al cine y a la televisión. Los términos verbales oír y ver que constituyen los fundamentos del audiovisual no pueden y no deben ser aceptados solamente apartir de su significado sensible y empírico, sino en el más profundo significado intelectual en el cual los dos términos tienden a unificarse.

-Kent Jones, postula que el término "audiovisual", es una combinación de dos palabras que significan la afectacion tanto del sentido del oído como de la vision, pero esta no es sino una palabra convenientemente usada por el educador. En realidad los audiovisuales son un instrumento utilizado por el profesor para que la enseñanza sea más fácil y el aprendizaje más rápido.

-Gutierrez Espada dice que el término audiovisual es un término difícil de definir, y que lo más correcto sería hablar de medios auditivos, visuales o audiovisuales; pero sin embargo en la práctica no ocurre así, puesto que estan las transparencias mudas, o sea, estrictamente visuales, y la radio por el contrario netamente auditiva.

Después de analizar las definiciones anteriores se puede concluir que, el audiovisual es un medio usado como instrumento de comunicación con un objetivo específico, donde la imagen y el sonido crean mensajes que captan la atención total del espectador.

Como su nombre lo dice, se apoya básicamente en el audio y el video. El audio puede ser una o varias voces, música, efectos especiales, o bien la mezcla de ellos. El video son imágenes en transparencias que deben resaltar como elementos iguales.<sup>(3)</sup>

---

---

Dentro de la producción audiovisual se deben magnificar las cualidades que la técnica ofrece, dando un sello propio a cada paso en la creación audiovisual.

### 3.2 CLASIFICACION DE LOS MEDIOS AUDIOVISUALES.

Según Gutiérrez Espada, en su libro Historia de los Medios Audiovisuales, los clasifica en proyectados y no proyectados.

No proyectados.- Los cuales consisten en la representación de objetos, personajes, etc., en movimiento pero de bulto. Como por ejemplo:

- marionetas
- drama
- viajes al terreno

Proyectados.- Son aquellos que como su nombre lo dice se proyectan en una pantalla o monitor. Por ejemplo:

- películas sonoras
- películas con sonido y movimiento
- televisión

Existe otra clasificación más extensa de estos, en el Manual Práctico de Medios Audiovisuales, se clasifican de la siguiente manera:

- diapositivas
  - filminas o tiras didácticas
  - proyección cinematográfica
  - retroproyección, con una subdivisión de:  
transparencias, dispositivos diazódicas, diapositivas térmicas y diapositivas fotográficas
  - proyección opaca
  - radio
  - televisión
  - sistemas de sonido central
  - discos
  - grabaciones
  - pizarrones
-

- tableros, que a su vez se dividen en: de fieltro, franelógrafo, aterciopelado, de velcro, para colgar objetos, eléctrico e informativo
- fotografía
- gráficos
- ejemplos del natural
- modelos

Juan Martínez Pozueta clasifica a los medios audiovisuales en:

- fotografía, con una división en: fotografía y diapositiva
- televisión
- cinematografía

Todas estas clasificaciones son válidas, puesto que de una manera u otra cumplen con los dos términos que componen al concepto de audiovisual, ya que aún cuando se habla por ejemplo de tableros y que se podría pensar que únicamente se visualizan, esto no es cierto, porque al presentar el mensaje en el tablero quien expone da obviamente una explicación.

### 3.3. CLASIFICACION DEL TERMINO AUDIOVISUAL

El audiovisual es en sí, contar una historia de un modo tan eficaz como sea posible, a uno o varios miembros de un público, manejando diapositivas o imágenes, sonidos (voz y música), y tiene como objetivo dar un mensaje claro.

Un audiovisual se puede clasificar de acuerdo con la función que se este manejando, pueden ser por ejemplo de:

- motivación
  - corporativos
  - educación
  - capacitación
  - comerciales
  - científicos
- 
-

y tienen como objetivo específico el enseñar, divertir, educar, informar, y persuadir, según sea el caso. Transmitiendo con toda claridad el mensaje deseado.

### 3.3.1 METODOLOGIA PARA LA REALIZACION DEL AUDIOVISUAL

Para realizar un audiovisual es necesario seguir una metodología, en donde los puntos a seguir son:

#### -Planeación.

Dentro de éste punto se hace la elección del tema, y antes de empezar la investigación es necesario saber del público potencial, si tienen conocimiento o no del tema, quiénes son, cómo son, qué saben y qué hacen, para poder así plantear los objetivos de dicho audiovisual.

#### -Texto.

El texto es toda la información obtenida del tema, a través de lecturas, visitas, entrevistas, etc.

Cuando se tiene todo el material se procede a organizar de manera tal, que el uso del lenguaje sea adecuado para el receptor, y además que dicho texto sea totalmente coherente, conformado por una introducción, cuerpo y conclusiones. Todo esto deberá ser explicado de una manera simple y concisa, hablando con firmeza para que el mensaje sea realmente eficaz.

#### -Guión literario.

De acuerdo a la información total del texto, se procederá a retomar los elementos más relevantes del tema, definiendo el estilo y la estructura, afinando así los detalles de redacción, verificando que ésta sea de forma clara y concisa, utilizando el lenguaje adecuado para el receptor.

Hay que tener muy presente que dentro del guión literario se escribe para el oído, cuidando que no existan conceptos en donde se dé lugar a dudas, puesto que el auditorio no podrá detenerse a preguntar aquello que no le quede claro.

Dentro de ésta etapa, el tiempo es un elemento importante a considerar, puesto que

---

---

hay que tomar en cuenta los efectos sonoros y musicales que se van a añadir así como las pausas en la narración durante la proyección, evitando que una vez conjugados todos los elementos, el audiovisual exceda al tiempo recomendable. El guión literario se podrá desarrollar de una manera lógica, gradual y simple, o podrá ser vivaz, audaz y sugestivo.

#### -Guión técnico.

Tiene como objetivo el de plantear con total claridad el desarrollo del trabajo, estableciendo por escrito todas las especificaciones de la narración (en que momento entre la voz, cuando sale, etc.), música, efectos sonoros e imágenes. Todas estas indicaciones se deberán hacer con el lenguaje adecuado, evitando así confusiones con las personas a quienes va dirigido éste guión.

Es necesario tener muy presente que la buena sincronización del trabajo ya proyectado, depende en primera instancia de la clara realización del guión técnico, verificando que siga una continuidad.

#### -Guión fotográfico.

Se puede considerar a éste guión como el más sencillo, puesto que únicamente será una guía para la toma de fotografías, y en él se escribirán gráfica y técnicamente las imágenes que se necesiten para el audiovisual.

Esta guía es básicamente para las fotografías que se necesitan tomar en vivo, puesto que a través del guión técnico se puede hacer una discriminación de imágenes como son las de estudio, títulos, gráficos, etc.

La realización del guión fotográfico es totalmente libre, lo único que es necesario es que exista una claridad total en la descripción de las imágenes.

#### -Imágenes-fotografía.

Es con referencia a todas las imágenes que se van a utilizar para la proyección, ya sea en formato vertical u horizontal, de acuerdo a la creatividad del diseñador.

#### -Gráficos.

Son las gráficas de cualquier tipo, ya sean organigramas, gráficas, símbolos, etc., realizados por el diseñador utilizándolas dentro de la proyección, ya que las imágenes no son necesariamente fotografías de la realidad.

**-Sonido.**

El sonido es parte fundamental de todo audiovisual, ya que tiene como función la de apoyar al texto e imágenes, creando una atmósfera para preparar al auditorio. El ritmo de la lectura deberá ir acorde con las imágenes.

Es necesario que el sonido sea grabado profesionalmente, ya que si no se cuenta con el equipo adecuado, el trabajo no resultará eficaz.

**-Armado**

Dentro de este punto, se da un ordenamiento de los elementos que constituyen al audiovisual, conjugandolos de manera tal que dicho audiovisual esté listo para la programación de la realización, presentandolo finalmente con éxito a través de una previa supervisión.<sup>(4)</sup>

---

---

**CITAS.**

1. Diccionario Porrúa de Pedagogía. Pág. 68.
  2. Cft. Gutiérrez, Gabriela. Apuntes de Didáctica.
  3. Ref. Apuntes de la clase de Audiovisual 1.
  4. Cft. Comejo, Alejandro. Apuntes de Audiovisual.
- 
-

CAPITULO 4

*"Realización del Audiovisual"*

---

Para el presente trabajo, el audiovisual tiene como función el de introducir a los alumnos de 4o. semestre de la carrera de diseño gráfico, los elementos formales del diseño para la correcta realización de etiquetas adheribles, utilizadas principalmente en envases de vidrio.

La condición para que este concepto de audiovisual funcione, es que antes de pensar en nada se adapte a las necesidades del alumno en primera instancia, realizándolo con un enfoque sencillo y directo, ya que las estructuras complejas, trucos novedosos y efectos especiales tienen poca probabilidad de ayudar en la enseñanza, y al contrario pueden interferirla.

El objetivo de éste audiovisual, radica en la perfecta vinculación que se dé entre la imagen, el texto y el sonido, para con ello despertar en el alumno el interés por acercarse a la realidad del diseño.

Para que se de esta función, el objetivo general del audiovisual dentro del presente trabajo, es dar a conocer la importancia del diseñador gráfico en la realización de envases, enfocado a la presentación gráfica de los mismos y no al diseño tridimensional en sí, surgiendo de esta manera el término "*etiqueta*", de donde se partirá para analizar los elementos formales que la componen, como son: formato, tipografía, color e imagen.

Otro objetivo importante perseguido por este audiovisual, es hacer reflexionar al alumno sobre los lineamientos que hasta la actualidad se han seguido para la creación de etiquetas, cuestionándose que en realidad no existe ninguna razón especial para seguir estos lineamientos, puesto que a menudo son impuestos por empresas líderes, sintiéndose las demás obligadas a seguirlas, debido a la fuerte competencia creada en el mercado; sin embargo, es necesario situar a los alumnos en una realidad, en donde el diseñador gráfico puede aventurarse a romper las reglas en la innovación de las etiquetas, sin que esto signifique que no se pueda tener éxito.

Para ello se sigue la metodología anteriormente expuesta, agregándole algunos apartados considerados importantes para su elaboración.

---

---

#### 4.1 PLANEACION DEL AUDIOVISUAL

##### “EL DISEÑO GRAFICO APLICADO EN ENVASES DE VIDRIO”

###### -Planeación.

Para la realización del audiovisual se utilizará una cámara de sistema reflex de 35mm, utilizando alrededor de ocho rollos de 36 exposiciones, eligiendo las tomas más adecuadas y de mayor calidad para la proyección.

En la narración del tema a tratar, se utilizará únicamente a un locutor, apoyándolo con efectos sonoros y música, haciendo uso del taller de radio.

En cuanto al material de edición se contará también con el taller de televisión para la proyección de imágenes. Se utilizarán dos proyectoros y una pantalla, utilizando el formato horizontal, así como un control de disolvenca y un pulsor del tiempo de exposición de las imágenes.

El tiempo de duración será de aproximadamente ocho minutos.

En cuanto a costos, tomando en cuenta los rollos, los cassettes, revelados, etc., y materiales para la realización de gráficos incluyendo créditos será de un total aproximado de 500 nuevos pesos.

###### - Problema

Plantear los elementos formales del diseño que intervienen en la creación de etiquetas autoadhesivas, generalmente utilizadas en envases de vidrio.

###### - Auditorio.

Alumnos de diseño IV, dando a conocer un área de diseño como es el envase y su presentación gráfica.

###### - Objetivo.

Los alumnos podrán aplicar los elementos formales del diseño como lo son formato,



tipografía, color e imagen en la realización de etiquetas en envases de vidrio, tomando consciencia que dichos elementos no se rigen por ninguna regla general, y que a través de un estudio detallado dentro del campo, podrá aplicar su creatividad para la creación de las mismas, permitiéndole fundamentar su diseño. Identificará a la tapa del envase de vidrio como un complemento de la etiqueta.

-Hipótesis.

La eficacia del audiovisual consiste en que los alumnos comprendan de una manera clara, cuales son los elementos formales del diseño, para una buena realización de etiquetas aplicadas a envases.

## 4.2. PLANEACION DEL GUIÓN

### 1. Preguión o borrador.

Esto es toda la investigación con respecto a las características generales del envase y los aspectos formales del diseño que constituyen a las etiquetas, para ver el nivel y la profundidad con que será tratado el mismo.

### 2. Estructura.

La estructura que se manejará en este audiovisual, será de una manera deductiva, ya que se explicarán generalidades del envase y la etiqueta, para llegar a los aspectos particulares de la misma.

### 3. Guión literario.

a) *Introducción:* Se situará al alumno dentro de lo que significan los términos de envase y etiqueta, y la importancia que tiene el Diseñador Gráfico en su realización.

b) *Cuerpo:* Aquí se narrará todos los puntos importantes del tema, los cuales serán

---

---

los elementos formales del diseño (formato, tipografía, color e imagen) aplicados a la realización de etiquetas, así como los elementos secundarios que la componen.

c) *Conclusión:* Aquí se enfatizarán los puntos más relevantes del tema, para que el alumno este consciente de que elementos debe tomar en cuenta para la realización de etiquetas dentro de un mercado.

#### 4. Presentación.

La presentación del audiovisual será de una manera gradual, lógica y simple, tratando que el alumno pueda comprender y reafirmar así los conocimientos acerca del tema, evitando en la medida de lo posible el surgimiento de alguna duda en especial.

#### 5. Estilo visual.

Se utilizarán estilos diferentes, el primero el realista, el cual consiste en imágenes tangibles, reales netamente sobre el tema, como por ejemplo imágenes de envases de vidrio enfatizando en su presentación gráfica que es la etiqueta y los elementos gráficos que la componen. Todo esto mezclando gráficos como dibujos para enfatizar los elementos formales que componen a la etiqueta.

#### 6. Estilo artístico.

Las imágenes a elegir serán como se menciona en el punto anterior apegadas a la realidad debido al tema que se va a tratar.

#### 7. Redacción.

En la primera secuencia se tomará en cuenta a los envases de vidrio, donde la etiqueta se presente en primer plano, con diversos formatos, así como la variedad de los elementos que la componen.

En la segunda secuencia, refiriendome al cuerpo del guión, se mostrarán imágenes

---

---

reales conjugadas con imágenes gráficas, tratando así de esta manera enfatizar en cada uno de dichos elementos como son formato, tipografía, color e imagen.

En la última secuencia se mostrará la aplicación de los mismos elementos pero dentro de un contexto real como lo es el mercado.

#### 8. Formato.

Existe la posibilidad de utilizar dos formatos, las cuales son horizontal o vertical, esto es, se puede fragmentar la pantalla donde se proyectan las diapositivas, y utilizar ambos formatos. Dentro del presente audiovisual se utilizará únicamente el formato horizontal.

### 4.3. REALIZACION DE GUIONES.

#### Guión literario.

##### “El Diseño Gráfico Aplicado al Envase de Vidrio”

El diseñador gráfico juega un papel de suma importancia dentro del campo del envase, no tanto en la creación del diseño tridimensional en sí, sino haciendo referencia a la realización de los motivos gráficos que lo presentan, dándole un carácter distintivo y particular a cada producto.

Es por eso que nos enfocaremos a la realización de etiquetas adhesivas en envases de vidrio.

Es aquí cuando el término de “etiqueta” cobra su mayor importancia, proyectando en primera instancia una imagen apropiada para el producto, evocando una manera muy particular del mismo.

La etiqueta esta considerada como la fuente de información más inmediata acerca de cualquier producto, definiendose como cualquier asunto escrito, impreso, o diseño gráfico sobre los envases que contienen al mismo.

Su realización se basa en la adaptación de los elementos formales del diseño, los

---

---

cuales son: *formato, tipografía, color, y motivo gráfico*, ya que a través de ellos se hace posible la venta de cualquier producto.

Empezaremos por hablar del *formato*. El formato de la etiqueta juega un papel crucial como parte integral del envase de vidrio, puede ser de formas regulares o compuestas, tomando en cuenta que ambas deben interrelacionarse adecuadamente con el diseño del envase.

El formato es en sí, el espacio en donde se imprimirán los grafismos diseñados para un determinado producto, conformado, por la tipografía, color, y motivo gráfico.

#### *Tipografía*

La tipografía como marca o logotipo es de suma importancia, ya que a través de los mismos se da al envase una presencia característica, relacionándola con los rasgos específicos del producto y del envase mismo.

Al hablar de tipografía aplicada al envase podemos hablar en forma general de todos los tipos existentes, ya que el diseñador deberá manejar varias alternativas para llegar a la culminación de un buen diseño tipográfico; siendo éste el elemento más importante como identidad del producto.

La tipografía utilizada para otros textos como lo son ingredientes, contenido e instrucciones, deberá ser perfectamente legibles y sobre todo compatible con la del proyecto en sí.

Actualmente con la eficiente ayuda de la computadora, el diseñador puede manejar todo tipo de efectos, de acuerdo a la creatividad que desarrolle.

#### *Color.*

El color es un elemento que no se puede decidir al azar, pues en la actualidad los diferentes productos han adoptado ciertas modalidades sobre el uso del mismo.

El color dentro de las etiquetas puede adoptar diferentes estilos, usando desde una tinta en la impresión, hasta manejarlo en cuatricromías de selección a color.

Experimentando antes de tomar cualquier decisión.

Dentro de ésta área el diseñador tiende a utilizar ciertos parámetros para la elección adecuada del color, ya que de una manera u otra el público asocia al color con los productos, provocando ciertas sensaciones en el consumidor, por ejemplo, todos los colores dominantes, crean una sensación de agresividad, mientras que los pálidos inspiran pasividad y tranquilidad.

El uso del color no se rige por ninguna regla general, sino que a juicio del diseñador y

---

---

a través de un estudio de mercado, se podrá llegar a la decisión del mismo.

### *Imagen.*

La imagen como motivo visual, debe ser clara y sobre todo significativa.

La imagen está constituida por tres tipos de formas, naturales, geométricas y abstractas.

La elección de las diferentes formas de imagen para adaptar a un determinado envase, se hará en relación al tipo de producto que contenga, y con base en ello se podrá elegir un estilo adecuado dentro del mercado.

La fotografía es muy utilizada en la realización de diseños, puesto que una buena fotografía ha de ilustrar claramente el objetivo y las ideas que han dado origen a la creación de la etiqueta.

En realidad lo único que se persigue con una determinada imagen es que llame la atención, considerando también que la simple presencia de una marca conocida basta para interesar a quien lo perciba, desencadenando el impulso de compra.

Por otra parte, la tapa de cualquier envase, es considerada complemento de la etiqueta, ya que si se recurre a la información de los envases de vidrio, se podrá verificar que en la superficie poseen el carácter distintivo de la marca del producto, es decir, la identificación de la empresa, formando una unidad con todos los elementos del diseño.

El diseñador gráfico dentro de su disciplina, se enfrenta a un campo en específico, en donde su trabajo y creatividad estará en un mercado en particular, en el que se siguen ciertos lineamientos, pero ésto no significa que el diseñador no pueda aventurarse en la utilización de nuevos estilos en la creación de etiquetas, sin tener éxito.

---

---

## GUIÓN TÉCNICO

PÁGINA 1

### TÍTULO "EL DISEÑO GRÁFICO APLICADO EN ENVASES DE VIDRIO"

DIAP.	IMAGEN	AUDIO	NARRACION	TIEMPO
01	FRAGMENTACION DE VIDRIOS HASTA FORMAR UN ENVASE	ENTRA MUSICA EN 1ER. PLANO. DISCO 1. PISTA 2		00:01-00:01
10	FULL SHOT DEL ENVASE	BAJA MUSICA A 2o. PLANO.		00:03-00:13
11	MEDIUM SHOT EL DISEÑO GRÁFICO APLICADO EN ENVASES DE VIDRIO		EL DISEÑO GRÁFICO APLICADO EN ENVASES DE VIDRIO.	00:02-00:15
12	LONG SHOT PASILLO DE UN SUPER, MOSTRANDO ENVASES DE VIDRIO		EL DISEÑADOR GRÁFICO JUEGA UN PAPEL DE SUMA IMPORTANCIA.	00:03-00:18
13	FULL SHOT UN ESTANTE MOSTRANDO DIVERSOS ENVASES		„DENTRO DEL CAMPO DEL ENVASE, „	00:02-00:20
14	LONG SHOT PASILLO DE UN SUPER MOSTRANDO ENVASES		„NO TANTO EN LA CREACION DEL DISEÑO TRIDIMENSIONAL EN SI,„	00:03-00:23
15	CLOSE UP DE UN ESTANTE CON ENVASES DE VIDRIO		„SINO HACIENDO REFERENCIA A LA REALIZACION,„	00:03-00:26
16	MEDIUM FULL SHOT UNA BOTELLA DE VINO		„DE LOS GRÁFICOS QUE LO PRESENTAN,„	00:02-00:28
17	GROUP SHOT DIVERSAS BOTELLAS DENTRO DE UNA CANASTA		„DÁNDOLE UN CARÁCTER DISTINTIVO Y PARTICULAR A CADA PRODUCTO.	00:03-00:31

## GUIÓN TÉCNICO

PÁGINA 2

### TÍTULO "EL DISEÑO GRÁFICO APLICADO EN ENVASES DE VIDRIO"

DIAP.	IMAGEN	AUDIO	NARRACION	TIEMPO
18	CORTINILLA MISMA CANASTA DESPLAZÁNDOSE HACIA ARRIBA			00:02-00:33
19	CORTINILLA APARECIENDO UN GRUPO DE ENVASES		ES POR ESTO QUE NOS ENFOCAREMOS _	00:02-00:34
20	CORTINILLA APARECIENDO UN GRUPO DE ENVASES		_A LA REALIZACIÓN_	00:02-00:36
21	GROUP SHOT DE ENVASES		_DE ETIQUETAS ADHESIVAS_	00:02-00:38
22	MEDIUM FULL SHOT DE CUATRO BOTELLAS CON SUS ETIQUETAS		_EN ENVASES DE VIDRIO.	00:02-00:40
23	TWO MEDIUM SHOT DE LAS ETIQUETAS		ES AQUÍ CUANDO EL TÉRMINO DE ETIQUETA COBRA SU MAYOR IMPORTANCIA...	00:04-00:44
24	GROUP SHOT DE ENVASES DIVERSOS		_PROYECTANDO EN PRIMERA INSTANCIA UNA IMAGEN APROPIADA PARA EL PRODUCTO_	00:04-00:48
25	GROUP FULL SHOT DE FRASCOS MOSTRANDO SUS ETIQUETAS		_EVOCANDO UNA MANERA MUY PARTICULAR DEL MISMO.	00:03-00:51
26	MEDIUM CLOSE UP DE LOS GRÁFICOS DE UNAS BOTELLAS	DISOLVENCIA CON DISCO 2, PISTA 3. QUEDANDO EN 1ER. PLANO		00:03-00:54

TÍTULO "EL DISEÑO GRÁFICO APLICADO EN ENVASES DE VIDRIO"

DIAP.	IMAGEN	AUDIO	NARRACION	TIEMPO
27	MASCARILLA APARECIENDO DOS BOTELLAS	BAJA MUSICA A SEGUNDO PLANO		00:02-00:56
28	MASCARILLA APARECIENDO LAS BOTELLAS		LA ETIQUETA ESTA CONSIDERADA COMO...	00:02-00:58
29	CLOSE UP DE LAS ETIQUETAS DE LAS BOTELLAS		...LA FUENTE DE INFORMACION MAS INMEDIATA...	00:02-01:00
30	CLOSE UP DE LAS ETIQUETAS DE LAS BOTELLAS		...ACERCA DE CUALQUIER PRODUCTO...	00:02-01:03
31	MEDIUM CLOSE UP DE DOS BOTELLAS		...DEFINIENDOSE COMO CUALQUIER ASUNTO ESCRITO, IMPRESO...	00:03-01:06
32	CLOSE UP DE UN ESTANTE DE FRASCOS		...O DISEÑO GRÁFICO SOBRE LOS ENVASES QUE CONTIENEN AL MISMO.	00:03-01:09
33	TWO SHOT BOTELLAS DE VINO			00:03-01:12
34	CLOSE UP DE UN FRASCO DE MERMELEDA		SU REALIZACION SE BASA EN LA ADAPTACION DE LOS ELEMENTOS...	00:03-01:15
35	MEDIUM CLOSE UP A LOS GRÁFICOS DE UNA BOTELLA		...FORMALES DEL DISEÑO, LOS CUALES SON...	00:03-01:18
36	MEDIUM CLOSE UP FORMATOS DE ETIQUETAS		...FORMATO...	00:02-01:20

GUIÓN TÉCNICO

PÁGINA 4

TÍTULO "EL DISEÑO GRÁFICO APLICADO EN ENVASES DE VIDRIO"

DIAP.	IMAGEN	AUDIO	NARRACION	TIEMPO
37	CLOSE UP A LA TIPOGRAFIA DE UNA ETIQUETA		..TIPOGRAFIA..	00:02-01:22
38	MEDIUM CLOSE UP A LA ETIQUETA DE UNA BOTELLA DE JUGO		..COLOR..	00:02-01:24
39	CLOSE UP AL MOTIVO GRAFICO DE LAS ETIQUETAS		..Y MOTIVO GRAFICO, YA QUE ATRAVES DE ELLOS..	00:02-01:26
40	MEDIUM FULL SHOT UNA PERSONA EN UN SUPER		..SE HACE POSIBLE LA VENTA DE CUALQUIER PRODUCTO.	00:03-01:29
41	TWO MEDIUM SHOT UNA PERSONA PAGANDO EN LA CAJA DE UN SUPER	DISOLVENCIA CON DISCO 3. PISTA 6. QUEDANDO EN PRIMER PLANO		00:02-01:31
42	MASCARILLA VA APARECIENDO LA PALABRA FORMATO			00:02-01:33
43	MASCARILLA VA APARECIENDO LA PALABRA FORMATO			00:02-01:35
44	MASCARILLA VA APARECIENDO LA PALABRA FORMATO	BAJA MUSICA A SEGUNDO PLANO		00:02-01:37
45	MEDIUM SHOT DE LA PALABRA FORMATO		EMPEZAREMOS POR HABLAR DEL FORMATO.	00:03-01:40

## GUIÓN TÉCNICO

PÁGINA 5

### TÍTULO "EL DISEÑO GRÁFICO APLICADO EN ENVASES DE VIDRIO"

DIAP.	IMAGEN	AUDIO	NARRACION	TIEMPO
46	MEDIUM SHOT DIVERSOS FORMATOS DE LAS ETIQUETAS		EL FORMATO DE LA ETIQUETA JUEGA UN PAPEL CRUCIAL COMO PARTE INTEGRAL DEL ENVASE DE VIDRIO,...	00:04-01:44
47	MEDIUM FULL SHOT DE BOTELLAS MOSTRANDO EL FORMATO DE LA ETIQUETA		...PUEDE SER DE FORMAS REGULARES O COMPUESTAS, TOMANDO EN CUENTA QUE AMBAS ...	00:04-01:48
48	CLOSE UP A LAS ETIQUETAS DE BOTELLAS		...DEBEN INTERRELACIONARSE ADECUADAMENTE CON EL DISEÑO DEL ENVASE.	00:03-01:51
49	MEDIUM SHOT DE VARIOS FORMATOS		EL FORMATO ES EL ESPACIO EN DONDE SE IMPRIMIRAN...	00:02-01:53
50	TWO SHOT DE FRASCOS		...LOS GRAFISMOS DISEÑADOS PARA UN DETERMINADO PRODUCTO,...	00:03-01:56
51	BIG CLOSE UP A LA TIPOGRAFIA DE UNA ETIQUETA		...CONFORMADO POR LA TIPOGRAFIA, COLOR Y MOTIVO GRAFICO.	00:03-01:59
52	CLOSE UP DE LA ETIQUETA DE UN FRASCO DE JUGO	DISOLVENCIA CON DISCO 4. PISTA 1. QUEDANDO EN 1ER. PLANO		00:02-02:01
53	BIG CLOSE UP DE LA ETIQUETA ENFATIZANDO EN EL MOTIVO GRAFICO			00:02-02:03
54	MASCARILLA DE LA PALABRA TIPOGRAFIA			00:02-02:05

TÍTULO "EL DISEÑO GRÁFICO APLICADO EN ENVASES DE VIDRIO"

DIAP.	IMAGEN	AUDIO	NARRACION	TIEMPO
55	MASCARILLA VIENDESE MAS LA PALABRA TIPOGRAFIA			00:02-02:07
56	MASCARILLA RECORRIENDOSE MAS	BAJA MUSICA A SEGUNDO PLANO		00:02-02:09
57	MEDIUM SHOT DE LA PALABRA TIPOGRAFIA		TIPOGRAFIA	00:02-02:11
58	TWO SHOT FRASCOS DE MC		LA TIPOGRAFIA COMO MARCA O LOGOTIPO ES DE SUMA IMPORTANCIA, YA QUE ATRAVES DE LOS MISMOS SE DA AL ENVASE.	00:04-02:15
59	GROUP FULL SHOT ENVASES CON ETIQUETAS		UNA PRESENCIA CARACTERISTICA, RELACIONANDOLA CON LOS RASGOS ESPECIFICOS DEL PRODUCTO, Y DEL ENVASE MISMO.	00:04-02:19
60	MEDIUM SHOT DIFERENTES TIPOS DE LETRA		AL HABLAR DE TIPOGRAFIA APLICADA AL ENVASE PODEMOS HABLAR EN FORMA GENERAL DE TODOS LOS TIPOS EXISTENTES.	00:04-02:23
61	MEDIUM CLOSE UP DE DIVERSAS TIPOGRAFIAS		YA QUE EL DISEÑADOR DEBERA MANEJAR VARIAS ALTERNATIVAS.	00:03-02:26
62	GROUP SHOT DE FRASCOS CON SUS ETIQUETAS		PARA LLEGAR A LA CULMINACION DE UN BUEN DISEÑO TIPOGRAFICO.	00:03-02:29
63	CLOSE UP DE UN COLLAGE DE ETIQUETAS		SIENDO ESTE EL ELEMENTO MAS IMPORTANTE COMO IDENTIDAD DEL PRODUCTO.	00:03-02:32
64	MEDIUM CLOSE UP DE LAS ETIQUETAS DE UNAS BOTELLAS		LA TIPOGRAFIA UTILIZADA PARA OTROS TEXTOS COMO LO SON INGREDIENTES.	00:03-02:35

TÍTULO "EL DISEÑO GRÁFICO APLICADO EN ENVASES DE VIDRIO"

DIAP.	IMAGEN	AUDIO	NARRACION	TIEMPO
65	CLOSE UP A LA TIPOGRAFIA DE UNA BOTELLA		..CONTENIDO E INSTRUCCIONES DEBERAN SER PERFECTAMENTE LEGIBLES Y SOBRE TODO COMPATIBLE CON LA DEL PROYECTO EN SI.	00:04-02:39
66	MEDIUM SHOT UN HOMBRE FRENTE A UNA COMPUTADORA		ACTUALMENTE CON LA EFICIENTE AYUDA DE LA COMPUTADORA, EL DISEÑADOR PUEDE MANEJAR..	00:03-03:42
67	MEDIUM SHOT VARIOS EFECTOS APLICADOS A LA TIPOGRAFIA	DISOLVENCIA CON DISCO 5. PISTA 3.	..TODO TIPO DE EFECTOS, DE ACUERDO A LA CREATIVIDAD QUE DESARROLLE	00:03-02:45
68	CLOSE UP DE UNA PALABRA	SUBE MUSICA A 1ER. PLANO		00:03-02:48
69	CLOSE UP DE UNA PALABRA	BAJA MUSICA A 2o. PLANO		00:03-02:51
70	MEDIUM SHOT DE TITULO DE COLOR		COLOR	00:02-02:53
71	MEDIUM SHOT DE UN CUADRO CON LETRAS DE COLOR		EL COLOR ES UN ELEMENTO QUE NO SE PUEDE DECIDIR AL AZAR..	00:03-02:56
72	MEDIUM SHOT DE CUADROS DE DIFERENTES COLORES		..PUES EN LA ACTUALIDAD LOS DIFERENTES PRODUCTOS HAN ADOPTADO..	00:03-02:59
73	MEDIUM FULL SHOT DE VARIAS PELOTAS CON COLORES		..CIERTAS MODALIDADES SOBRE EL USO DEL MISMO.	00:02-03:01

GUIÓN TÉCNICO

PAGINA 8

TÍTULO "EL DISEÑO GRÁFICO APLICADO EN ENVASES DE VIDRIO"

DIAP.	IMAGEN	AUDIO	NARRACION	TIEMPO
74	GROUP SHOT DE FORMAS GEOMETRICAS CON DIFERENTES COLORES			00:03-03:04
75	MEDIUM FULL SHOT DE UNA BOTELLA ENFATIZANDO EN LA ETIQUETA		EL COLOR DENTRO DE LAS ETIQUETAS PUEDE ADOPTAR DIFERENTES ESTILOS, USANDO DESDE UNA TINTA EN LA IMPRESION,...	00:03-03:07
76	CLOSE UP DE UNA ETIQUETA		...HASTA MANEJARLO EN CUATRICROMIAS DE SELECCION A COLOR.	00:03-03:10
77	TWO SHOT DE FRASCOS		EXPERIMENTANDO VARIAS OPCIONES ANTES DE TOMAR CUALQUIER DECISION.	00:03-03:13
78	GROUP SHOT DE VARIAS BOTELLAS DE VINO		DENTRO DE ESTA AREA, EL DISEÑADOR TIENDE A UTILIZAR...	00:03-03:16
79	CLOSE UP DE ENVASES Y FRASCOS		...CIERTOS PARAMETROS PARA LA ELECCION ADECUADA DEL COLOR,...	00:03-03:19
80	TWO FULL SHOT DE FRASCOS		...YA QUE DE UNA MANERA U OTRA EL PUBLICO ASOCIA AL COLOR CON LOS PRODUCTOS,...	00:03-03:22
81	GROUP MEDIUM SHOT DE PERSONAS VESTIDAS CON COLORES DIVERSOS		...PROVOCANDO CIERTAS SENSACIONES EN EL CONSUMIDOR, POR EJEMPLO,...	00:03-03:25
82	MEDIUM SHOT CIRCULOS DE DIFERENTES COLORES		...TODOS LOS COLORES DOMINANTES,...	00:02-03:27
83	TWO FULL SHOT DE MOTOCICLISTAS		...CREAN UNA SENSACION DE AGRESIVIDAD, MIENTRAS QUE...	00:02-03:29

## GUIÓN TÉCNICO

PÁGINA 9

### TÍTULO "EL DISEÑO GRÁFICO APLICADO EN ENVASES DE VIDRIO"

DIAP.	IMAGEN	AUDIO	NARRACION	TIEMPO
84	MEDIUM CLOSE UP DE DIVERSOS CUADRADOS CON COLORES PALIDOS		..LOS PALIDOS INSPIRAN PASIVIDAD Y TRANQUILIDAD.	00:02-03:31
85	GROUP SHOT VARIOS OBJETOS DE COLORES PALIDOS			00:02-03:33
86	FULL SHOT DE FRASCOS MOSTRANDO SUS ETIQUETAS		EL USO DEL COLOR NO SE RIGE POR NINGUNA REGLA EN GENERAL, SINO QUE A JUICIO DEL DISEÑADOR..	00:03-03:36
87	MEDIUM SHOT UNA PERSONA EN EL SUPER VIENDO LOS ENVASES		..Y A TRAVES DE UN ESTUDIO DE MERCADO, SE PODRA LLEGAR A LA DECISION DEL MISMO.	00:03-03:39
88	LONG SHOT DE UN CENTRO COMERCIAL	DISOLVENCIA CON DISCO 6, PISTA 3. QUEDANDO EN IER. PLANO		00:02-03:41
89	MASCARILLA DE LA PALABRA IMAGEN, APARECIENDO			00:02-03:43
90	MASCARILLA DE LA PALABRA IMAGEN, VIENDOSE UN POCO MAS			00:02-03:45
91	MASCARILLA DE LA PALABRA IMAGEN, ABRIENDOSE MAS	BAJA MUSICA A 2o. PLANO		00:02-03:47
92	MEDIUM SHOT DE IMAGEN		IMAGEN	00:02-03:49

TÍTULO "EL DISEÑO GRÁFICO APLICADO EN ENVASES DE VIDRIO"

DIAP.	IMAGEN	AUDIO	NARRACION	TIEMPO
93	CLOSE UP DE LA IMAGEN DE UNA ETIQUETA		LA IMAGEN COMO MOTIVO VISUAL, DEBE SER CLARA Y SOBRE TODO SIGNIFICATIVA	00:03-03:52
94	CLOSE UP DE LA IMAGEN DE UNA ETIQUETA		LA IMAGEN ESTA CONSTITUIDA POR TRES TIPOS DE FORMAS...	00:03-03:55
95	CLOSE UP DE UNA IMAGEN NATURAL		...NATURALES...	00:02-03:57
96	CLOSE UP DE UNA IMAGEN GEOMETRICA		...GEOMETRICAS...	00:02-03:59
97	CLOSE UP DE UNA IMAGEN ABSTRACTA		...Y ABSTRACTAS.	00:02-04:01
98	MEDIUM CLOSE UP DE BOTTELLAS MOSTRANDO EL MOTIVO GRÁFICO		LA ELECCION DE LAS DIFERENTES FORMAS DE IMAGEN PARA ADAPTAR A UN DETERMINADO ENVASE...	00:04-04:05
99	FULL SHOT DE UN FRASCO DE NESCAFE		...SE HARA EN RELACION AL TIPO DE PRODUCTO QUE CONTENGA, Y CON BASE EN ELLO...	00:03-04:08
100	GROUP SHOT DE VARIOS ENVASES		...SE PODRA ELEGIR UN ESTILO ADECUADO DENTRO DEL MERCADO	00:03-04:11
101	GROUP SHOT DE FRASCOS DE JUGO		LA FOTOGRAFIA ES MUY UTILIZADA EN LA REALIZACION DE DISEÑOS, PUESTO QUE UNA BUENA FOTOGRAFIA...	00:04-04:15
102	GROUP SHOT DE VARIOS FRASCOS		...HA DE ILUSTRAR CLARAMENTE EL OBJETIVO Y LAS IDEAS QUE HAN DADO ORIGEN A LA CREACION DE LA ETIQUETA.	00:04-04:19
103	CLOSE UP A LA ETIQUETA DE UNA BOTELLA DE VINO		EN REALIDAD LO UNICO QUE SE PERSIGUE CON UNA DETERMINADA IMAGEN...	00:04-04:23

TÍTULO "EL DISEÑO GRÁFICO APLICADO EN ENVASES DE VIDRIO"

DIAP.	IMAGEN	AUDIO	NARRACION	TIEMPO
104	MEDIUM SHOT DE UNA BOTELLA DE VINO		...ES QUE LLAME LA ATENCION, CONSIDERANDO TAMBIEN QUE LA SIMPLE PRESENCIA DE UNA MARCA CONOCIDA...	00:04-04:27
105	MEDIUM CLOSE UP DE DOS BOTELLAS DE VINO		...BASTA PARA INTERESAR A QUIEN LO PERCIBA, DESENCADENANDO EL IMPULSO DE COMPRA.	00:04-04:31
106	GROUP SHOT DE BOTELLAS DE CERVEZA	SUBE MUSICA A 1ER. PLANO		00:03-04:34
107	LONG SHOT DEL PASILLO DE UN SUPER			00:03-04:37
108	FULL SHOT DE FRASCOS DE CAFE			00:02-04:39
109	FADE IMAGEN EN NEGRO	BAJA MUSICA A 2o. PLANO		00:02-04:41
110	MEDIUM SHOT DE UN FRASCO DE JUMEX		POR OTRA PARTE, LA TAPA DE CUALQUIER ENVASE...	00:03-04:44
111	CLOSE UP A LA TAPA DE UN FRASCO		...ES CONSIDERADA COMPLEMENTO DE LA ETIQUETA...	00:03-04:47
112	CLOSE UP DE LA TAPA DE UN FRASCO		...YA QUE SI SE RECURRE A LA OBSERVACION DE LOS ENVASES DE VIDRIO...	00:03-04:50
113	GROUP SHOT DE VARIAS TAPAS		...SE PODRA VERIFICAR QUE EN LA SUPERFICIE POSEEN EL CARACTER DISTINTIVO...	00:03-04:53
114	FULL SHOT DE UN FRASCO DE NESCAFE CON SU TAPA AL LADO		...DE LA MARCA DEL PRODUCTO, ES DECIR...	00:03-04:56

## GUIÓN TÉCNICO

PAGINA 12

### TÍTULO "EL DISEÑO GRÁFICO APLICADO EN ENVASES DE VIDRIO"

DIAP.	IMAGEN	AUDIO	NARRACION	TIEMPO
115	CLOSE UP DE LA TAPA DE UN FRASCO DE MAYONESA		„LA IDENTIFICACION DE LA EMPRESA.	00:03-04:59
116	CLOSE UP DE UNA TAPA DE MERMELADA		„FORMANDO UNA UNIDAD CON TODOS LOS ELEMENTOS DEL DISEÑO.	00:03-05:02
117	CLOSE UP DE TAPAS DE VARIOS PRODUCTOS	SUBE MUSICA A 1ER. PLANO		00:04-05:06
118	GROUP SHOT DE VARIOS PRODUCTOS MOSTRANDO SUS TAPAS			00:03-05:09
119	FADE IMAGEN EN NEGRO	BAJA MUSICA A SEGUNDO PLANO		00:02-05:11
120	LONG SHOT DE UN DESPACHO DE DISEÑO		EL DISEÑADOR GRÁFICO DENTRO DE SU DISCIPLINA, SE ENFRENTA A UN CAMPO EN ESPECÍFICO.	00:05-05:16
121	MEDIUM SHOT DE UN DISEÑADOR GRÁFICO FRENTE A UNA COMPUTADORA		„EN DONDE SU TRABAJO Y CREATIVIDAD ESTARA EN UN MERCADO EN PARTICULAR.	00:05-05:21
122	MEDIUM CLOSE UP DEL DISEÑADOR Y LA COMPUTADORA		„EN EL QUE SE SIGUEN CIERTOS LINEAMIENTOS, PERO ESTO NO SIGNIFICA QUE.	00:05-05:26
123	CLOSE UP DE LA PANTALLA DE LA COMPUTADORA		„EL DISEÑADOR NO PUEDA AVENTURARSE EN LA UTILIZACION.	00:05-05:31

## GUIÓN TÉCNICO

PÁGINA 13

### TÍTULO "EL DISEÑO GRÁFICO APLICADO EN ENVASES DE VIDRIO"

DIAP.	IMAGEN	AUDIO	NARRACION	TIEMPO
124	GROUP SHOT DE BOTELLAS DE REFRESCOS		...DE NUEVOS ESTILOS EN LA CREACION DE ETIQUETAS...	00:04-05:35
125	GROUP SHOT DE BOTELLAS DE SANGRIA		...SIN TENER EXITO.	00:05-05:40
126	GROUP SHOT DE DIVERSOS ENVASES	DISOLVENCIA CON DISCO 7, PISTA 6. QUEDANDO EN IER. PLANO		00:05-05:45
127	FADE IMAGEN EN NEGRO			00:03-05:48
128	MEDIUM SHOT DE LETRERO DE PRODUCCION CLAUDIA URI VALERIO DIAZ			00:03-05:51
129	MEDIUM SHOT DE LETRERO DE ASESORIA L.D.G. ALEJANDRO CORNEJO			00:03-05:54
130	MEDIUM SHOT DE LETRERO DE VOZ SANDRA MENA			00:03-05:57
131	MEDIUM SHOT LETRERO DE TITULOS DE LAS MELODIAS UTILIZADAS			00:03-06:00
132	MEDIUM SHOT LETRERO DISEÑO GRÁFICO E.N.E.P. ACATLAN			00:03-06:03

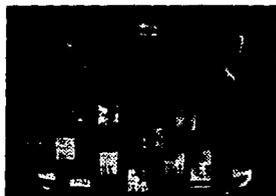
## GUIÓN TÉCNICO

PÁGINA 14

### TÍTULO "EL DISEÑO GRÁFICO APLICADO EN ENVASES DE VIDRIO"

DIAP.	IMAGEN	AUDIO	NARRACION	TIEMPO
133	MEDIUM SHOT DEL ESCUDO DE LA UNAM. Y EL AÑO DE 1993			00:03-06:06
134	FADE IMAGEN EN NEGRO PARA FINALIZAR	BAJA MUSICA HASTA DESAPARECER		00:03-06:09

*GUIÓN FOTOGRAFICO*



**TOMA 1**



**TOMA 4**



**TOMA 2**



**TOMA 5**



**TOMA 3**



**TOMA 6**



## GUIÓN FOTOGRAFICO



**TOMA 7**



**TOMA 10**



**TOMA 8**

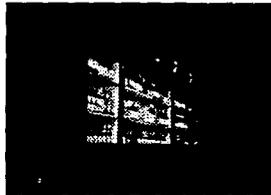


**TOMA 11**

**EL DISEÑO GRAFICO  
APLICADO EN ENVASES  
DE VIDRIO**



**TOMA 9**



**TOMA 12**

**EL DISEÑADOR GRAFICO  
JUEGA UN PAPEL DE SUMA  
IMPORTANCIA...**

---

---

## GUIÓN FOTOGRAFICO



**TOMA 13**

*...DENTRO DEL CAMPO  
DEL ENVASE...*



**TOMA 16**

*...DE LOS GRAFICOS  
QUE LO PRESENTAN...*



**TOMA 14**

*...NO TANTO EN LA  
CREACION DEL DISEÑO  
TRIDIMENCIONAL EN SI...*



**TOMA 17**

*...DANDOLE UN  
CARACTER DISTINTIVO  
Y PARTICULAR A CADA  
PRODUCTO.*

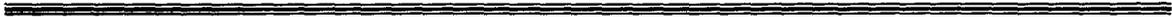


**TOMA 15**

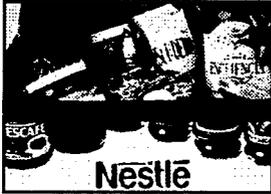
*...SINO HACIENDO REFERENCIA  
A LA REALIZACION...*



**TOMA 18**

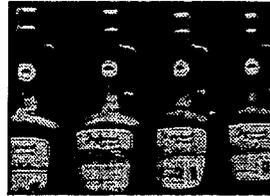


## GUIÓN FOTOGRAFICO



**TOMA 19**

*ES POR ESTO QUE NOS  
ENFOCAREMOS,...*



**TOMA 22**

*...EN ENVASES DE VIDRIO.*



**TOMA 20**

*...A LA REALIZACION...*



**TOMA 23**

*ES AQUI CUANDO EL TERMINO  
ETIQUETA COBRA SU MAYOR  
IMPORTANCIA,...*



**TOMA 21**

*...DE ETIQUETAS ADHESIVAS...*



**TOMA 24**

*...PROYECTANDO EN PRIMERA  
INSTANCIA UNA IMAGEN  
APROPIADA PARA EL  
PRODUCTO,...*

## GUIÓN FOTOGRAFICO



**TOMA 25**

*...EVOCANDO UNA MANERA  
MUY PARTICULAR DEL MISMO.*



**TOMA 28**

*LA ETIQUETA ESTA  
CONSIDERADA COMO...*



**TOMA 26**

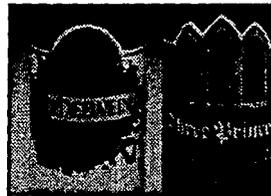


**TOMA 29**

*...LA FUENTE DE INFORMACION  
MAS INMEDIATA...*



**TOMA 27**



**TOMA 30**

*...ACERCA DE CUALQUIER  
PRODUCTO,...*



## GUIÓN FOTOGRAFICO



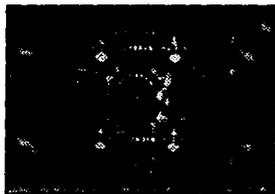
**TOMA 31**

...DEFINIENDOSE COMO  
CUALQUIER ASUNTO  
ESCRITO, IMPRESO,...



**TOMA 34**

SU REALIZACION SE BASA EN  
LOS ELEMENTOS...



**TOMA 32**

...O DISEÑO GRAFICO SOBRE  
LOS ENVASES QUE CONTIENEN  
AL MISMO.



**TOMA 35**

...FORMALES DEL DISEÑO,  
LOS CUALES SON:...



**TOMA 33**



**TOMA 36**

...FORMATO,...



## GUIÓN FOTOGRAFICO



**TOMA 37**

...TIPOGRAFIA,...



**TOMA 40**

...SE HACE POSIBLE LA VENTA  
DE CUALQUIER PRODUCTO.



**TOMA 38**

...COLOR,...



**TOMA 41**



**TOMA 39**

...Y MOTIVO GRAFICO, YA QUE  
ATRAVES DE ELLOS...



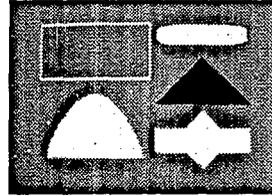
**TOMA 42**



## GUIÓN FOTOGRAFICO



**TOMA 43**



**TOMA 46**

EL FORMATO DE LA ETIQUETA  
JUEGA UN PAPEL CRUCIAL  
COMO PARTE INTEGRAL DEL  
ENVASE DE VIDRIO,...



**TOMA 44**



**TOMA 47**

...PUEDE SER DE FORMAS  
REGULARES O COMPUESTAS,  
TOMANDO EN CUENTA QUE  
AMBAS...



**TOMA 45**

EMPEZAREMOS POR HABLAR  
DEL FORMATO.



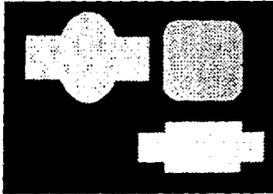
**TOMA 48**

...DEBEN INTERRELACIONARSE  
ADECUADAMENTE CON EL  
DISEÑO DEL ENVASE.

---

---

## GUIÓN FOTOGRAFICO



**TOMA 49**

*EL FORMATO ES EL ESPACIO  
EN DONDE SE IMPRIMIRAN...*



**TOMA 52**



**TOMA 50**

*...LOS GRAFISMOS DISEÑADOS  
PARA UN DETERMINADO  
PRODUCTO,...*



**TOMA 53**



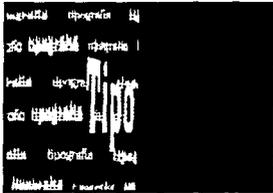
**TOMA 51**

*...CONFORMADO POR  
LA TIPOGRAFIA, COLOR  
Y MOTIVO GRAFICO.*



**TOMA 54**

## GUIÓN FOTOGRAFICO



**TOMA 55**

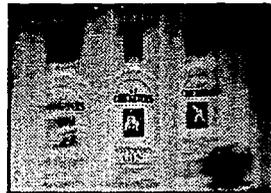


**TOMA 58**

LA TIPOGRAFIA COMO MARCA O LOGOTIPO ES DE SUMA IMPORTANCIA, YA QUE ATRAVES DE LOS MISMOS SE DA AL ENVASE...



**TOMA 56**



**TOMA 59**

...UNA PRESENCIA CARACTERISTICA, RELACIONANDOLA CON LOS RASGOS ESPECIFICOS DEL PRODUCTO Y DEL ENVASE MISMO



**TOMA 57**

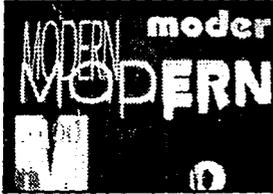
**TIPOGRAFIA**



**TOMA 60**

AL HABLAR DE TIPOGRAFIA APLICADA AL ENVASE PODEMOS HABLAR EN FORMA GENERAL DE TODOS LOS TIPOS EXISTENTES,...

## GUIÓN FOTOGRAFICO



**TOMA 61**

*...YA QUE EL DISEÑADOR DEBERA MANEJAR VARIAS ALTERNATIVAS...*



**TOMA 64**

*LA TIPOGRAFIA UTILIZADA PARA OTROS TEXTOS COMO LO SON INGREDIENTES,...*



**TOMA 62**

*...PARA LLEGAR A LA CULMINACION DE UN BUEN DISEÑO TIPOGRAFICO,...*



**TOMA 65**

*...CONTENIDO E INSTRUCCIONES DEBERAN SER PERFECTAMENTE LEGIBLES Y SOBRE TODO COMPATIBLES CON LAS DEL PROYECTO EN SI.*



**TOMA 63**

*...SIENDO ESTE EL ELEMENTO IMPORTANTE COMO IDENTIDAD DEL PRODUCTO.*



**TOMA 66**

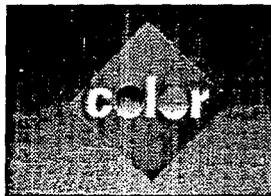
*ACTUALMENTE CON LA EFICIENTE AYUDA DE LA COMPUTADORA, EL DISEÑADOR PUEDE MANEJAR...*

## GUIÓN FOTOGRAFICO



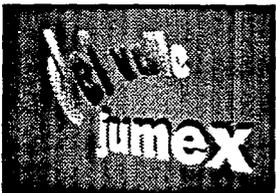
**TOMA 67**

*...TODO TIPO DE EFECTOS, DE ACUERDO A LA CREATIVIDAD QUE DESARROLLE.*

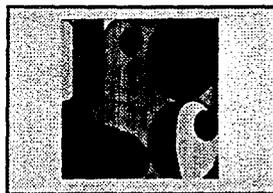


**TOMA 70**

**COLOR**



**TOMA 68**

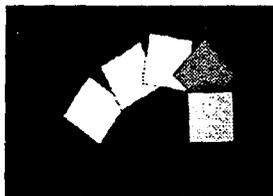


**TOMA 71**

*EL COLOR ES UN ELEMENTO QUE NO SE PUEDE DECIDIR AL AZAR,...*



**TOMA 69**



**TOMA 72**

*...PUES EN LA ACTUALIDAD LOS DIFERENTES PRODUCTOS HAN ADOPTADO...*

## GUIÓN FOTOGRAFICO



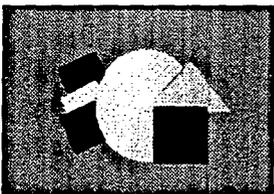
**TOMA 73**

*...CIERTAS MODALIDADES  
SOBRE EL USO DEL MISMO.*



**TOMA 76**

*...HASTA MANEJARLO EN  
CUATRICROMIAS DE  
SELECCION A COLOR.*



**TOMA 74**



**TOMA 77**

*EXPERIMENTANDO VARIAS  
OPCIONES ANTES DE TOMAR  
CUALQUIER DECISION.*



**TOMA 75**

*EL COLOR DENTRO DE LAS  
ETIQUETAS PUEDE ADOPTAR  
DIFERENTES ESTILOS,  
USANDO DESDE UNA TINTA  
EN LA IMPRESION,...*



**TOMA 78**

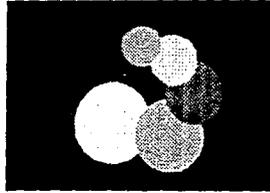
*DENTRO DE ESTA AREA, EL  
DISEÑADOR TIENDE  
A UTILIZAR...*

## GUIÓN FOTOGRAFICO



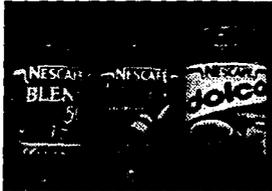
**TOMA 79**

...CIERTOS PARAMETROS PARA LA ELECCION ADECUADA DEL COLOR,...



**TOMA 82**

...TODOS LOS COLORES DOMINANTES,...



**TOMA 80**

...YA QUE DE UNA MANERA U OTRA EL PUBLICO ASOCIA AL COLOR CON LOS PRODUCTOS,...



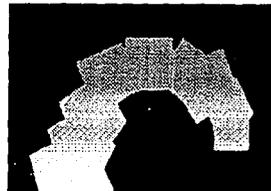
**TOMA 83**

...CREAN UNA SENSACION DE AGRESIVIDAD, MIENTRAS QUE...



**TOMA 81**

...PROVOCANDO CIERTAS SENSACIONES EN EL CONSUMIDOR, POR EJEMPLO,...



**TOMA 84**

...LOS PALIDOS INSPIRAN PASIVIDAD Y TRANQUILIDAD.

## GUIÓN FOTOGRAFICO



**TOMA 85**



**TOMA 88**



**TOMA 86**

*EL USO DEL COLOR NO SE RIGE POR NINGUNA REGLA GENERAL, SINO QUE A JUICIO DEL DISEÑADOR...*



**TOMA 89**



**TOMA 87**

*...Y ATRAVÉS DE UN ESTUDIO DE MERCADO, SE PODRÁ LLEGAR A LA DECISIÓN DEL MISMO.*



**TOMA 90**

## GUIÓN FOTOGRAFICO

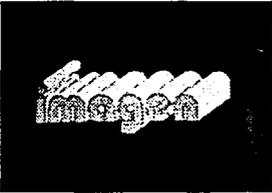


**TOMA 91**



**TOMA 94**

LA IMAGEN ESTA CONSTITUIDA  
POR TRES TIPOS DE FORMAS,...



**TOMA 92**

IMAGEN



**TOMA 95**

...NATURALES...



**TOMA 93**

LA IMAGEN COMO MOTIVO  
VISUAL, DEBE SER CLARA Y  
SOBRE TODO SIGNIFICATIVA.



**TOMA 96**

...GEOMETRICAS...

---

---

## GUIÓN FOTOGRAFICO



### TOMA 97

...Y ABSTRACTAS.



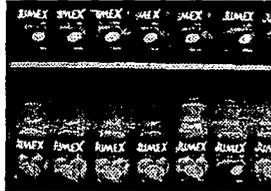
### TOMA 100

...SE PODRÁ ELEGIR UN ESTILO ADECUADO DENTRO DEL MERCADO.



### TOMA 98

LA ELECCIÓN DE LAS DIFERENTES FORMAS DE IMAGEN PARA ADAPTAR A UN DETERMINADO ENVASE,...



### TOMA 101

LA FOTOGRAFÍA ES MUY UTILIZADA EN LA REALIZACIÓN DE DISEÑOS, PUESTO QUE UNA BUENA FOTOGRAFÍA...



### TOMA 99

...SE HARÁ EN RELACIÓN AL TIPO DE PRODUCTO QUE CONTIENGA, Y CON BASE EN ELLO...



### TOMA 102

...HA DE ILUSTRAR CLARAMENTE EL OBJETIVO Y LAS IDEAS QUE HAN DADO ORIGEN A LA CREACIÓN DE LA ETIQUETA.

## GUIÓN FOTOGRAFICO



**TOMA 103**

*EN REALIDAD LO UNICO QUE SE PERSIGUE CON UNA DETERMINADA IMAGEN...*



**TOMA 106**



**TOMA 104**

*... ES QUE LLAME LA ATENCION, CONSIDERANDO TAMBIEN QUE LA SIMPLE PRESENCIA DE UNA MARCA CONOCIDA...*

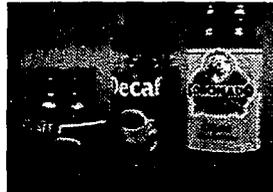


**TOMA 107**



**TOMA 105**

*...BASTA PARA INTERESAR A QUIEN LO PERCIBA, DESENCADENANDO EL IMPULSO DE COMPRA.*

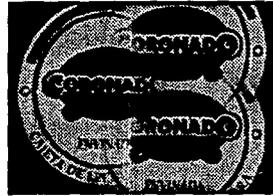


**TOMA 108**

## GUION FOTOGRAFICO



**TOMA 109**



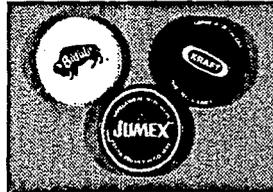
**TOMA 112**

...YA QUE SI SE RECURRE A LA OBSERVACION DE LOS ENVASES DE VIDRIO,...



**TOMA 110**

POR OTRA PARTE, LA TAPA DE CUALQUIER ENVASE,...



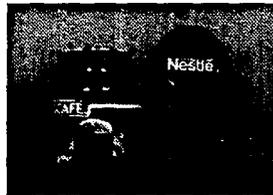
**TOMA 113**

...SE PODRA VERIFICAR QUE EN LA SUPERFICIE POSEEN EL CARACTER DISTINTIVO...



**TOMA 111**

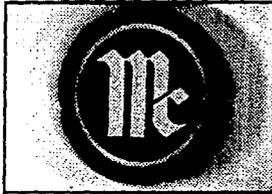
...ES CONSIDERADA COMPLEMENTO DE LA ETIQUETA,...



**TOMA 114**

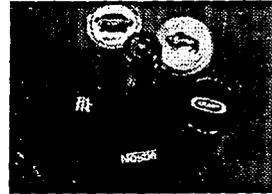
...DE LA MARCA DEL PRODUCTO, ES DECIR,...

## GUIÓN FOTOGRAFICO



**TOMA 115**

*...LA IDENTIFICACION  
DE LA EMPRESA...*



**TOMA 118**



**TOMA 116**

*...FORMANDO UNA UNIDAD  
CON TODOS LOS ELEMENTOS  
DEL DISEÑO.*



**TOMA 119**



**TOMA 117**



**TOMA 120**

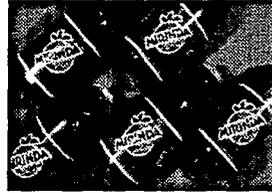
*EL DISEÑADOR GRAFICO  
DENTRO DE SU DISCIPLINA,  
SE ENFRENTA A UN CAMPO  
EN ESPECIFICO,...*

## GUIÓN FOTOGRAFICO



**TOMA 121**

*...EN DONDE SU TRABAJO Y CREATIVIDAD ESTARAN EN UN MERCADO EN PARTICULAR,...*



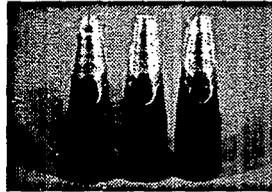
**TOMA 124**

*...DE NUEVOS ESTILOS EN LA CREACION DE ETIQUETAS...*



**TOMA 122**

*...EN EL QUE SE SIGUEN CIERTOS LINEAMIENTOS, PERO ESTO NO SIGNIFICA QUE...*



**TOMA 125**

*...SIN TENER EXITO.*



**TOMA 123**

*...EL DISEÑADOR NO PUEDA AVENTURARSE EN LA UTILIZACION...*



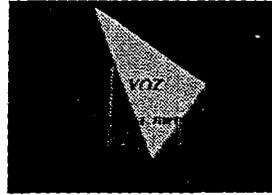
**TOMA 126**



GUIÓN FOTOGRAFICO



TOMA 127



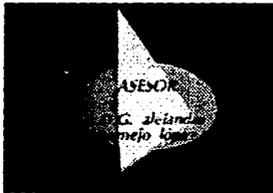
TOMA 130



TOMA 128



TOMA 131



TOMA 129



TOMA 132



GUIÓN FOTOGRAFICO



TOMA 133



TOMA 134



**CITAS**

1. Cft. Noguez R. Antonio. *Medios y Auxiliares de la Comunicación*. Pág. 17.



CAPITULO 5

*"Producción y Postproducción"*

---

---

## 5.1 LA COMPOSICION FOTOGRAFICA.

La fotografía como motivo visual, es de suma importancia como parte fundamental de todo audiovisual, ya que las imágenes son la justificación de lo que el receptor escucha, reafirmando así los conceptos del tema expuesto.

Es por eso que las imágenes a utilizar deberán estar bien estructuradas, para lograr así una buena composición, de tal manera que el receptor se sienta atraído por lo que esta observando.

Cuando se habla de una estructura, es con referencia a los ángulos de toma que se realizan, así como los elementos que componen a una determinada imagen fotográfica.

Las imágenes pueden ser abstractas o concretas, siendo estas últimas las más recomendables, puesto que están ligadas a la experiencia del receptor, facilitando el aprendizaje.

Por el contrario, las imágenes abstractas son de difícil lectura y pueden interferir en el aprendizaje, aún cuando poseen ciertos valores como el artístico y decorativo.

Todas las imágenes poseen un tema aparente y un tema real, refiriéndose el primero a la interpretación que le dé el receptor de acuerdo a sus vivencias.

El tema real es aquel en donde la imagen expresa en concreto algo, es decir, precisamente lo que el receptor observa en el visor.

Para lograr una buena imagen existen varios elementos que integran la composición, determinando el valor y la fuerza de la misma.  
Estos elementos son: línea, forma y color.

*Línea.*- Es uno de los elementos más necesarios e imprescindibles, ya que toda composición esta basada en líneas, las cuales proporcionan a la misma un carácter.

---

---

Se les puede clasificar de la siguiente manera:

*Lineas horizontales.* - Representando estabilidad, reposo, calma, descanso, etc.

*Lineas verticales.* - Significan fuerza, estabilidad, sublimidad, gravedad y equilibrio.

*Lineas curvas.* - Este tipo de líneas dan una sensación de movimiento, flexibilidad, gracia, etc. La utilización de este tipo de líneas deben hacerse con cuidado, el abuso puede confundir.

*Lineas diagonales.* - Significan inestabilidad, desequilibrio, acción, etc. Cuando dichas líneas llevan una dirección, de arriba hacia abajo insinúan derrota, aplastamiento, abatimiento, etc., y por el contrario, cuando son de abajo hacia arriba indican orgullo y exaltación.

La combinación de estas líneas dentro de toda composición, logran que la idea transmitida adquiera mayor fuerza.

*Forma.* - Se puede definir como el contorno de todos los objetos o figuras que se encuentran en el entorno, y pueden ser formas naturales, geométricas y abstractas. (cap. 2)

Las primeras poseen mayor fuerza, puesto que pueden ser observadas y desde luego recordadas con mayor facilidad. Es por eso que son las más utilizadas para la realización de audiovisuales.

Las formas geométricas tienen mucha preferencia, puesto que se perciben sin el mayor esfuerzo para ser identificadas al instante.

Las formas abstractas son difíciles de comprender y se recuerdan con dificultad, es por eso que no es recomendable hacer uso de ellas.

Es de suma importancia que las imágenes provoquen una correcta percepción,



deleitando siempre la vista del receptor, para que así el mensaje sea asimilado correctamente.

Dentro de la composición se deben manejar ciertas características, utilizando desde luego los elementos ya mencionados.

Una de las características es la regularidad, refiriéndose al buen ordenamiento de dichos elementos, pues de lo contrario el desorden dentro de la composición puede provocar confusión. Al hacer la distribución de los elementos se busca el equilibrio, ya sea de masas o de color.

Es necesario que la idea central este bien definida, logrando de esta manera que la atención no se pierda, y esto puede lograrse a través de la sencillez en las imágenes, es decir, que no existan elementos que saturen la idea representada, a menos que los elementos complementarios refuercen al tema.

En una imagen se pueden destacar elementos importantes para el tema a través de:

*Enmarque:* El elemento más importante se puede encerrar en un círculo, cuadrado, triángulo, etc.

*Lineas oblicuas:* Son líneas que guían la vista para concentrarla en un determinado punto.

*Contraste por nitidez:* El objeto más importante es presentado en primer plano con total nitidez, mientras que los demás elementos se presentan borrosos.

*Contraste por tamaño:* El objeto más importante es destacado por la exageración de sus dimensiones.

*Contraste por color:* El objeto más importante es resaltado por un color diferente, haciendo contraste con los demás.

---

---

Es necesario tomar en cuenta que existen ciertos puntos que atraen a la vista en toda composición, y la lectura de toda imagen empieza en forma general por el ángulo superior derecho, haciendo un recorrido hacia la izquierda hasta llegar al ángulo inferior derecho. Son los llamados *puntos fuertes del rectángulo*.

El movimiento en las imágenes se puede manejar por la superposición de las mismas, la utilización de flechas, o el desenfoque.

Se pueden realizar muchos efectos en las imágenes con la utilización de filtros, ya sean de multi-imagen, difusos, brillos, velocidad, degradados, etc., así como la utilización de pantallas, mascarillas, cortinillas, barridos, efectos de neón, etc. Todo esto con el objeto de hacer del audiovisual una proyección de mayor interés.

Los ángulos de toma harán que la imagen adquiera un cierto valor, mostrando desde algo general hasta enfatizar en ciertos elementos relevantes para el tema tratado.

Una vez que se han abordado brevemente estos puntos para la composición de imágenes, se describirá en concreto los elementos utilizados para el presente trabajo.

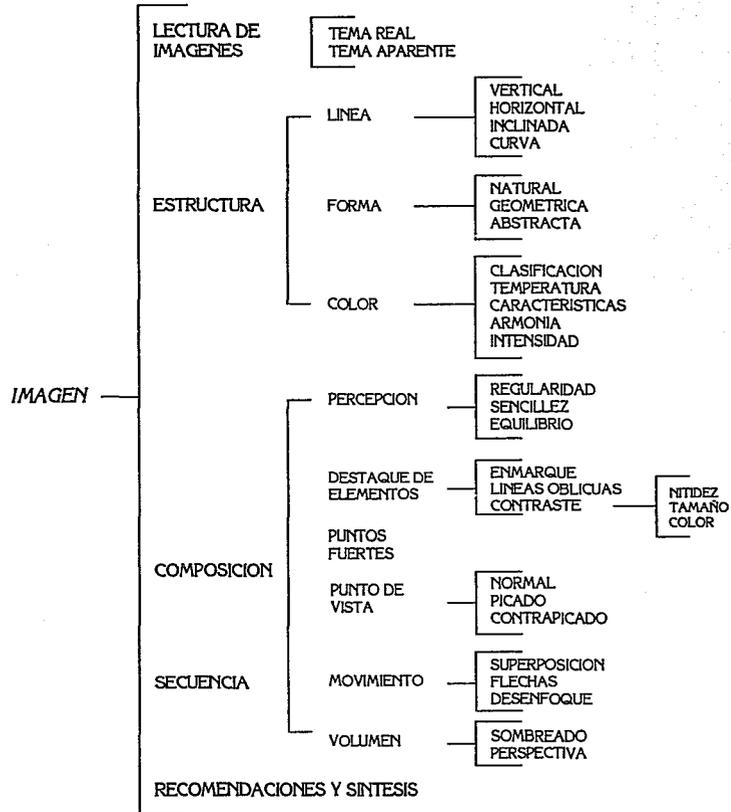
En la página siguiente se anexa el esquema que presenta de manera general una síntesis de los puntos expuestos, realizado por el Profesor Gerardo Cervantes.

ESTA TESIS NO DEBE  
SALIR DE LA BIBLIOTECA

---

---

## SINTESIS



### 5.1.1. JUTIFICACION DE LA COMPOSICION FOTOGRAFICA EN EL AUDIOVISUAL

El tema del audiovisual es real, ya que las imágenes expresan por sí mismas lo que se quiere dar a conocer en él, y el tema aparente es manejado a través de la interpretación que el receptor dá, a cada uno de los conceptos manejados.

#### Estructura

##### *Línea*

Se utilizaron los tres tipos de líneas, verticales, diagonales y horizontales, aplicandolas en las diferentes composiciones, mostrando en primer lugar a las etiquetas que presentan a los diferentes envases. Tratando de esta manera que exista dinamismo. Las líneas verticales se aplican de tal manera, para dar a la composición estabilidad, ya que de acuerdo al tema tratado el uso de estas líneas es indispensable, ya que es la mejor manera de presentar al envase, para que así se puedan apreciar las etiquetas que poseen cada uno de ellos.

Este tipo de líneas se puede apreciar en la mayoría de las tomas, en combinación con las líneas horizontales, pues de acuerdo a la manera vertical en que se puede observar al envase, se aprecia a la etiqueta en forma horizontal.

*Las líneas horizontales* se aplicaron de manera tal, que pueda ser comprendido por el receptor el tema real tratado en el audiovisual, es decir, a través de la utilización de estas líneas las etiquetas se observan a primera vista en encuadres horizontales, con el fin de que el concepto pueda ser analizado sin ninguna alteración, sin inclinaciones o efectos que puedan distraer.

*Las líneas horizontales y verticales* son para el audiovisual presentado las más utilizadas, ya que de acuerdo a las características que poseen como reposo, tranquilidad, estabilidad, estructura, etc., describen claramente el mensaje requerido.

*Las líneas diagonales* se aplicaron para crear dinamismo en la proyección, tratando de ésta manera salir de la monotonía de las composiciones, las cuales convergen de

---

---

abajo hacia arriba indicando exaltación.

Estas líneas son menos utilizadas que las anteriores, utilizándose por lo regular en composiciones de botellas de vino, describiendo la importancia de los gráficos que las presentan.

### Forma

Se utilizaron en general formas naturales y geométricas. Naturales cuando se presentan todos los envases, enfatizando en los gráficos que los componen y dentro de estos se muestran formas geométricas, pero éstas últimas son más utilizadas en la descripción gráfica de lo que es el formato y en la descripción de color, ya que se realizaron formas de este tipo de diversos colores.

Por tratarse de un tema real, las formas naturales predominan durante toda la proyección, ya que a través de las mismas el receptor podrá comprender de mejor manera el conocimiento que se quiere transmitir.

### Color

El color es un elemento de suma importancia en el tema a tratar, y dentro del audiovisual cobra su mayor importancia en la aplicación del mismo dentro de las etiquetas. Se habla de él en términos generales, como por ejemplo las sensaciones que pueden inspirar, pero sobre todo se hace énfasis en la manera en que el diseñador puede aplicarlo en la creación de etiquetas.

### Composición

#### *Percepción*

Dentro de la composición de las imágenes se utilizó la regularidad, mostrando en las tomas diversos tipo de envases, botellas, frascos, etc., así como la sencillez para poder analizar de mejor manera los elementos que conforman a la etiqueta.

El equilibrio de masas se utilizó en cuanto a la composición de las imágenes donde se presentan los envases, que son la mayoría de las tomas y en cuanto al equilibrio de

---

---

color se aplicó en todos los subtítulos de formato, tipografía, color, etc. Manejándolo también en las composiciones de formas geométricas de color, de tal manera que las combinaciones fueran acorde con lo narrado.

#### **Destaque de elementos**

El destaque de elementos se hizo en algunas tomas a través del efecto difuso, en donde la parte central permanece nítida y el resto borrosa, así como también los acercamientos realizados como close up, y big close up destacan al elemento deseado, siendo en este trabajo los elementos formales como formato, tipografía, color, y motivo gráfico.

En la parte que corresponde a la descripción del color se destacaron elementos a través del contraste de color, utilizando fondos negros y tonos brillantes, según la descripción del mismo.

#### **Punto de vista**

Las tomas se presentan en general sin efectos de filtros, ya que de esta manera se aprecia mejor a las etiquetas de todos los envases, sin distorcionar ninguno de sus elementos.

Las tomas en picada se utilizaron en la parte donde se habla de la tapa como complemento de la etiqueta, enfatizando de ésta manera.

#### **Volúmen**

Se aplicó la perspectiva en las diferentes tomas de un supermercado, mostrando los estantes con los diferentes envases.

#### **Movimiento**

El movimiento a través de la superposición fué aplicado únicamente en una toma con doble exposición, dando así el efecto de movimiento.

---

---

El movimiento creado por el desenfoco se hizo con el efecto de difuso y multi-imagen, tratando así de que los elementos que componen a la toma, queden grabados de manera audaz en el receptor.

Utilizándolo principalmente en la parte donde se habla acerca de la tapa como complemento de la etiqueta.

### CONCLUSION DE LOS EFECTOS REALIZADOS EN LA PROYECCION

El efecto de neón se utilizó para el inicio del audiovisual en la transformación de elementos aislados, hasta formar un envase, así como en las tomas del título, subtítulos y otros gráficos que se realizaron.

Se utilizó el filtro de multi-imagen triple, para diferentes tomas, tratando de enfatizar un determinado elemento.

El filtro difuso se utilizó en varias tomas, mostrando un elemento central con total claridad y el resto de la composición difuso, saliendo así un poco de la monotonía de las imágenes convencionales.

En varias de las tomas se utilizó el filtro que da brillos, siendo su apreciación muy variable.

En todas las tomas se mantuvo presente el filtro azul, evitando los excesos de luz.

Se hizo en una sola toma una doble exposición para lograr movimiento, y en otra se hizo el efecto de reflexión.

El uso de mascarillas y cortinillas se realizaron para evitar que en algunos casos la transición de imágenes fuera brusca.

La utilización de todos los elementos señalados anteriormente, así como los efectos presentados hacen posible que el tema sea expuesto de una manera lógica, simple y gradual, o de manera sugestiva, vivaz y audaz para el receptor, logrando que a través de los mismos preste un mayor interés, y el mensaje sea realmente captado.

En conclusión, el abuso en la utilización de los diferentes elementos dentro de la composición de imágenes, así como los efectos realizados, puede resultar

---

---

contraproducente en el receptor, puesto que la saturación en la mayoría de los casos llega a resultar confusa; sin embargo es importante señalar que la utilización de los filtros aunados a la creatividad que se desarrolle, pueden lograr imágenes realmente convincentes, logrando en el receptor una mayor atención, puesto que las imágenes en conjunto con el audio en general que se utilice, harán que el audiovisual sea realmente eficiente.

## 5.2. SONIDO

El sonido es un elemento importante del audiovisual, esta constituido por la narración, la música y efectos sonoros.

Se abordará brevemente la importancia de los mismos, ya que el tema central del presente trabajo no es precisamente éste.

### *Narración*

Cuando se habla de la narración estamos refiriéndonos a un punto esencial, ya que a partir de la misma el tema a tratar será explicado.

Es por la importancia de ésta que se debe buscar a un locutor con características específicas, como por ejemplo: que tenga buena dicción, ritmo de lectura, que su voz tenga buen registro para la grabación es decir, que se le escuche igual que en la realidad, apreciando desde sus tonos graves a los agudos.

### *Música*

La música dentro de un audiovisual es de suma importancia, puesto que a través de ésta se crea una atmósfera adecuada para el tema, preparando al público para la presentación del mismo.

La música apoya al texto, así como también a las imágenes, es por eso que debe buscarse una música que este ligada al tema para que en realidad ayude a mejorar la presentación.

---

---

En el libro "Taller de Guionismo para Imagen Fija y en Movimiento", se clasifica a la música en dos dimensiones, diagética y extradiagética.

La primera es considerada como parte de la realidad, es decir, como aquella música que fué captada por los micrófonos dentro de la filmación.

La segunda es la música que se sobrepone a la realidad, y es valorada como fondo auditivo, reforzando lo que se ve con un contenido acústico impactante.

La música debe seguir de preferencia las fases de lo narrado, es decir, elegir una música para la introducción, el climax, decremento y descenso, motivando de ésta manera al receptor.

Por lo general es recomendable utilizar música puramente instrumental, ya que la música cantada puede confundirse con la narración, interfiriendo en el mensaje.

La música debe ser en sí sintética, centrando de ésta manera la atención del espectador, pues una música mal seleccionada puede ocasionar que el audiovisual fracase, aún cuando el guión y las imágenes sean buenos, ya que no hay que olvidar que para el éxito del mismo es necesario que estén perfectamente vinculados los elementos que lo componen, como lo son: narración, imágenes, y desde luego la música de fondo, ya que unos a otros se complementan.

### Efectos sonoros

Es recomendable en algunos casos utilizar este tipo de efectos para ambientar de mejor manera la presentación.

Se puede clasificar a este tipo de efectos en ruidos, y ruidos icónicos.

Los ruidos son simplemente aquellos que no se puede identificar su procedencia, debido a la distorción de su sonido; sin embargo los ruidos icónicos son aquellos que se reconocen fácilmente debido a la realidad sonora que presentan, como por ejemplo: el llanto de un bebé, la lluvia, el motor de un automóvil, etc.

Los ruidos icónicos se clasifican de la siguiente manera:

*Naturales:* provenientes de la naturaleza, viento, el mar, relámpagos, etc.

-*De la fauna:* originados por los animales, un ladrido, un galope, el aleteo de las gaviotas, etc.

-*Físicos:* provenientes de objetos electrónicos o mecánicos, el silbido de un tren, un timbre, el tic-tac de un reloj, etc.

-*Los humanos:* generados en la vida diaria, como por ejemplo los llantos, aplausos, voces, besos, etc.<sup>(1)</sup>

### 5.2.1. PROCESO DE LA GRABACION

Una vez que se han analizado los elementos ya mencionados, y con base en ello se ha elegido al locutor, la música se ha seleccionado, y según sea el caso los efectos sonoros, se procede a la grabación.

Para realizar la grabación es conveniente que el locutor, así como los que intervienen en ella tengan una copia del guión en mano, para que así todos esten enterados de lo que se va a realizar.

Es necesario tener una cinta de carrete abierto para que ahí se grabe la voz en frío, ya que así se puede repetir las veces que sea necesario las partes donde aparezcan errores, sin atrofiar la musicalización.

Cuando se ha grabado el guión se procede a la musicalización grabando la música en un cassette normal junto con la narración, así de ésta manera el sonido del audiovisual queda editado y el siguiente paso es, realizar la edición completa del audiovisual.

"La edición es un proceso por el cual se eliminan las tomas malas, la cinta en blanco que no se desea, los puntos muertos o que sirven para unir dos tomas, o agregar o quitar cinta dentro de los tiempos específicos de la secuencia".<sup>(2)</sup>

### 5.3. ARMADO

Esta parte consiste en la disposición adecuada de las diapositivas en secuencia, para proceder a la colocación de las mismas en los carruseles.

Para que las diapositivas se proyecten secuencialmente, es necesario saber que todos los números impares van en un carrusel y los pares en otro.

Con las diapositivas perfectamente ordenadas y con los proyectores necesarios, así como el programador de las diapositivas, se puede empezar la pulsación de imágenes en sincronía con el audio, teniendo a la mano el guión técnico para saber en que momento se deberá hacer el cambio de las diapositivas, ya que de ésta manera el programador irá grabando en la cinta del cassette las pulsaciones de todas las imágenes del tema en sincronía con el sonido, para que así, una vez que estén grabadas en éste a la hora de la presentación, únicamente el técnico coloque el cassette del audiovisual y automáticamente las imágenes irán cambiando como se planeo.

Para el presente trabajo se utilizó en las imágenes la disolvencia, la cual consiste en la aparición de dichas imágenes muy suavemente, permitiendo así realizar una secuencia ligada sin ningún tipo de flasheo o corte.<sup>(3)</sup>

La sincronía de imágenes y sonido, es el último paso a realizar para que el audiovisual este debidamente editado, listo para la presentación.

Hay que tener siempre presente que para que un audiovisual cumpla con su función, es necesario que todos los elementos que lo componen, iniciando desde su planeación hasta la realización, deberán integrarse e interrelacionarse para unificarse, logrando de ésta manera el objetivo planteado.

#### 5.3.1. RECOMENDACIONES PARA EL CUIDADO DEL AUDIOVISUAL

Es conveniente mantener en buen estado el audiovisual, evitando que se dañe. Se enumerarán algunas recomendaciones tomadas del libro de Antonio Noguez Ramirez, "Manual para la Elaboración de Audiovisuales de Imagen Fija":

- 1- Las diapositivas deben manejarse tomándolas por las monturas de cartón sin tocar con los dedos la película, para evitar que las huellas digitales puedan quedar marcadas y aparecer al hacer la proyección.
  - 2- Las diapositivas deben permanecer en el proyector encendido solamente el tiempo necesario, el calentamiento excesivo puede dañarlas.
  - 3- Las diapositivas deben tenerse ordenadas en la secuencia de proyección, terminada la presentación del audiovisual deben guardarse ordenadamente.
  - 4- Para que se conserven en buenas condiciones los cassettes, hay que evitar que estén expuestos a temperaturas altas, mucha humedad o demasiado polvo.
  - 5- Antes de hacer la presentación del audiovisual asegúrese de que, tanto el equipo de proyección como la grabadora estén en buenas condiciones de trabajo.
-

**CITAS**

- 1- Cft. ILCE. Taller de Guionismo para la Imagen Fija y en Movimiento. Pág. 208.
  - 2- Ertel, Robert E. La Producción en Multi-Imagen. Multivisión S.A. Pág. 56.
  - 3- Cft. Ertel, Robert E. La Producción en Multi-Imagen. Pág. 66.
- 
-

## CONCLUSIONES

El diseñador gráfico, dentro del campo del diseño de etiquetas se enfrenta a un mercado muy particular, donde la fuerte competencia de las diferentes empresas, exigen el desarrollo máximo de su creatividad para alcanzar el liderazgo con el éxito comercial.

Este trabajo ha cumplido con su objetivo principal, dando a conocer en primera instancia a los alumnos de taller de diseño IV, un área del diseño gráfico como lo es el envase y su presentación gráfica, realizando de forma particular, un análisis escrito de los elementos que intervienen en la realización de etiquetas, así como la presentación de un audiovisual como material didáctico para complementar y reforzar los conocimientos, de manera tal que los alumnos cuestionen los estilos tradicionales que circulan en el mercado, y tomen sus propias decisiones desde una nueva perspectiva, formulando sus propios lineamientos.

Por otra parte, se han tratado elementos que forman parte de la etiqueta, y que indiscutiblemente no pueden pasar desapercibidos para el diseñador, puesto que es necesario tomarlos en cuenta para la correcta distribución de los elementos básicos dentro del formato elegido.

Un punto importante que evidentemente se ignora a menudo, es considerar a la tapa como complemento de la etiqueta en los envases de vidrio; sin embargo, a través del contenido de éste trabajo, el diseñador puede analizar esta situación y hacer sus propios juicios y consideraciones al respecto.

Con la realización del audiovisual, se proporciona al diseñador conceptos importantes para la realización del mismo, sirviendole como una guía de los pasos a seguir y las características que lo identifican para que realmente sea eficaz.

El estudio de los elementos expuestos dentro de éste trabajo, y con el apoyo que el audiovisual proporciona, el diseñador gráfico que hoy empieza a ubicarse en una realidad del diseño de etiquetas, debe tomar en cuenta que la efectividad del mensaje

---

---

que desea comunicar, estará siempre basada en la buena disposición de los elementos gráficos, aplicando su capacidad creativa para la innovación de los estándares establecidos que hasta la fecha, han sido impuestos por ciertas empresas sin ninguna regla general.

El documento escrito al igual que el audiovisual que lo respalda, han cumplido el objetivo perseguido, describiendo y analizando los conceptos que se relacionan con el tema; sin embargo, la veracidad de todo lo establecido es una tarea que se reserva a todos los diseñadores interesados en el diseño de etiquetas, aventurándose a desafiar a las empresas líderes rompiendo con lo establecido, sin olvidar que el éxito, empieza con la correcta aplicación de los elementos básicos del diseño.

---

## BIBLIOGRAFIA.

1. Arreguín, J.L.M. Tres Acercamientos a la Educación Audiovisual. Ed. Trillas.
  2. Bakeiro, Lizbeth. Planeación de Materiales Audiovisuales. Ed. ARLA. México, 1972.
  3. Beaumont, Michael. Tipo y Color. Ed. Nueva Comunicación, S.A. Madrid, 1988.
  4. Ertel, Robert E. La Producción en Multi-Imagen. Multivisión.
  5. González Alonso, Carlos. El Guión y el Guionista. Modos y Métodos. Ed. Trillas. México.
  6. Guss, Leonard. Los Empaques son Ventas. Ed. Técnica, S.A.
  7. Gutiérrez Espada, Luis. Historia de los Medios Audiovisuales. Ed. Pirámide, S.A. Madrid, 1979.
  8. Gutiérrez, Gabriela. Rodríguez, Ernesto. El Papel de la Didáctica en Proceso Enseñanza-Aprendizaje.
  9. Kent Jones, Richard. Métodos Didácticos Audiovisuales. Ed. Pax-México, 1973.
  10. Larroyo, Francisco. Diccionario Porrúa de Pedagogía. Ed. Porrúa. México, 1982.
  11. Linares, Marco Julio. El Guión Elementos, Formatos, Estructuras. Ed. Alhambra Mexicana. 4a. Edición. México, 1991.
  12. Manual de Didáctica General. Ed. ANUIES.
  13. Manual para la Elaboración de Audiovisuales de Imagen Fija. ILCE. México, 1988.
- 
-

14. Moreno Bayardo, María Guadalupe. Didáctica, Fundamentación y Práctica. Tomo I y II. Ed. Progreso.
15. Murphy, John. Rowe, Michael. Como Diseñar Marcas y Logotipos. Ed. Gustavo Gili, S.A. Barcelona, 1989.
16. Noguez Ramírez, Antonio. Medios y Auxiliares de la Comunicación. ILCE.
17. Pasquali, Antonio. Antología de Textos para la Cátedra de Información Audiovisual. Escuela de Periodismo. Carácas, 1960.
18. Saat, Miguel Antonio. Redacción. Ed. CECSA. México, 1985.
19. Sonsino, Steven. Packaging. Diseño. Materiales. Tecnología. Ed. Gustavo Gili, S.A. Barcelona, 1990.
20. Swan, Alan. Diseño y Marketing. Ed. Gustavo Gili, S.A. Barcelona, 1991.
21. Taller de Guionismo para Imagen Fija y en Movimiento. ILCE.
22. Victoroff, David. Publicidad y la Imagen. Ed. Gustavo Gili. Barcelona.

#### HEMEROGRAFIA

1. Acuña Limón, Alejandro. La Producción de Audiovisuales como una Forma de Apoyo Didáctico. Tesis Comunicación, U.I.A. México, 1983.
  2. Enciclopedia Universal Grolier. Ed. DANAE, S.A. Barcelona, 1972.
  3. Revista "Visual". Número Especial Packaging, Magazine de Diseño. Creatividad Gráfica y Comunicación. Año III. No. 19.
- 
-