



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
Y HUMANÍSTICAS

COMUNICACIÓN SOCIAL

TESIS DE GRADO

TEMA:

**“IDENTIFICACIÓN DE LOS PROCESOS DE: REDACCIÓN,
DISEÑO, PREPrensa, Prensa Y POSPrensa”**

Tesis presentada previa a la obtención del Título Licenciatura en Comunicación Social.

Autoras:

Medina Rivera Karina Zulay

Sampedro Semanate Karla Fernanda.

Director:

Licenciado: Franklin Falconi

Latacunga – Ecuador

Julio-2012

AUTORIA

Los criterios emitidos en el presente trabajo de investigación “Implementación de un Laboratorio de Impresos en la Universidad Técnica de Cotopaxi”; “Identificación de los procesos de: redacción, diseño, pre-prensa, prensa y pos-prensa en las imprentas acreditadas de la ciudad de Latacunga en el periodo marzo 2012 julio 2012, son de exclusiva responsabilidad de los autores.

ZULAY MEDINA

CI.0503315947

KARLA SAMPEDRO

CI. 0503638538

AVAL DEL DIRECTOR DE TESIS

En calidad de director de tesis bajo el tema:

“IDENTIFICACION DE LOS PROCESOS DE: REDACCIÓN, DISEÑO, PREPrensa, Prensa Y POSPrensa EN LAS IMPRENTAS ACREDITADAS EN LA CIUDAD DE LATACUNGA, EN EL PERIODO MARZO 2012–JULIO 2012”, de Medina Rivera Karina Zulay y Sampedro Semanate Karla Fernanda, postulantes de Comunicación Social considero que la presente tesis cumple con los requerimientos metodológicos y aportes científico-técnicos suficientes para ser sometidos a evaluación del Tribunal de Validación de tesis que el Honorable Consejo Académico de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas de la Universidad Técnica de Cotopaxi designe, para su correspondiente estudio.

Latacunga, julio 2012

El director

Firma

Lic. Franklin Falconi

AVAL DEL ABSTRACT

Certifico legalmente que el abstract de la tesis con el tema. "IDENTIFICACIÓN DE LOS PROCESOS DE DISEÑO, PRENSA, PRE-PRENSA Y POS-PRENSA EN LAS IMPRENTAS ACREDITADAS DE LA CIUDAD DE LATACUNGA", de las señoritas SAMPEDRO SEMANATE KARLA FERNANDA y MEDINA RIVERA KARINA ZULAY; postulantes de la especialidad de Licenciatura en Comunicación Social, ha sido revisada de formas exhaustivas y minuciosamente el contenido de la misma.

Revisado por:

Lic. Pablo Cevallos

050259237-1

DOCENTE DE INGLES

RESUMEN

Este trabajo de tesis trata de la implementación de un laboratorio de impresos en la Universidad Técnica de Cotopaxi (UTC), siendo nuestro subtema la “Identificación de los procesos de diseño prensa, pre-prensa y pos-prensa en las imprentas acreditadas de la ciudad de Latacunga”, es decir, todos los conceptos básicos. Se trata de una explicación acerca de cómo desarrollan su trabajo dichas imprentas, la impresión en serigrafía, offset, laser, luego el proceso de pos- prensa como el cortado, empastado, cocido, o los materiales que utilizan, como papel cuche, kimberly, periódico, bond; labores como el troquelado, entre otras. Se ha investigado sobretodas estas funciones con el fin de realizar una pequeña guía técnica que sirva de referencia a los señores estudiantes, como base del cómo funciona una red de impresos, cómo se va a instalar la primera fase del laboratorio. Se espera que se la administre con un buen uso.

SUMMARY

This thesis is about the a printing laboratory implementation at the Cotopaxi Technical University, our subtitle is "Identification of press, pre- press and post-press designing procedures in accredited printers of Latacunga city", that means, very basic concepts. It's concerning about an explanation about how some companies develop their job; it is serigraphic. offset and láser printing; after the post-press procedure such us: cutting, binding, sewing; or the materials that are used like: Cuoche and bond paper, kimberly. newspaper; Works similar to stamping and others. We have searched about all these fuctions, in order to do a small technical guide, so the students can use it as a reference of how a printing net works, and the way the first stage of the laboratory will be installed. We all hope a great use of them.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
HUMANÍSTICAS
Latacunga - Ecuador

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

En calidad de Miembros del Tribunal de Grado aprueban el presente Informe de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad

Técnica de Cotopaxi, y por la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas; por cuanto, los postulantes: **Medina Rivera Karina Zulay y Sampedro Semanate Karla Fernanda**

Con el título de tesis: **“IDENTIFICACIÓN DE LOS PROCESOS DE: REDACCIÓN, DISEÑO, PREPrensa, Prensa y POSPrensa”**

Han considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de Defensa de Tesis.

Por lo antes expuesto, se autoriza realizar los empastados correspondientes, según, la normativa institucional.

Latacunga, noviembre 2012

Para constancia firman:

Lic. Lorena Álvarez
Nombres de Miembro de Tribunal
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

Lic. Tania Villalva
Nombres Miembro de Tribunal
MIEMBRO

Jesenia Cabrera
Nombres Miembro de Tribunal
OPOSITOR

AGRADECIMIENTO

A Dios, por las pruebas difíciles porque me han fortalecido como persona, a Sebastián por tu apoyo, paciencia, amor y preocupación, a mi madre Marthita Rivera porque cuando estado a punto de desfallecer ella está ahí para solucionarme la vida, a la Obst. Hilda Rivera por sus consejos al Lic. Franklin Falconí director de mi tesis, a los Comandantes de la Gloriosa Brigada de Fuerzas Especiales N: 9 Patria por la confianza brindada durante mis prácticas pre-profesionales y a la Universidad Técnica de Cotopaxi.

Zulay

DEDICATORIA

Este presente trabajo se lo dedico a mi ángel de la guarda BRAYAN ADRIAN, a la niña de mis ojos ADRIANA VALERIA y ha Madisson Borja Rivera a los cuales dedico todos y cada uno de mis logros. Son las personas que tengo presente siempre y quiero se sientan orgullosos de mi y seguiré adelante hasta cumplir todas mis metas y en todos los ámbitos que me pueda destacar.

Zulay

INTRODUCCION

La presente tesis es un trabajo de investigación , que presentamos con la finalidad de implementar un laboratorio de impresos a la Universidad Técnica de Cotopaxi , se trata de identificar cuáles son los procesos de diseño pre prensa , prensa y post Prensa , que se realizan en las imprentas acreditadas en la ciudad de Latacunga Los procesos en la impresión son varios y muy complejos, es por eso que como comunicadores sociales debemos conocerlos de principio a fin pero de una manera general, ya que estos procesos lo deben saber con más amplitud los diseñadores gráficos y los operadores que manejan estas grandes maquinarias y muchos de estos son empíricos, nuestro objetivo es el de comunicar adecuadamente cualquier mensaje impreso.

El conocimiento de estos procesos no implica un dominio de los mismos, sin embargo mientras mejor los conozcamos y entendamos, mejores decisiones podremos tomar sobre los mismos y esto se reflejará en el resultado que obtendremos.

La post-prensa es el último proceso de la producción después de la impresión, y comprende todos los procesos de acabados, manipulados, unión de piezas y empaquetado, El proceso de impresión no termina cuando el papel sale con la imagen impresa. Después de eso todavía hay que hacer todos los acabados para que el impreso quede como estaba planeado Estos acabados pueden ser varios y muy diversos: cortes, dobleces, alzados, encuadernados, barnices, laminados, perforados, hot-stamping, etc. En resumen podemos definir a la post-prensa como el conjunto de procesos que se siguen después de la impresión, para que nuestro impreso esté terminado y listo para ser utilizado en la comunicación de un mensaje.

Según los propietarios de las imprentas nos explicaron que la responsabilidad del diseñador gráfico, no se limita solamente a aportar con estética y creatividad en la solución de un problema de comunicación, debe de conocer todas las herramientas que tiene a su alcance, las limitaciones y alcances que tienen cada una, y los costos y tiempos que se llevan en cada etapa, con este conocimiento, el diseñador será capaz de aportar una solución adecuada a cada problema de comunicación que se le

presente. Resumiendo podemos afirmar que responsabilidad del diseñador gráfico empieza en cuanto decide resolver el problema que le ha sido propuesto, y termina, literalmente, al tener la solución del mismo en sus manos, es decir al tener el producto gráfico terminado. Y este deberá de responder a las expectativas que se plantearon desde un principio en cuanto a calidad, costo y comunicación del mensaje.

De las cuatro etapas a las que está sometido un impreso, es solo en la primera, en la de diseño, en donde entra en juego nuestra creatividad y es en la que intervenimos directamente, en las otras tres entrará en juego nuestro conocimiento del medio e intervendremos indirectamente mediante la supervisión ya que generalmente estas etapas son ejecutadas por terceros.

Algunos de los consejos fueron: Saber que se va a imprimir, con que materiales y el sistema de impresión que se va a utilizar. El mismo original, impreso en diferentes tipos de papel con tintas distintas y en otro sistema de impresión, puede dar resultados completamente opuestos. Es necesario fijarse qué papel y tintas se van a especificar para un determinado impreso, para que funcionen bien tanto con el sistema de impresión que se va a utilizar, como con el resultado estético que se busca en la impresión

Conociendo todos estos procesos es posible que podamos elegir correctamente entre los diferentes tipos de papel que existen, así como determinar el método de impresión más adecuado y el tipo de acabados que daremos a nuestros impresos, de acuerdo con nuestro presupuesto y la difusión que debemos dar a nuestro mensaje.

Este trabajo se lo realizó con la guía de nuestro tutor, la observación y las encuestas fueron realizadas a los y las propietarias de las mencionadas imprentas, en algunas ocasiones tuvimos algunos percances pero se los resolvió de la mejor manera. El objetivo específico del siguiente trabajo es elaborar una guía técnica para que sirva de referencia para los estudiantes de la carrera de comunicación social, en el uso de nuevo laboratorio de impreso.

CONTENIDO

CAPÍTULO I.

FUNDAMENTOS TEÓRICOS SOBRE EL OBJETO DE ESTUDIO.

- a. Antecedentes investigativos: Análisis sintético de investigaciones sobre la temática estudiada realizada en otras instituciones nacionales o internacionales.
- b. Categorías fundamentales: Representación gráfica de conceptos a ser abordados y descritos en el marco teórico.
- c. Marco Teórico

CAPÍTULO II.

DISEÑO DE PROPUESTA.

- a. Breve caracterización de la institución objeto de estudio.
- b. Análisis e interpretación de resultados de la investigación de campo.
- c. Conclusiones y Recomendaciones

CAPÍTULO III.

EJECUCION DE LA PROPUESTA

- a. Diseño de la Propuesta.
- b. Datos Informativos.
- c. Justificación Objetivos
- d. Descripción de la Propuesta
- e. Ejecución de la Propuesta

ANEXOS

1.- PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La producción impresa no se refiere únicamente a periódicos y revistas, sino a la impresión de textos y recursos gráficos interactivos, que llamen la atención del público para realizar una buena publicidad, para esto es necesario saber cuáles son los procesos que implica la producción de impresos en sus diferentes fases, como: redacción, diseño, pre-prensa, prensa, pos –prensa. La provincia de Cotopaxi no ha tenido un gran desarrollo en cuanto a productos impresos, alrededor de sus siete cantones, donde ha habido un adelanto notable es en su capital, la ciudad de Latacunga, donde se ubican algunas imprentas, que han logrado un avance significativo en cuanto a la obtención de aparatos modernos para realizar este trabajo, pero su principal problema ha sido los costos que éstos tienen.

En los cantones de la provincia se encuentran algunas dificultades en lo que se refiere a los diferentes procesos de impresión, como por ejemplo en Pangua, Sigchos y Saquisilí, donde no existe una imprenta en la que se puedan realizar trabajos para publicidad, obligadamente recurren a la ciudad de Latacunga ante esta necesidad. Concomitantemente con esto, no tienen un medio de información impreso propio de la región, solo cuentan con la prensa escrita que es trasladada desde la capital de la provincia, como son el diario La Gaceta, el diario Los Andes, La Hora, estos medios recogen noticias de estos cantones para su publicación.

En Salcedo, Pujilí y La Mana sí existen imprentas que cumplen con varios de los procesos, pero hay falencias en algunos casos, como en el proceso de diseño, es decir con la pre-prensa, no cumplen con las fases de producción completa de impresos que es indispensable para un buen producto terminado, los periódicos que circulan son de poco tiraje y de poca acogida por parte de la ciudadanía.

Otra es la realidad que vive la ciudad de Latacunga, al observar la industria gráfica que existe se puede valorar que hay un adelanto en cuanto a las tecnologías, porque han acogido a la pre-prensa aprovechando la tecnología digital, la gran ventaja es la

facilidad de ver en el computador a través de su pantalla el aspecto final, cambios de un diseño con todos sus elementos finalizados. Pero no todos tienen esta tecnología, algunas imprentas siguen trabajando con maquinaria antigua, por lo tanto tienen problemas con el control de la calidad de tinta y la velocidad de impresión, parámetros que determinan en gran medida la calidad de la pieza impresa.

En la ciudad se encuentran imprentas de trayectoria como: Gutenberg, Carrillo Gráficos Unidos, y otras nuevas que han ido apareciendo en el mundo de la impresión, como: Go, Multigraf, Publicidad Creativa, Impresum, entre otras; algunas que se dedican al diseño e impresión y otras solo a la impresión.

En estos negocios es difícil encontrar personal especializado para las operaciones como: redacción, fotografiado, tramado, separación de colores, montaje, confección de pruebas y quemado de placas, esto produce gran demanda de jóvenes entendidos en la materia de Comunicación Social y Diseño Gráfico en estas imprentas, porque algunas personas que trabajan allí lo hacen empíricamente. Conviene que los medios profundicen en la especialización de sus equipos humanos, es necesario seleccionar bien a los profesionales que se encargarán de esos trabajos. No todos los trabajadores están preparados desde el punto de vista técnico y comunicativo. Si no conocemos cuáles son los procesos necesarios para la producción impresa, entonces tendremos problemas como profesionales y en el producto terminado. Deberíamos dar a conocer en las imprentas que en la Universidad Técnica de Cotopaxi se preparan estudiantes idóneos y capaces para realizar procedimientos que se implican en el trabajo de impresos.

1.1 Formulación del problema:

¿Identificar cuáles son los procesos que implican la producción de impresos en las Imprentas Acreditadas de la ciudad de Latacunga, en el período marzo- julio de 2012?

1.2 JUSTIFICACIÓN

Una vez conocidos los procesos de impresión se resolverá la incógnita de los estudiantes de cuál es el proceso para realizar el medio impreso, porque para esto es necesario saber las diferentes fases que son primordiales en la práctica profesional, para en un futuro darle un buen uso comercial y así motivar a los estudiantes hacia la investigación.

Nuestro tema de investigación será una guía para los estudiantes, porque tendrá relación con la implementación de los recursos técnicos correspondientes a la primera fase del proceso de producción de materiales impresos para el desarrollo académico de la Carrera de Comunicación Social en la Universidad Técnica de Cotopaxi.

Es innovador porque es la primera vez que se hace una investigación sobre producción de impresos en la Universidad Técnica de Cotopaxi, nuestro tema implica la primera etapa de lo que será un laboratorio de impresos.

Toda la comunidad universitaria se beneficiará, en especial los estudiantes de la Carrera de Comunicación Social, pues se instruirán con la teoría, la práctica y la observación.

Se cuenta con los recursos humanos y financieros necesarios, que brindarán un aporte positivo y viable para la investigación y con la orientación de los señores docentes entendidos en la materia.

1.3. OBJETIVO GENERAL:

Identificar cuáles son los procesos de redacción, diseño, pre prensa, prensa y pos prensa en las imprentas acreditadas de la ciudad de Latacunga, en el período marzo-julio 2012.

1.4 OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- **Conocer** los fundamentos teóricos sobre la producción de impresos en sus determinadas fases.
- **Diagnosticar** el tipo de procesos de producción de impresos que se realiza en las imprentas acreditadas de la ciudad de Latacunga.
- **Elaborar** una guía técnica para comprender el proceso de producción de un impreso.

CAPITULO I

2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1 Antecedentes

En el Perú existen aproximadamente 5.300 imprentas, ubicadas en su mayoría en la ciudad de Lima. En el sector se aprecia que de la totalidad de imprentas el 66% son considerados micro y pequeñas empresas contrastando con el 7% representado por la gran empresa.

Una característica del comportamiento de estas empresas es la tendencia a la segmentación de acuerdo a producto gráfico, de modo que cada empresa dedicada a la impresión satisface un tipo de impreso.

De este modo, algunas empresas se dedican a la impresión de libros, revistas y afines; otras a trabajos comerciales como formularios continuos, documentos comerciales, envases, etcétera y otras a impresos publicitarios tipo afiches y afines.

Por otro lado, por su sistema de funcionamiento, las imprentas en la actualidad pueden clasificarse de dos modos:

- De sistema estructurado: aquellas que realizan todo el proceso de impresión (pre prensa, prensa y post prensa).
- De sistema de subcontrata: aquellas que sólo brindan parte de los servicios (ejemplo: sólo diseño gráfico digitalizado, obtención de fotolitos, entre otros).

Este último sistema, es el que está prevaleciendo en nuestro medio, siendo empleado por las empresas como una estrategia para disminuir sus costos fijos y poder competir en el mercado.

Finalmente, se puede apreciar que en la actualidad se está extendiendo el uso de los sistemas informáticos para la realización del proceso de pre prensa, dejando obsoletos los procedimientos manuales utilizados hasta el momento. Situación que exige mejorar la formación del técnico en producción de impresos, preparándolo adecuadamente para el manejo de las nuevas técnicas, equipos y programas informáticos, de modo que se encuentre en capacidad para incursionar de manera eficiente en un mercado cada vez más exigente y competitivo.

En la ciudad de Lima- Perú se realizó una investigación sobre los procesos de impresión por el profesor Pedro Espinoza que recalca los siguientes aspectos: LA IMPRESIÓN GRÁFICA Y DIGITAL

HISTORIA DE LA IMPRESION Casi todo el mundo sabe que el alemán Johannes Gutenberg es el inventor de la imprenta, en la ciudad de Maguncia por el año 1440, muy pocos conocen el hecho de Gutenberg no invento precisamente la primera máquina de imprimir, sino el fundido en metal de tipos o caracteres de imprenta.

FORMAS DE IMPRESION Existen varias formas de imprimir un documento en la actualidad y es que, a pesar del tiempo transcurrido y la modernidad de la tecnología, se mantienen aún vigentes por sus características propias y sus costos de producción algunas formas que vienen del pasado. A continuación veamos las más utilizadas. LA TIPOGRAFIA Se imprime por presión de una forma en relieve; se trabaja con tipos (letras sueltas) que son paralelepípedos rectangulares en metal cuyo tamaño es de unos dos centímetros y medio de altura, por un espesor que varía según el cuerpo de la letra. También existe el linotipo que es una pieza de metal preparado como un arte para ser aplicado dentro de la impresión tipográfica, por ejemplo un logo, una insignia, un escudo, etc. La máquina inventada por Gutenberg era en realidad una máquina tipográfica (naturalmente muy primaria) en la que todas las operaciones, incluso la de presionar la forma era realizada manualmente. La tipografía se utiliza en

la actualidad para realizar trabajos especiales como el de tarjetas de todo tipo: personales, comerciales, de matrimonio, bingos, parrilladas, etc. Debido a la cantidad de impresión la tipografía presta un tipo de facilidades en costos, ya que se puede imprimir por 100 o fracciones y conseguir dar algunos efectos especiales como el de darle relieve a las letras de los textos ya sea como sello de agua y también como alto relieve con un aditivo que da volumen a la tinta resaltándolos de la superficie impresa, esto mayormente se utiliza para las tarjetas personales y/o profesionales dando una mejor imagen o presentación. LA SERIGRAFIA Consiste esencialmente en un bastidor en el cual va tensada una malla de nylon que se convertirá en un tamiz; para un uso más artesanal se utiliza la tela llamada Organza. Sobre esa tela se insola la imagen a imprimir. Al depositar la tinta en dicho tamiz y gracias al tratamiento dado anteriormente, con la ayuda de una rasqueta, la tinta serigráfica pasará únicamente por las partes correspondientes a la imagen imprimiéndose de esta manera en el papel, tela, plástico, cualquiera fuera la superficie a utilizar. El sistema serigráfico se emplea mucho para impresión sobre vidrio; para el estampado de etiquetas de botellas que se someten después a un proceso de vitrificación por acción del calor. El nombre con el que también se le conoce a la serigrafía es el de Silkscreen. El costo de producción se proyecta a partir de 100 unidades a imprimir. Existe dentro de la misma serigrafía clases o tipos; por ejemplo la foto serigrafía, que requiere de una emulsión para el insolado y se trabaja con registro de color; además de la serigrafía digitalizada de uso industrial para realizar entre otras labores la impresión de grandes superficies como los motivos impresos de los plásticos que se usan como manteles de mesa. LA IMPRESIÓN DIGITAL Es el sistema de impresión más moderno que existe en la actualidad, no requiere de fotolitos, ni placas. El arte u original se desarrolla creativamente en la computadora usando algún programa graficador como son el Corel Draw, el Adobe Photoshop, el Corel Photopaint, el PageMaker, Adobe InDesing, Adobe Illustrator luego se guarda en un Flash drive (USB) o se quema en un CD o DVD cuya capacidad de almacenamiento es alta y óptima para estas labores de diseño gráfico. Se procede a la reproducción en la maquina digital, programándose la cantidad de copias que uno desee desde 1 a 1000

ejemplares, la reproducción es más rápida, efectiva y precisa. Sus costos se están abaratando por la mayor demanda del mercado. EL OFFSET Basa su principal característica en la incompatibilidad de la tinta grasa y el agua, así en la plancha de aluminio las partes que reproducen imágenes o texto aceptan la tinta grasa e imprimen mientras las zonas restantes, blancas, aceptan el agua y repelen la tinta dejando de imprimir en consecuencia sobre esas áreas que quedarán con el color del fondo del papel. La plancha de aluminio donde va impreso el original o el arte de lo que se quiere imprimir no tiene relieve porque es una impresión plana, pero de impresión indirecta, ya que entre la plancha y el papel se halla un cilindro intermedio de caucho que es a la vez receptor y transmisor de la impresión: la recibe de la plancha y la traslada al papel. Existen máquinas offset de distintos formatos y marcas, siendo la de mayor uso la de tamaño oficio. El costo de producción de impresión offset se contabiliza a partir de un millar de unidades (1000) resultando el costo igual en 500 ó 300 unidades a imprimir, que al costo de un millar. La impresión offset sigue un proceso en la obtención del producto gráfico final, sea este una publicación, un póster, un calendario, etc. Participando dentro de este proceso personas que se encargaran de diferentes partes de la producción, por ejemplo el diseñador gráfico quien será el encargado de digitar textos y diseñar los espacios necesarios para las imágenes o sea diagramar la publicación; otra persona que aportará será el fotomontajista que preparará las artes para ser insoladas en las placas de impresión aplicando la fotomecánica para conseguir imágenes óptimas para la impresión (tramadas). Otra persona integrada a esta lista es el compaginador quien como dice su nombre es quien compagina la publicación, ordenando adecuadamente sus contenidos por los números de páginas; además se encarga de encolar el trabajo, es decir aplicar cola sintética para el pegado de las partes si fuera necesario como lo es en la confección de libros o de comprobantes de pago (facturas, boletas, recibos por honorarios profesionales). Finalmente esta el encargado de refilar el trabajo final es decir por medio de una guillotina electrónica da los cortes en los filos de las páginas para que se encuentren uniformes en sus extremos o filos. Sin embargo nos estamos olvidando de la persona encargada de imprimir el trabajo, el impresor quien maneja la

máquina de imprenta y realiza el trabajo más importante: la impresión offset. EL PROCESO DE IMPRESIÓN PRE-PRENSA En esta primera etapa debemos tener concebida ya la idea, la creación, el diseño del trabajo a reproducir, se trabaja el original en la computadora: donde se digita, escanean y retocan las fotografías, se aplica la diagramación, la composición, para determinar los colores que se van a utilizar en el original; se utiliza la PANTONERA, que es un muestrario de colores donde se indica el porcentaje exacto de cada color. Una vez terminado el trabajo de diseño se graba en una unidad de almacenamiento (USB, CD, DVD) después se filma el trabajo (diseño) en la filmadora de fotolitos donde se realiza la separación de colores usando un fotolito por cada color de la cuatricromía: CIAN, MAGENTA, AMARILLO y NEGRO (si el trabajo es a todo color) es preferible sacar una prueba de color para que los impresores se puedan guiar y se pueda imprimir los colores tal como el original. Esta prueba se llama MATCHPRINT. Los fotolitos luego pasan al fotomecánico para insolar las placas en la insoladora en un determinado tiempo, después se proceden a revelar las placas con una emulsión química (revelador de placas). El diseño queda grabado (impreso) en la placa de aluminio para luego llevarlo a la máquina Offset y proceder a la impresión Pero si se quiere ahorrar en costos se pueden trabajar algunos diseños en papel Canson impreso al espejo para que cuando se insole la placa tenga contacto directo con el Canson. Se ahorra en los fotolitos. PRENSA Esta es la etapa propiamente de la impresión, donde hay que determinar el material a imprimir (cartulina, papel, etc.) se puede imprimir a un solo color (más económico) o en varios colores, en impresiones planas. Cuando la impresión es a todo color se le llama selección de colores, porque todos los colores se imprimen superponiéndose uno tras otro teniendo cuidado que haya un registro perfecto (que todos los colores calcen exactamente). Primero se imprime el color cian (azul) luego el amarillo, después el magenta (rojo) culminando con el color negro, en total son 04 pasadas con los cuales se consigue la impresión de todos los colores. En la actualidad hay maquinas offset de cuatro cuerpos (rotativas) que de una sola pasada imprimen los cuatro colores a la vez. POST PRENSA En esta parte ya tenemos el material impreso, se determina si se le da un acabado especial, puede ser barnizado,

plastificado, troquelado, etc. Luego se cortan las hojas al tamaño deseado, porque de la maquina sale en pliego grande; por ejemplo, si elaboramos un libro comenzaremos, entonces, compaginando las hojas de acuerdo a la numeración ya establecida, una vez terminada la compaginación se procede a pegar las hojas después se pegan o engrapan las carátulas, cuando el libro está listo se le da cortes a los filos llamado a esto el refilado o acabado. Todo este largo proceso requiere de mucha pero mucha responsabilidad, con precisión y profesionalismo, pues aunque no lo creas basta que una parte del proceso falle para que el trabajo de elaboración colapse y se pierda todo el material que se había avanzado de ahí que cada paso que se da tiene que ser seguro y bien realizado hasta el final.

En el interior de una de las imprentas las demandas de recursos humanos y las estrategias de formación son diferentes para actividades de prensa que para pre prensa o pos prensa. Las características de la fuerza de trabajo son diferentes en una y otra. El cambio radical de funciones de los nuevos técnicos de pre prensa con los cambios de tecnología llevó a que las habilidades que se les exige no son ya más la prolongación de las destrezas de aquellos que tenían anteriormente funciones similares. En cambio las habilidades para manejar las nuevas rotativas pertenecen a la misma categoría que las que se requiere para las antiguas. En ellas también se encuentran algunos aspectos nuevos como es la digitalización de algunas operaciones, pero un trabajador habituado a las antiguas prensas rotativas no se enfrenta a una máquina totalmente distinta.

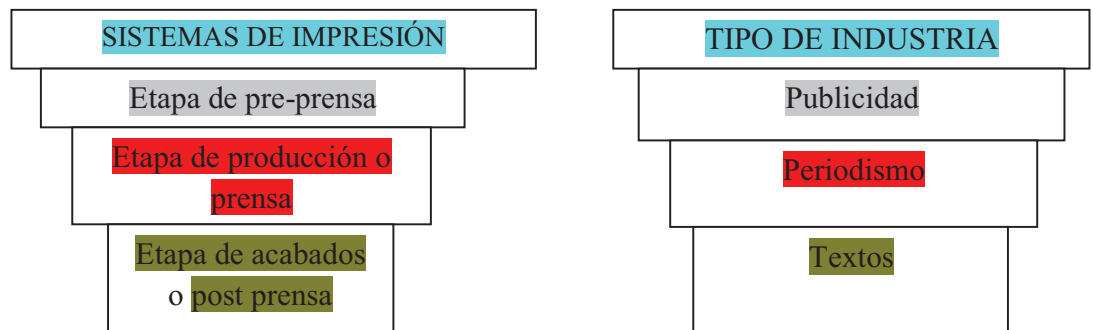
En el área de prensa se tiende a capacitar a los antiguos prensistas poniéndolos al día, sobre todo en los aspectos computacionales que implica la operación de las nuevas máquinas y en los insumos químicos nuevos utilizados en la producción. En el área de pre prensa la situación es diferente, no se trata ya de actualizar conocimientos sino de satisfacer demandas estructuradas sobre bases distintas. No sorprende que en esta área los trabajadores tiendan a ser más jóvenes y con una formación básica mayor, especialmente formación técnica. En el área de pre-prensa no se ofrece la posibilidad de reciclar trabajadores antiguos en tanto que no es posible incorporar trabajadores

que no tengan una buena formación básica, la que incluye no solo educación secundaria sino también nociones de manejo de computadoras.

En el área de pre prensa, la innovación tecnológica que implicó digitalizar todas las operaciones, cambiando esencialmente su carácter, dejó obsoletos los conocimientos de los técnicos y trabajadores que hacían el trabajo de preparación para la prensa. En esa área cambiar los trabajadores con experiencia por trabajadores jóvenes fue la solución económicamente más efectiva, más efectiva que la de calificar a los matriceros y linotipistas para reconvertirlos a las nuevas funciones.

Las funciones previas a la impresión, como es el diseño y la preparación, se hacen más sofisticadas, disminuye el trabajo manual así como los ajustes basados en el dominio motor de los individuos y el computador pasa a ser el instrumento principal, definiendo éste las características de los conocimientos y habilidades de quienes trabajan en estas etapas del proceso gráfico. Por otra parte, las maquinarias que se introducen en los talleres de impresión se caracterizan por integrar funciones químicas, mecánicas y gráficas, que en una etapa anterior estaban separadas, y por incorporar instrumentos de control numérico a las diferentes operaciones.

2.2 Categorización



2.3 MARCO TEÓRICO

2.3.1 SISTEMAS DE IMPRESIÓN

“Hasta la llegada del offset, la mayoría de los diarios utilizaban para su impresión la tipografía, si bien algunos se imprimían en hueco grabado o recurrían a un sistema mixto: el hueco grabado para las ilustraciones y la tipografía para los textos. Tanto la tipografía como el hueco grabado habían experimentado, hasta la década de los años sesenta, importantes mejoras que afectaban a los mecanismos de impresión”.

(AGUADO, PINEDO Y GONZALEZ, 1993, pág.33)

“Los sistemas de impresión en relieve tienen la zona de impresión más elevada que la zona de blancos y al aplicarle presión de unos rodillos entintados sobre la forma, se manchan sólo las partes en relieve que son las que a la vez imprimirán el soporte por contacto.

En hueco ocurre lo contrario que en relieve: Las zonas de impresión se encuentran en bajorrelieve y las de blanco están a nivel. La tinta se aloja en los alvéolos huecos del grafismo e imprime al tocar el papel.

Los sistemas de impresión en plano no tienen diferencias de nivel entre las zonas impresoras y no impresoras. En el plano de la forma se distingue la zona de blancos por tener preparada químicamente la superficie para facilitar el mojado con agua y la de mancha, que está preparada para el mojado con tinta grasa.

Los sistemas permeables imprimen pasando tinta a través de la forma en las zonas de mancha, impidiendo la transferencia de tinta en las zonas en las que el soporte no se tiene que imprimir.

Los sistemas digitales imprimen pasando tóner a través del soporte en las zonas marcadas por el láser que lo trasfiere a las zonas en las que el soporte tiene cargas electrostáticas.

El sistema de impresión offset se caracteriza por tener: calidad de impresión, facilidad y rapidez para elaborar pruebas y cambios de edición y la posibilidad de utilizar un papel de baja calidad”.(MERIZALDE, 2002 pág. 19)

Las tesis consideran que este avance a lo largo del tiempo, corresponde a la revolución instrumental que ha tenido lugar en los últimos años en los procesos de composición, producción y difusión de productos impresos, la tecnología digital ha traído consigo una remodelación profunda de los diferentes sistemas de impresión y ha abierto nuevos horizontes a las Imprentas, para que realicen su trabajo de manera más fácil y de mejor calidad.

2.3.2 Clasificación de los sistemas de impresión

“Impresión en tipografía fue utilizado durante tres siglos y medio hasta que la fuerza motriz generada por la máquina de vapor de Watt pudo ser adaptada a las prensas mecánicas. Más tarde se lograría curvar el molde dando lugar así a la invención de impresión cilíndrica o rotativa. La forma se disponía sobre una mesa horizontal de madera, llamada platina, la cual sería sustituida más tarde por otra de mármol o metal; se entintaba después la forma y sobre ella se colocaba el papel. La presión se ejercía mediante un tornillo, el cual accionaba una superficie plana, que presionaba el papel contra la forma dado que este plano de presión era de menor dimensión que la forma, la impresión debía realizarse de dos golpes. Hacia 1550 el tornillo de manera fue sustituido por otro de metal y se añadió a la prensa el tímpano, superficie plana de hierro, sobre la cual descansa el papel que ha de imprimirse y su bastidor que rodea el tímpano, a fin de evitar el contacto del papel con las partes no

impresoras de la forma. Tímpano y bastidor estaban sujetos con bisagras. Con estas prensas se podían imprimir entre 20 y trescientas hojas por día”.(AGUADO, PINEDO Y GONZALEZ, 1993, pág.33)

Xilografía: el sistema es el relieve, la forma de madera, el soporte es el papel, la tinta es grasa, la presión es plana y la impresión es directa. Ventajas: muy práctico para los dibujos, ya que el grabado en madera es más fácil que en metal. Inconvenientes: Muchos por no poderse sustituir los múltiples desgastes de la forma los cambios de textos en la corrección.

Tipografía: el sistema es el relieve, la forma de plomo, el soporte es el papel, la tinta es grasa, la presión es planocilíndrica y la impresión es directa. Ventajas: Nitidez al imprimir los caracteres, con cierta calidad si los tipos de letra son nuevos y el papel es liso y blando. Útil en trabajos especiales, como en impresos numerados y perforados. Permite corrección de errores o cambios de última hora en la misma máquina de impresión y es económica. Inconvenientes: Tendencia al aplastamiento y cegado de las aristas de los tipos y puntos de los grabados. Se emplea en tiradas de tamaño no muy grandes sin color ni ajustes excesivos.

Estereotipia: El sistema es el relieve, la forma de plomo, el soporte es el papel, la tinta es grasa, la presión es rotativa y la impresión es directa. Se inventó para aplicarlos en los periódicos y desde sus inicios hasta 1970, los diarios más importantes del mundo se imprimían así. Ahora está en desuso.

Letterset: El sistema es el relieve, la forma de capa de material fotopolímero sobre una plancha de aluminio, el soporte es el papel, la tinta es grasa, la presión es rotativa y la impresión es directa. Ventajas: Fácil ajuste y manejo y permite la misma calidad de impresión. Menos complicada de elaborar y ajustar que la estereotipia dando mayor calidad. Permite la impresión con tintas hidrófilas en el offset para realizar trabajos especiales o de entintación más regular. Inconvenientes: Falta de calidad para

realizar cuatricromías o trabajos de precisión. La imagen puede tener distorsiones por ser demasiado gruesa para arrollar un cilindro; los fallos de presión, etc.

Flexografía: El sistema es el relieve, la forma de fotopolímero, el soporte es el plástico, la tinta es líquida, la presión es rotativa y la impresión directa. Ventajas: la forma tiene relieve flexible que permite la impresión directa y blanda. Utiliza tinta de secado que le permite trabajar en plásticos laminados de naturaleza diversa. Realiza la impresión en rotativas de alta velocidad. Mejora la calidad de las fotografías en color. Inconvenientes: Escasa calidad debida a la deformación y aumento de la imagen cuando hay tensiones. La regulación del registro y el color es engorrosa con pérdidas de tiempo y materias primas. Al trabajar sobre plástico tiene problemas de anclaje de la tinta.

Calcografía: El sistema es de huecograbado, la forma de zinc, el soporte es el papel, la tinta es grasa, la presión es plana y la impresión es directa. Vent: No requiere ningún tipo de instalación ni maquinaria compleja. Inconv: Tiene deficiencias notables de calidad, sobre todo en los trazos finos. El soporte debe ser liso y absorbente para que haya contacto de impresión sin pérdidas de imagen.

Tampografía: El sistema es de huecograbado, la forma de Nylon, hay varios soportes, la tinta es líquida, la presión es plana y la impresión es indirecta. Vent: adaptación que tiene el tampón en cualquier tipo de soporte irregular. La tinta de secado por evaporización permite el secado sobre materiales no absorbentes. Es un sistema económico que requiere maquinaria pequeña. Inconv: Imposibilidad de impresión sobre superficies grandes y planas, así como la falta de calidad en ajustes muy precisos debido a las vibraciones producidas por los automatismos.

Huecograbado: El sistema es de huecograbado, la forma de cobre, el soporte es el plástico, la tinta es líquida, la presión es rotativa y la impresión es directa. Vent: Reproduce de forma más parecida a la fotografía tanto en color como en blanco y

negro. Consigue muy buenos contrastes de color y excelentes medios tonos y luces. La tirada es muy uniforme y el secado instantáneo de la tinta permite la rápida manipulación del impreso. Inconv: Deformación de los textos y plumas debido a la trama. La regulación del cambio de trabajo es muy problemática y delicada por la lentitud que requiere la grabación de los cilindros. Los disolventes de la tinta suelen crear problemas de contaminación.

Litografía: El sistema es el planográfico, la forma de piedra, el soporte es el papel, la tinta es grasa, la presión es plana y la impresión es directa. Ventaja: Facilidad para realizar la forma que se usaba para las imágenes en el siglo XIX. Inconveniente: Fácil pérdida de imagen, fragilidad de la forma, dificultades de archivo y lentitud del sistema.

Offset: El sistema es el planográfico, la forma de aluminio y plástico, el soporte de papel, la tinta es grasa, la presión es rotativa y la impresión es indirecta. Vent: Sistema más cuidado y estandarizado por los fabricantes de maquinaria de impresión, acabados y materias primas. Tiene muchos avances tecnológicos. Puede realizar grandes ediciones económicas, en breve espacio de tiempo, de gran calidad sobre cualquier tipo de papel. Inconv: Derivados de un complicado proceso de impresión, en el que el agua es su principal problema, porque obliga a mantener un equilibrio agua-tinta en toda la tirada, lo que genera altibajos en la entonación. La tinta, el papel, el agua y la velocidad generan problemas de difícil solución, como es el arrancado, el aumento de punto o el repintado.

Serigrafía: El sistema es permeable, la forma de poliéster, hay varios soportes, hay varias tintas, la presión es plana y la impresión es directa. Vent: Se adapta bien a gran parte de soportes. El tono puede ser muy intenso, puesto que el sistema permite imprimir con mucha capa de tinta. Es muy económico para tiradas cortas. Inconv: Falta de calidad para trabajos con colores y ajustes muy finos. El secado y el anclaje de la tinta plantean problemas relacionados con el espesor de la capa, con la

naturaleza del soporte y con la elección del tipo de tinta apropiada. Es un sistema lento y engorroso.

Chorro tinta: El sistema es digital, la forma de CD-Rom, el soporte es el papel, la tinta es líquida, no tiene presión y la impresión es directa.

Láser: El sistema es digital, la forma de CD-Rom, el soporte es el papel, la tinta es tóner, no tiene presión y la tinta es directa. (MERIZALDE, 2002, pág.53-65).

Las tesis consideran que estos cambios tecnológicos han generado modificaciones en los puestos de trabajo, que en el caso de prensa implica actualizaciones de los puestos existentes, mientras que en pre prensa implica cambios radicales, supresión de operaciones, tareas y oficios y la generación de técnicos y operarios diferentes, con muy poco parentesco con sus predecesores.

2.3.3 ETAPA DE PRE-PRENSA

Diseño.-Utilizado habitualmente en el contexto de las artes aplicadas, ingeniería, arquitectura y otras disciplinas creativas, diseño se define como el proceso previo de configuración mental "pre-figuración" en la búsqueda de una solución en cualquier campo. Etimológicamente derivado del término italiano *disegno* dibujo, designio, signare, signado "lo por venir", el porvenir visión representada gráficamente del futuro, lo hecho es la obra, lo por hacer es el proyecto, el acto de diseñar como prefiguración es el proceso previo en la búsqueda de una solución o conjunto de las mismas. Plasmar el pensamiento de la solución mediante esbozos, dibujos, bocetos o esquemas trazados en cualquiera de los soportes, durante o posteriores a un proceso de observación de alternativas o investigación.

El acto intuitivo de diseñar podría llamarse creatividad como acto de creación o innovación si el objeto no existe, o es una modificación de lo existente inspiración abstracción, síntesis, ordenación y transformación.

Referente al signo, significación, designar es diseñar el hecho estético de la solución encontrada. Es el resultado de la economía de recursos materiales, la forma y el significado implícito en la obra dada su ambigua apreciación no puede determinarse si un diseño es un proceso estético cuando lo accesorio o superfluo se antepone a la función o solución. El acto humano de diseñar no es un hecho artístico en sí mismo aunque puede valerse de los mismos procesos y los mismos medios de expresión, al diseñar un objeto, o signo de comunicación visual en función de la búsqueda de una aplicación práctica. El verbo "diseñar" se refiere al proceso de creación y desarrollo para producir un nuevo objeto o medio de comunicación (objeto, proceso, servicio, conocimiento o entorno) para uso humano. El sustantivo "diseño" se refiere al plan final o proposición determinada fruto del proceso de diseñar (dibujo, proyecto, maqueta, plano o descripción técnica) o, más popularmente, al resultado de poner ese plan final en práctica (la imagen o el objeto producido)” (AGUADO 2006 pag.19-22)

El diseñador

Referente a la profesión (empírica) mediante la praxis profesional o académica de quién diseña, actúa y proyecta objetos funcionales, herramientas ergonómicas, mobiliario, accesorios útiles, vestimenta, espacios físicos o virtuales webs, multimedia, información, señales, mensajes no verbales sígnicos, simbólicos y sistemas, ordena elementos gráficos e imágenes, clasifica tipologías, crea o modifica tipografías. Su campo de actuación tiene relación con la industria, el comercio y todas las actividades culturales, su perfil y educación puede tener orientación técnica en la ingeniería de procesos industriales o constructivos (arquitectura de interiores), en relación con las disciplinas humanísticas en los campos de actuación de la comunicación audiovisual, las artes gráficas, la publicidad, el mercadeo (marketing o la gestión de productos, el diseño de los mismos o sus contenedores (packaging)

embalajes, etiquetas, envases y en las mismas empresas industriales o comerciales en departamentos de investigación y desarrollo de nuevos productos o comunicación corporativa con el diseñador. La mayor parte del dibujo técnico se realiza hoy con ordenadores o computadoras, ya que es más fácil modificar un dibujo sobre la pantalla que sobre el papel.

Las computadoras también hacen más eficientes los procesos de diseño y fabricación. Por ejemplo, si las especificaciones de una pequeña pieza de una máquina se modifican en el ordenador, éste puede calcular cómo afectan los cambios al resto de la máquina antes de proceder a su fabricación.(2009)

“¿Qué es la pre impresión? Podríamos definirla como el conjunto de operaciones que tiene como finalidad la elaboración de la página de un diario, integrando en la misma, a través de un video terminal, textos e imágenes. Estas operaciones son las que corresponden a la naturaleza del trabajo redaccional, como son capacitación, selección, tratamiento y presentación de la información textual y grafica. Los redactores escriben sus textos sobre la página electrónica, al mismo tiempo que las imágenes en baja resolución, son transmitidas y situadas en los espacios previamente fijados. En cualquier momento, se pueden efectuar cambios tanto en, los textos como en las imágenes, elaborada ya la página, el redactor puede obtener una copia de la misma en una impresora el siguiente paso será la filmación de la página a fin de elaborar la plancha de impresión, aspecto este que corresponde al sector de producción a esto se denomina un sistema redaccional de impresión”(AGUADO, PINEDO Y GONZALEZ, 1993, pág.106)

Las tesis consideran que hay una realidad en las imprentas del sector centro de la ciudad de Latacunga , hay varias personas trabajando, pero sus sueldos son bajos , y su preparación empírica; conocen bien los procesos de las fases de impresión, pero la mayoría de éstos no ha estudiado para trabajar en estas diferentes imprentas, por eso mucha de las veces son abusados por sus empleadores , y otro problema que existe es

la salida de nuevas tecnologías, donde se realiza este trabajo en menos tiempo y por menos dinero, así que existe basta competencia. Esto ha tenido consecuencias sobre la estabilidad en el trabajo, sobre las características de la fuerza de trabajo en unas y otras de las fases de la producción y sobre los respectivos procesos de formación, lo que afecta las relaciones con los institutos de formación que es consecuentemente diferente para unos y otros.

2.3.4 PRODUCCIÓN O PRENSA

La Impresión Offset

La impresión Offset es un método de reproducción de documentos e imágenes sobre papel, o materiales similares, que consiste en aplicar una tinta, generalmente oleosa, sobre una plancha metálica, compuesta generalmente de una aleación de aluminio. La plancha toma la tinta en las zonas donde hay un compuesto hidrófobo, el resto de la plancha se moja con agua para que repela la tinta; la imagen o el texto se trasfiere por presión a una mantilla de caucho, para pasarla, finalmente, al papel por presión.

Flebografía es una variante de la tipografía. Se imprime en rotativas con clisés cilíndricos fotopolímeros de caucho o plástico, que llevan la imagen en relieve. Utilizan tintas muy fluidas. También se llama impresión a la anilina. Se utiliza para trabajos de impresos de continuo, sobre todo en soportes de películas plásticas flexibles para envasado de productos y etiquetas adhesivas para cadenas de envasado.

Serigrafía Consiste en una tela, tensada sobre un marco en el que hay zonas sin bloquear por donde la tinta se filtrará hasta llegar al soporte de impresión. Las otras zonas estarán tapadas para que no dejen pasar la tinta. (SANDE, 1993,Pág 27)

Las tesis consideran que en cuanto a las realidades en países parecidos al nuestro, también existe el avance de la digitalización; en cuanto a la pre-prensa ha ido ganado

espacios cada vez más grandes. Las empresas de comunicación, en los últimos años, han experimentado un evidente proceso de transformación mediática.

2.3.5 POS-PRENSA

El proceso de producción gráfica no termina cuando el papel sale con la imagen impresa. Después de eso todavía hay que hacer todos los acabados para que tu impreso quede como estaba planeado. Estos acabados pueden ser cortes, dobleces, cosidos, encuadernaciones, plastificados o barnizados, troquelados, etc.

Si bien durante la impresión es posible compensar algunos de los defectos surgidos en las etapas anteriores, la única garantía para obtener un buen producto es (además de una buena impresión) un buen trabajo de acabado. Ello sólo puede lograrse mediante una adecuada comprensión de las responsabilidades de cada parte del proceso en general y una visión integrada del mismo. Diseño, Pre-Prensa, Prensa y Post-Prensa sólo podrán llevarse a cabo sin dificultad, si en el momento de iniciado el proceso se tuvieron debidamente en cuenta los márgenes, sangrados, líneas de corte y doblez, troqueles y demás elementos auxiliares que requiera el trabajo. “El diseñador deberá dedicar toda la atención posible a los procesos de Prensa y Post-Prensa para aprovechar al máximo las opciones disponibles, y evitar complicaciones o desperdicios de material innecesarios; por su parte, el operario de Post-Prensa, en esta última etapa, está en la obligación de sumar en pro de la calidad del producto respetando y mejorando lo previsto por las etapas anteriores”. (GRÁNDEZ GRÁFICOS S.A.C.)

Encuadernacion: Espiral Wire-O Channel Tornillos Libros de Contabilidad Fasciculos Grapado en revista Encuadernación encolada y fresada Encuadernación con cinta térmica (fastback) Encuadernación rústica en tapa dura (guaflex, cuero, tela, piel y tienen varios diseños.

Las etapas finales en la producción gráfica son la prensa y posprensa, como la encuadernación y el troquelado. Si bien durante la impresión es posible compensar

algunos de los defectos surgidos en las etapas anteriores, la única garantía para obtener un buen producto es (además de una buena impresión) un buen trabajo de diseño y matriz de impresión, que sólo puede lograrse mediante una adecuada comprensión de las responsabilidades de cada parte: diseñador y pre prensa. Asimismo, las tareas de pos prensa sólo podrán llevarse a cabo sin dificultad si en el momento de diseñar se tuvieron debidamente en cuenta los márgenes, sangrados, líneas de corte y plegado, troqueles y demás elementos auxiliares que requiera el trabajo. El diseñador deberá dedicar toda la atención posible a los procesos de prensa y pos-prensa para aprovechar al máximo las opciones disponibles, y evitar complicaciones o desperdicios de material innecesarios.

Guillotina de papel: Las guillotinas son máquinas destinadas a cortar hojas de papel apiladas. Pueden también servir para cortar materiales blandos presentados en hojas: cartón, materias plásticas, chapa de madera, etc.).

Se distinguen dos clases de guillotinas:

- Convencionales: provistas de una sola cuchilla que efectúa cortes rectilíneos.
- Trilaterales: pueden efectuar el corte simultáneo en los tres lados de un folleto o libro.

La plegadora.-es una de las maquinarias que componen el departamento de post-prensa, la cual tiene como finalidad efectuar los plegados o dobleces a los impresos que requieren de tal proceso.

La plegadora se clasifica de la siguiente manera:

- Plegadora de bolsa o parrilla
- Plegadora de cuchilla
- Plegadora complejas o híbridas

De igual forma podemos decir que los plegados se clasifican en:

Plegados regulares: Son aquellos que son múltiplos de cuatro (4), y su característica principal se puede identificar porque siempre buscan el centro del pliego o formato. Estos son por ejemplo el plegado en cruz, en folio, en tríptico, etc.

Plegados irregulares: Estos plegados al contrario de los regulares son múltiplos de 6 caras o más, y es por esta característica que permite diversos dobleces en una misma dirección; tales como: doblez en acordeón o zig zag, doblez en cartera, doblez en paralelo, en ventana doble, en venta triple, doblez mixto.

La Engrapadora y/o Grapadora.-Es otra de las tantas máquinas que componen el departamento de Post-prensa, la cual tiene como misión adherir la portada a los pliegos, valiéndose de dos uñas metálicas denominada grapa, dando formación a los que denominamos folleto u opúsculo.

Las tesoristas consideran que esta etapa es también importante ya que conjunto con las demás forman una obra de arte, esta etapa tiene que lograr que los clientes queden satisfechos y que se obtenga un producto de buena calidad sin tener que viajar a otras ciudades.

2.3.6 TIPOS DE INDUSTRIAS GRÁFICAS

Se entiende por industrias gráficas a un sector productivo y muy diversificado que engloba actividades muy variadas en el campo de la comunicación gráfica, y en el lenguaje común se incluye a todas aquellas industrias que se dedican a la transformación y manipulación del papel y derivados papeleros, así como a los diferentes sistemas y procesos de impresión; este planteamiento en la actividad debe ampliarse a tratamiento de soportes no papeleros.

Desde el punto de vista estructural este sector puede considerarse englobado en una estructura de transición que se caracteriza por tres cosas:

- Aparición constante de nuevas técnicas.

- Productos diferenciados.
- Puesta en práctica de las nuevas formas de producir solo por parte de algunas grandes empresas.

Se le puede considerar dentro del sistema productivo a caballo entre los sectores industrial y servicios, puesto que la producción depende de las necesidades del cliente (calidad, presupuesto, número de ejemplares, etc.) y las condiciones pactadas con el.

La situación geográfica de los centros de producción se basa en la proximidad de los centros de demanda, y eso quiere decir que no responde a criterios de racionalidad económica, tales como el abastecimiento de materias primas o de facilidades de instalación y distribución.

Existe una gran variedad de tipos de trabajo, tanto con las dimensiones de los formatos de impresión (periódicos, tarjetas de visita, etc.), como con los diferentes cortes de impresión (papel, plástico, tejidos, etc.), como con el número de tintas (carta comercial monocolor o revista a todo color) o los diferentes sistemas de impresión (offset, flexografía, etc.).

También existe una gran variedad en el tipo de pedidos. En la actualidad las industrias gráficas pueden admitir trabajos de un solo ejemplar como ciertas aplicaciones serigráficas, hasta millones de ejemplares, como diarios o impresos de campañas editoriales. Esta diversidad en la longitud de la tirada implica problemas complejos a la hora de realizar el proyecto gráfico, sobre todo en lo referente al aprovisionamiento y gestión de máquinas, tiempos de producción y materiales. Los trabajos fijos son la excepción porque en ellos solo se producen cambios puntuales, como es el caso de los periódicos o revistas.

Otra característica es la variedad de aplicaciones de las técnicas utilizadas que pueden serlo de forma individual o conjunta, por ejemplo: sistemas de impresión como huecograbado o flexografía que en su versión normal de rotativa de bobina pueden

producir en línea partes diferentes de una sola obra (texto en offset, fotos en hueco) o también el cuerpo de la obra en offset y cubierta en serigrafía.

Los trabajos realizados en la industria gráfica cubren una alta gama de técnicas que oscilan desde la impresión de azulejos, cerámica, circuitos impresos, esferas de reloj, etc. en serigrafía, a billetes de banco o botes de bebidas.(GALVAN,2003, pág. 75)

Las tesis consideran que han sido varios los cambios que han sufrido los procesos de impresión, como lo fueron los soportes: los papiros, los pergaminos, las tabillas, en fin hasta la invención de la imprenta con Gutember, así que estos procesos de pre-prensa, prensa y pos-prensa siempre han existido claro que hoy se lo realiza de una manera menos ortodoxa y gracias a las tecnologías ya es un trabajo más fácil y menos costoso.

2.3.7 PUBLICIDAD

La publicidad(en inglés: advertising) es considerada como una de las más poderosas herramientas de la mercadotecnia, específicamente de la promoción, que es utilizada por empresas, organizaciones no lucrativas, instituciones del estado y personas individuales, para dar a conocer un determinado mensaje relacionado con sus productos, servicios, ideas u otros, a su grupo objetivo.

Definición de Publicidad, Según Expertos en la Materia:

O'Guinn, Allen y Semenik, autores del libro "Publicidad", definen a la **publicidad** de la siguiente manera: "La publicidad es un esfuerzo pagado, transmitido por medios masivos de información con objeto de persuadir". (O'GUINN, ALLEN Y SEMENIK, 2008, Pág. 6.)

Kotler y Armstrong, autores del libro "Fundamentos de Marketing", definen la **publicidad** como "cualquier forma pagada de presentación y promoción no personal de ideas, bienes o servicios por un patrocinador identificado". (PHILIP KOTLER Y GARY ARMSTRONG, HALL, 2008, pág. 470)

Para **Stanton, Walker y Etzel**, autores del libro "Fundamentos de Marketing", la **publicidad** es "una comunicación no personal, pagada por un patrocinador claramente identificado, que promueve ideas, organizaciones o productos. Los puntos de venta más habituales para los anuncios son los medios de transmisión por televisión y radio y los impresos (diarios y revistas). Sin embargo, hay muchos otros medios publicitarios, desde los espectaculares a las playeras impresas y, en fechas más recientes, el internet".(STANTON, ETZEL Y BRUCE, HILL, 2004, pág. 569).

Según la **American Marketing Association**, la **publicidad** consiste en "la colocación de avisos y mensajes persuasivos, en tiempo o espacio, comprado en cualesquiera de los medios de comunicación por empresas lucrativas, organizaciones no lucrativas, agencias del estado y los individuos que intentan informar y/o persuadir a los miembros de un mercado meta en particular o a audiencias acerca de sus productos, servicios, organizaciones o ideas". (LEHRER, 2009,pag.54)

El **Diccionario de Marketing de Cultural S.A.**, define a la **publicidad** como "una comunicación no personal, realizada a través de un patrocinador identificado, relativa a su organización, producto, servicio o idea"(ALCARAZ, 2000, Pág. 282).

Como: hojas membretadas, tarjetas de presentación, volantes, trípticos, dípticos, folletos, catálogos, invitaciones, pegatinas y adhesivos, calendarios, agendas, facturas, notas de venta, etiquetas, gigantografías, encartes etc.

Las tesistas consideran que la publicidad ha servido a las diferentes empresas o personas para promocionar un servicio o producto al público para esos se utilizan los diferentes medios masivos de comunicación a cambio de una cantidad de dinero.

2.3.8 PERIODISMO

Es la captación y el tratamiento, escrito, visual o gráfico, de la información en cualquiera de sus formas y variedades. La noción también hace referencia a los

estudios o la carrera de periodista. En otras palabras, el periodismo es la actividad profesional que consiste en recolectar, sintetizar, jerarquizar y publicar información relativa a la actualidad. Para cumplir con su tarea, el periodista consulta fuentes verificables o recurre a su propio testimonio.

Aunque la base del periodismo es la noticia, también incluye otros géneros, como la crónica, la entrevista, la opinión y el reportaje. Por eso, el periodismo puede ser informativo, interpretativo o de opinión, por ejemplo. Los distintos medios de comunicación, como los diarios, la televisión, la radio o Internet, hacen que el periodismo pueda ser gráfico, audiovisual, radiofónico o digital.

Ante la fuerte influencia que el periodismo tiene en la sociedad, suele ser conocido como el cuarto poder. Por otra parte, en un intento por garantizar el desarrollo ético de la profesión, existen colegios y asociaciones profesionales que regulan la actividad. (BLANCO,2005,Pag.20)

Las tesis consideran que el periodismo es uno de los oficios más antiguos que existen, donde nuestra ética se ha visto envuelta en muchos entredichos desde la época medieval, porque no todos podían acceder a la información, solo los reyes y la burguesía que siempre ha explotado a los pobres y por lo tanto el periodismo ha sido también un arma de sometimiento del sistema, pero es menester que los nuevos comunicadores rompan con este mal concepto, se realice un periodismo con investigación y para la gente que no tiene voz no solo a los que tienen el poder. Como: revistas Enfoke, Cotopaxi Magazine, Guía empresarial del SRI, prensa La Hora, y La Gaceta.

2.3.9 TEXTOS

Un texto es una composición de signos codificado en un sistema de escritura (como un alfabeto) que forma una unidad de sentido. Su tamaño puede ser variable.

También es texto una composición de caracteres imprimibles (con grafema) generados por un algoritmo de cifrado que, aunque no tienen sentido para cualquier persona, si puede ser descifrado por su destinatario original.

En otras palabras un texto es un entramado de signos con una intención comunicativa que adquiere sentido en determinado contexto. De los textos se pueden extraer ideas esenciales, a las que llamaremos "macro proposición". También es un conjunto de oraciones agrupadas en párrafos que habla de un tema determinado.

Clases de textos

Los **textos narrativos** relatan hechos que les suceden a unos personajes en un lugar y en un tiempo determinado.

Los **textos descriptivos** nos cuentan cómo son los objetos, las personas, los espacios, las situaciones, los animales, las emociones y los sentimientos.

El **dialogado** es un tipo de texto que reproduce literalmente las palabras de los personajes.

La **expositivo y argumentativo** consiste en explicar de forma objetiva unos hechos o un tema.

Como: Libros de música, ensayos, religiosos, escolares y poesía. (PAVLIK,2005,pag. 36)

Las tesis consideran que los textos son un método de acumulación de conocimientos y guardar historias, memorias mediante la impresión ya sea manual o por medio de una máquina de letras que quedaran impregnadas para siempre y cuando se le mantenga con un adecuado existen de varias temáticas como: Física, Química, Ciencias Naturales, religiosos, para niños, Poesía, Música, Historia, entre otros.

2.4 MARCO CONCEPTUAL

Post-prensa.-El proceso de impresión no termina cuando el papel sale con la imagen impresa. Después de eso todavía hay que hacer todos los acabados para que el impreso quede como estaba planeado. Estos acabados pueden ser varios y muy diversos: cortes, dobleces, alzados, encuadernados, barnices, laminados, perforados, etc. a todos estos procesos, se les llama Post prensa. En resumen se define a la pos-prensa como el conjunto de procesos que se siguen después de la impresión, para que el impreso este terminado y listo para ser utilizado en la comunicación de un mensaje.

Medios y materiales de producción.-son las maquinarias y equipos de imprenta, muestrarios de papeles y colores, útiles y equipo de oficina, medios informáticos, precios de materiales de producción de impresos, muestras de impresiones realizadas.

El diseño gráfico.- son los contenidos y capacidades expresivas que tiene un producto impreso, que va hacer utilizado para una publicidad que comunique lo que el cliente desea.

Equipos y útiles de dibujo.- lámparas, escuadras, reglas T, tablero de diagramación, Juego de estilógrafos, cuentahílos, tijeras, levantadores.

Equipo informático.- impresora láser, impresora de inyección, escáner, filmadora, procesadora.

Software de diseño.-Page Maker, Corel Draw, Free hand, Illustrator, Photo Shop, entre otros, programas.

Accesorios informáticos.-disquetes, papel, toner, fotos, pen draw, tarjetas de memoria.

Teniendo en cuenta las anteriores definiciones, las tesisistas plantean la siguiente definición de publicidad:

La publicidad.-Es una forma de comunicación impersonal y de largo alcance que es pagada por un patrocinador identificado (empresa lucrativa, organización no gubernamental, institución del estado o persona individual) para informar, persuadir o recordar a un grupo objetivo acerca de los productos, servicios, ideas u otros que promueve, con la finalidad de atraer a posibles compradores, espectadores, usuarios, seguidores u otros.

La prensa.-es un medio de comunicación y la necesidad de comunicarse es una realidad inherente al ser humano, representa un enfoque vivo y activo, de la realidad.

CAPITULO II

2.1 BREVE CARACTERIZACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO.

Al realizar las encuestas para determinar los procesos de diseño, pre prensa, prensa y pos prensa nos pudimos dar cuenta que la mayoría de imprentas son negocios en los cuales se realizan mayoritariamente trabajos de publicidad, sobre todo afiches, hojas volantes calendarios, etc.

En unas pocas imprentas realizan impresión de textos, como libros. Otras empresas más completas realizan de todo, como por ejemplo la imprenta Gutenberg, que aparte de su amplia trayectoria en impresión de diferentes tipos de productos, cuenta con un almacén en el que exhiben y venden los trabajos realizados por la misma imprenta.

Podemos decir además, que no todas las imprentas cuentan con el espacio adecuado, para ser una empresa de impresos. En la imprenta *Unigraf*, aparte de su negocio como tal, la maquinaria que se podía notar a simple vista era de diseños de publicidad, la que se pudo observar: dos máquinas Mac y las demás PC, pero las grandes máquinas de impresión tienen un espacio aparte, por su tamaño y por el requerimiento que necesitan.

En otras imprentas que más funcionan como papelerías, no se pudo apreciar a simple vista la maquinaria que utilizan, puesto que tienen diferentes sucursales y los elementos de impresión los tienen en un lugar especial apartado de sus locales comerciales.

En otras imprentas son solamente oficinas, donde toman pedidos, como la mayoría solo en impresos de facturas y esquelas, que es lo que más se demanda, y en otras imprentas se realiza otro tipo de impresión, como es impresión en cinta.

Para el manejo de una maquina de impresión son dos personas, es decir dos operadores, aparte de las personas que realizan mantenimiento.

Lamentablemente, en donde se logra ver la máquina especial para impresión desde la entrada, no nos facilitaron información.

2.2 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.

1.- ¿Su imprenta cuenta con un diseñador gráfico?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	14	93%
NO	1	7%
TOTAL	15	100%



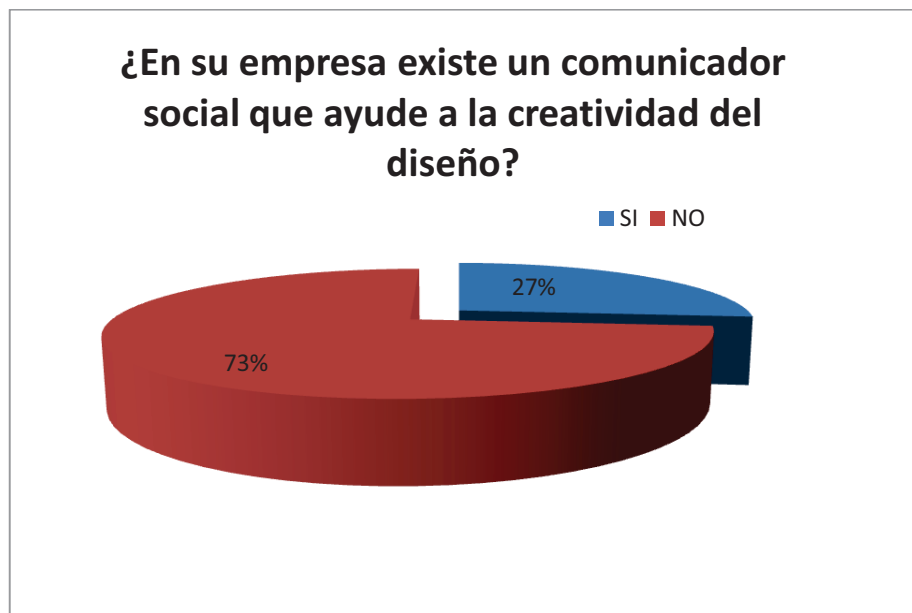
Elaborado por: Zulay Medina y Karla Sampedro
Fuente: Investigación

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En las diferentes imprentas encuestadas, de un 100%, un 93% responde SI, apenas un 7% contesta que NO cuenta con un diseñador gráfico, pero las realidades podrían ser otras ya que por abaratar costos según lo que se pudo apreciar la mayoría no cuentan con ese requisito, que es indispensable para la diagramación de los productos comunicacionales impresos.

2.- ¿En su empresa existe un comunicador social que ayude a la creatividad de diseño?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	4	27%
NO	11	73%
TOTAL	15	100%



Elaborado por: Zulay Medina y Karla Sampedro
Fuente: Investigación

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

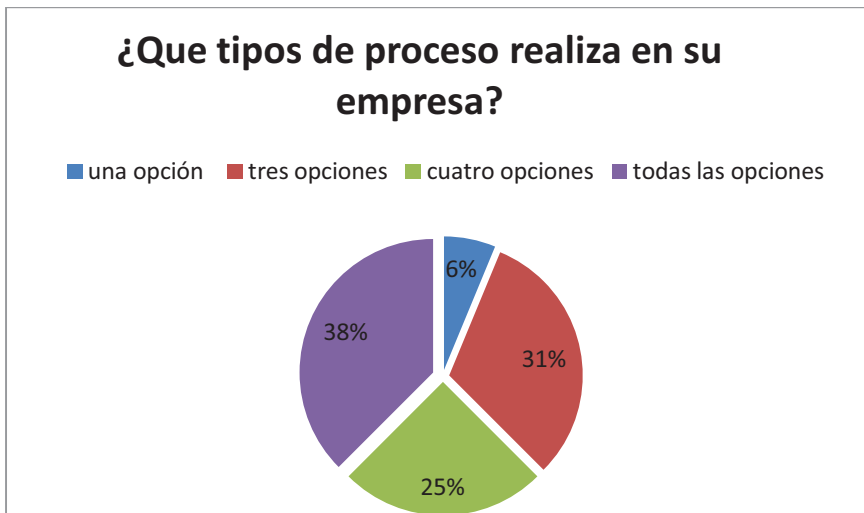
Como se puede apreciar en los resultados de las encuestas, el 73% de las imprentas NO cuenta con los servicios de un comunicador social y un 27% responde SI, esto según un sondeo en la realidad solo un 1% contrataría un comunicador social, según los dueños de las imprentas creen que con un diseñador gráfico es suficiente para realizar una de las fases de pre-prensa como lo es en el diseño.

3.- ¿Qué tipos de proceso realiza en su imprenta?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
una opción	1	6%
tres opciones	5	31%
cuatro opciones	4	25%
todas las opciones	6	38%
TOTAL:	15	100%

OPCIONES

serigrafía
offset
laser
injeck
tipografía



Elaborado por: Zulay Medina y Karla Sampedro

Fuente: Investigación

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Como se puede apreciar, un 38% de imprentas realiza todas la opciones planteadas, un 31% realiza tres de las cinco opciones; entre las más utilizadas están offset, laser e injeck, un 25% escoge cuatro opciones y un 6%, que corresponde a una sola imprenta, realiza tipografía, en una de las encuestas nos encontramos con la novedad de que también se realizaban fases de impresión en digital y sublimación.

4.- ¿En su imprenta que producto comunicacional realiza con más frecuencia?

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
todas las opciones	4	27%
cuatro opciones	6	40%
dos y tres opciones	4	27%
ninguna	1	6%
TOTAL	15	100%

OPCIONES
 libros
 revistas
 folletos
 volantes
 gigantografías



Elaborado por: Zulay Medina y Karla Sampetro
 Fuente: Investigación

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

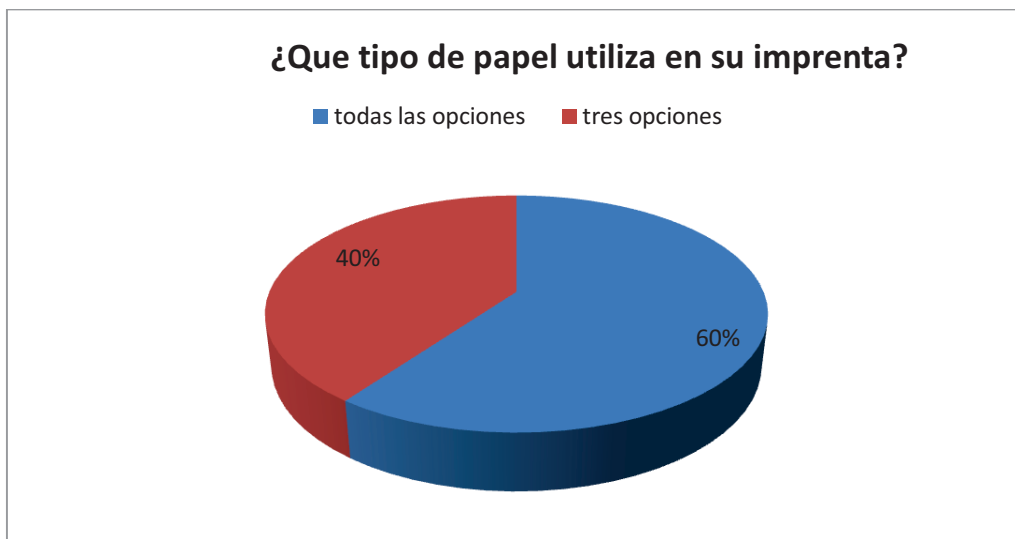
Los resultados de este ítem proporciona la siguiente información un 40% de las imprentas escogen cuatro opciones, en un empate visible tenemos dos y tres opciones con un 27%, en las opciones más comunes se encuentran volantes y folletos, porque este proceso es más simple y de menos costo para los clientes; en ese 27% también se incluyen la impresión en Gigantografías, un 6% que corresponde a una imprenta no señaló ninguna y agregó que se realizaba impresión en cinta.

5.- ¿Qué tipo de papel utiliza en su imprenta?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
todas las opciones	9	60%
tres opciones	6	40%
TOTAL	15	100%

OPCIONES

papel bond
papel periodico
papel kimberly
papel cushe



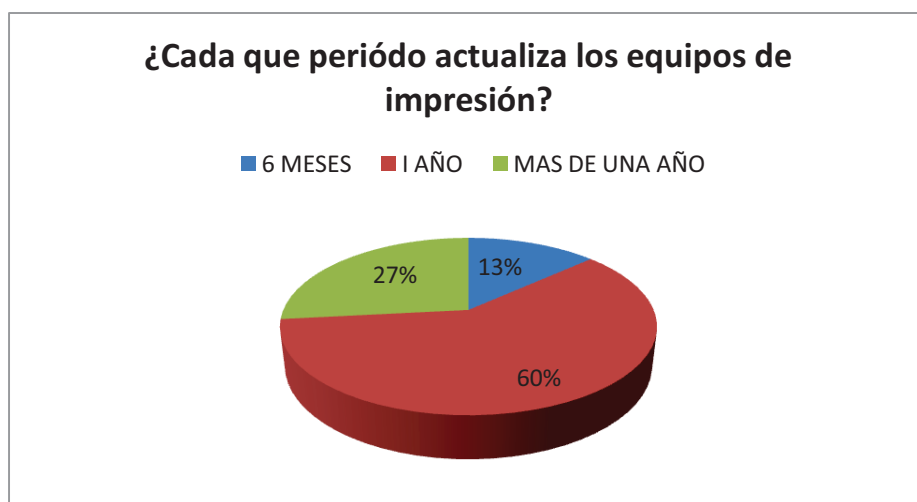
Elaborado por: Zulay Medina y Karla Sampedro
Fuente: Investigación

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Los resultados arrojaron que un 60% de las imprentas trabajan con todo tipo de papel, un 40% trabaja con tres tipos de papeles entre ellos: bond, kimberly, cushe, quedando de lado el papel periódico esto debido a la calidad en el momento de la impresión y por otro lado en otras imprentas es muy utilizado por que es más económico

6.- ¿Cada que periodo actualiza los equipos de impresión?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
6 MESES	2	13%
I AÑO	9	60%
MAS DE UNA AÑO	4	27%
TOTAL	15	100%



Elaborado por: Zulay Medina y Karla Sampedro
Fuente: Investigación

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

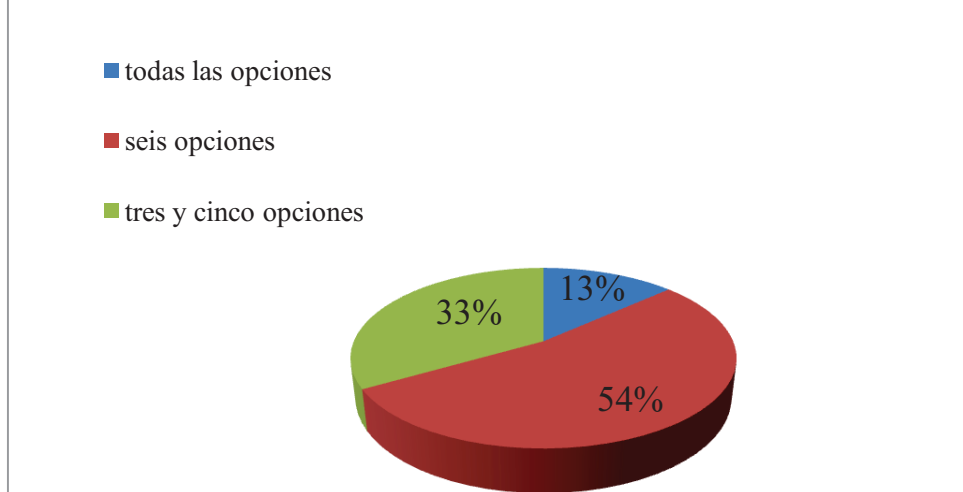
Como se puede apreciar en el gráfico un 60% de los propietarios de las imprentas, prefieren actualizar sus equipos cada año, mientras que un 27% lo hace a más de un año y tan solo un 13% lo hace cada seis meses, esto debido al alto costo de los programas de actualización, maquinarias y mantenimiento, aparte las imprentas tienen que mantenerse acorde a la tecnología por estas razones actualizan sus equipos cada año.

7.- ¿Cuál de los siguientes procesos de post- prensa realiza en su imprenta?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
todas las opciones	2	13%
seis opciones	8	54%
tres y cinco opciones	5	33%
TOTAL	15	100%

- OPCIONES**
- Guillotinado
 - Doblado e intercalado
 - Troquelado
 - Recubrimiento UV
 - Encolado y cosido
 - Empastado
 - Empaquetada y distribución.

¿Cuál de los siguientes procesos de post- prensa realiza en su imprenta?



Elaborado por: Zulay Medina y Karla Sampedro
Fuente: Investigación

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Según los resultados varios son los procesos que se realizan en las imprentas, un 54% escoge seis opciones; tres y cinco opciones coinciden en un 33% cada una ,un 13% realizan todas las opciones ,entre los trabajos de post- prensa más comunes que realizan las imprentas tenemos: guillotinado, doblado e intercalado, troquelado , las de menos acogida fueron empastado, encolado y cocido empaquetado y distribución , pero la opción que recibió menos vistas fue recubrimiento UV , esto debido a su alto costo y por el uso de tecnologías más avanzadas.

2.3 CONCLUSIONES

- 1.-Que la mayoría de las imprentas cuentan con un ayudante en diseño.
- 2.- La mayoría de las imprentas realizan poco producto comunicacional y que más se dedican a los productos sencillos en publicidad.
- 3.- La mayoría de las personas no buscan los servicios de imprentas ellos prefieren de agencias publicitarias.
- 4.- La mayoría no utiliza en su totalidad materiales de calidad.

2.4 RECOMENDACIONES

- 1.-Deberían ser especializados y no solo de forma empírica las personas que laboran en las imprentas.
- 2.-Las imprentas deben contar con un comunicador social para que realiza en de mejor forma su producto comunicacional.
- 3.- Todas las imprentas deberían ofrecer variedad de servicios para que haya competitividad.
- 4.- las imprentas deberían ofrecer los mejores productos de calidad

CAPITULO III

DISEÑO DE LA PROPUESTA

DATOS INFORMATIVOS:

Título de la propuesta: Guía técnica para comprender el proceso de producción de un impreso.

Institución ejecutora: Universidad Técnica de Cotopaxi, a través de la Carrera de Comunicación Social.

Beneficiarios: estudiantes de la carrera de Comunicación Social, estamentos de la Universidad Técnica de Cotopaxi

Ubicación: San Felipe, sector Elegido

Tiempo estimado de ejecución: para la implementación de la I fase del laboratorio de impresos en la Universidad Técnica de Cotopaxi las fechas consideradas son: desde el 20 de marzo al 28 de julio de 2012.

Equipo responsable: este trabajo está integrado por: Medina Rivera Karina Zulay, Karla Fernanda Sampedro Semanate y Lic. Franklin Falconí.

ANTECEDENTE

Al no existir un laboratorio de impresos por lo tanto no se ha realizado una guía técnica que explique cuáles son los procesos de impresión.

JUSTIFICACIÓN

Porque con una guía técnica se puede garantizar la organización entre el alumno y el profesor, para optimizar el buen funcionamiento del laboratorio.

OBJETIVOS

General:

1. Elaborar una guía técnica para identificar los procesos de pre-prensa, prensa y post-prensa.

Específicos:

1. Determinar que es una guía de trabajo
2. Determinar las necesidades en un laboratorio de trabajos impresos
3. Aplicar la propuesta.

Ejecutar

DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

Que es una guía técnica.- Se la puede definir como un manual de procedimientos, es decir contiene una descripción precisa de cómo deben desarrollarse las actividades en el proceso de productos impresos, también se lo considera como un documento que contiene la representación de actividades que deben seguirse en la realización de las funciones de un trabajo. La presentación de un procedimiento aislado, no permite conocer la operación de una dependencia en este caso un laboratorio de impresos, por lo que surge la necesidad de que los procedimientos se agrupen, en forma ordenada, en un solo documento, denominado guía técnica.

Los manuales de procedimientos, como instrumentos administrativos que apoyan el que hacer institucional, están considerados como elementos fundamentales para la coordinación, dirección y el control administrativo, así como para facilitar la

adecuada relación entre las maquinas y el estudiante de la Carrera de Comunicación Social.

Necesidades.- Los procedimientos deben dar una proyección general de forma sistemática y dinámica de las actividades y la secuencia en que se desarrollan; lo anterior deberá reflejar de forma lógica las actividades que integran al proceso de producción de un producto impreso como son los siguientes procesos: redacción, diseño, pre-prensa, prensa y pos-prensa.

Ejecución.

GUÍA TÉCNICA PARA COMPRENDER EL PROCESO DE PRODUCCIÓN DE UN IMPRESO

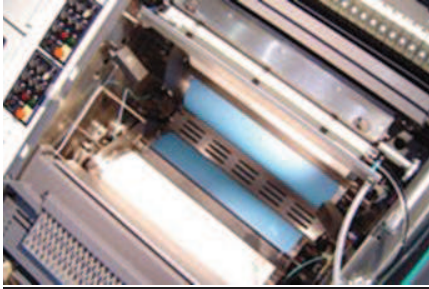
La pre-impresión.

La fase de pre-impresión, consiste en optimizar el trabajo. Esta tarea se realiza mediante el escaneado, filmación, las pruebas de color, etc.

Primero debemos obtener los textos a imprimir, asegurarnos que tengan las características de estilo, tamaño, tipo, adecuados y que ocupen el lugar previsto. Luego recogeremos las imágenes aportadas por el cliente, optimizándolas para el trabajo al que van destinadas, modificando sus medidas, formato y contenido, obteniendo las imágenes finales sobre el soporte adecuado.

En el siguiente proceso, se ensamblan los textos y las imágenes en páginas completas, y estas en pliegos para adaptar el conjunto a la forma impresora.

Presentación de un fotolito



Finalmente se obtienen los fotolitos con las imágenes y los textos ensamblados, y la obtención de las formas impresoras (planchas, pantallas, clichés,...)

Diseño

En este apartado vamos a empezar a conocer la definición de diseño, los campos en los que se aplica, donde se encuentra el diseño, el arte ligado al diseño, etc.

El diseño gráfico no significa hacer un dibujo, o una imagen, o crear una fotografía. Significa mucho más que todos esos elementos.

Para comunicar y transmitir visualmente un mensaje de forma efectiva, el diseñador debe conocer los diferentes recursos gráficos de los que dispone, junto con la imaginación, experiencia, buen gusto y el sentido común necesarios para combinarlos de forma correcta y adecuada.

Definimos el diseño como un proceso o labor destinado a proyectar, coordinar, seleccionar y organizar un conjunto de elementos para producir y crear objetos visuales destinados a comunicar mensajes específicos a grupos determinados. El conjunto de elementos que implican la creación de un diseño, se relacionan como:

Traza, delineación de un edificio o de una figura.

Descripción de un objeto o cosa, hecho con las palabras.

Disposición de manchas, colores o dibujos que caracterizan exteriormente a diversos animales y plantas.

Proyecto y plan, diseño urbanístico.

Concepción original de un objeto u obra destinados a la producción en serie, dentro del mundo de la moda, industrial.

La Forma de cada uno de estos objetos.



Un diseño es una pieza con un cierto atractivo visual, con personalidad propia y un gran equilibrio estético.

Ámbitos de aplicación

El diseño se aplica, en todos los ámbitos y se encuentra por todas partes. Dentro del mundo digital, en toda la red, internet (la web). Diseños de todo el mundo publicitario, revistas, periódicos, libros, manuales (diseño y maquetación). Encontramos diseño en nuestro mobiliario, una silla, un mueble... (diseño industrial y ergonomía). Divisamos el diseño en el mundo multimedia, el cine, televisión, videos, musicales, trailers, y demás efectos especiales.

Las posibilidades del diseño gráfico son infinitas, ya que cada vez son más los campos en los que se emplean elementos creados a través del ordenador.

El diseño se podría dividir en tres grupos principales:

La edición, diseño de todo tipo de libros, periódicos, y revistas.

La publicidad, diseño de carteles publicitarios, anuncios, folletos.

Diseñar se puede considerar un arte, pero no es del todo exacto. Un diseño puede reunir unas ciertas pautas estéticas como para considerarlas obras de arte. En los museos de arte moderno, pueden verse carteles entre pinturas o dibujos artísticos, y otros objetos que se crearon para una función especial y específica, en los que puedan incluir el arte en sí.

La belleza de un diseño puede superar en muchas ocasiones, cualquier obra de Arte, por muy preciada que ésta sea, siempre que siga los tres elementos básicos de comunicación:

Un **método** para diseñar un **objetivo** que comunicar y un **campo visual**.

Aspectos básicos

Los elementos básicos que se deben dominar y tener en cuenta en cualquier diseño:

Lenguaje Visual: Saber comunicar el mensaje adecuado, con los recursos oportunos, dependiendo del grupo de personas o público al que vaya dirigido el mensaje.

Comunicación: Conocer los procesos de comunicación, para poder captar los mensajes que el diseño ha de comunicar.

Percepción Visual: Estar informados, la manera en que las personas vemos y percibimos lo que vemos. Aspectos tan importantes, como nuestro campo visual, el

recorrido de la vista, el contraste, la percepción de las figuras, fondos, trayectoria de la luz.

Administración de recursos: Conocer todos los recursos de los que se dispone, y aplicarlos lo mejor posible.

La identidad, diseño de una imagen corporativa de una empresa.

En todo proceso de diseño, el diseñador utiliza toda la información posible, retenida en su memoria, para realizar su creación. Una serie de imágenes, signos y demás recursos comunicativos son asociados y entrelazados entre sí dando lugar al diseño. Las tendencias, son una serie de grupos de un cierto estilo, estilísticos, que el diseño en si va adoptando. Se encuentran en continua evolución y marcan el estilo de los diseños y futuras creaciones. Ahí, entra a formar parte el estilo, como forma de actuar, dando el toque personal al proyecto en curso.

El proceso de impresión, se basa en la obtención de las páginas o pliegos impresos, según la maqueta. Para reproducir el número de copias que deseamos, utilizaremos uno de los siguientes sistemas de impresión:



- **Sistema de Impresión Offset:** son máquinas de pliegos o rotativas con uno o más colores y que utilizan planchas preparadas.

- **Sistema de Impresión por Huecográfica** en rotativas utilizando cilindros grabados.
- **Sistema de Impresión flexográfica** en rotativas o en máquinas de pliegos para el cartón por medio de clichés de fotopolímero en diversos soportes: papel, cartón, plástico,
- **Impresión por serigrafía:** este sistema se realiza a través de unas pantallas de tela sobre diversos soportes.
- **Impresión digital** con una forma impresora variable sobre papel. En estos procesos, de impresión se realizan con equipos que utilizan varias técnicas y soportes. Es muy importante tener en cuenta el control de parámetros tales como, viscosidad, tiro, y color de la tinta, espesor, porosidad, encolado y otros del papel, registro, densidad, trapping, ganancia de impresión.

La post-Impresión: encuadernación

La otra fase del proceso gráfico la Post-impresión. En esta etapa se realizan las siguientes operaciones:

- La encuadernación industrial de libros en rústica o en tapa dura.
- La encuadernación de alto prestigio y lujo o con algunos elementos mecánicos auxiliares, recuperando libros defectuosos de las líneas de encuadernación. Estos procesos se realizan, a través de equipos adecuados dentro de las líneas de encuadernación, de guillotinado, o bien de libros o revistas. Es importante regular los parámetros tales como, la viscosidad, temperatura, dirección de fibra, humedad relativa, presión, etc.

Para cada tipo de impresión como por ejemplo offset su procedimiento varia un poco

Después de la realización de la Pre-prensa, el arte final llega al proceso denominado de INSOLACION o EXPOSICION a la luz ultravioleta, que consiste en el revelado

de los negativos, trasladando la información a las planchas de aluminio por medio de la luz ultravioleta. Es importante destacar que las áreas que no serán impresas deberán resultar en negro.

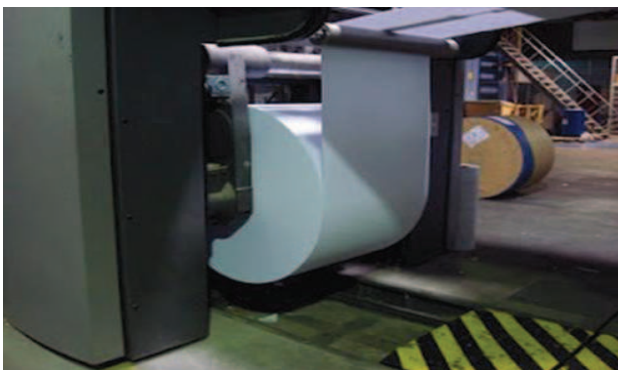


1. Proceso de Resmado:

El papel originalmente se obtiene por rollos o bobinas (virgen), el cual se necesita un proceso de corte en pliegos para su impresión. Se coloca la bobina o rollo en la maquina en donde se programa el sistema de bandas que también se le conoce como jalón, la maquina tiene la capacidad de dar jalón de 20 a 60 pulgadas, y produce la máxima cantidad de 5,000 pliegos, dependiendo del papel así es la velocidad de la maquina.

2. Área de Prensa (corte de pliego):

Se utiliza una maquina Guillotina Polar (programable), tiene la función de cortar pliegos a Escuadra (un corte fino para que a la hora de la impresión no tenga problemas), esta trabaja a base de cuchillas y presión, corta los pliegos a medida de la impresión que se desee y la capacidad de cortar fardos de 500 pliegos.



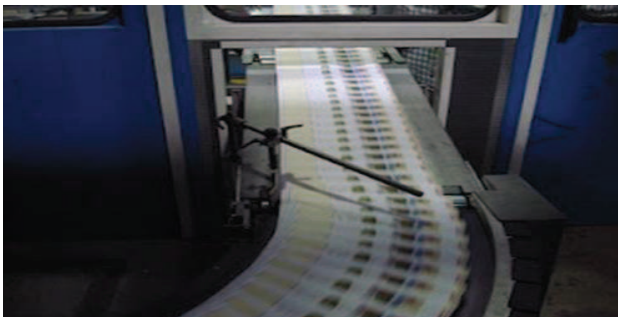
3. Proceso de Impresión:

Según sea la máquina de impresión con capacidad de 6, 5, 4 o 2 colores, se realiza una prueba de color en donde se tiene una muestra de Mínimo, Medio y Máximo del arte final; hasta llegar al estándar del color deseado, si la prueba no alcanza ninguna de las tres muestras antes mencionadas la prueba no funciona.



4. Área de Acabado:

Esta es la última etapa por la que pasa el arte final, desde el corte final por medio de la maquina llamada Guillotina automatizada que se programa para hacer cortes precisos, además de la sección de acabado que necesite el arte, como estampado, realzado o troquelado.



8. BIBLIOGRAFÍA:

- MERIZALDE, Marcel "Sistemas de Impresión" pág. 19.
- MERIZALDE, Marcel "Diseño y elaboración de medios y productos comunicacionales impresos" p.53-65.
- AGUADO, Martin "Breve historia del diseño" 2006 pag.19-22
- Greimas y Courtés. "Texto" en Diccionario razonado de la teoría del lenguaje. Madrid: Editorial Gredos.pag.409, 410)
- Publicidad, de O'Guinn Tomas, Allen Chris y Semenik Richard, International Thomson Editores, Pág. 6.
- Fundamentos de Marketing, Sexta Edición, de Philip Kotler y Gary Armstrong, Prentice Hall, Pág. 470.
- Fundamentos de Marketing, 13a Edición, de Stanton William, Etzel Michael y Walker Bruce, Mc Graw Hill, Pág. 569.
- (Diccionario de Marketing, de Cultural S.A., Pág. 282).
- (*Diseño y reproducción notas históricas e información para el impresor.*)
:http://www.quebecorworld.com.pe/alimentadoras.htm[Ref.Nov 2011]
- (*Recursos humanos en la producción de las fases de producción de impresos.*)
Disponible en web: http[ref.Abril 2004]
- *Producción de impresos* disponible en web <http://destp.minedu.gob.pe/catalogoaeaci/MAESTRO> [ref.2003]
- "Diseño gráfico" disponible en web :[http://tallergraficoinfotep.blogspot\(2009\)](http://tallergraficoinfotep.blogspot(2009))
- MarketingPower.com, de la American Marketing Asociation,
URL=<http://www.marketingpower.com>
- <http://definicion.de/periodismo/>)
- (Grafinal, 1993).
- PAVLIK,2005,pag. 36

➤ Grández Gráficos S.A.C.