

Imagen visual de una productora

*Diseño y desarrollo de la imagen visual de la marca REDEYE
AUDIOVISUALES*
Cuerpo A

- ▶ Nombre y Apellido del Autor | *Alejandro N. Morejón Sarteschi*
- ▶ Cuerpo A
- ▶ Fecha de presentación | *25.08.17*
- ▶ Carrera de Pertenencia | *Diseño de Imagen y Sonido*
- ▶ Categoría | *Proyecto Profesional*
- ▶ Línea Temática | *Empresas y Marcas*

Índice

Introducción

Capítulo 1. Introducción al diseño audiovisual

- 1.1. Diseño de Imagen y Sonido
- 1.2. Diseño
- 1.3. Lenguaje e Imagen
- 1.4. Sonido
- 1.5. El sentido visual y su interpretación en el cerebro
 - 1.5.1. Imagen en movimiento
- 1.6. El Diseñador de Imagen y Sonido

Capítulo 2. Identidad e imagen corporativa

- 2.1. Identidad corporativa
- 2.2. La imagen
 - 2.2.1. Imagen corporativa
- 2.3. Manual de identidad visual corporativa
 - 2.3.1. Estrategia
 - 2.3.2. Táctica

Capítulo 3. La importancia de la Marca

- 3.1. Historia de la marca
- 3.2. Definiciones de marca según autores
- 3.3. Tipos de marca
 - 3.3.1. Marca única o paraguas
 - 3.3.2. Marca Individual
 - 3.3.3. Marca Mixta
 - 3.3.4. Marca de la distribución
- 3.4. El caso de Kodak
- 3.5. Construcción de una marca
 - 3.5.1. Tipografía
 - 3.5.2. Color

Capítulo 4. Situación del mercado de las productoras audiovisuales

- 4.1. Análisis del mercado actual
- 4.2. Estado de las productoras audiovisuales de Puerto Madryn
- 4.3. Competencia
- 4.4. Productora REDEYE AUDIOVISUALES en el mercado de Puerto Madryn

Capítulo 5 Diseño audiovisual de la marca REDEYE AUDIOVISUALES

- 5.1. Acerca de REDEYE AUDIOVISUALES
- 5.2. Concepto de la marca
- 5.3. Manual de identidad visual de la marca
- 5.4. Aplicación de la marca en piezas audiovisuales digitales.

Conclusiones

Lista de Referencias bibliográficas

Bibliografía

Introducción

Este proyecto de graduación tratará acerca de la creación, diseño y desarrollo de la imagen visual de una futura productora de contenidos audiovisuales que se ubicará en Puerto Madryn, ciudad localizada en la provincia de Chubut Argentina.

Debido a la ubicación geográfica favorable para el turismo y los deportes de aventura, el autor del proyecto de graduación nota la necesidad de que exista una productora profesional de contenidos audiovisuales que cubra y promocioe los aspectos anteriormente mencionados, con énfasis en lo institucional, documental y deportivo que ofrece la región de La Patagonia Argentina; ya que son muy pocas las productoras profesionales locales que se dedican a cubrir dichas actividades. Según datos oficiales obtenidos de la página oficial del INCAA, existe solo una productora audiovisual inscripta en la provincia de Chubut.

Si bien la información que se obtuvo del INCAA es oficial, es muy escueta; ya que no menciona su ubicación ni nombre. Por ello mediante los contactos de *Claudia Debastiani* quien trabaja actualmente en la ciudad de Puerto Madryn en Madryn TV se obtuvo información más detallada, proveniente de *Tamara Sander*, quien trabaja como *directora de modernización del estado en la ciudad de Puerto Madryn*; consultó a *Marcelo Gomez*, quien trabaja como director de *Canal 7 de Rawson* acerca de la existencia de productoras audiovisuales en la zona. Él afirma que no existe un relevamiento público o privado y recomendó averiguar en ENACOM (Ente Nacional de Comunicaciones).

Según los datos obtenidos de ENACOM, existen once personas de carácter independiente que están inscriptos como productores audiovisuales, pero todos ellos se encuentran con la vigencia vencida. Actualmente solo existen dos productoras audiovisuales registradas y vigentes en la ciudad de Puerto Madryn, las cuales son *Viento a Favor - Soluciones Audiovisuales* y *Belleza y Felicidad*.

A partir de lo mencionado anteriormente surge la interrogante que se formula ¿De qué manera se puede configurar el diseño y desarrollo de la imagen visual de una productora audiovisual en la ciudad de Puerto Madryn?

Este proyecto de graduación se enmarca bajo la categoría de proyecto profesional, ya que se trabajará en cuanto al diseño y desarrollo de la imagen visual propia del autor, con la intención de ser utilizada en una productora de contenidos audiovisuales especializada en producciones de carácter institucional, documental y deportivo locales y regionales.

Es de suma importancia para el autor la correcta creación de la marca, ya que ésta reflejará en sí su personalidad.

En cuanto a la línea temática del presente proyecto de graduación, se enmarca en empresas y marcas, ya que el autor ve la necesidad de que exista una productora audiovisual profesional destinada a cubrir los aspectos institucionales, deportivos y documentales que ofrece la ciudad de Puerto Madryn y zonas aledañas. Encuentra la necesidad de promocionar y dar a conocer lo que ofrece esta parte de La Patagonia Argentina, contribuyendo con el desarrollo turístico, cultural y social de la provincia de Chubut.

El objetivo del proyecto de graduación constará en la creación, diseño y desarrollo de la imagen visual de una marca para la productora audiovisual REDEYE AUDIOVISUALES que se situará en la ciudad de Puerto Madryn - Chubut.

Se creará, diseñará y desarrollará la imagen visual de la marca REDEYE AUDIOVISUALES, destinada a ser utilizada en una productora audiovisual profesional, la cual buscará cubrir aquellas actividades y oportunidades que brinda la ciudad de Puerto Madryn y su provincia.

Se pondrán en uso los conocimientos adquiridos de las cátedras de la carrera de Diseño de Imagen y Sonido para desarrollar una marca propia, llevándola a un nivel de características profesionales para dicha utilización.

El autor de esta tesina utilizará sus conocimientos teóricos para llevarlos a la práctica; exhibir su creatividad y desarrollar de esta manera la identidad visual de la marca; la cual espera utilizar en el futuro próximo.

Se pretende utilizar el siguiente Proyecto de Graduación como punto inicial en la carrera como profesional en el campo del diseño audiovisual. Esta tesina funcionará como enlace entre los estudios universitarios y el comienzo de una nueva etapa como profesional.

Para el presente escrito se observaron y tuvieron en cuenta diez antecedentes de Proyectos de Graduación presentados anteriormente por otros alumnos de la Universidad de Palermo, los cuales en cierta forma se encuentran relacionados al diseño y desarrollo del escrito. Si bien algunos de los proyectos de graduación citados a continuación no se encuentran intrínsecamente relacionados a la tesis, poseen capítulos y/o puntos en particular que son compartidos entre si y sirven como antecedentes para respaldar el presente escrito.

Di Lulo, S. F. (2016) *El poder de los Motion Graphics*

El siguiente proyecto de graduación perteneciente a la carrera de Diseño de Imagen y sonido se ubica en la categoría de Ensayo bajo la línea temática de Medios y estrategias de comunicación, el cual trata acerca de la importancia que tienen las animaciones gráficas/Motion Graphics generadas por los diseñadores de Imagen y Sonido y cómo estas sirven para generar un mayor atractivo en el espectador. Otro Proyecto de Graduación relacionado al tema de los diseñadores de Imagen y Sonido es el de Zoppi, N. (2016) *Producciones digitales, un mundo sin barreras*. El cuál fue presentado para la carrera de Diseño de Imagen y Sonido en la categoría de Proyecto Profesional, bajo la línea temática de Nuevas tecnologías; el escrito trata acerca de la importancia que tiene la imagen a la hora de llegar al espectador nativo digital y como esta debería estar diseñada de tal forma para captar su atención. De tal manera, el autor de la tesis tiene como objetivo expresar el proceso de diseño que afrontan las agencias publicitarias para lograr una mayor atracción visual trabajando desde el punto de vista de un Diseñador de Imagen y Sonido y como de esta forma sirve de beneficio para dicha tarea.

Otro de los Proyectos de Graduación que se observó y está estrechamente relacionado con el escrito que tratará el autor de la presente tesis es el de Paredes, C. A. (2015) *Producciones Audiovisuales Transmedia*. Dicho escrito pertenece a la carrera de Diseño de Imagen y Sonido, su categoría es Proyecto Profesional y su línea temática pertenece a Empresas y Marcas; el cual trata acerca de la constitución de una productora audiovisual independiente de

cortometrajes transmedia para dispositivos digitales. También aborda el tema de un sistema de distribución digital propio de sus contenidos audiovisuales.

Relacionado a las productoras audiovisuales se encontró el Proyecto de Graduación de Lopez, N. V. (2014) *Be Art*. Perteneciente a la carrera de Diseño de Imagen y Sonido, presentado en la categoría de Proyecto profesional y ubicado en la línea temática de Nuevos profesionales. Dicho escrito trata acerca de la problemática que poseen aquellas PyMEs que no tienen una buena llegada al público por falta de una buena/correcta imagen corporativa ni un diseño aplicado en sus productos; el propósito de *Be Art* es brindarles este recurso a un precio accesible para lograr un mejor posicionamiento y competencia laboral.

Si bien el siguiente Proyecto de Graduación de Gomez, M. (2014) *MagicianMusic.net* presentado para la carrera de Imagen y Sonido, posicionado en la categoría de Proyecto profesional y perteneciente a la línea temática de Medios y estrategias de comunicación; no se encuentra estrictamente relacionado a la presente tesis, es interesante como abordó el escrito que trata acerca de la creación y/o rediseño de un sitio web dedicado a la organización de eventos sociales, teniendo en cuenta el marketing y la gestión de su marca. De esta forma busca proporcionar una comunicación fluida con sus clientes actuales y potenciales brindándoles una navegación interactiva y eficiente en su sitio web.

Relacionado al tema de marca se encontró el Proyecto de Graduación de Frias Gutierrez, J. A. (2016) *Jane Levin Event Planner*. Presentado para la Licenciatura en Publicidad; este escrito pertenece a la categoría de Proyecto Profesional y se enmarca bajo la línea temática de Empresas y Marcas, el cual trata sobre un plan estratégico de branding para realizar el lanzamiento on-line de la marca Jane Levin Event Planner, teniendo en cuenta distintas tácticas y herramientas para lograr fortalecer a largo plazo su crecimiento y buen posicionamiento dentro de la web y distintas plataformas/redes sociales.

Teniendo en cuenta sobre lo que se tratará en la presente tesis acerca del diseño y desarrollo de la imagen visual de la marca para una productora audiovisual, se seleccionó como uno de los antecedentes el Proyecto de Graduación presentado para la carrera de Diseño Gráfico

Publicitario por Higuera Gonzales, D. A. (2016) *Cassette Records*, la cual se encuentra en la categoría de Proyecto Profesional bajo la línea temática de Empresas y Marcas; trata acerca de la creación de una marca de producción musical independiente de la ciudad de Buenos Aires Capital; asimismo abordará los temas de branding, marketing y comunicación en cuanto a ella.

Pareció pertinente citar el Proyecto de Graduación de Reátegui Matos, D. A. (2016) *Green Age*, que fue presentado para la Licenciatura de Diseño y Comunicación, la cual se enmarca en la categoría de Proyecto Profesional y pertenece a la línea temática de Empresas y Marcas, en la cual expone la importancia que tiene el diseño gráfico para crear una correcta identidad visual para una agencia publicitaria en Perú; y lograr de esa forma distinguirse de las demás existentes en busca de un futuro exitoso. Relacionado al contenido del escrito anterior, también se cita como antecedente el Proyecto de Graduación de Angel Parra, D. L. (2016) *Desarrollo de marca e identidad corporativa*, el cual aborda el desarrollo de una marca e identidad corporativa de una agencia de diseño; trata acerca de los temas relacionados a la identidad visual, imagen e imagen corporativa con la finalidad de generar una propuesta de marca e identidad visual, junto con su propio manual de identidad visual corporativa. Dicho Trabajo Final de Grado fue presentado para la Licenciatura de Negocios de Diseño y Comunicación, situado en la categoría de Proyecto Profesional bajo la línea temática de Empresas y Marcas.

Como último antecedente se seleccionó el de Ordoqui, J. P. (2015) *La realización cinematográfica independiente*. Este Proyecto de Graduación pertenece a la carrera de Diseño de Imagen y Sonido, el cual se ubica en la categoría de Ensayo el cual está posicionado bajo la línea temática de Nuevos Profesionales. El ensayo trata acerca de la nueva tecnología existente y el desconocimiento técnico y teórico de los realizadores, ya sean académicos o profesionales independientes. El escrito busca investigar y exponer las diferentes herramientas desde un punto teórico para ser aplicado en un campo técnico. En especial se abordó el tema

de las cámaras digitales, grabadoras digitales y computadoras de edición digital; para luego mencionar en que consta un audiovisual como un conjunto de imagen y sonido.

El presente Proyecto de Graduación será redactado en base a una exploración bibliográfica, la cual fue utilizada a lo largo de la carrera de Diseño de Imagen y Sonido por los profesores de la Universidad de Palermo. El escrito se encuentra estructurado por cinco capítulos, tratando de esta forma organizar la información de tal manera para que se logre comprender la finalidad que tiene el autor en cuanto a su proyecto final de grado.

El capítulo uno se titula “Introducción al discurso audiovisual”, en el mismo se informará al lector acerca del trabajo que realiza un Diseñador de Imagen y sonido, para que de esta forma se pueda comprender en que consta su trabajo y su utilidad. Se hablará acerca de la imagen y como esta es percibida e interpretada por el cerebro, para que de esta forma se pueda explicar en que consta una imagen en movimiento. Se verá cómo se descubrió esta ilusión óptica donde las imágenes cobran vida y como en base a esa ilusión óptica surgió el cine. Para finalizar el capítulo se informará acerca de los aportes que puede realizar el diseño audiovisual.

En el capítulo dos, llamado “Identidad e imagen corporativa” se desarrollarán los conceptos en que consta una identidad corporativa y que es una imagen corporativa, dado que muchas veces se presta a la confusión, para que de esta forma se logre comprender el porqué de la finalidad del proyecto de grado. También se explicará en que consta un manual de identidad visual, como está conformado y su utilidad e importancia a la hora de ser aplicado en cuanto a una marca y por qué éste es tan necesario si se quiere lograr una diferencia en cuanto al resto de la competencia que existe en el mercado actual.

Como tercer capítulo se desarrollará “Marca”; si bien este capítulo en particular no se encuentra estrictamente relacionado a la carrera de Diseño de Imagen y Sonido, es sumamente importante si dicho profesional quiere insertarse en un mercado competitivo actual. Por ello en este apartado se desarrollará la historia de la marca y la razón por la cuál surgió. A modo de ejemplificar el punto anterior se verá brevemente la historia de Kodak y

porqué ésta marca fue tan exitosa y conocida a nivel mundial. Se describirán los pasos que siguió George Eastman y porque tuvo tanto éxito a la hora de promocionar su marca. Como siguiente punto del presente capítulo se verán los diferentes tipos de marcas y sus características particulares. Acto seguido se desarrollará de qué manera se construye una marca y como está compuesta.

A continuación se desarrollará el capítulo cuatro, titulado “Situación del mercado de la productoras audiovisuales”, el cual tratará acerca de la situación actual de estas; para dicha tarea se realizará una primera investigación a modo general de las productoras audiovisuales ubicadas en la provincia de Buenos Aires, en especial aquellas que se encuentran registradas en la ciudad de Buenos Aires Capital. De esta manera se logrará tener una visión amplia de lo que está sucediendo actualmente en este mercado. Luego se realizará una segunda investigación de las productoras audiovisuales existentes y registradas que existen en la ciudad de Puerto Madryn, provincia de Chubut, dado que es allí donde el autor tiene pensado aplicar la siguiente propuesta que trata su proyecto de grado. Se verá e investigará acerca de la competencia existente que existe y de qué modo se puede ingresar a dicho mercado de forma correcta.

Como capítulo cinco y final del presente proyecto de grado se desarrollará “Diseño audiovisual de la marca REDEYE AUDIOVISUALES”. En este capítulo se explicará el diseño y desarrollo de la marca, cuales son fundamentos y el porqué de su propuesta de crear la imagen visual de la productora audiovisual. Teniendo en cuenta los capítulos anteriores se diseñará y desarrollará el manual de identidad visual de la productora REDEYE AUDIOVISUALES como propuesta para ser aplicado en el futuro próximo. También se realizarán piezas audiovisuales digitales representativas de la marca; dichas piezas audiovisuales servirán para ser aplicadas a los diferentes contenidos audiovisuales que la productora pueda llegar a realizar, de esta forma se podrá diferenciar fácilmente de su competencia.

Capítulo 1. Introducción al diseño audiovisual

1.1. Diseño de Imagen y Sonido

A modo de dar comienzo el primer capítulo del presente Proyecto de Graduación, el autor notó la necesidad de informar al lector acerca de lo que consiste ser un Diseñador de Imagen y Sonido, dado que en numerosas veces la mayoría de las personas no entienden muy bien en que consiste su trabajo y suponen que solo son Diseñadores Web.

La descripción brindada por la Facultad de Palermo acerca de la carrera de Diseño de Imagen y Sonido dice lo siguiente:

Estudiar Diseño de Imagen y Sonido significa crear, diseñar e implementar imágenes y mensajes visuales en soporte digital. Estos profesionales son creadores que fascinados por la imagen buscan la manera de explorarla y de dominarla a través de la tecnología. Un Diseñador de Imagen y Sonido al crear una página web o al recorrer un hipertexto pasa a ser el protagonista de un nuevo ambiente comunicacional, donde se integra la informática con la tecnología y el diseño, como basamento de la actividad creativa. Es un realizador capacitado para integrarse profesionalmente al medio, incluyendo el conocimiento del hecho estético y una sólida formación técnica que le permite ahondar en prácticas más puntuales dentro de las distintas ramas de la creación y producción audiovisual. (Universidad de Palermo, 2017)

Como lo describe la Universidad de Palermo, un Diseñador de Imagen y Sonido no solamente es un Diseñador Web, sino que es trata de alguien creativo que busca diseñar y crear contenidos audiovisuales haciendo uso de los conocimientos estéticos y fuerte formación técnica. Dicho en otras palabras, es un realizador audiovisual con fuertes conocimientos técnicos en la utilización de diferentes campos digitales que ayudan a componer una pieza audiovisual.

A lo largo de la carrera, el estudiante no solo se encuentra constantemente en formación técnica en programas digitales para realizar su tarea; sino que también recibe una muy buena formación en cuanto a la correcta utilización de medios de registro, como ser: cámaras digitales y analógicas ya sean de fotografía o de video, computadoras de edición digital, iluminación, accesorios y demás; todo lo necesario como para poder lograr llevar a cabo de principio a fin una pieza audiovisual. Si bien el fuerte de esta clase de diseñadores es la parte técnica, también se encuentran capacitados teóricamente en los campos de informática, cine,

fotografía y sonido, lo cual le permite desenvolverse según su especialización en cualquiera de estos diferentes ámbitos laborales, los cuales requieran de un profesional con amplios conocimientos técnicos y teóricos en cuanto a lo audiovisual.

Otra definición de Diseñador de Imagen y Sonido es la brindada por la Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo (FADU), perteneciente a la Universidad de Buenos Aires (UBA), cito:

Formar un realizador integral de medios audio-visuales integrando todos los elementos que participan del proceso de organización proyectual y producción de su discurso. La formación se basa tanto en el conocimiento del hecho estético como en una sólida formación técnica que le permite ahondar en prácticas tanto integrales como específicas de las distintas ramas de la creación y producción audiovisual. Sus conocimientos humanísticos, sociales y culturales le permiten asumir la responsabilidad del manejo creativo de los medios de comunicación, basados en las dualidades forma-contenido, ética-estética; creación audiovisual-responsabilidad social. (Universidad de Buenos Aires, 2017)

En el archivo digital brindado por la Universidad de Buenos Aires también se menciona el campo ocupacional en el cual el estudiante/futuro profesional podrá integrarse; los cuales son: canales de televisión, cinematografía, servicios institucionales, educación, realización de cortos cinematográficos, documentación, audiovisuales, videos independientes y todas aquellas áreas que requieran una capacitación, asesoramiento y realización en áreas audiovisuales. (Universidad de Buenos Aires, 2017)

1.2. Diseño

Vistas las definiciones dadas acerca de Diseño de Imagen y Sonido descritas por dos universidades Argentinas, se puede comprender el trabajo de dicha carrera en el diseño audiovisual; pero al respecto se puede realizar la siguiente observación en cuanto a las palabras que componen dicho título. La primera palabra que se encuentra es diseño; al respecto Guillermo Gonzáles Ruiz describe en el libro *Estudio de diseño* la siguiente definición:

Diseño es la ciencia proyectual que responde mediante formas a las necesidades ambientales del hombre. Es una de las ciencias destinadas al mejoramiento del hombre en su medio ambiente, entendiendo a éste como el medio físico y socio cultural creado por aquel. El estudio sobre las relaciones entre el hombre y su medio es una de las metas básicas del diseño, porque su fin es crear una estructura física necesaria para la vida y el bienestar del hombre como individuo y como ser socialmente integrado. (Gonzáles Ruiz, 1994, p.32)

Comprendiendo el diseño audiovisual como una actividad creada y practicada por el hombre, se puede aplicar esta definición a dicha tarea, ya que el ser humano promedio se encuentra en constante evolución en cuanto a mejorar el entorno en donde vive para lograr una mayor calidad de vida, sin importar que sea lo que se trate de mejorar. Ruiz menciona que la actividad de diseñar se trata de subordinar la creación de formas u objetos útiles a un propósito, el cual responde siempre a una necesidad del hombre en su entorno social y físico (González Ruiz, 1994).

Actualmente tanto el cine, la televisión y el video son muy importantes en la sociedad, ya sea que se los utilice con propósitos educativos, informativos o mero entretenimiento. Es por ello que el diseño juega un rol esencial a la hora de estructurar dicha tarea; para que este no sea solo una pieza audiovisual sin sentido, sino que logre transmitir un mensaje o un sentimiento el cual tuvieron en mente sus autores.

1.3. Lenguaje e Imagen

Para abordar el segundo término, es necesario comprender en que consta el lenguaje, dado que sin él no existiría la comunicación. Se debe tener en cuenta que el ser humano es capaz de utilizar distintos medios de lenguajes, los cuales pueden ser verbales/orales y los no verbales/visuales; estas formas de comunicación pueden ser transmitidas por palabras, imágenes, sonidos e incluso gestos corporales. El de mayor interés para el presente escrito es el lenguaje visual.

Al respecto, Ruiz define al lenguaje visual como “comunicación de un significado por medio de símbolos. El lenguaje visual es entonces la comunicación de un significado por medio de símbolos visuales o audiovisuales”. (1994, p.83)

Ruiz también menciona una definición acerca del tema dada por *Joan Costa*, quien dice que “(...) la comunicación no constituye una parte de la psicología sino el principio mismo que rige las relaciones entre el hombre y el mundo, entre el individuo y la sociedad (...)” (1994, p.81)

La comunicación no es exclusiva de ser humano, sino que cada organismo es comunicación, dado que ellos en cierta forma poseen su forma de comunicación propia, como ejemplo, Ruiz menciona a las abejas, delfines y aves, los cuales poseen diferentes formas de comunicación dependiendo de su especie y a la cual pertenezcan. En cuanto al ser humano, aparte de tener esta forma de comunicación biológica, también tiene la capacidad de interpretación del lenguaje en un plano psicológico, en el cual predominan los aspectos visuales y que le permite interpretar mentalmente cada señal visual.

“La imagen es la forma particular que adopta mentalmente cada señal visual” (1994, p.82)

Acerca del término Imagen, la Dra. Iliá E. López Jiménez menciona en el escrito *El concepto de imagen* (2014) que su origen etimológico proviene del latín *imāgo*, el cual significa representación, semejanza, aspecto o apariencia de una determinada cosa. Señala que la imagen se puede dividir en dos dominios; el primero es el inmaterial de las imágenes, el cual consta en la representación, imaginación de las imágenes en nuestro cerebro como resultado de las percepciones externas y subjetivas del individuo. El segundo dominio al cual hace referencia y es el de mayor interés para este escrito, es el dominio de las imágenes como representación visual, las cuales pueden ser pinturas, grabados, fotografías, imágenes ya sean cinematográficas o televisivas. La característica particular de este tipo de imágenes es que existen en el mundo físico y son tangibles, lo cual permite al ser humano ser percibidas por sus sentidos en el mundo exterior. “Dentro de este tipo de imágenes se encuentran: las visuales, las sonoras y las audiovisuales” (López Jiménez, 2014)

JM comenta en un posteo realizado en un *blog*, que “el lenguaje visual es el más universal de todos, permite cierto grado de relación y comunicación independientemente del idioma y la cultura” (JM, 2009).

El *Diccionario teórico y crítico del cine* escrito por Jaques Aumont y Michael Marie Definen a la imagen como:

Existen imágenes de varios tipos, que se dirigen sobre todo a nuestros diversos sentidos (imágenes visuales, auditivas, táctiles, olfativas...), vale decir, al fin y al cabo que corresponden a cierta sensación acompañada de ideas, lo que a veces se designa como 'imagen mental'. La imagen puede ser producida o por un fenómeno natural (reflejo, sombra proyectada, visión a través de un cuerpo transparente, etc.) o por un gesto humano intencional. Es decir, que tiene una existencia multiforme y que, en particular, su lazo con la noción de representación, a *fortiori* con la analogía, es muy variable (...). (2001, p.120-121)

1.4. Sonido

La mayoría de los seres humanos promedio cuenta con la capacidad de percibir sonidos mediante uno de sus sentidos, el cual se denomina sentido de la audición o sentido del oído. Etimológicamente el sonido proviene del latín *sonitus*, el cual significa ruido, chirrido o rugido. *Julián Pérez Porto* y *Ana Gardey* lo definen como "(...) una sensación que se genera en el oído a partir de las vibraciones de las cosas. Estas vibraciones se transmiten por el aire u otro medio elástico" (2010). Entiéndase medio elástico como cualquier medio sólido, líquido o gaseoso. Es muy importante el medio por el cual viajan estas ondas/vibraciones ya que dependiendo del medio por el cual se muevan, estas pueden viajar más rápido o más lento, llegando de esta forma a viajar diferentes distancias. Al respecto:

(...) la velocidad del sonido es en función del medio donde transmite, por ejemplo: en el aire recorre una distancia de 340 metros por segundos, en el agua es de 1500 metros por segundos y, por último, en los sólidos es desde 2500 metros hasta 6000 metros por segundos. En consecuencia, en los sólidos y líquidos se propaga mejor el sonido y, por lo tanto, se percibe mejor. (Significados.com. s/f)

Como informa el artículo del sitio web, el sonido posee ciertas características, las cuales son el timbre, el cual permite distinguir de donde o de que proviene ese sonido, ya que no es lo mismo el sonido que proviene de una flauta al de un piano. La intensidad, la cual consta de la cantidad de energía acústica que contiene el sonido y permite saber si este es fuerte o débil. Y finalmente la duración, la cual permite saber si el sonido es constante, largo o de corta duración.

En cuanto al modo de percibir el sonido, *Leonardo Polverino* menciona que uno de los receptores es el oído humano, gracias a él, los sonidos pueden ser transmitidos al cerebro por medio de señales en el sistema nervioso; esta tarea puede ser realizada gracias al "(...)

pabellón auricular en el oído externo, los tres huesillos y el tímpano en el oído medio, y el caracol con sus dos cámaras en el oído interno, que transforman los sonidos en señales al sistema nervioso” (2007, p.45)

Si bien la forma de registrar/grabar el sonido es muy importante, no es la intención del presente proyecto de graduación mencionar los diferentes tipos de micrófonos y como estos funcionan, sin embargo cabe mencionar la forma en cómo se logra captar estas señales sonoras y convertirlas en una señal digital acústica para luego poder ser reproducida en un parlante. Polverino menciona que el sonido es captado por el micrófono, transformando las señales de variación acústica en variaciones de señales eléctricas, las cuales gracias a este proceso pueden ser grabadas y posteriormente procesadas en un ordenador para luego reconvertir dicha señal eléctrica a una señal acústica, permitiendo de esta forma ser reproducida mediante un altavoz. (2007)

La mayoría de las personas que no pertenecen a estos campos audiovisuales desconocen que casi la totalidad de los sonidos que se encuentran en las películas o videos no son los reales. Estos sonidos que generalmente suelen acompañan a las piezas cinematográficas o de video fueron creados y puestos en sincronía con la imagen para enfatizar dichas acciones o sensaciones. Esto no quiere decir que no existan sonidos naturales/reales, sino que la gran mayoría de ellos son creados y agregados para lograr un mayor impacto general en cuanto a la experiencia audiovisual en el espectador. Esta actividad en sí es realizada por sonidistas profesionales, quienes se encuentran capacitados tanto teóricamente como técnicamente para realizar dicha tarea. También hay que destacar la labor de los *Artistas de Foley*, ellos son los que crean e inventan los sonidos que no fueron grabados al momento del rodaje. Para ello lo realizan en estudios de sonido, utilizando un sin número de objetos o materiales para realizar dicha tarea y posteriormente ser agregados a las pistas de audio. Al respecto, *Galíndez I. P.* y *Gutierrez F.* dicen:

“Cuando tomamos sonido en vivo, seguramente más de una toma saldrá mal debido a ruidos que se meten por el micrófono. La solución consiste en realizar un doblaje de todo el sonido. Así recrearemos en estudio cada pequeño detalle que necesitemos y

también llevaremos a los actores a grabar sus propios diálogos. Después sincronizaremos todo con la película para que suene real, como si nunca hubiésemos hecho este proceso” (2009, p. 117)

En cuanto al registro sonoro durante el rodaje, existen diferentes formas de realizarlo, al respecto, Polverino menciona cuatro tipos diferentes. El primero de ellos es el sonido directo, el cual es grabado *in situ*, es decir que es grabado al mismo tiempo que la imagen. El segundo es el doblaje, el cual es grabado posteriormente a la filmación en un estudio o laboratorio de sonido, donde se graban nuevamente los diálogos de los actores y actrices. Como tercero se encuentra el playback, el cual es muy utilizado para realizar los videos musicales. Durante el rodaje de este tipo de video, se suele utilizar una banda sonora preexistente, la cual luego será remplazada por la original en postproducción. Finalmente se encuentra el sonido de referencia, el cual es similar a los dos anteriores, pero esta vez la banda sonora es como un borrador que es utilizado como guía, para luego ser utilizada en postproducción donde se remplazará por una banda sonora completamente nueva, generada en un estudio o laboratorio de sonido.

A la hora de realizar la grabación tanto de la imagen como el registro sonoro es de primordial importancia que todo se realice en sincronía, para ello se suele utilizar un marcador visual y sonoro al principio de todas las tomas; este marcador se llama *claqueta*, acerca de esto Galíndez I. P. y Gutierrez F. explican que en este dispositivo se anota el número de escena, el número de toma, la fecha del rodaje, el nombre del director, la cámara, entre otros detalles, los cuales pueden variar según la complejidad del rodaje. En cuanto a su función sonora, la claqueta posee una varilla unida generalmente por una bisagra la cual permite generar un golpe seco, el cual realiza un sonido característico. Este dispositivo del cine posee dos funciones de suma importancia, la primera es brindar información acerca de las diferentes tomas para realizar el montaje y la segunda, no por ello menos importante, permite realizar la sincronización del sonido con la imagen, lo cual resulta sumamente útil y ahorra horas de trabajo en la etapa de post producción en la cual se trabaja con el montaje y la realización de las diferentes bandas sonoras. Su funcionamiento no es para nada complejo, al principio de cada grabación de las tomas, tanto de imagen como sonoras se coloca la claqueta frente a la

cámara durante unos segundos para que esta quede registrada con la información del rodaje y luego se realiza el golpe seco con la varilla para emitir el sonido. Esta acción se realiza con la cámara y los micrófonos encendidos/rodando, es decir grabando, de esta forma queda registrado tanto visualmente como sonoramente los marcadores, los cuales luego son utilizados en post producción para realizar su sincronía entre imagen y sonido.

Anteriormente se mencionó la existencia de cuatro tipos diferentes de registros sonoros durante el rodaje; el sonido directo, el doblaje, el playback y el sonido de referencia. No hay que confundir estos tipos con la banda sonora, ya que ésta es otra cosa. Al pasar el tiempo el sonido fue cobrando una mayor importancia y se buscaba obtener uno mucho más realista y exacto a la hora de componer una pieza audiovisual, fue por ello que la banda de sonido se dividió en cuatro pistas/bandas diferentes las cuales componen la banda de sonido clásica. La primera de ellas es la *banda de diálogos*, en la cual solo se registran las voces y diálogos de los actores y actrices, luego se encuentra la *banda de ruidos sincrónicos*, ella contiene todos aquellos sonidos de los elementos que estén en la pantalla y es de suma importancia que se encuentren en sincronía con la imagen. Otra de las bandas es la *banda de sonido ambiente*, esta debe acompañar a la imagen para representar una correcta sensación del lugar que se está mostrando, como ejemplo, Polverino menciona una estación terminal de trenes "(...) es importante escuchar, como sonido el fondo, el ruido provocado por el murmullo de los pasajeros, el sonido de los motores de los trenes, etc.," (2007, p.52).

Finalmente y como cuarta banda sonora, se encuentra la *banda musical*, ella contiene la música que acompaña a la imagen y esta puede ser música original, incidental o funcionar como enlace.

Actualmente debido a los avances tecnológicos y la mayor complejidad existente en las películas y piezas audiovisuales pueden existir otras bandas de sonido que se suman a las bandas clásicas, algunas de estas pueden ser como la de los efectos especiales, sonorizaciones, multipistas y sonidos envolventes según menciona Polverino.

Al respecto Aumont J. y Marie M. mencionan lo siguiente:

La identificación del sonido descansa en los mecanismos de la analogía auditiva, Algunos teóricos llegaron a estimar que no tenía una 'imagen': "se desdobra, pero no es ni sombra, ni reflejo de sonido original; es un registro" (Morini). Únicamente un oído ejercitado puede discernir la diferencia entre la audición directa de un sonido y la reproducción grabada de ese mismo sonido.

El cine sonoro supo utilizar muy rápido ese déficit perceptivo, y reemplazó los sonidos originales por elementos sustitutos. Es el principio mismo de los efectos sonoros. (2001, p.205).

1.5. El sentido visual y su interpretación en el cerebro

En este punto en particular se explicará de la manera más comprensible posible cómo funciona el ojo humano y algunos de los diferentes procesos por los cuales el cerebro logra interpretar una imagen. Según Aumont J. "(...) vemos con los ojos." (2013, p.18) pero realiza la salvedad de que ellos son uno de los instrumentos entre otros más. Al respecto menciona que la visión es un proceso compuesto por varios órganos destinados a dicha tarea y que esta se compone por tres diferentes y sucesivas operaciones, las cuales son: operaciones ópticas, químicas y nerviosas.

Al respecto, tanto Aumont J. como también Incorvaia M. mencionan que el ojo humano se asemeja mucho a una cámara fotográfica, en cuanto a sus partes y su funcionamiento.

Tanto el objetivo de la cámara como la córnea del ojo, por ejemplo son lentes cuya función es hacer que los rayos de luz que inciden en ellas enfoquen en un solo punto, el foco de la película fotográfica en un caso y en el centro de la retina en el otro. Por su parte, el diafragma de la cámara tiene su equivalencia en el iris del ojo. Éste es una estructura muscular circular con un agujero en el centro, la pupila, que se dilata cuando la luz es escasa y se contrae cuando es intensa. (2007, Incorvaia M. p.14)

En cuanto a las operaciones ópticas, Aumont describe al ojo humano con una forma similar a un globo, más o menos de forma esférica con un diámetro de dos centímetros y medio, el mismo se encuentra cubierto por una capa en parte opaca y en parte transparente. Al frente del ojo se encuentra la córnea, y esta tiene la función de hacer converger la mayor cantidad de rayos luminosos; detrás de ella se encuentra el iris, el cual es un músculo esfínter que se dilata o contrae por acto reflejo, dependiendo de la cantidad de luz que incide en él. En el centro del iris existe un agujero, el cual se llama pupila. Al dilatarse el iris, el diámetro de la pupila

aumenta a unos ocho milímetros aproximadamente y al contraerse, se cierra hasta unos dos milímetros aproximadamente. Es acertado lo que dice Incorvaia M. al comparar el iris del ojo humano con el diafragma de una cámara fotográfica, dado que ambos cumplen con la misma función. Cabe aclarar que el diafragma de una cámara es utilizado para controlar dos cosas; la primera consta en la profundidad de campo, y la segunda regular la cantidad de luz que ingresa por el objetivo/lente hacia el sensor o el film fotográfico. El iris tiene la característica de actuar por reflejo y no por voluntad del ser humano, por ello carece de la segunda característica que posee un objetivo fotográfico, la cual consta en controlar la cantidad de luz que ingresa según se configure la apertura del diafragma.

Al respecto del diafragma, Polverino dice:

(...) El diafragma cuya función es similar a la pupila del ojo. Nos referimos a un juego de pequeñas cortinillas con forma de pico de loro, que se abren y se cierran permitiendo variar su diámetro y, en consecuencia, controlar la intensidad de la luz que penetra al interior de la cámara, elemento fundamental para que la fotografía no resulte demasiado oscura o clara. (2007, p.15)

Si bien en la fotografía, la profundidad de campo se encuentra ligada al caudal lumínico que ingresa por el objetivo su función principal es determinar qué tan nítido se verá a distancia. El libro *Manual completo de fotografía* (1998) describe a la profundidad de campo como: "(...) zona de nitidez aparente de la imagen, es decir, la parte situada por delante y por detrás del plano de enfoque donde los objetos se reproducen con la misma nitidez que si estuviesen en ese plano". (p.52)

Aumont explica que una vez que la luz pasa a través de la pupila, debe pasar por el cristalino, el cual se encuentra inmediatamente después del iris. "El cristalino es, ópticamente hablando, una lente biconvexa, de convergencia variable; esta variabilidad es lo que se llama *acomodación*" (2013. p.20). Su función es la de lograr un buen enfoque, para ello el cristalino varía su convergencia, haciéndolo más o menos convexo dependiendo de la distancia de la fuente de luz; al igual que el funcionamiento del iris, el cristalino reacciona por acto reflejo. Dicha acomodación es un proceso lento, ya que toma aproximadamente un segundo pasar de una acomodación más próxima a una más lejana.

Incorvaia M. explica que una vez que la luz atraviesa por el cristalino llega a la retina, la cual se encuentra ubicada en el fondo del ojo, y entre ella y el cristalino existe una cavidad la cual contiene un gel transparente llamado humor vítreo; también existe otra pequeña cavidad entre la córnea y el cristalino la cual contiene un líquido transparente que se llama humor acuoso.

En cuanto a la retina, su punto central se llama fovea es la responsable de captar las imágenes en un ángulo de unos escasos dos grados, por lo cual el ojo debe realizar de forma inconsciente muchos movimientos para recorrer todo el campo visual y lograr de esta forma captar la totalidad de la imagen al llegar al cerebro. (2007, p.14)

Aumont J. menciona que la retina es “(...) un gigantesco laboratorio químico” (2013, p.21). En cuanto a su labor de generar una imagen retiniana es el resultado de la suma de la córnea, la pupila y el cristalino, si bien ésta no es una imagen, sino una proyección óptica hasta que llega a la retina, la cual es la encargada mediante un proceso por el sistema químico de convertir esta proyección en una información de una naturaleza totalmente diferente. “La <<imagen retiniana>> no es más que un estadio del tratamiento de la luz por el sistema visual, no una imagen en el sentido en el que hablamos de imágenes en este libro y en general” (2013, p.21).

Finalmente la última etapa o más bien proceso por el cual una proyección se convierte en una imagen en el cerebro es gracias a las transformaciones nerviosas. La retina está conformada por receptores retinianos, los cuales se encuentran enlazados con células nerviosas mediante un relé, esta unión se llama sinapsis y que al mismo tiempo estas se unen a las células que conforman a las fibras del nervio óptico. Aumont J. explica que el nervio óptico sale del ojo y llega a una región lateral del cerebro llamada cuerpo geniculado. Desde allí vuelven a salir nuevas conexiones nerviosas las cuales como destino tienen la parte posterior del cerebro hasta llegar al córtex estriado, logrando de esta forma que las señales lleguen al cerebro y puedan ser interpretadas como imágenes. (2013, p.22)

1.5.1. Imagen en movimiento.

Antes de abordar el origen de la imagen en movimiento, según experimento *Edward James Muggeridge*, el autor del presente escrito cree pertinente diferenciar el movimiento real del movimiento aparente según lo describe Aumont J., debido a que se encuentra relacionado en cierto punto y permite comprender lo que realizó Muggeridge en su tiempo.

Aumont J. (2013) explica que el movimiento real es aquel movimiento real de un objeto que se logra percibir en el campo visual que posee el ser humano, sin embargo menciona que desde hace tiempo se podía percibir una percepción de movimiento bajo ciertas circunstancias donde el movimiento real no existía en sí; al cual se lo llamó movimiento aparente. Al respecto dice:

(...) (Wertheimer, 1912): se dan a percibir a un sujeto dos puntos luminosos poco alejados en el espacio, haciendo variar la separación temporal entre ellos. Mientras el intervalo de tiempo entre los destellos es muy pequeño, se perciben como simultáneos. Si, por el contrario, es demasiado elevado, los dos destellos se perciben como dos sucesos distintos y sucesivos. En la zona intermedia –de 30 a 200 milésimas de segundo entre los destellos- es donde nace el movimiento aparente. (2013, p.52)

Dicho experimento es solo uno de los tantos que se realizaron en los cuales se logró detectar el movimiento aparente; según menciona Aumont J., las diversas formas de estos movimientos aparentes, aunque distintos los unos a los otros, fueron etiquetados con letras del alfabeto griego y actualmente se conoce al conjunto de estos fenómenos como efecto *fi* o *phi*. (2013, p.52)

Una publicación realizada en el sitio web *manuales.com* - *Qué es el fenómeno phi* explica que éste es una ilusión óptica que hace interpretar al cerebro humano un movimiento donde el cual no existe de forma real. Esto se debe por la forma en la que llegan las imágenes al cerebro, anteriormente se mencionó que el ojo debe realizar muchos movimientos antes de lograr captar la totalidad del campo visual, dado que la retina solo registra unos escasos dos grados; debido a este proceso, el cerebro recibe la información visual de modo fraccionado, pero éste de cierta forma logra rellenar esa información faltante y es así como se genera la falsa percepción de movimiento. Relacionado al fenómeno anteriormente mencionado, existe otro llamado *persistencia retiniana*, al respecto se encontró en el mismo sitio anteriormente citado

una publicación al respecto titulada *Qué es la persistencia retiniana*, dicha publicación explica que este fenómeno visual fue descubierto por un científico Belga llamado *Joseph Plateau*, quien descubrió que las imágenes que llegan a la retina permanecen un intervalo de tiempo antes de desaparecer. Según dicha publicación esto permitió la existencia del cine; pero Aumont J., posee una postura diferente, y al respecto dice lo siguiente:

“Nunca insistiremos, pues, bastante: la persistencia retiniana existe por supuesto, pero si desempeñara un papel en el cine, solo podría producir un batiburrillo de imágenes remanentes. La percepción fílmica sólo es posible, de hecho, por el efecto fi (...)” (2013, p.54-55)

Sin embargo, Aumont J. comenta que el cine es posible debido a que la proyección se encuentra compuesta por imágenes inmóviles, las cuales son proyectadas en una pantalla con una cadencia regular entre imagen e imagen, esta cadencia se encuentra interrumpida por momentos de oscuridad producidos por un obturador giratorio, ofreciéndole al espectador un estímulo luminoso discontinuo, también llamado/conocido como centelleo o *flicker*, este estímulo produce la impresión de continuidad y movimiento interno en la imagen el cual es un derivado del movimiento aparente y diversos tipos de efectos fi. (2013, p.53-54)

Relacionado a lo anterior se comentará acerca de los inicios de la captura del movimiento en soportes fotográficos, no es intención del presente proyecto de graduación ahondar en la historia del cine ni tampoco sus orígenes ya que no es de vital importancia para el presente escrito.

Al respecto del contexto histórico, Incorvaia M. señala “(...) Mientras tanto, otros se ocuparon de desarrollar dispositivos que eran remotos antecedentes del proyector cinematográfico, con los que daban al espectador la ilusión del movimiento, como los que recibieron los nombres de zootropo (1860) y praxinoscopio (1877)”. (2007, p. 63)

En el libro *La fotografía: Un invento con historia*, Incorvaia M. comenta que, quien fue el que más logros realizó acerca de la descomposición del movimiento en fotografía, ella comenta que se trató de un Británico llamado *Edward James Muggeridge* (1830-1904) quien fue uno de

los responsables y logró capturar y descomponer el movimiento de las patas al galope de un caballo con éxito. Antes de dicha tarea, Muggeridge, se trasladó a Estados Unidos y sintió la necesidad de cambiar su nombre por el de *Eddweard Muybridge* debido a que era más fácil de pronunciar en su nuevo país de acogida. Incorvaia M, menciona que en sus principios como fotógrafo en su nuevo país, Muybridge se dedicó a realizar fotografías paisajísticas, de las cuales surgieron una serie del valle *Yosemite* que ubicado en *California*, luego a pedido por pedido del gobierno norteamericano realizó visitas a Alaska con el mismo fin.

Incorvaia M, comenta:

(...) entre sus múltiples intereses se aplicó también al estudio del movimiento del caballo que fotografió con placas de colodión húmedo. En 1872 el ex gobernador de California Leland-Stanford, que criaba y entrenaba caballos de carrera, le suministró fondos para que continuara sus investigaciones y diese respuesta a los interrogantes que existían sobre el modo como se movían los animales. (2007, p.63)

No fue hasta 1878, cuando Muybridge logró capturar con éxito una serie de fotografías del galope de varios animales, sin embargo el más conocido es el caso de la yegua *Sallie Gardner*. Incorvaia M., cuenta que Muybridge para lograr esta serie de fotografías, colocó unas veinticuatro cámaras, una al lado de la otra, al costado de la pista con una velocidad de obturación no menor a uno sobre mil doscientos segundos. Sobre el costado opuesto de la pista colocó a modo de fondo unas sábanas blancas que servirían de fondo fotográfico, finalmente para lograr el disparo de las diferentes cámaras, Muybridge utilizó cordeles que atravesaban la pista, a modo que el caballo fuese pasando, tropezaría con ellos y de esta forma lograría que se efectuase el disparo de las diferentes cámaras. Si bien Incorvaia señala que debieron entrenar a los caballos para dicha tarea, ya que estos se asustaban, y resolver muchos otros problemas, Muybridge logró con éxito su cometido, el cual constaba en descomponer el movimiento de las patas del animal en una secuencia/serie de fotografías, las cuales fueron innegables.

1.6 El Diseñador de Imagen y Sonido

Anteriormente se citaron dos definiciones de la carrera de Diseño de Imagen y Sonido, una descripta por la Universidad de Palermo y otra por la Universidad de Buenos Aires, también se explicó de forma introductoria en que consta la carrera, con que trabaja y gracias a que sentidos sensoriales permite dicho trabajo. En una entrevista radial realizada el tres de Abril del presente año, por el programa *Volver al Futuro*, perteneciente a *Radio UBA*, se entrevistó de forma telefónica a *Trilnick Carlos*, quien actualmente es el director y titular de algunas de las cátedras de la carrera de Diseño de Imagen y Sonido de dicha universidad. Durante la entrevista, Trilnick informa que la carrera ya cumple veintiocho años de existencia y está próxima a cumplir los treinta. Trilnick dice que el Diseñador de Imagen y Sonido posee una mirada integral sobre la producción audiovisual y no solo se limita a la cinematografía, sino que va más allá e incluye estudios en video, televisión, la nueva televisión como lo son las series web, videojuegos, videos en treientos sesenta grados, iluminación, prácticas con equipos entre otras cosas. Indica que el diseñador de Imagen y Sonido, una vez que se le plantean problemas comunicacionales en lo audiovisual, es quien posee las herramientas necesarias para decidir con que soporte las va a resolver. También menciona que debido a los avances tecnológicos de las últimas dos décadas han aparecido muchas posibilidades en cuanto a la producción y distribución de contenidos audiovisuales, las cuales permiten llegar a las audiencias a través de diferentes medios y soportes. Señala que éste tipo de profesional no se limita solo a una única pantalla, debido a que si lo hiciera, de cierta forma se estarían auto limitando y no se aprovecharía el potencial de su trabajo. Además menciona que debido a dichos avances, los costos en cuanto a las herramientas para la producción de contenidos audiovisuales se han abaratado y se han democratizado mucho más que en el pasado, lo cual permite de cierta forma tener un acceso y disponer de ellos de manera mucho más sencilla. Señala que en la actualidad, la mayoría de las personas posee un celular el cual seguramente cuenta con una cámara de bastante buena definición a modo de ejemplificar su dicho acerca de la democratización y acceso de esta clase de herramientas; sin embargo menciona que eso

no significa que se puedan realizar producciones audiovisuales de forma gratuita; todo depende de lo que se quiera transmitir, eso será lo que definirá que tipo de soportes se utilizarán para la producción y posteriormente su distribución.

Durante la entrevista le preguntan acerca de los lugares o roles de trabajo donde se puede desarrollar la actividad del Diseñador de Imagen y Sonido, a lo cual Trilnick responde que se siente muy bien cuando va a los canales ya sean públicos o privados y encuentra a estos profesionales trabajando ya sea en guion, montaje de edición digital, productoras de animación digital, ya sean volumétricas, planas o tradicionales digitales; menciona que existen más de dos mil graduados de la UBA y la gran mayoría se encuentran integrados al mundo laboral. Sin embargo, señala que todo depende de lo que siga o se dedique el profesional, ya que gracias a la diversidad que existe en el campo, va a determinar qué rol decida cumplir. Al respecto indica que actualmente hay Diseñadores de Imagen y Sonido que son productores generales en el festival de BAFICI tanto en Mar del Plata como en Buenos Aires, ocupando los roles más importantes de dichos dos festivales. A modo de ejemplificar aún más, comenta que tal vez exista un estudiante con talento para el dibujo y que éste nunca pensó que podría llegar a ser un excelente animador y terminar teniendo una productora de animación o trabajar on-line para todo el mundo. Finalmente señala que existen muchas variantes de trabajo en este amplísimo campo laboral.

Referencias Bibliográficas

- Aumont, J. (2013). *La Imagen*. Buenos Aires – Argentina: Paidós
- Aumont, J y Marie M. (2001). *Diccionario teórico y crítico del cine*. Buenos Aires Argentina: la marca.
- Aker, D. A. (2009). *Managing Brand Equity*. Simon and Schuster.
- Dondis, D. A. (2003). *La sintaxis de la Imagen – Introducción al alfabeto visual*. España: Editorial Gustavo Gili
- Folts, J. A., Lovell, R. P. y Zwahlen, F. C. (1998) *Manual complete de fotografía* (4^a ed.) España: CELESTE EDICIONES
- Frascara, J. (1993). *Diseño gráfico y comunicación*. Buenos Aires: Infinito.
- Frutiger, A. (1981). *Signos, símbolos, marcas, señales*. Barcelona: Gustavo Guili
- Galindez I. P. y Gutierrez F. (2009) *Fundamentos cinematográficos*. Buenos Aires - Argentina: GRADIS
- González Ruiz, G.(1994). *Estudio de Diseño*. Buenos Aires - Argentina: Emecé Editoriales S.A.
- Incorvaia, M. (2008). *La fotografía: un invento con historia*. Buenos Aires – Argentina: Del Aula Taller
- Kotler, P. y Keller, K. L. (2012) *Dirección de marketing*. Pearson Educación.
- López Jiménez, I. E. (2014). *El concepto de Imagen*
Puerto Rico: Departamento de comunicación empresarial. Facultad de Administración de Empresas. Disponible en: <http://coem.uprrp.edu/wp-content/uploads/2014/04/El-concepto-de-imagen.pdf>
- Logorapid. (2010) *El libro de logotipos, marcas e imagen corporativa de logorapid*
Barcelona–BuenosAires. Disponible en:<http://www.publicidadpixel.com/libros-de-diseno-grafico/>

Pérez Porto J. y Gardey A. (2010). *Sonido*. Actualizado en 2012. Recuperado 5 de julio de 2017. Disponible en: <http://definicion.de/sonido/>

Polverino L. (2007). *Manual del director de cine*. Buenos Aires - Argentina. Ediciones Libertador.

Qué es el fenómeno phi (s/f) Recuperado el 11/06/17
Disponible en: <http://www.manuales.com/manual-de/que-es-el-fenomeno-phi>

Qué es la persistencia retiniana (s/f) Recuperado el 11/06/17
Disponible en: <http://www.manuales.com/manual-de/que-es-la-persistencia-retiniana>

Reimers Design. (s.f.) *Pequeño Diccionario del Diseñador – Diccionario de términos, biografías y usos del Diseño Gráfico*. Disponible en: <http://www.publicidadpixel.com/libros-de-diseno-grafico/>

Slatta, R. W. (1996). *The Cowboy Encyclopedia*. New York and London: W. W. Norton & Company.

Significados.com (s/f.). *Sonido*. Recuperado: 5 de julio de 2017.
Disponible en: <https://www.significados.com/sonido/>

Universidad de Buenos Aires (3 de Abril, 2017) *Radio UBA - Volver al Futuro*. Recuperado 23/08/17. Disponible en:
<https://radiocut.fm/audiocut/a-que-se-dedica-un-disenador-audiovisual/>

Universidad de Buenos Aires (2017) *Diseño de Imagen y Sonido*. Recuperado el 13/06/17.
Disponible en:
http://www.uba.ar/download/academicos/o_academica/carreras/dis-imagenysonido.pdf

Universidad de Palermo (2017). *Diseño de Imagen y Sonido*. Recuperado el 13/06/17
Disponible en: http://www.palermo.edu/dyc/disen_Imagen_sonido/index2.html

Verd Ramirez, A.. *Estudio de las Marcas -1er Gráfico*. Disponible en:
<http://www.publicidadpixel.com/libros-de-diseno-grafico/>

Bibliografía

- Aharonov J. (s.f.) *Psicología Tipográfica*. Disponible en:
<http://www.publicidadpixel.com/libros-de-diseno-grafico/>
- Álvarez Juárez, D. (s.f.) *Introducción a la Tipografía*. Universidad de Londres
Disponible en: <http://www.publicidadpixel.com/libros-de-diseno-grafico/>
- Aker, D. A. (2009) *Managing Brand Equity*. Simon and Schuster.
- Asociación Argentina de Marketing (2015). *Nueva definición de Marketing*. Recuperado el: 28.10.15. Disponible en:
http://www.aam-ar.org.ar/?nueva-definicion-de-marketing&page=ampliada&id=769&_s=&_page=biblioteca_multimedia
- Asociación Argentina de Marketing (2015). *El consumo de medios está migrando no sólo a lo digital, sino a lo digital móvil*. Recuperado el: 28.10.15. Disponible en:
http://www.aam-ar.org.ar/?nueva-definicion-de-marketing&page=ampliada&id=769&_s=&_page=biblioteca_multimedia
- Asociación Argentina de Marketing (2015). *En nuestra comunicación, destacamos las redes sociales y el punto de venta*. Recuperado el: 28.10.15. Disponible en:
http://www.aam-ar.org.ar/?en-nuestra-comunicacion-destacamos-las-redes-sociales-y-el-punto-de-venta&page=ampliada&id=798&_s=&_page=biblioteca_multimedia
- Cabrera López, J. F. (2015). *Sugestión Emotiva. La pieza audiovisual y sus posibilidades como ente sugestivo*. Buenos Aires: Universidad de Palermo. Disponible en:
http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/catalogo_de_proyectos/detalle_proyecto.php?id_proyecto=3293&titulo_proyectos=Sugesti%F3n%20Emotiva
- Costa, J. (s.f.) *Diseñar para los Ojos*. Universidad Internacional de Andalucía.
Disponible en: <http://www.publicidadpixel.com/libros-de-diseno-grafico/>
- Dondis, D. A. (2003). *La sintaxis de la Imagen – Introducción al alfabeto visual*. España: Editorial Gustavo Gili
- Fabris G. (1973). *Fundamentos del Proyecto Gráfico*. España: Barcelona. Ediciones Don Bosco
- Frascara, J. (1993). *Diseño gráfico y comunicación*. Buenos Aires: Infinito.
- Frutiger, A. (1981). *Signos, símbolos, marcas, señales*. Barcelona: Gustavo Guili

García, M. M. (2005) *Arquitectura de marcas*. Esic editorial.

González Ruiz, G.(1994). *Estudio de Diseño*. Buenos Aires Argentina: Emecé Editoriales S.A.

Guimera, L. E. y Diéguez, P. C.. *Logos Identidad Brand Reflexiones del diseño gráfico en la actualidad*. Ed. Agencia h2e.es. Disponible en:
<http://www.publicidadpixel.com/libros-de-diseno-grafico/>

Incorvaia, M. (2008) *La fotografía: un invento con historia*. Buenos Aires – Argentina: Del Aula Taller

Jiménez, Z. A. (2004) *Dirección de productos y marcas*. UOC

Juárez Álvarez, D. (s.f.) *Introducción a la Tipografía*. Universidad de Londres Disponible en: <http://www.publicidadpixel.com/libros-de-diseno-grafico/>

Kotler, P. y Keller, K. L. (2012) *Dirección de marketing*. Pearson Educación.

Logorapid. (2010) *El libro de logotipos, marcas e imagen corporativa de logorapid* Barcelona–BuenosAires. Disponible en: <http://www.publicidadpixel.com/libros-de-diseno-grafico/>

Lucas, L., Rodríguez, J., Martínez, M., Vidriales, C. y Sáez, A. (s.f.) *Packaging*. Disponible en: <http://www.publicidadpixel.com/libros-de-diseno-grafico/>

Peña, J. A. (2010). *Psicología del color*. Disponible en:
<http://www.publicidadpixel.com/libros-de-diseno-grafico/>

Pinar, M. L.. (s.f.) *Creatividad Publicitaria y Nuevas Formas de Comunicación*. V simposium de profesores universitarios de creatividad publicitaria - Universidad Complutense de Madrid. Área de Ciencias Sociales.
Disponible en: <http://www.publicidadpixel.com/libros-de-diseno-grafico/>

Reimers Design. (s.f.) *Pequeño Diccionario del Diseñador – Diccionario de términos, biografías y usos del Diseño Gráfico*. Disponible en: <http://www.publicidadpixel.com/libros-de-diseno-grafico/>

Slatta, R. W. (1996). *The Cowboy Encyclopedia*. New York and London: W. W. Norton & Company.

Verd Ramirez, A.. *Estudio de las Marcas* -1er Gráfico. Disponible en:
<http://www.publicidadpixel.com/libros-de-diseno-grafico/>

Wucius Wong. (1993) *Principios del Diseño en Color*. Ed. Gustavo Gilli – Barcelona
Disponible en: <http://www.publicidadpixel.com/libros-de-diseno-grafico/>

Antecedentes

- Angel Parra, D. L. (2016) Desarrollo de marca e identidad corporativa
Agencia de Diseño AG. Buenos Aires: Universidad de Palermo.
Facultad de diseño y comunicación. Disponible en:
<https://goo.gl/eziB8w>
- Di Lullo, S.F.(2016) El poder de los Motion Graphics
Influencia en la marca de un canal de televisión. Buenos Aires: Universidad de Palermo
Facultad de diseño y comunicación. Disponible en:
<https://goo.gl/KQ1FnR>
- Frias Gutiérrez, J. A. (2016) Jane Levin Event Planner
Branding estratégico para el lanzamiento online de la marca. Buenos Aires: Universidad de Palermo.
Facultad de diseño y comunicación. Disponible en:
<https://goo.gl/L17WTu>
- Gómez, M. (2014) MagicianMusic.net
Diseño de un sitio web mediante una estrategia de integración de Social Media. Buenos Aires: Universidad de Palermo.
Facultad de diseño y comunicación. Disponible en:
<https://goo.gl/QkyXJX>
- Higuita Gonzales, D. A. (2016) Cassette Records
Creación de Marcas. Buenos Aires: Universidad de Palermo.
Facultad de diseño y comunicación. Disponible en:
<https://goo.gl/FKQ5Sa>
- Ordoqui, J. P. (2015) La realización cinematográfica independiente
Nuevas tecnologías y nuevos realizadores. Buenos Aires: Universidad de Palermo.
Facultad de diseño y comunicación. Disponible en:
<https://goo.gl/Bakqtu>
- Paredes, C.A. (2015) Producciones Audiovisuales Transmedia
Constitución de una productora de cortometrajes transmedia para dispositivos digitales. Buenos Aires: Universidad de Palermo.
Facultad de diseño y comunicación. Disponible en:
<https://goo.gl/wmVHdb>

Lopez, N.V. (2014) Be Art

Un servicio audiovisual para PyMEs. Buenos Aires: Universidad de Palermo.

Facultad de diseño y comunicación. Disponible en:

<https://goo.gl/G5CRLA>

Reátegui Matos, D. A. (2016) Green Age

Identidad visual para una agencia publicitaria en Perú. Buenos Aires: Universidad de Palermo.

Facultad de diseño y comunicación. Disponible en:

<https://goo.gl/5aBPb6>

Zoppi, N. (2016) Producciones digitales, un mundo sin barreras

La comunicación audiovisual en la era digital. Buenos Aires: Universidad de Palermo

Facultad de diseño y comunicación. Disponible en:

<https://goo.gl/15o7yh>

Palabras claves

Audiovisuales

Corporativa

Desarrollo

Diseño

Identidad

Imagen

Marca

Productora

Redeye

Visual