

Perspectiva general del proceso grafico. La empresa grafica

- Proceso grafico
- Necesidades
- Historia
- El sector grafico
- Conceptos
- Empresas del sector
- Actividades
- Núm. Empresas
- Características
- Tamaño
- Estructura organizativa
- Sector manufacturero y del servidor
- Oferta y demanda
- Distribución geográfica
- Sector productivo de influencia
- La industria papelera
- La edición
- Publicidad
- Campo de aplicación
- Distribución de la preedición

1. El proceso grafico

1.1. NECESIDADES

La comunicación grafica como tantas otras intenciones humanas nacen probablemente como técnica a una necesidad le dé comunicarse en el tiempo y la solucionar uno de los problemas que tiene la comunicación oral.

Comunicación en sentido estimalógico significa puesta en común, hoy día se refiere al intercambio de información de mensajes entre dos o más interlocutores

Comunicación es un proceso en el que interviene varios elementos, así para que haya comunicación ha de haber:

- Un emisor: La persona que habla
- Un receptor: la persona que escucha
- Un código: el tipo de lenguaje
- Un mensaje: ¿de que hablas?
- Un canal: ¿con que? Oral, red informática...

1.1.1. INTENCIONALIDAD

Siempre que se produce un acto de comunicación hay una intencionalidad por parte de emisor:

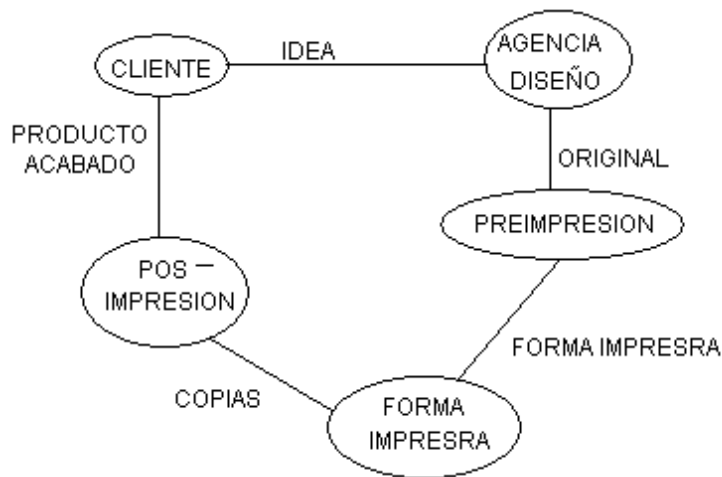
- Expresar sentimientos
- Información simplemente
- Influir en el receptor para que actúen u opine de una determinada forma

- Etc.

La industria de comunicación utilizan el proceso de comunicación intencionadamente para conseguir una respuesta del receptor. Así que busca la manera de conseguirlo a traves de los diferentes elementos de la comunicación

La comunicación de masa es una forma eficaz de que disponen estas industrias para dirigirse a muchísimos receptores a la vez y utiliza unos medios específicos como canal es de transmisión, lo que se conoce como medios de comunicación en masa

FLUJO DE INFORMACION EN LA PUBLICIDAD GRAFICA



HISTORIA

El origen de las primeras formas graficas correspondiente al paleolítico y neolítico parece deberse al deseo de comunicarse con otros hombres y con unas fuerzas ocultas o fuerzas de la naturaleza para invocarlas en su beneficio y evitar los malos. Ej. Evitar malas cosechas

Las primeras formas graficas de comunicación: pinturas rupestres, registros de cuentas, petroglifitos, quipos, etc. Mas tarde aparecerían pictogramas, los primeros alfabetos y apartar de hay la escritura

Una vez contruidos un sistema de escritura el proceso gráficos consistía básicamente en escribir el mensaje que se quisiera transmitir en un soporte donde quedara fijado dicho mensaje. En la edad media los escritorium tenia esta forma: Copiar manuscritos. En el S. XV apareció la impresora y con ella un gran avance, no solo quedaba fijado el mensaje en el tiempo sino que se podían hacer copias de estos de una forma rápida y sencilla, y en el s. XX con las nuevas tecnologías informáticas no solo se podía fiar la palabra escrita si no también la voz y la imagen.

2. El sector grafico

2.1 Concepto

Las empresas que se engloban dentro de las industrias de la comunicación grafica desempeñan las actividades que se llevan a cavo en la fabricación del producto impreso, desde el diseño y la preaparición de los originales para su tratamiento y la elaboración de la forma impresora, a partir de la cual se harán las copias impresoras, hasta dejar el producto totalmente acabado

No solo darse una integración vertical de todas estas actividades, aunque en algunos casos haya imprentas que dispongan de departamentos de preimpresión a talleres para realizar ciertos acabados

Las nuevas tecnologías favorecen la integración aunque por otra parte la especialización de las tareas y las enormes sumas de dinero que requiere la inversión no lo hace asequible

La evolución tecnológica del sector ha sido tal que ha dado lugar a un cambio de nombre: De artes gráficas a industria gráfica

2.2 Empresas del sector

El intento de empujar una tipografía de empresa de cualquier sector industrial lleva consigo el análisis de las actividades involucradas y, dependiendo de la complejidad y la especificación de las mismas, su agrupación por subsectores

Así, en el sector de las industrias de la comunicación gráfica suelen distinguirse que grupos de empresas según el tipo de actividades desempeñada:

_ Manipulados de papel y cartón

_ Pre-Impresión

_ Impresión

_ Post-Impresión

2.2.1 Actividades

MANIPULADOS

Aquellas empresas que se dedican a la transformación del papel y el cartón para que puedan ser utilizados como soporte de un producto impreso, por ejemplo en la confección de carpetas, estuches, envases, tapas de libros... a veces tiene lugar antes de la impresión, como la elaboración de soportes metalizados, plastificados... y como a veces sin posteriores a la impresión, como los barnices, engomados, perforados, troqueados...

PREIMPRESION

Aquellas empresas que se dedican a la preparación de originales y detención de la película para la elaboración de la forma impresora se realiza en el taller de impresión, en las actividades, los avances tecnológicos permiten obtener ya en esta fase las planchas listas para colocarlas en máquina

IMPRESION

Aquellas empresas que se dedican a la impresión para cualquier sistema: Offset, hueco, hueco, seri, son las que popularmente se han venido llamado imprentas

En la imprenta no solamente se imprime, lo más frecuente es que también se elabore la forma impresora y se deje el producto acabado.

PREIMPRESION

Aquellas empresas cuyas actividades principales se basan en los procesos a los que se somete el producto

grafico después de la impresión para darle el acabado o acabados finales. De ay que se conocen también con el nombre de empresas de acabados. Tal y como se han definido estos subsectores hay muchas actividades que podrían englobarse tanto en empresas de manipulados como acabados.

Por ello en muchas ocasiones estos tres términos se utilizan como sinónimos para designar este subsector

2.2.2 Numero de empresa

Las cifras indican que los mas abundantes son las de impresión

2.3 Características del sector

2.3.1 Tamaño

Las empresas del sector grafico suelen ser empresas pequeñas, de carácter familiar.

Aunque el tamaño no debería medirse solo por el numero de trabajadores, sino también por la cota de facturación

Porcentaje de empresas según numero de trabajadores

De 1 a 9 _ 70.66 %

De 10 a 24 _ 20.60 %

De 24 a 49 _ 9.80 %

De 49 a 99 _ 2.47%

De 100 o más _ 1.47%

2.3.2 Sector manufacturero y de servicio

Sector muy peculiar, pues comparte las características propiad del secundario con las del sector servicio

2.3.3 Oferta y demanda

Buen equilibrio, el exceso de capacidad del sector oferta tanto a precio como a rentabilidad y eso hace que el mercado de la imprenta será mas competitivo para abastecer la creciente demanda que viene dada por el aumento de la población, los núcleos familiares, el nivel educativo y el crecimiento del material publico impreso

2.4 Distribución geográfica

Se concentra toda en el núcleo urbano, donde esta la demanda no atiende a criterios como el de facilidad de instalación o abastación de materias primas como otras industrias

Esto es por que además de ser un sector manufacturero es también un sector de servicios

Cataluña 35.90 % Levante 9.20 %

Madrid 25.70 % P. Vasco 10 %

Resto 23.10 %

3 Sector productivos de influencia

3.1 Industria papelera

3.2 Edición

3.3 Publicidad

3.1 Industria papelera

- El papel, cartón, cartoncillo y otros derivados papeleros son la materia prima principal de las industrias graficas
- Por tanto, es lógico pensar que algo que nos puede indicar la vitalidad del sector de las artes graficas es la producción y el consumo del papel y sus derivados

Producción de papel # Producción grafica

Consumo del papel = Producto grafico

La producción NO es un buen indicador.

El consumo, SI de momento, si el soporte de información no ocupa lugar

3.2 La edición

- El soporte industrial del sector editorial es el de artes graficas
- La compatibilidad de la industria editorial descansa en las inversiones del sector grafico
- Sí una potente y moderna _____ en el campo de la impresión. Podrán perderse los logros conseguidos hasta el momento. Podría suceder incluso que se hubiera que realizar las impresiones fuera del país

3.3 Publicidad

- El sector publicitario en España ha experimentado un fuerte crecimiento en los últimos años situándose en el primer puesto de Europa en el porcentaje de productos interior bruto
- La tasa de crecimiento de material publicitario impreso a sido altísimo. Mas del 50 % de la inversión en este campo utiliza soportes gráficos. Por lo que su crecimiento tiene una importancia enorme en el sector grafico

4 Campo de aplicación

Campo de aplicación muy basto y variado, ofrece dos producto según su _____

- Los que se consumen directamente van dirigidos al usuario final, publicación, revistas...
- Los que son consumidos indirectamente dirigidos a un _____ envases y embalajes

4.1 Distribución de la producción

Dos tipos de publicación

- Lo que van dirigidos al usuario final: revistas, libros impresos, etc constituyen aproximadamente la mitad de la producción

Los dirigidos o un intermediario: envases y envalije la otra mitad