

EL IMPRESSO

No. 26

MAYO 2015

**QUEREMOS
CELEBRAR
CONTIGO!!**

ARTICULO
**PUBLICIDAD EN
TIEMPO DE
CAMPAÑAS**

**TECNICAS DE
IMPRESIÓN**

**QUIENES
SOMOS!!!**

25
ANIVERSARIO

www.impressa.com.mx

EL IMPRESSO

No. 26

MAYO 2015



Impresora de Productos Especiales S.A. de C.V. es una empresa mexicana, fundada en 1990. Por nuestra experiencia y creatividad somos más que una imprenta, brindamos consultoría en sistemas y técnicas de impresión así como apoyo en artes gráficas superando las expectativas de nuestros clientes.

Ofrecemos una amplia gama de productos. Offset, Serigrafía, Flexografía, Hot Stamping, Barniz UV, Suaje, Acabados, Papelería, Etiquetas, Empaques, Libros y Revistas entre otros servicios.

Contamos con equipos digitales para impresión en bajo volumen, y estamos especializados en empaques, impresión en papel metalizado, barnices y acabados especiales.

Impressa, se ha distinguido por los logros que ha obtenido desde su fundación, en 1997 ganó por primera vez el premio XVIII PREMIO NACIONAL DE LAS ARTES GRAFICAS, con la marca *Furor*, entre otros premios y reconocimientos.

A la fecha, Impressa es reconocida y está certificada por grandes compañías farmacéuticas y de alimentos, como son *WDC, L'Oreal, Natura, Mead & Johnson Nutritions, Landsteiner, Wal-Mart, Disney, Silver Plate, Baita, Inova, Samsonite, Franklin Templeton, Productos Pensylvania*, entre otros.

Nos esforzamos cada día en crear una cadena de calidad sólida con nuestros proveedores y prestadores de servicio.

Nuestro capital humano es de suma importancia para nosotros ya que somos "Una gran familia" con personal que ha estado con nosotros desde su fundación y ponemos mucho énfasis en su crecimiento, bienestar, así como en códigos de ética, conciencia social y al medio ambiente.

Impressa ofrece un traje a la medida para cada cliente. Nos sentimos muy orgullosos de nuestros primeros 25 años y de nuestro equipo de trabajo.



25 ANIVERSARIO

PUBLICIDAD **en tiempo** De Campañas

La publicidad es ante toda, una cuestión mediática y piedra angular en comunicación política.

Se ha llevado a lo largo de los años revisiones al modelo de propaganda política a partir de las Reformas electorales.

Los cambios que se han dado en la legislación actual, el modelo vigente que da al INE el poder de administrar de forma exclusiva los tiempos de radio y televisión, para los partidos, los cuales corresponderán a los llamados "espacios oficiales" que por ley, los concesionarios de radio y televisión están obligados a ceder al estado. Estos espacios no pueden durar más de 30 segundos. Con la prohibición de contratarlos para emitir proselitismo electoral por parte de cualquier entidad que no sea partido político registrado ante el INE. En el 2014 se modificó lo que compete a la industria de la impresión. Toda la propaganda impresa para pre campañas y campañas comerciales, deberán elaborarse con material reciclable y biodegradable. Este material no puede contener sustancias tóxicas o nocivas para la salud o el medio ambiente.

Toda la propaganda impresa en plástico deberá contener la insignia internacional del material reciclable, al igual que los símbolos a los que hace alusión la norma referente a la Industria del plástico- reciclado -símbolos de identificación de plástico. Por lo que esto presenta una limitante sustancial en el uso de pendones y lonas. Se podría optar por sustratos textiles, son de menor resistencia y representan un costo mayor.

En los últimos años las redes sociales han jugado un papel significativo en las elecciones gubernamentales en donde la campaña de Barack Obama en 2008, fue un parte aguas, el cual modificó el marketing político en su manera de llegar a la gente.

Las incorporación de nuevas tecnologías y plataformas sociales, creó una carretera de tres carriles, aérea (Radio y TV), terrestre (Impresos y personales) y digital.



VOTOS Y GUERRA IMPRESA.

Durante esta época, las imprentas trabajan a grandes velocidades gracias a las precampañas electorales.

Postes, paredes, árboles, automóviles, oficinas, hogares e incluso personas se encuentran rodeados de carteles alusivos a los candidatos y aspirantes a la alcaldía o a la presidencia de cualquier lugar.

Se implementan en las campañas la producción de recursos publicitarios para el proceso, lo que representa una época del año en que las imprentas y empresas publicitarias o afines al sector, generan mayores ingresos tras brindar sus servicios para la ocasión. Campañas federal (Cada 6 años), estatal (cada 3 años) o bien cada 6 años para elegir Gobernadores de estado. Presidente municipal y diputado al congreso del estado.

La producción normal de una imprenta se puede triplicar en estas épocas y periodo. Las técnicas de impresión más solicitadas son el Offset para volantes y carteles y la tipografía para artículos promocionales entre otros. Así como el estampado en el caso de gorras, bolsas, camisetas, mochilas entre otros.

Como podemos constatar esta época electoral beneficia el flujo de ingresos a la industria e impulsa su crecimiento de forma considerable a otras imprentas, involucrando otras actividades y servicios como son fotografía, diseño además de la impresión.

EL IMPRESSO

DEMOCRACIA DE COLORES.

El color, siempre ha sido utilizado como medio persuasivo en distintas áreas, tanto social, como religiosa, comercial militar y política.

En el área social, por ejemplo los colores se han utilizado para adornar calles, casas, e incluso la vestimenta de las personas. En el área comercial, los consumidores suelen asociar rasgos de personalidad con colores específicos, lo cual hace o no a un producto atractivo.



En cuanto al área religiosa, los colores se han implementado en la decoración de los templos además de métodos para identificar credos.

Dentro del sector militar, los colores cálidos y verdes son característicos de sus utensilios e indumentaria.

En cuanto al ámbito Político, los colores son los distintivos comunes de los símbolos patrios, las banderas y los emblemas partidistas e ideológicos.

La psicología del color, establece que en diferente forma e intensidad, el ser humano es influido en su conducta y comportamiento por los colores, ya que son los que generan respuesta emocionales, por lo que de esta manera, el factor psicológico se ve influido por el ambiente creado gracias al color.



En cuanto a la política electoral, el color ha tomado un papel prioritario como parte de la estrategia de persuasión durante las campañas electorales ya que suele ser usado para hacer más atractivos o visibles los signos o símbolos partidarios. Los colores azul y rojo han sido los más solicitados gracias a su asociación a la derecha e izquierda política, respectivamente.

LAS BOLETAS ELECTORALES.

En el 2012 las boletas electorales fueron impresas por talleres gráficos por México en un material infalsificable y en un papel de uso exclusivo, en el cual cuenta con marca de agua, si como fibras ópticas visibles y ocultas.

Desde la elaboración del papel e impresión, así como para su almacenamiento y distribución se incorporaron medidas de seguridad, entregando en sobre cerrado en este caso al Instituto federal Electoral (IFE) hoy Instituto Nacional Electoral (INE).

Cada boleta electoral pasa por múltiples aduanas de control desde su producción hasta la entrega de los electores para que emitan su voto.

En las pasadas elecciones, más de 248 mil boletas fueron impresas. Comparando con otros países latinoamericanos que también cuentan con órganos electorales especializados a excepción de Argentina, encargados de dirección, administración y vigilancia de los procesos electorales.

Otros países han máquinas los resultados oficiales son exactos y rápidos.

Por otra parte pueden utilizarse papeletas electrónicas con el fin de almacenar los votos en memorias, reduciendo el gasto significativamente



EL IMPRESSO

técnicas de impresión

Los sistemas de impresión son muy variados, así como sus resultados. Podemos distinguir grandes grupos con necesidades, procesos y resultados muy diferentes: los artísticos y artesanales (de tirada reducida), los digitales (para usos domésticos y comerciales a pequeña escala), y los industriales (para grandes cantidades: diarios, revistas, libros, afiches, envases, etiquetas y demás objetos en general de producción masiva).

Artísticos

Grabado: Los métodos de impresión artísticos son aquellos en que se graba manualmente una imagen sobre una superficie rígida, que después alojará tinta y será transferida por presión a otra superficie como papel o tela, permitiendo así hacer de manera mecánica múltiples copias de la misma.

Xilografía: El artista trabaja sobre una plancha de madera, en la que talla a mano con un buril o gubia la imagen, que luego será entintada para ser impresa.

Grabado en linóleo: Se utiliza en lugar de madera una placa de linóleo como matriz.

Grabado a buril: La gran diferencia con la xilografía radica en que el grabado se hace sobre una plancha de metal y la tinta queda depositada en los surcos del dibujo para ser transferida al papel por capilaridad.

Grabado a punta seca: Se utiliza una punzón fino y afilado para grabar, consiguiendo líneas menos profundas que con el buril.

Aguafuerte: La placa, generalmente de cobre o cinc es recubierta con un barniz protector y luego el artista dibuja con un punta retirando el barniz dejando el metal al descubierto. Al sumergir la placa en una solución corrosiva, ésta actuará corroyendo la placa en las partes descubiertas.

Barniz blando: Esta técnica consiste en emplear un barniz que al secar mantiene una textura pegajosa y que se cubre con un papel muy fino, de los denominados «de seda», sobre el que se dibuja con un lápiz de grafito con lo que se adhiere el barniz al papel y al retirarlo descubre el metal de la matriz.

Mezzotinta: Consiste en conseguir un tono oscuro y uniforme en la totalidad de la plancha, que se va matizando hasta conseguir el blanco, mediante un proceso de bruñido de la superficie.

Litografía: Este técnica de impresión inventada en 1796 por Aloys Senefelder emplea una piedra caliza previamente pulimentada sobre la que se dibuja la imagen a imprimir con una materia grasa, bien sea mediante lápiz o pincel. Este proceso se basa en la incompatibilidad de la grasa y el agua. Una vez la piedra humedecida, la tinta de impresión solo queda retenida en las zonas dibujadas previamente.

Serigrafía: La serigrafía es un método de reproducción de documentos e imágenes sobre casi todos los materiales, que consiste en transferir una tinta a través de una gasa (anteriormente era con una seda, tensada en un marco, de ahí el nombre).

EL IMPRESSO

Digitales Se entiende por impresión digital toda aquella en que se imprime directamente en papel (ya sea por inyección, láser u otro procedimiento) desde un archivo informático, en contraposición a los otros sistemas (tipografía, offset...), que utilizan por ejemplo planchas metálicas. Es actualmente el sistema más habitual en pequeña tirada.

Inyección de tinta: Habitual en impresión doméstica y de pequeña tirada, por su bajo coste.

Impresora láser: Común en documentos de oficina, la impresión por láser permite más velocidad que la de inyección.

Industriales

Tipografía o impresión tipográfica: Es el sistema de la imprenta tradicional de tipos móviles inventado por Johannes Gutenberg. Fue el sistema habitual para imprimir libros y otros textos desde el siglo XV hasta bien entrado el siglo XX, momento en que la impresión ófset le tomó el relevo.

Litografía: Muy popular en el siglo XIX para crear y reproducir imágenes (carteles, etc.), utilizaba originalmente una piedra pulimentada sobre la que se dibuja la imagen a imprimir con una materia grasa. Más tarde, al aparecer las rotativas se empezaron a utilizar rodillos de metal o de plástico. Una evolución posterior de esta técnica es la impresión offset.

Offset: Similar al proceso litográfico, utilizando placas de metal (habitualmente en forma de rodillo) y añadiendo una placa intermedia al proceso que mejora el resultado. Es el sistema más usado hoy en día para grandes tiradas (libros, periódicos, etc.).

Serigrafía: Utiliza una malla tensada en un marco, y se usa para imprimir sobre diversos materiales, desde camisetas hasta baldosas.

Tampografía: Emplea una placa metálica o plástica, revestida de una emulsión fotosensible. La tampografía es conocida por su capacidad para imprimir superficies tridimensionales complejas. Se utiliza mucho para el marcaje de piezas industriales y publicidad.

Flexografía: Utiliza una placa con relieve para imprimir, admite diversos tipos de tinta, y se usa sobre todo para embalajes de cartón corrugado, bolsas de plástico y de papel, etiquetas autoadhesivas, envoltorios alimentarios y también algunos periódicos.

Huecograbado: Usado principalmente para revistas y embalajes.

