



# **UNIVERSIDAD DEL SURESTE**

ALVARO EDUARDO MORENO GONZALEZ.  
LICENCIATURA EN DISEÑO GRAFICO.  
PROF. LIC. ERIKA NATYELI QUINTERO JUAREZ  
INVESTIGACION TIPOS DE IMPRESIÓN.  
COMITAN DE DOMINGUEZ CHIAPAS  
4 DE JULIO DE 2020

## METACRILATO.

Si nos preguntamos qué es el metacrilato, una respuesta sencilla y correcta sería: una alternativa óptima al vidrio. De hecho, el metacrilato —inventado en el siglo XX— es un material plástico, transparente, irrompible, flexible y resistente; y se usa en muchísimos sectores, incluido el que más nos interesa: el sector de la imprenta.

En este artículo vamos a hablar de la impresión en metacrilato y de qué es el metacrilato. Si te interesa saber cuáles son los otros materiales rígidos sobre los que imprimir, te aconsejamos que eches un vistazo a nuestros artículos sobre el Forex® y el aluminio Dibond.

El metacrilato es un material plástico formado por polímeros del metacrilato de metilo, éster del ácido metacrilato. Su nombre técnico es polimetilmetacrilato —también conocido por sus siglas PMMA—, pero se lo conoce también por muchos otros nombres como, por ejemplo, Perspex, Acrylite, Acrylplast, Lymacryl, Lucite Acrivill, Altuglas, Perclax, Oroglas, Trespex y Vitroflex. Además de estos, está el nombre más famoso, y el primero: Plexiglas

Como comentábamos antes, el metacrilato es una alternativa óptima al vidrio. Es por ello que se lo conoce también como «vidrio acrílico» y es uno de los materiales plásticos de mayor consumo. Pero, a diferencia del vidrio, es irrompible, muy flexible y más transparente (su coeficiente de transparencia es de 0,93, mientras que el del vidrio va de 0,80 a 0,90).

Por el contrario, el metacrilato se araña con cierta facilidad (por lo que no es adecuado para usos que implican desgaste mecánico) y atrae el polvo. Y, con el tiempo, tiende a amarillarse.



No obstante, las características positivas del metacrilato lo convierten en un material adecuado para muchos usos: desde la arquitectura hasta la biomedicina, pasando por la ingeniería. Pero el ámbito de uso que a nosotros nos interesa más es, obviamente, uno: la impresión en metacrilato. Hablaremos de ello enseguida, pero antes vamos a contar brevemente cómo y dónde nació el metacrilato.

#### Breve historia del metacrilato

En un artículo en el que se explica qué es el metacrilato, no podían faltar algunos datos históricos. Como suele ser el caso de muchos de los materiales que usamos a menudo en la actualidad, el nacimiento del metacrilato tuvo lugar en Alemania en el siglo XX.

La idea la tuvo el químico Otto Röhm en 1901, aunque le llevó más de 30 años averiguar cómo comercializarla. Fue en 1933 cuando, gracias al apoyo de su colega Walter Bauer, Röhm —y su empresa Röhm & Haas— lanzó al mercado el primer metacrilato.

Si te apasiona la historia de los materiales y la tecnología, te aconsejamos que eches un vistazo a esta página en la que se habla de la invención del metacrilato.

Puedes imprimir en metacrilato una buena variedad de opciones, como carteles, pósteres publicitarios o fotografías en formato grande o mediano. Es una solución adecuada tanto para interiores como exteriores que, usada con creatividad, sirve para decorar stands de ferias o un apartamento. Y hasta puedes realizar un diseño moderno para el punto de información de tu evento. Por otro lado, las placas en metacrilato las puedes usar para tu oficina o para la señalización de museos.

Además de su flexibilidad y resistencia, el metacrilato ofrece dos características que dan mucho juego a la hora de imprimir en este material: se moldea fácilmente y es transparente. Esto significa que puedes crear el cartel en metacrilato con la forma que prefieras o decidir si quieres retroiluminar una fotografía en metacrilato impresa en un material opalino.

Se puede elegir la primera opción para imprimir carteles en metacrilato de paneles publicitarios o de fotografías. En este caso, se puede elegir entre dos grosores de panel — 3 mm y 5 mm— y entre un panel transparente (para utilizar como clásica alternativa al vidrio) o uno opalino retroiluminado. La superficie máxima es 200 x 300 cm para el formato personalizable, pero también puedes elegir entre diferentes formatos estándar rectangulares o cuadrados. Recuerda: ¡tu panel de metacrilato se puede moldear!

Para la impresión de placas en metacrilato puedes elegir un material transparente de 5 mm de grosor o un material opalino retroiluminable con grosor de 3 mm y 5 mm. En este caso, el moldeo no es del todo personalizable, pero puedes elegir entre 14 formas y tamaños diferentes y un formato rectangular que podrás personalizar.

#### **LONA PUBLICITARIA.**

La lona publicitaria es un producto de grandes dimensiones, al alcance de cualquier ojo humano, y como tal requiere un diseño de calidad adecuado. La principal característica o ventaja de utilizar una lona como soporte promocional es su gran fuerza visual. De ahí que el mensaje que se quiera transmitir deba ser claro, directo, atractivo y al mismo tiempo oportuno para lo que queremos conseguir.



Una lona tiene infinidad de usos. Puedes colocarla en la fachada de tu negocio y utilizarla como reclamo para atraer clientes, se puede situar en un stand en una feria o congreso para promocionar la marca, situado en exteriores puede utilizarse como bienvenida a un evento, concierto multitudinario, festival, etc. Las posibilidades, como ves, son muy variadas. Si no te habías planteado la posibilidad de incorporar este soporte como elemento promocional, ya puedes incluirlo entre las alternativas posibles en una campaña.

## PREPARACIÓN Y DISEÑO

A continuación te explicamos algunos aspectos que debes tener en cuenta cuando se diseñe una lona.

1.- Colores: Es importante que cuando trabajes con el software pertinente (Photoshop, Illustrator, etc.) compruebes que el perfil de color esté en CMYK. Si lo haces en RGB te darás cuenta que, una vez impresa, los colores tienen un tono apagado respecto a como los veías en pantalla. Esto se debe a que el perfil RGB está preparado para visualizarlo en pantalla y no para impresión.

Como lo que buscaremos será impactar a nivel visual, intenta contrastar los colores. Sobre todo hazlo en los textos. Si los caracteres que pongas no son legibles apenas o pasan desapercibidos, estarán restando fuerza al diseño en su conjunto.

2.- Respetar una zona de seguridad: Como cualquier producto gráfico, cuando diseñes una lona tendrás que reservar un perímetro de seguridad alrededor para no perder información básica cuando se corte. Piensa además que la mayoría de lonas llevan

ojales para que pueda sujetarse sobre una estructura habitualmente metálica (mástil, andamio, etc). Te aconsejamos que dejes 5cm a cada lado.



3.- Que se lea bien. Ya te lo hemos comentado anteriormente, es fundamental que cualquier persona que pase por al lado pueda leer fácilmente el mensaje que contiene esa lona. Por tanto, aquí deberás hacer uso de tipografías muy claras. También deberás apostar por textos breves, a modo de eslogan o conceptos que impacten. Una lona está bien diseñada cuando su contenido queda automáticamente grabado en la retina del viandante que pasa por su lado. Una opción es probar con la aliteración o la rima para que sea fácil de recordar e incluso llame más la atención.

4.- Imágenes: Las imágenes que utilices deben conseguir despertar sensaciones y emociones. De alguna forma tienes que apelar a los sentidos. Si, por ejemplo, quieres destacar un refresco intenta despertar con la imagen la sensación de sed. Si se trata de un perfume, intente que pueda “olerlo”. En el caso que sea una lona corporativa, las imágenes evidentemente tienen que estar vinculadas con la actividad que se realiza, pero además, en este caso deberás apostar por utilizar claramente los colores que te identifican, es decir, los corporativos.



5.- Diseña en función de donde se colocará. El acabado de una lona será uno u otro en función de dónde vayas a colocarla. Si tienes dudas al respecto, lo mejor es que hagas una consulta a un profesional en el tema o bien en el lugar donde la imprimirán. Ellos mejor que nadie sabrán darte la solución. Cuando una lona tiene una dimensiones bastante grandes, va a ir colocada en exteriores y además, por las características de la zona, va a estar expuesta a mucho viento, lo mejor es que sea microperforada. Si se

va a colocar en el interior, hay que asegurarse que la estructura esté bien reforzada para aguantar el peso de la lona.



Respecto al lugar donde va a ir colocada, es importante que también antes hagamos una prueba. Tan sencillo como ir al lugar y hacer una fotografía y posteriormente añadirle con Photoshop el boceto de diseño que hemos preparado. ¿Difiere de lo que habías imaginado o cumple con las expectativas? ¿Hay que modificar parte del diseño o apostar por más imagen que texto? Sólo de esta forma te asegurarás que la lona cumple con su misión.