

Ambrose - Harris

IMAGEN

f. Apariencia óptica de algo producida en un espejo o a través de una lente, etc.



008133

Imagen

Título original: *Image*

Traducción: Emma Estivill

Edición y redacción final: Lluís Borràs, Ester Haba, Andreu Navarro y Núria Barba

© 2005 AVA Publishing

© 2005 Parramón Ediciones, S.A.

Ronda de Sant Pere, 5, 4ª planta

08010 Barcelona - España

Empresa del Grupo Editorial Norma, S.A.

www.parramon.com

Derechos exclusivos de edición en castellano

Primera edición: enero 2006

ISBN: 84-342-2854-8

Impreso en Singapur

Prohibida la reproducción total o parcial de esta obra mediante cualquier recurso o procedimiento, comprendidos la impresión, la reprografía, el microfilm, el tratamiento informático o cualquier otro sistema, sin permiso escrito de la editorial.

Diseño y texto: Gavin Ambrose y Paul Harris

Fotografía: Xavier Young (www.xavieryoung.co.uk)

Diseño de la colección: Natalia Price-Cabrera



Cliente: This Is A Magazine

Diseño: Studio KA

Descripción de la imagen:

Fotografías de retratos fotográficos cortados.



This Is A Magazine

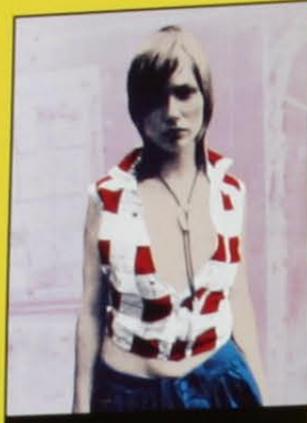
Estas imágenes creadas por Studio KA para *This Is A Magazine* muestran impresiones fotográficas que se cortaron a tiras, se enrollaron por la parte inferior, se abombaron y, a continuación, se fotografiaron para obtener un resultado surrealista. Esta propuesta refleja una de las numerosas formas en que los diseñadores pueden convertir una imagen bastante simple (en este caso, retratos fotográficos) en un ejemplo sorprendente e interesante de manipulación de la imagen.

Sumario

Introducción	6
Cómo sacar el máximo partido a este libro	8



Aboud Sodano



The Kitchen



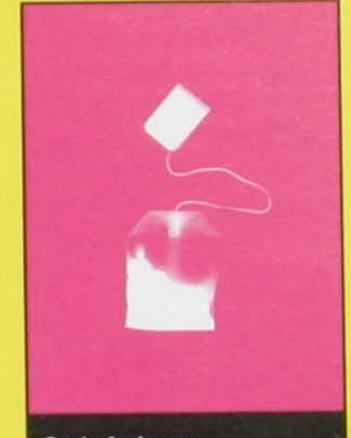
Intro



Sagmeister Inc.



Lobo



Gavin Ambrose

Fundamentos	10	Técnicas	32	El significado de las imágenes	66
Resolución	12	Serigrafía	34	Semiótica y términos comunes	68
CMYK y RGB	14	Ilustración	36	Significado connotativo y denotativo	70
Mapas de bits y vectores	16	Fotografía	46	Tipograma	72
Trabajar con mapas de bits	18	Filtros	52	Sinécdotoque, metáfora y metonimia	74
Separación de cuatro colores	20	Descubrimientos	56	Simil	78
Colores especiales	22	Coloración de imágenes	62	Analogía	80
Bitonos, tritonos y cuadrtonos	24			Paradigma	82
Control de imágenes tonales	26				
Controles de imagen	28				
Canales	30				

Utilización de imágenes	84	Imágenes en la práctica	98	Diseño de marcas	134
Continuidad	86	Reportaje	100	Silueta	136
Yuxtaposición	88	Secuencia	104	Iconos	142
Vista	92	Manipulación	110	Símbolos	144
Motivo	94	Fotomontaje	116	Pictogramas	146
		Colage	120	Fotogramas	148
		Montaje	122	Tramas	152
		Recorte	124	Tramas de color	154
		<i>Trompe l'oeil</i> (trampantojo)	126	Sobreimpresión	156
		Puntillismo	128	Sobreimpresión de colores	158

Glosario	160
Conclusión	172
Agradecimientos	174
Contactos	176

"Imagen" hace referencia a los elementos gráficos que pueden dar vida a un diseño. Tanto si se utilizan como centro de atención de una página o como elemento secundario, las imágenes desempeñan un papel esencial en la comunicación de un mensaje y, por lo tanto, constituyen un factor crucial en el establecimiento de la identidad visual de un trabajo. Las imágenes tienen varias funciones; desde transmitir el drama de una narración hasta enmarcar y servir de base a un argumento presentado en un texto o simplemente servir de separación visual en un texto o un espacio vacío. Las imágenes son efectivas puesto que proporcionan información detallada o sugieren un sentimiento que el lector puede comprender con rapidez. ¿Cómo describiríamos en palabras la última tendencia de la moda? Seguramente resultaría más difícil que la relativa facilidad con que se transmite con una imagen.

La utilización de la imagen viene determinada por numerosas consideraciones como el efecto que se pretende, a qué público se dirige, la estética del proyecto, qué función desempeñará la imagen y hasta qué punto el diseño global deber ser arriesgado o conservador. La utilización de la imagen quizás es el aspecto más estimulante del diseño ya que las imágenes pueden tener un impacto profundo en el resultado y el éxito de un trabajo debido a la reacción emocional que pueden desencadenar en el público. Sin embargo, si las imágenes se utilizan inadecuadamente pueden apartarse del mensaje del texto o incluso contradecirlo. En este libro exploraremos algunas de las numerosas técnicas que se emplean en el trabajo con imágenes y su posterior interpretación. Una galería de ejemplos de estudios de diseño contemporáneos sirven de testimonio del inmenso poder de las imágenes.

Fundamentos

Antes de empezar a trabajar con imágenes es necesario comprender la terminología básica relacionada con este tema. Este capítulo introduce términos como «mapa de bits» y "resolución" y explica por qué son importantes estos términos.

Técnicas

Las imágenes se pueden utilizar para infundir diversos valores emocionales y estilos a un diseño. Esta sección describe cómo se pueden reforzar estos valores y estilos mediante las opciones de formato y los métodos de reproducción.

El significado de las imágenes

Las imágenes contienen información "codificada" que ayuda al espectador a decidir cómo debe recibir y reaccionar ante lo que está viendo. Los significados simbólicos pueden comunicarse al instante. Los conocimientos de semiótica nos permiten comprender por qué los diseñadores eligen una determinada opción.

Utilización de imágenes

Los diseñadores disponen de muchas técnicas que les permiten optimizar los recursos gráficos en un diseño y mejorar el efecto que tendrán las imágenes. Algunas de estas técnicas son la utilización de la continuidad visual, la yuxtaposición, la vista y los motivos.

Imágenes en la práctica

Las fotografías pueden comunicar un mensaje sin ningún tipo de adorno, pero esta sección trata sobre las distintas técnicas de manipulación que un diseñador puede utilizar para cambiar la apariencia e impacto de las imágenes en un diseño.

Diseño de marcas

El diseño de marcas abarca desde líneas representativas simples hasta símbolos, pictogramas y manchas de tinta. Esta sección describe cómo las marcas creadas son polivalentes y especialmente útiles para transmitir un conjunto de valores emocionales al espectador.



Cliente: Momentum Pictures
 Diseño: Intro
 Descripción de la imagen:
 Imagen bitono, recortada en primer plano, con ruido añadido.

Morvern Callar

El estudio de diseño Intro creó este póster para la película de Lynne Ramsay *Morvern Callar*. La imagen se presenta en un bitono rojo/amarillo (véase la página 24) con tipografía blanca y proporciona información en dos niveles. Los aspectos denotativos (véase la página 70) son la información que el espectador obtiene de la misma imagen y los aspectos connotativos son lo que se entiende a partir de lo presentado. Por ejemplo, en un nivel denotativo la imagen es una chica, pero la cabeza girada hacia atrás con el pelo revuelto proporciona una percepción connotativa de vulnerabilidad. La imagen se ha reproducido con ruido para añadir grano y también se ha recortado en un primer plano la cabeza y los hombros de la chica para sugerir la sensación de inmediatez de una instantánea. La baja resolución de la imagen es deliberada y proporciona una referencia visual que alude al grano de la película.

Ruido

En un contexto visual, el término *ruido* describe un efecto que produce la degradación aleatoria y moderada de la calidad de la imagen. A menudo se utiliza para reproducir el grano de una película fotográfica para darle ese aire arenoso a la imagen. A medida que el grano de una imagen aumenta, el ruido también aumenta.

Este libro presenta diferentes aspectos del diseño con imágenes a través de capítulos dedicados a temas específicos. Cada capítulo proporciona numerosos ejemplos de usos creativos de la imagen a partir de obras de importantes estudios de diseño contemporáneos, con notas para explicar los motivos que justifican las opciones de diseño tomadas.

Los principios clave de diseño figuran de forma destacada, de tal manera que el lector pueda ver cómo se aplican en la práctica.

Indicaciones de lectura

Cada capítulo tiene una franja indicadora que permite al lector localizar rápidamente los campos de interés.

Introducciones

Los comentarios de introducción a cada sección subrayan conceptos básicos que se tratan posteriormente.

Separación de cuatro colores:

Separación de cuatro colores

Una imagen en color se produce separando los tres colores tricromáticos (cyan, magenta y amarillo) e incorporando negro; éstos forman los colores de proceso que se utilizan en la impresión en cuatricromía.

Cada libro de diseño se produce imprimiendo una combinación de los colores por sobrepresión. En el proceso de impresión en cuatro colores se utilizan únicamente los colores primarios (cyan, magenta y amarillo) y se añaden los colores secundarios (rojo, verde y azul) para producir una imagen. Por tanto, se necesitan una cuantía precisa para el negro y la de los otros colores para obtener una impresión de calidad.



Antes de separar a colores: cyan, magenta, cyan + magenta, cyan + amarillo y finalmente se añade la porción del negro.



En una imagen de la producción con cuatro colores se puede modificar la imagen simplemente modificando un color. En esta foto de impresión de alta calidad se muestra la adición de negro a la imagen en cuatricromía. La adición de negro, la adición de cyan, hace que la imagen sea más fría, la adición de amarillo, la proporción más cálida y la reducción del nivel de negro reduce el nivel de la imagen.



En esta serie de pruebas de impresión se han desarrollado un total de cuatro colores de impresión. Esto significa que la información que se dirige a un canal a través de los canales de impresión se registra en uno. Esto significa que puede utilizar deliberadamente para obtener efectos creativos.



El Newbold
Este catálogo para la marca de ropa Newbold, diseñado por Alford Reddaway, muestra una serie de páginas impresas acortadas. Cada página de impresión se imprime en cyan, magenta, amarillo y negro. Las imágenes están impresas en papel continuo con impresora de mano de puntos; un proceso de bajo coste. El sustrato es muy fino y las páginas están unidas como una serie de conjuntos de cuatro colores, similar a la película que se enviaría a un impresor para crear una publicación en cuatro colores.

Explicaciones escritas

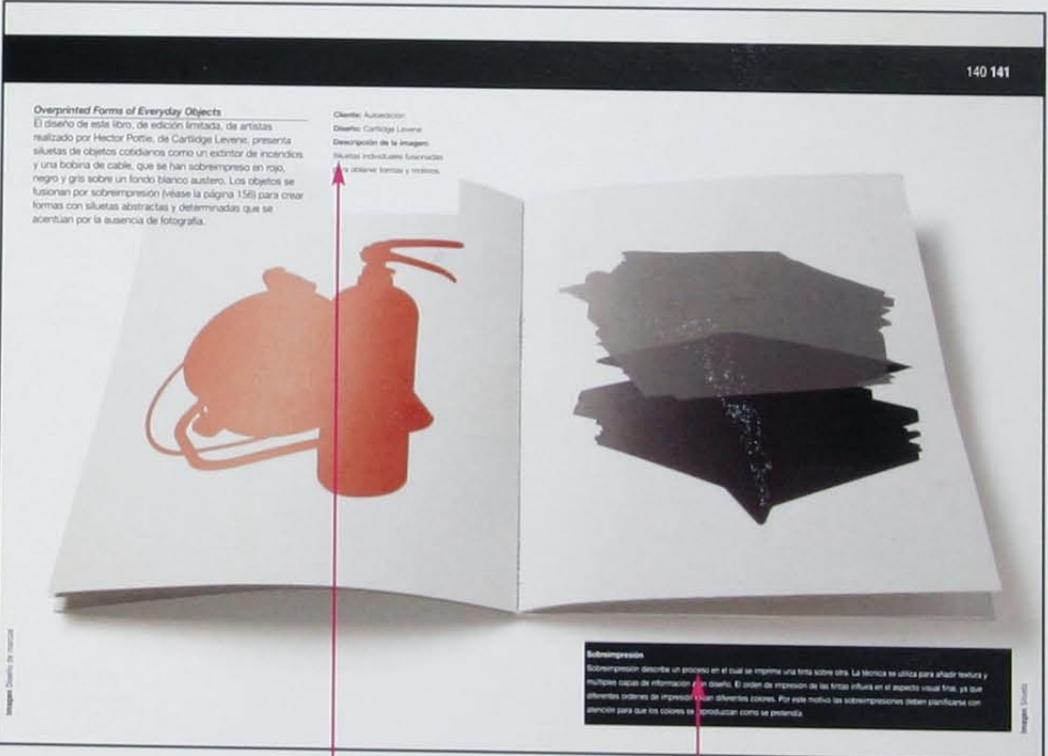
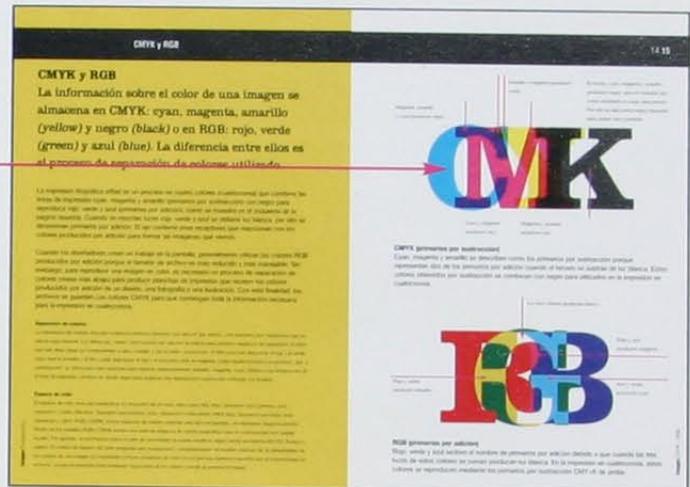
Los puntos clave se explican tomando como ejemplo un proyecto.

Ejemplos

Proyectos comerciales de diseñadores contemporáneos que ilustran los principios que se están tratando.

Esquemas

Los esquemas desarrollan los conceptos teóricos aplicándolos a la práctica.



Overprinted Forms of Everyday Objects
El diseño de este libro, de edición limitada, de artistas realizado por Hector Portie, de Carlidge Levene, presenta siluetas de objetos cotidianos como un extintor de incendios y una bobina de cable, que se han sobrepuesto en rojo, negro y gris sobre un fondo blanco austero. Los objetos se fusionan por sobrepresión (véase la página 156) para crear formas con siluetas abstractas y determinadas que se acentúan por la ausencia de fotografía.

Clientes: Autocolor
Diseño: Carlidge Levene
Descripción de la imagen: Múltiples siluetas superpuestas de objetos cotidianos.

Sobrepresión
Sobrepresión describe un proceso en el cual se imprime una tinta sobre otra. La técnica se utiliza para añadir textura y múltiples capas de información a un diseño. El orden de impresión de las tintas influye en el aspecto visual final, ya que diferentes colores de impresión crean diferentes colores. Por este motivo las sobrepresiones deben planificarse con precisión para que los colores se reproduzcan como se pretende.

Información técnica

Se incluyen detalles sobre los clientes, los diseñadores y las imágenes.

Información relacionada

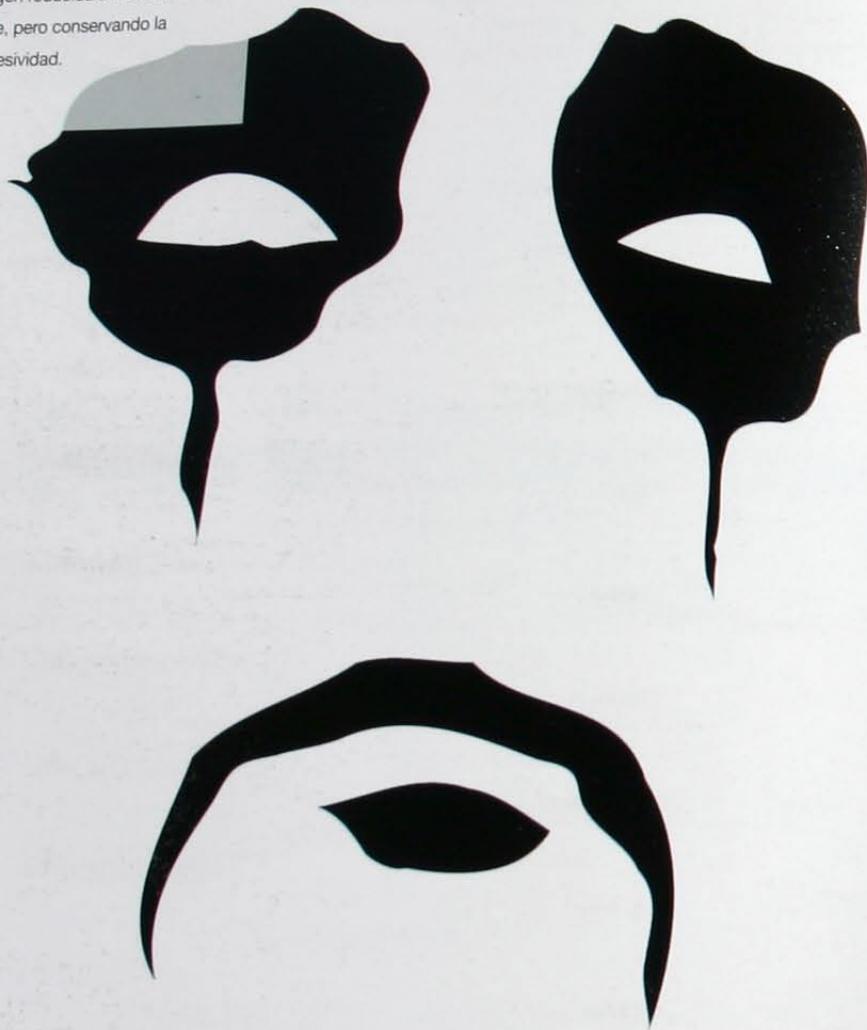
En un espacio diferenciado se ofrecen definiciones e información adicional sobre el proyecto.

Cliente: This Is A Magazine

Diseño: Studio KA

Descripción de la imagen:

Imagen reducida a los elementos clave, pero conservando la expresividad.



Fundamentos

La producción de imágenes para publicaciones, envases u otros usos actualmente se realiza a través del uso de la tecnología digital. Un diseñador debe tener en cuenta numerosas consideraciones a la hora de producir una imagen. Entre ellas podríamos incluir la resolución (la cantidad de datos o información que contiene una imagen electrónica) necesaria para que la imagen se reproduzca con la calidad óptima o el formato que debe utilizarse, puesto que los diferentes tipos de imágenes se almacenan en diferentes formatos de archivo. Por ejemplo, las imágenes fotorrealistas generalmente se almacenan en un formato de archivo de mapa de bits, mientras que las ilustraciones de los logotipos y los dibujos lineales generalmente se almacenan en un archivo EPS (*Encapsulated PostScript*). Este capítulo introduce algunos de los términos comunes y los conceptos básicos que hay detrás de la reproducción de imágenes.

Las imágenes se utilizan en los diseños por muchos motivos diferentes, pueden servir como ejemplo o ilustración del tema que se trata o pueden utilizarse para transmitir un mensaje. Las ilustraciones se pueden utilizar para obtener distintas emociones y respuestas en el lector, por ejemplo, la imagen de una estrella del deporte muy querida situada muy cerca de un producto puede sugerir que la estrella lo recomienda. Las imágenes pueden transmitir las ideas con gran rapidez, mucho más que si se describen mediante un texto y por ello constituyen una herramienta básica en la caja de un diseñador.

Kiss and Make Up (izquierda)

Esta imagen es una representación simplificada de la cara de la leyenda del rock Alice Cooper, producida por Studio KA como parte de una serie de imágenes para *This Is A Magazine*. Los elementos clave de esta imagen, como son la cara y los ojos, se han reducido a una forma básica que conserva y resalta sus cualidades expresivas.

Resolución

El valor de resolución de una imagen hace referencia a la cantidad de información que contiene y, por lo tanto, a su nivel de detalle. Cuanto más alto es el valor de resolución, más información contiene la imagen.

Cuanta más información, y por tanto cuanto más alto sea el valor de resolución, mejor será la calidad de la reproducción. Una resolución alta también significa que la imagen se puede reproducir a una escala más alta sin que muestre una notable pérdida de información o de calidad. Los términos DPI y PPI se suelen confundir. Aunque DPI se ha convertido en un término genérico para describir la resolución de una imagen, únicamente hace referencia a que la imagen está en formato impreso. PPI es una representación de imagen digital y es menos "física" que DPI.

El valor **DPI (dots per inch, puntos por pulgada)** define cuántos puntos de tinta puede depositar una impresora en una pulgada. En impresión, la resolución estándar es de 300 DPI.

El valor **PPI (pixels per inch, píxeles por pulgada)** describe el número de píxeles, visualizados tanto horizontal como verticalmente, en cada pulgada cuadrada de una imagen digital.

El valor **LPI (lines per inch, líneas por pulgada)** deriva del modo en que las impresoras reproducen las imágenes fotográficas. Las fotografías se reproducen como una serie de puntos de tamaños diferentes. Cuanto más grandes son los puntos, más oscura es la imagen producida, y viceversa. Para producir puntos, una impresora utiliza una cuadrícula, que se divide en celdas. El valor LPI es una medida de la proximidad entre estas celdas. Con un valor bajo de LPI hay menos celdas y los puntos serán más visibles en la página impresa. Tan sólo se pueden reproducir imágenes con un valor de LPI bajo en un papel muy absorbente debido a la expansión de la tinta.

El efecto **pixelado** se produce cuando la resolución de una imagen es demasiado baja para imprimirla. Los píxeles son grandes y de apariencia tosca y ponen en evidencia cualquier detalle de la imagen. Al aumentar el tamaño de una imagen de baja resolución, tan sólo se amplía la información de los píxeles originales en un área mayor y dará como resultado un efecto pixelado exagerado.

Defectos de color (artifacts)

Los defectos de color, o manchas, pueden aparecer en imágenes guardadas como archivos JPEG que se han comprimido demasiado. Los defectos de color pueden hacer parecer que falta color en el contorno de los objetos.



Cuando se redimensiona una imagen se añade o se disminuye la cantidad de información que contiene. Por ejemplo, si se dobla la resolución de una imagen de 150 LPI a 300 LPI también se duplica el tamaño de la imagen que se produce. Al aumentar la resolución se mejora de modo proporcional la calidad de una imagen, pero la mejora posible depende de la cantidad de información contenida en la imagen original, tanto si es electrónica como impresa. Una imagen producida a partir de una película de 35 mm no se puede reproducir en una transparencia de 10 x 8 pulgadas sin perder calidad, puesto que necesita más información de la que contenía la película de 35 mm. Si una imagen debe reproducirse a un tamaño más grande sin perder calidad, deberá volverse a escanear, reimprimir o, en casos extremos, volverse a fotografiar.

La interpolación intenta solucionar este problema volviendo a realizar un muestreo de la información de la imagen. Este sistema intenta modificar la imagen añadiendo información nueva que se calcula realizando un promedio de valores conocidos en puntos próximos de la imagen.



300 PPI

Esta imagen tiene la resolución correcta para imprimirse.



200 PPI

El efecto pixelado empieza a ser visible puesto que se ha disminuido la resolución.



150 PPI

El efecto pixelado aumenta puesto que se ha disminuido más la resolución.



100 PPI

Con una mayor reducción, los píxeles siguen aumentando de tamaño...



50 PPI

... hasta que la imagen aparece muy imperfecta.



2 PPI

Al final, sólo quedan los bloques coloreados y no se puede distinguir la imagen.

CMYK y RGB

La información sobre el color de una imagen se almacena en CMYK: cian, magenta, amarillo (yellow) y negro (black) o en RGB: rojo, verde (green) y azul (blue). La diferencia entre ellos es el proceso de separación de colores utilizado.

La impresión litográfica *offset* es un proceso en cuatro colores (cuatricromía) que combina las tintas de impresión cian, magenta y amarillo (primarios por sustracción) con negro para reproducir rojo, verde y azul (primarios por adición), como se muestra en el esquema de la página opuesta. Cuando se mezclan luces roja, verde y azul se obtiene luz blanca, por ello se denominan primarios por adición. El ojo contiene unos receptores que reaccionan con los colores producidos por adición para formar las imágenes que vemos.

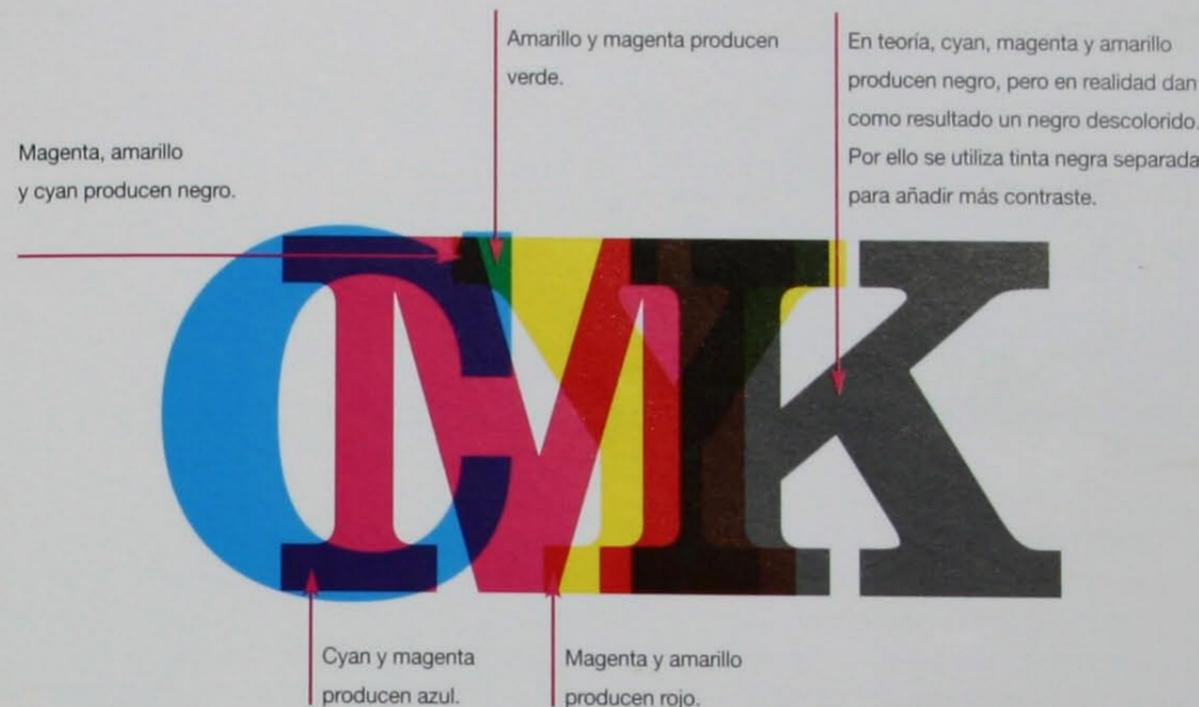
Cuando los diseñadores crean un trabajo en la pantalla, generalmente utilizan los colores RGB producidos por adición porque el tamaño de archivo es más reducido y más manejable. Sin embargo, para reproducir una imagen en color, es necesario un proceso de separación de colores (véase más abajo) para producir planchas de impresión que recreen los colores producidos por adición de un diseño, una fotografía o una ilustración. Con esta finalidad, los archivos se guardan con colores CMYK para que contengan toda la información necesaria para la impresión en cuatricromía.

Separación de colores

La separación de colores describe la relación entre los primarios por adición que vemos, y los primarios por sustracción que se utilizan para imprimir. Los filtros rojo, verde y azul (colores por adición) se utilizan para producir negativos de separación. El filtro rojo sólo dejar pasar los componentes azules y verdes y, por lo tanto, crea el cian. El filtro azul sólo deja pasar el rojo y el verde para crear el amarillo y el filtro verde deja pasar el rojo y el azul para crear el magenta. Cada negativo produce un positivo, que, a continuación, se utiliza para crear planchas para imprimir ordenadamente (amarillo, magenta, cian). Debido a las limitaciones de la tinta de impresión, también se añade negro para asegurar una reproducción óptima del contraste y la sombra.

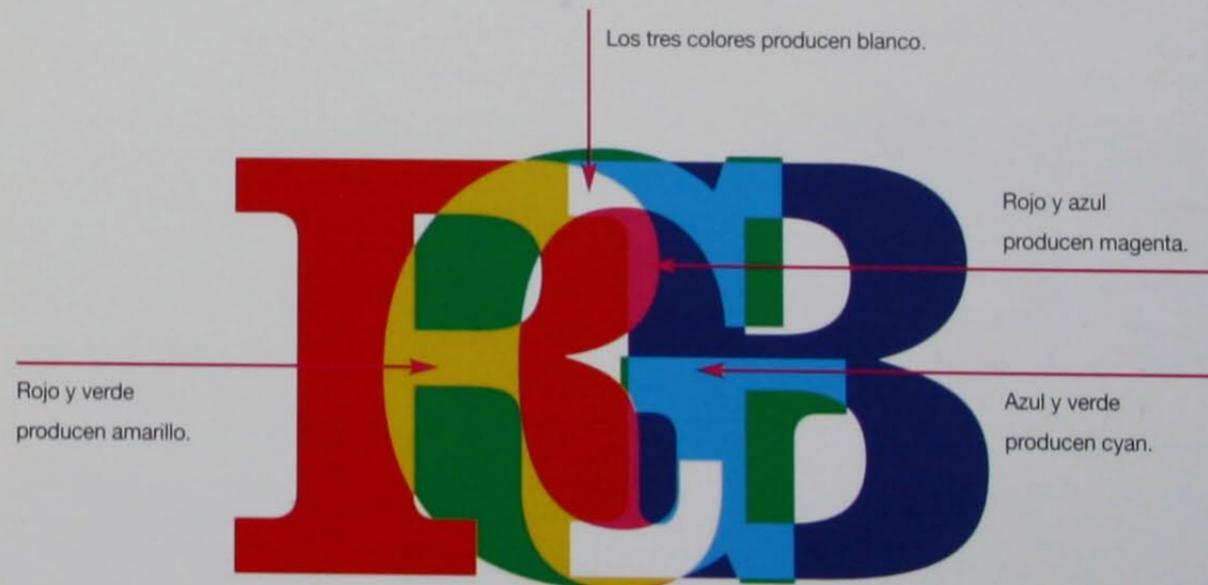
Espacio de color

El espacio de color sirve para especificar los requisitos de un color, tales como HSL (*Hue, Saturation and Lightness*; tono, saturación y brillo), HSI (*Hue, Saturation and Intensity*; tono, saturación e intensidad) y HSV (*Hue, Saturation and Value*; tono, saturación y valor). RGB y CMYK son los espacios de colores estándar utilizados en pantalla y en impresión, respectivamente. Dentro de los modelos RGB y CMYK existen una serie de espacios de colores específicos que se corresponden con salidas locales. Por ejemplo, la información sobre el color de una imagen se puede modificar según dónde se imprima (EE.UU., Europa o Japón). El control del espacio de color asegurará una visualización y una preparación de pruebas precisas de las propiedades de los colores de una imagen. Es importante conocer el espacio de color con el que una impresora necesita que se proporcionen los archivos, ya que es necesario para mantener la precisión de los colores cuando se imprime el trabajo.



CMYK (primarios por sustracción)

Cyan, magenta y amarillo se describen como los primarios por sustracción porque representan dos de los primarios por adición cuando el tercero se sustrae de luz blanca. Estos colores obtenidos por sustracción se combinan con negro para utilizarlos en la impresión en cuatricromía.



RGB (primarios por adición)

Rojo, verde y azul reciben el nombre de primarios por adición debido a que cuando las tres luces de estos colores se suman producen luz blanca. En la impresión en cuatricromía, estos colores se reproducen mediante los primarios por sustracción CMY+K de arriba.

Mapas de bits y vectores

Existen dos tipos básicos de formatos de imagen: de mapas de bits (o fotográfico) y vectoriales (o dibujo lineal). Ambos formatos tienen ventajas y desventajas específicas que los hacen adecuados para finalidades distintas.

Un mapa de bits, o trama, es cualquier imagen formada por píxeles en una cuadrícula. Cada píxel contiene información sobre el color para la reproducción de la imagen. Por lo general, los gráficos de mapas de bits no se suelen ampliar o reducir a escala porque tienen una resolución fija y en caso de redimensionar la imagen se distorsionaría y presentaría un perfil irregular y los píxeles se harían visibles. Los mapas de bits son especialmente adecuados para la reproducción de imágenes detalladas, tonales, como los tonos sutiles que aparecen en la imagen de abajo.

Una imagen vectorial contiene numerosos objetos individuales, ampliables y reducibles, definidos por fórmulas matemáticas en lugar de píxeles. Por lo tanto, un gráfico vectorial se puede ampliar y reducir, es decir, es independiente de la resolución; por ejemplo, las fuentes son objetos vectoriales. La principal desventaja de las imágenes vectoriales es que no son adecuadas para reproducir imágenes fotorrealistas porque no describen las tonalidades sutiles de una fotografía.

Mapa de bits al 100 %



Imagen vectorial al 100 %



Ampliación al 1.000 %



Ampliación al 1.000 %



Cuando se reproducen al 100 % las gradaciones tonales se pueden ver claramente en un mapa de bits, pero al 1.000 % se aprecian los píxeles individuales y se pierde la gradación.

Una imagen vectorial no se construye con píxeles y, por lo tanto, sigue siendo nítida incluso cuando se amplía al 1.000 %.

Cliente: Zanders Papers
Diseño: Research Studios
Descripción de la imagen:
Combinación de las cualidades tonales de un mapa de bits con la reproducción de líneas nítidas vectoriales.



Zanders Papers

Este póster promocional combina elementos de mapas de bits (fotográficos) y vectoriales (dibujo lineal) para crear la imagen final que se muestra aquí. Al combinar estos dos formatos de imagen, los diseñadores han añadido profundidad a la imagen.

Trabajar con mapas de bits

Como se ha descrito previamente, los mapas de bits son esencialmente elementos gráficos monotonos muy simples. Esto permite que las características del color de los elementos se puedan controlar independientemente de la imagen original.

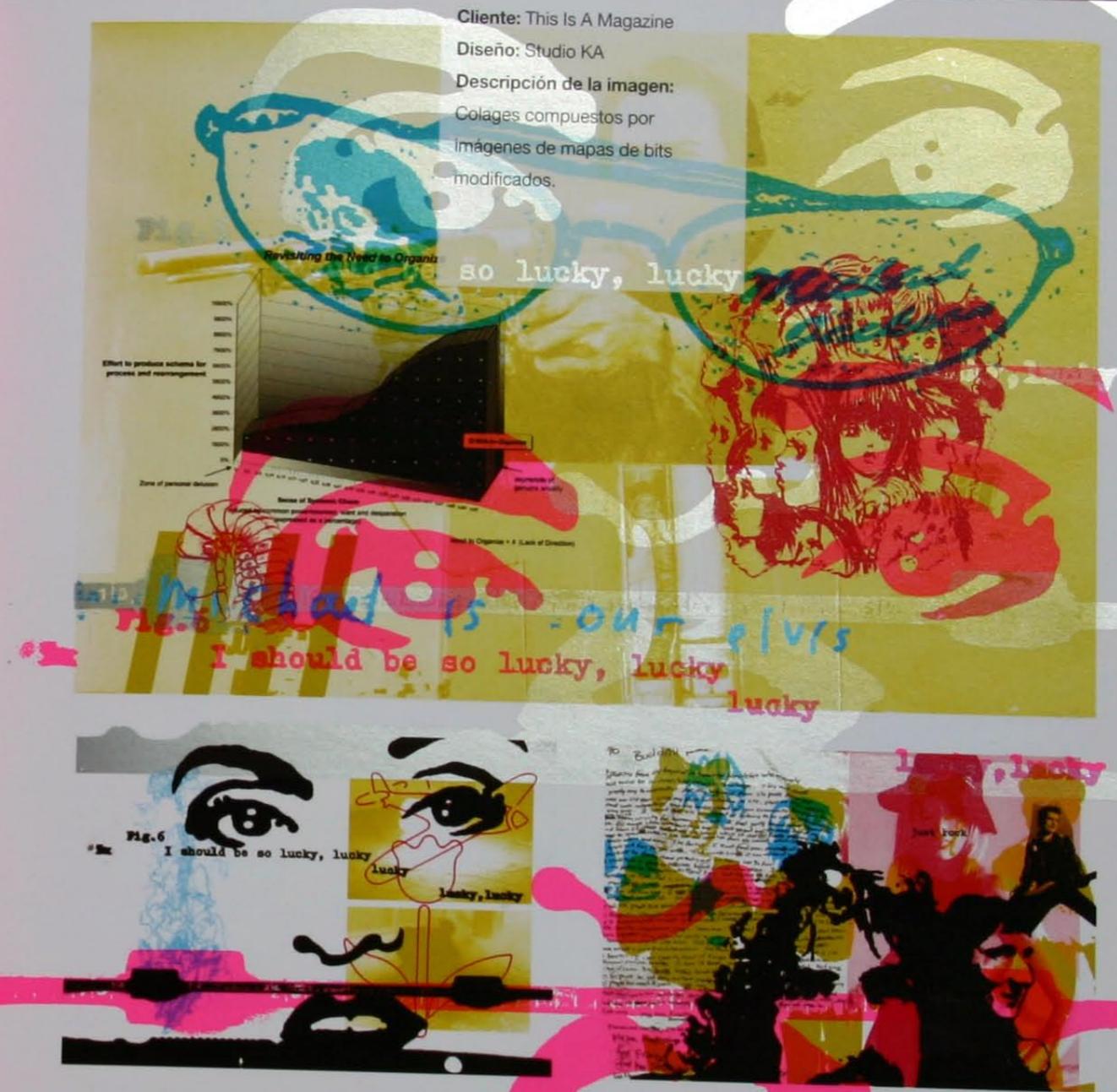
Las seis imágenes de abajo, por ejemplo, se han reproducido todas a partir del mismo archivo fuente original: una única imagen en blanco y negro. Toda la información sobre el color se aplica de forma independiente a la imagen, mientras que las características de color originales del archivo fuente se conservan.

Las áreas de una imagen se pueden rellenar directamente con color o se puede colocar un panel de color para que aparezca en una sección determinada de la imagen. Los seis ejemplos de abajo están impresos en plateado, amarillo, un degradado entre los dos, magenta, cyan y un negro degradado. En la doble página de la página siguiente se ha superimpreso una serie de mapas de bits en tonos graduales para producir un efecto gráfico.

Trabajar con un archivo de mapa de bits es relativamente sencillo si se tiene en cuenta cuáles son las limitaciones de formato y, sobre todo, se recuerda que se trata de un formato dependiente de la escala y que no se puede redimensionar sin una distorsión potencial de la imagen.



Imagen Fundamentos



Ciente: This Is A Magazine
 Diseño: Studio KA
 Descripción de la imagen:
 Colages compuestos por imágenes de mapas de bits modificados.

This Is A Magazine

Estas páginas dobles son una creación del estudio de diseño Studio KA para *This Is A Magazine*. Muestran varios colages relacionados con la música *pop* y están formados por imágenes de mapas de bits que se han superpuesto para crear una imagen compuesta dinámica y coloreada. Cuando se superponen imágenes, se puede "calar" o "sobreimprimir" (véase la página 156); cada uno de estos métodos crea efectos muy diferentes.

Degradado

Degradado es un relleno de color que aumenta la intensidad desde cero y pasa por varias gradaciones tonales hasta llegar a un color directo o bien pasa de un color a otro.

Imagen Trabajar con mapas de bits

Separación de cuatro colores

Una imagen en color se produce separando los tres colores tricromáticos (cyan, magenta y amarillo) e incorporando negro; éstos forman los colores de proceso que se utilizan en la impresión en cuatricromía.

Casi todos los colores se pueden imprimir utilizando una combinación de los primarios por sustracción. En el proceso de impresión en cuatro colores se utilizan planchas de impresión separadas (cada una de ellas con su propio primario por sustracción) que se combinan para producir una imagen. Por último, se incorpora una cuarta plancha para el negro a fin de dar mayor profundidad a determinados elementos, por ejemplo, las sombras.



Arriba (de izquierda a derecha): cyan, cyan + magenta, cyan + magenta + amarillo y finalmente se añade la plancha del negro.



Si una imagen se ha producido con varios colores se puede modificar la imagen simplemente modificando un color. En esta fila de imágenes (de izquierda a derecha): la adición de negro a la imagen en cuatricromía la hace más oscura; la adición de cyan hace que la imagen sea más fría; la adición de amarillo le proporciona más calidez y la reducción del nivel de magenta aclara los rojos de la imagen.



En esta serie las planchas de impresión se han transpuesto, un error que a veces se produce durante el proceso de impresión. Esto significa que la información que iba dirigida a un canal o tinta se ha utilizado erróneamente en lugar de otra. Esta técnica se puede utilizar deliberadamente para obtener efectos creativos.



Cliente: R. Newbold
Diseño: Aboud Sodano
Descripción de la imagen:
Separación de los cuatro colores utilizada como característica del diseño del catálogo.

R. Newbold

Este catálogo para la marca de ropa R. Newbold fue diseñado por Aboud Sodano y muestra una serie de páginas impresas acompañadas por una serie de impresiones en cyan, magenta, amarillo y negro. Las imágenes están impresas en papel continuo con impresora de matriz de puntos; un proceso de bajo coste. El sustrato es muy fino y las páginas están unidas como una serie de conjuntos de cuatro colores, similar a la película que se enviaría a un impresor para crear una publicación en cuatro colores.

Colores especiales

El proceso de impresión en cuatricromía (cuatro colores) puede reproducir una amplia gama de colores, pero dista mucho de ser exhaustivo. Para producir determinados colores en un diseño es necesario utilizar una tinta especial que se aplica mediante una quinta plancha de impresión.

Un color especial es una tinta directa, no formada por puntos de colores, como en el caso de la impresión en cuatricromía. Un color especial no se puede obtener utilizando los colores de proceso CMYK y puede ser tinta metalizada, fluorescente, pastel o un color Pantone (PMS).

Como cada color especial tiene una tonalidad y saturación determinadas que no es posible conseguir mediante el proceso estándar de cuatricromía, esto puede ser una forma de introducir colores más variados e intensos en un diseño (como se puede ver abajo). Este libro está impreso en seis colores: los colores del proceso estándar en cuatricromía y dos colores especiales. Además de esta doble página, aparecen colores especiales en las páginas 18-19, 26-27 y 30-31.



CMYK

Son los colores del proceso estándar empleados en la impresión en cuatricromía.

Colores especiales

Los colores especiales pueden realzar un diseño porque son más brillantes y vibrantes que las combinaciones de los colores del proceso estándar.

El cuadrado de la izquierda es el color especial Pantone 806, mientras que el de la derecha tiene el mismo color obtenido mediante el proceso estándar en cuatricromía. Obsérvese que el color especial aparece mucho más brillante y vibrante.



Lo mismo sucede con los colores metalizados. El cuadrado de la izquierda es un especial plateado metalizado con una vibración que no se puede reproducir mediante el proceso en cuatricromía, que da como resultado un cuadrado (derecha) que aparece gris.



En el sentido de las agujas del reloj empezando desde la parte superior izquierda: imagen en cuatricromía con un matiz degradado de Pantone 806; imagen en cuatricromía con un matiz degradado de Pantone 877; plancha negra impresa en Pantone 806; imagen con una capa base de Pantone 806; imagen con una capa base de Pantone 877 y plancha negra impresa en Pantone 877.

Bitonos, tritonos y cuadrtonos

Las imágenes tonales se pueden producir utilizando negro y uno de los otros primarios por sustracción. Básicamente, una imagen tonal es similar a una fotografía en blanco y negro en la que los tonos blancos se han sustituido por uno, o una combinación, de los otros colores de proceso. Los bitonos utilizan dos tonos, los tritonos tres tonos y los cuadrtonos utilizan cuatro tonos.

El uso de tonos ayuda a crear un área de nivelación entre imágenes, sobre todo cuando tienen cualidades distintas como escala de grises y color, o se han originado a partir de elementos diferentes, por ejemplo, un archivo o un tipo de papel. El detalle del color se puede reducir a dos, tres o cuatro tonos, tal como se muestra a continuación.

Bitonos

Un bitono utiliza dos tonos, generalmente negro y uno de los otros colores de proceso.

Tritonos

Un tritono utiliza tres tonos, generalmente negro y dos de los otros colores de proceso. El uso de dos tonos además del negro puede dar una sensación mayor calidez en las áreas más claras de la imagen.

Cuadrtonos

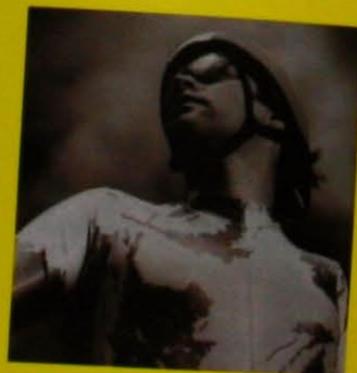
Los cuadrtonos utilizan cuatro tonos, generalmente negro y los otros tres colores de proceso. El resultado es una imagen en blanco y negro con un mayor contraste y profundidad de sombras.



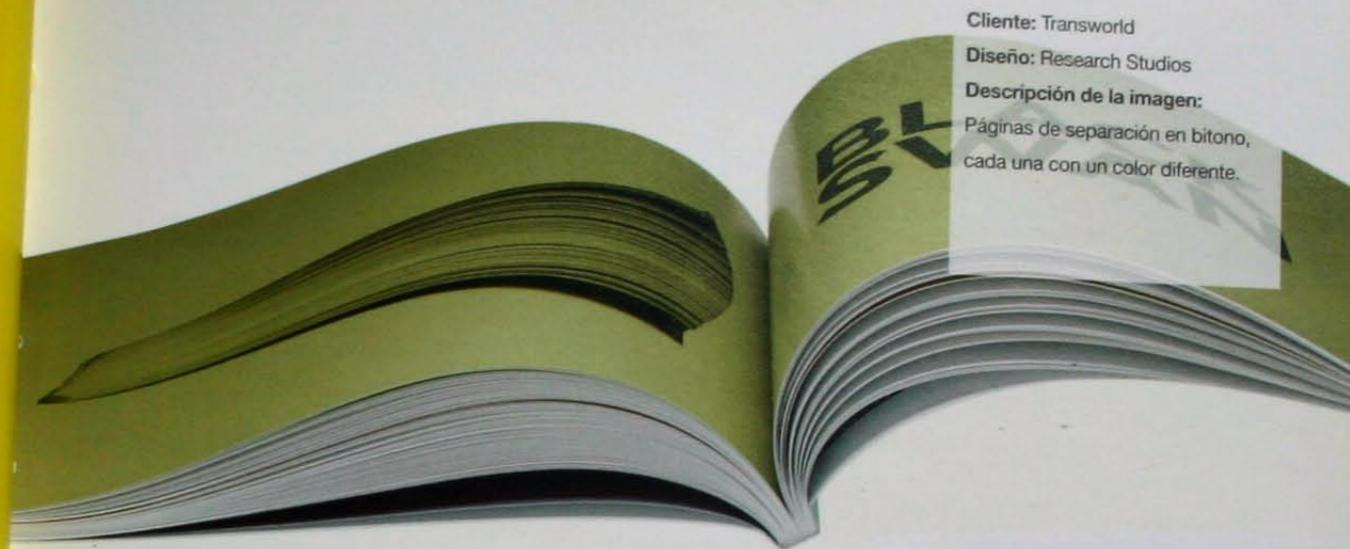
Bitono de amarillo y negro.



Tritono de amarillo, negro y magenta.



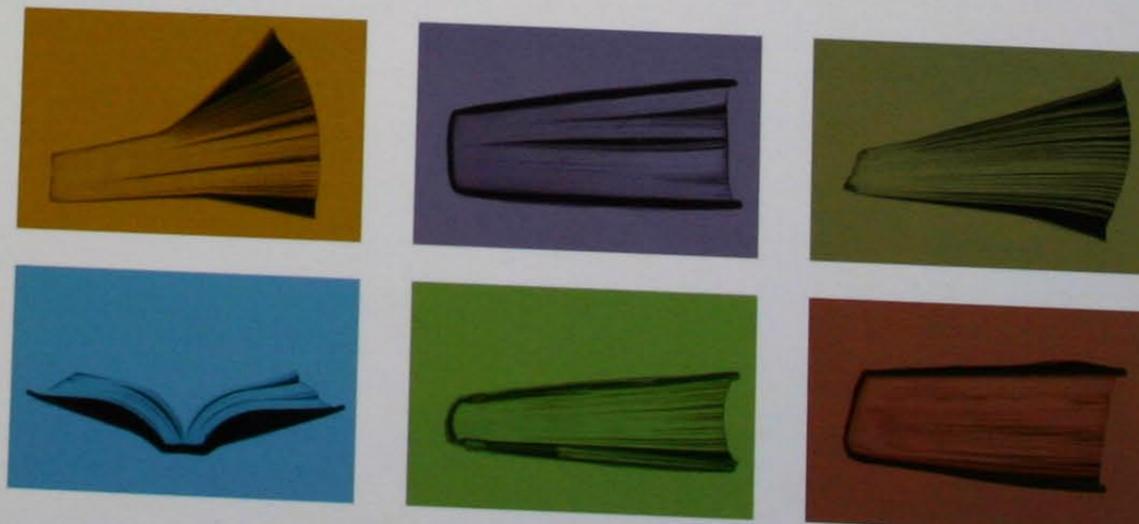
Cuadrtono de amarillo, negro, magenta y cyan.



Ciente: Transworld
 Diseño: Research Studios
 Descripción de la imagen:
 Páginas de separación en bitono,
 cada una con un color diferente.

Transworld

Se trata de una serie de páginas de separación, que pertenecen a un catálogo producido por Research Studios para la editorial Transworld. Cada página de separación presenta una imagen bitono semiabstracta de un libro y cada bitono se ha creado con un color diferente. Los bitonos conservan los detalles de la imagen a la vez que producen un color de fondo liso y uniforme. Si los fondos hubieran contenido negro hubieran aparecido apagados y oscuros. La distribución diseminada de las páginas de separación produce una diferenciación de los distintos tipos de impresión utilizados por el editor, a la vez que mantiene una continuidad visual global.



Control de imágenes tonales
El ajuste de los canales en una imagen tonal puede producir un efecto gráfico espectacular tal como demuestran las imágenes de esta doble página. Los ajustes se llevan a cabo modificando los controles de imagen (véanse las páginas 28-29) en las respectivas curvas de color.



Imagen convertida a escala de grises (es decir, sólo se imprime en la plancha negra).



Imagen bitono formada por amarillo y negro en proporciones iguales.



Imagen bitono formada por negro y una saturación alta de amarillo.



Imagen bitono formada por negro y una saturación alta de Pantone 806.



Imagen bitono formada por Pantone 806 y plateado en proporciones iguales.



Imagen bitono formada por negro y una saturación alta de plateado.



Imagen bitono formada por negro y una saturación alta de amarillo, con inversión en la curva de la plancha de negro.



Imagen bitono formada por magenta y Pantone 806 en proporciones iguales.



Imagen bitono formada por amarillo y cyan.



Imagen bitono de amarillo y magenta en proporciones iguales.



Imagen bitono formada por amarillo y una saturación alta de magenta.



Imagen bitono formada por magenta y cyan en proporciones iguales.



Imagen tritono formada por negro, cyan y plata.



Cuadritono que utiliza tintas CMYK para producir una imagen más cálida.



Imagen cuadritono formada por negro, amarillo, plata y Pantone 806.

Controles de imagen

La información sobre el color de una imagen se puede controlar y modificar de varias maneras. El ajuste de estos controles no cambia la estructura material de la imagen (esto es, el emplazamiento de las líneas o de los elementos de la imagen), sino el color de estos elementos. Los controles de imagen se pueden ajustar para corregir, para obtener un colorido más natural o para producir efectos gráficos.

Saturación

El espectro de colores va desde el gris neutro hasta una gama de colores brillantes; la saturación hace referencia a la posición de un color determinado dentro de dicha gama. La saturación es una medida de intensidad, pureza o cantidad de gris en relación con el tono.

Tono

El tono es el color que se refleja o transmite desde un objeto. Se expresa como un valor (entre 0 y 360) dentro del círculo cromático. Se puede modificar una imagen desplazándose alrededor del eje del círculo cromático. El cambio de los valores de tonalidad modifica sorprendentemente el color de una imagen.

Brillo

El brillo hace referencia a la cantidad de luz utilizada para producir un color. Cuanta más luz se utiliza, más brillante es el color. Sin embargo, si nos acercamos a los niveles máximo y mínimo, el valor de contraste disminuye y por ello es preferible un nivel medio para obtener un contraste correcto.

Contraste

Contraste es la diferencia entre las áreas resaltadas y sombreadas de una imagen.

Degradado

El degradado permite aplicar colores específicos a una imagen para crear un efecto gráfico. La sustitución de todos los colores por valores de gris plateado, por ejemplo, crea una imagen "cromada".



Saturación de izquierda a derecha: imagen normal, rojo saturado, rojo disminuido, todo saturado, todo disminuido y azul saturado.



Tono: esta tira muestra la disminución de valores del tono magenta. La imagen normal es la tercera empezando desde la izquierda.



Brillo: esta tira muestra valores crecientes de brillo. La imagen normal es la tercera empezando desde la izquierda.



Contraste: esta tira muestra valores crecientes de contraste. La imagen normal es la tercera empezando desde la izquierda.



Degradado estas imágenes muestran algunos de los efectos espectaculares y sutiles que puede generar la combinación de cambios en los controles de imagen. La modificación de los valores de degradado se puede apreciar en las imágenes de la fila inferior.

Canales

Las imágenes RGB tienen tres canales: rojo, verde y azul. Las imágenes CMYK tienen cuatro canales: cian, magenta, amarillo y negro, y contienen la información de los colores utilizados para producir las planchas para el proceso de impresión en cuatricromía. El canal de cian, por ejemplo, en realidad es la información de la escala de grises que se imprime o se visualiza como cian. Puesto que cada color es un canal distinto, se puede modificar, sustituir u omitir de forma independiente.

Modificación de los canales

La capacidad de manipular los distintos canales de colores permite a los diseñadores realizar los ajustes necesarios para obtener el equilibrio adecuado entre los colores, sin olvidar que durante el proceso de impresión normalmente cada color se imprime (sobreimprime) en el mismo orden; cian, magenta, amarillo y negro. El ajuste de los canales de colores se puede utilizar para producir cambios radicales o sutiles en una imagen, como se puede apreciar abajo y en la página siguiente.



La imagen CMYK normal tal como se fotografió.



Aquí los canales se han ajustado para hacer que la imagen aparezca sutilmente "más fría".



Aquí los canales se han cambiado para que la plancha amarilla se imprima como plateado.



Esta imagen sólo utiliza el canal de negro.



Aquí se ha impreso sólo el canal de negro sobre una base de Pantone 806.



Aquí los canales se han modificado para imprimir negro sobre plateado.



En esta imagen se ha omitido el canal de amarillo.



Esta imagen se ha modificado para que contenga más tonos rojos.



Esta imagen se ha modificado para que contenga más tonos verdes.



Esta imagen sólo contiene los canales de negro y cian.



Esta imagen tiene un canal de amarillo exagerado.



Esta imagen tiene un canal de cian exagerado.

Cliente: British Council
 Diseño: Pentagram
 (Angus Hyland)
 Descripción de la imagen:
 Ilustración informal que combina
 características del tema y del
 observador potencial.



Técnicas

Los diseñadores utilizan y aplican distintos tipos y técnicas de imagen para mejorar los elementos gráficos de sus trabajos. Inicialmente, la selección se centra en el tipo de imagen, por ejemplo la integración de una fotografía, un fragmento de dibujo lineal o una ilustración. A continuación, el diseñador decide qué técnicas deben aplicarse al tipo de imagen, por ejemplo impresión en serigrafía, litografía, esgrafiado o troquelado. El formato utilizado dependerá del método que mejor se adapte al mensaje que se desea comunicar. Se puede utilizar cualquier método para transmitir una idea concreta, pero cada método condicionará la presentación. Por ejemplo, tanto una fotografía como una ilustración de las pirámides de Giza probablemente harán que el observador piense en Egipto. Sin embargo, la ilustración puede tener un nivel de detalle fotográfico o puede ser más abstracta y captar solamente lo esencial de las pirámides; de modo que el tipo de imagen y la técnica utilizada para presentarla sin duda alguna influirán en el mensaje que se comunica al observador.

Este capítulo describe las principales técnicas que se utilizan tanto para crear imágenes como para reproducirlas. Algunos métodos de reproducción se adaptan a estándares regulares entre imágenes mientras que otros no y, por tanto, aportan un toque de individualidad. Por ejemplo, una reproducción litográfica mantiene la exactitud mientras que la serigrafía proporciona unas características únicas. Las opciones de formato también pueden influir en el efecto de una imagen; entre ellas están, por ejemplo, el color y la textura del tipo de papel o el uso de troquelados y otras técnicas de acabado de impresión.

Picture This (izquierda)

Para este póster, diseñado para promocionar el sector latinoamericano de la exposición sobre turismo *Picture This*, Angus Hyland, de Pentagram, utilizó una ilustración de una imagen popular de Londres realizada por Marion Deuchars. Los iconos de postal de Londres, familiares y casi estereotípicos (un autobús rojo de dos pisos y la estatua de Eros de Piccadilly Circus), aluden al origen de los diecisiete ilustradores establecidos actualmente en Londres que se presentaban en la exposición. El estilo de la ilustración es simple y moderado, lo que produce una sensación de familiaridad, calidez y proximidad. El poder de la ilustración se aprecia mejor en su habilidad para perfilar el contenido a fin de incorporar características tanto del tema en cuestión como del observador. El dibujo a mano y la tipografía estarcida sugieren aún más el tono y el contenido de la exposición.

Serigrafía

La serigrafía es una técnica de impresión en la que la tinta pasa a través de una malla, que contiene una imagen y se imprime sobre un material. El nombre procede de la tela de seda que originalmente se utilizaba para producir la plantilla o malla que contenía la imagen; actualmente en su lugar se utiliza una gasa sintética o una malla metálica. La serigrafía se puede utilizar prácticamente sobre cualquier superficie. Aporta un elemento táctil a un diseño y tiene su propia estética visual.

La técnica de la serigrafía no está limitada a los cuatro colores de proceso de la litografía *offset* y a menudo se utiliza para aplicar colores especiales a un diseño, como en las imágenes de mapas de bits en blanco y negro que se pueden ver en el ejemplo de la página siguiente. Así pues, la serigrafía se emplea para dar color a determinados elementos de un diseño y esto se consigue porque las tintas de impresión utilizadas son traslúcidas y permiten ver los elementos negros.

La calidad de la impresión serigráfica está influida por dos factores: el número de la malla y el grado de la malla.

Número de malla

El número de malla hace referencia al número de hilos por pulgada. Cuanto más bajo es el número, existe menos base para los detalles y se acumula más cantidad de tinta.

Grado de malla

El grado de malla hace referencia al grosor del hilo, el cual influye en el peso de la película de tinta. Existen cuatro grados: S (fino), M (un valor entre fino y normal), T (normal) y HD (pesado o grueso). El grado S produce un área abierta del 50-70 % y un grado HD produce un área abierta del 20-35 %.



Cliente: Levi's
Diseño: The Kitchen
Descripción de la imagen:
Impresión serigráfica sobre
imágenes de mapas de bits.



Levi's

Las marcas de ropa crean una imagen para sus productos que resulte atractiva para los consumidores. Estos paneles de exposición para el interior de las tiendas, diseñados por The Kitchen para Levi's, transmiten un aire urbano elegante e informal, efecto muy potenciado mediante la producción de estas obras.

Kate Gibb, que ha trabajado para clientes como Chemical Brothers, recibió el encargo de crear estas impresiones serigráficas. Las imágenes de los modelos se realizaron sobre mallas previamente utilizadas y esto proporcionó una textura adicional al trabajo resultante, en el que los modelos aparecen resaltados en color sobre un fondo matizado. Gibb creó seis imágenes exclusivas, cada una de las cuales se expuso en las tiendas más emblemáticas de Levi's.

Levi's lleva mucho tiempo en primera línea en cuanto al diseño de la marca y la creación de imagen y esto se refleja en la tradición de trabajar con artistas, diseñadores e ilustradores conocidos, entre los que se incluye otro gran defensor de la serigrafía, Andy Warhol.

Ilustración

Para muchos diseñadores, la fotografía ha sustituido a la técnica de la ilustración (en gran parte debido a su capacidad para mostrar los detalles de una imagen). Sin embargo, la saturación de imágenes fotográficas en los medios impresos ha hecho que algunos diseñadores volvieran a la ilustración con la finalidad de crear algo distinto. Una ilustración puede ir más allá de los límites físicos de un objeto fotografiado y, por ello, es capaz de expresar emociones y de clarificar ideas de un modo que no se puede conseguir con una fotografía.

Una ilustración puede transmitir la sensación de algo muy personal. Esto se debe en gran parte al tiempo que un ilustrador dedica a la creación de la imagen y al hecho de que se crea a mano en lugar de utilizar un dispositivo mecánico (aunque no siempre es así). Las ilustraciones que se muestran aquí reproducen bocetos de diseños y por ello proyectan la sensualidad de la ropa interior sin la distracción del detalle fotográfico.



Cliente: Paul Smith®
 Diseño: Aboud Sodano
 Descripción de la imagen:
 Ilustraciones delicadas sobre papel cartridge que añade textura para establecer una conexión sensual.

Ropa interior de Paul Smith

Este folleto para una línea de ropa interior y de bañadores de Paul Smith está diseñado por Aboud Sodano. Presenta imágenes impresas con delicadeza sobre papel cartridge que añade textura para imitar las ilustraciones a la acuarela realizadas por Izak. Las ilustraciones se utilizan para establecer una conexión sensual con la ropa interior, en lugar de representarla tan sólo pictóricamente como haría una fotografía. Las ilustraciones son delicadas y finas, valores que por asociación se relacionan con las prendas retratadas.

Ciente: Nike
 Diseño: KesselsKramer
 Descripción de la imagen:
 Ilustraciones estilísticas con efecto
 de hierba.

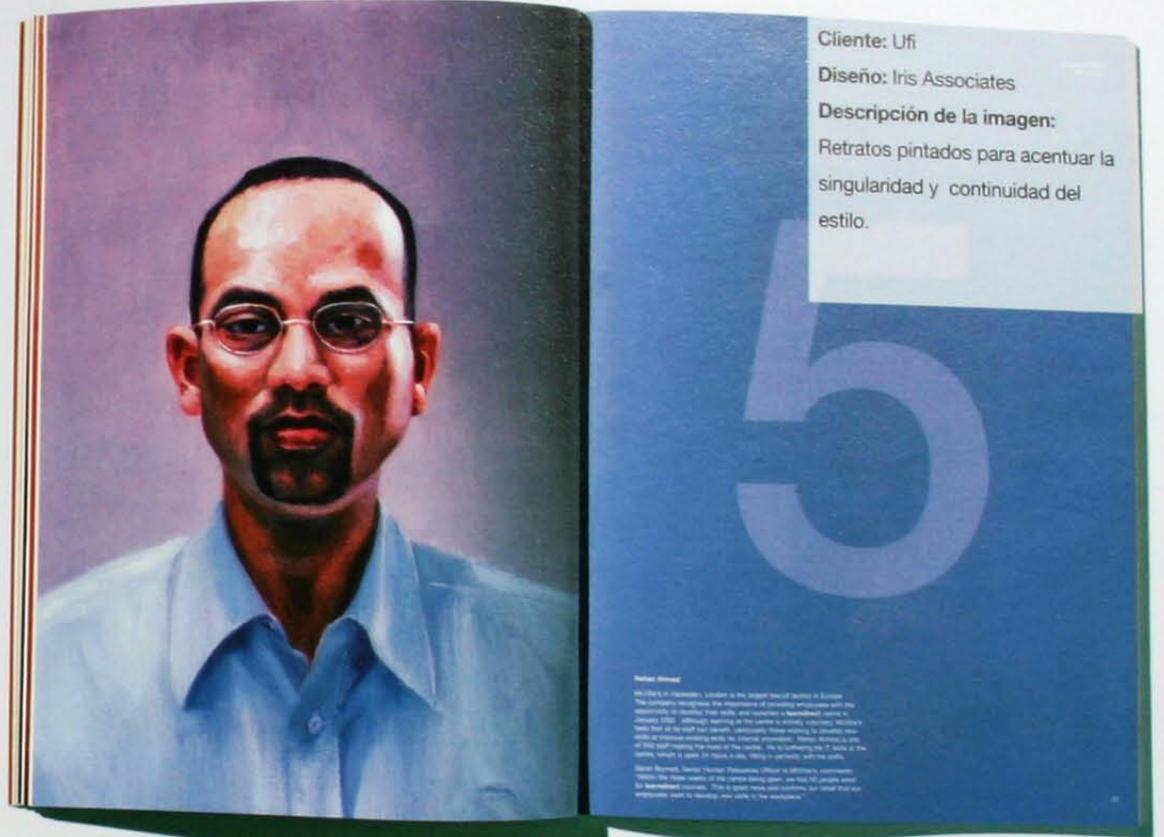
Or is it watch the ball,
 and reach back for the strength of 400 747's?
 An Instinct. Command. Reflex.
 A Blink.
 The forehand swing that
 has been made 5,000,027 times before.
 Maybe more.
 Who's counting?
 The glide of the slide as the tennis ball
 spins like spaghetti over the net,
 into the court,
 and into the mighty green chorus of Wimbledon screams.

The Forehand



Nike

Este folleto sobre el torneo de tenis de Wimbledon es una creación del estudio de diseño KesselsKramer para el fabricante de artículos de deporte Nike. Presenta una serie de textos explicativos poéticos para distintas jugadas de tenis, por ejemplo una derecha y una volea, acompañadas por bocetos artísticos de las jugadas realizadas. Las ilustraciones tienen una cualidad visual que recuerda la hierba, lo cual enlaza con el hecho de que Wimbledon es una competición en pista de hierba.



Ciente: Ufi
 Diseño: Iris Associates
 Descripción de la imagen:
 Retratos pintados para acentuar la
 singularidad y continuidad del
 estilo.



Plan estratégico del 2002 de Ufi

El estudio de diseño Iris Associates ilustró los casos reales recogidos en la publicación del plan estratégico Ufi/Learndirect con retratos de las personas en cuestión. En lugar de utilizar fotografías, el estudio encargó estos retratos pintados para dar un carácter singular a la publicación. Además de romper con el uso habitual de la fotografía, aseguraron una continuidad estética inherente entre los distintos casos.



Matelsom

Se trata de una serie de diseños promocionales con una combinación de medios, producidos por el estudio de diseño FI@33 para una campaña de mercadotecnia en medios impresos y electrónicos de Matelsom (una empresa electrónica francesa de suministro de muebles). La técnica de combinación de medios permite a los diseñadores un control total sobre las imágenes fotorrealistas y los elementos dibujados para conseguir un resultado muy creativo. Los ejemplos reproducidos muestran la variedad de ilustraciones de medios combinados utilizadas para los anuncios, sobres A4 y otros elementos de comunicación.



Imagen Técnicas



Cliente: Mother
 Diseño: Intro
 Descripción de la imagen:
 Imágenes compuestas en bitono que forman números.

Mother / Orange

La agencia de publicidad Mother acudió a varios estudios de diseño para crear imágenes para la campaña *Orange Numbers* de la compañía de telefonía móvil Orange. Este diseño en concreto, realizado por Intro, muestra imágenes compuestas dispuestas de modo que formen el número 2000, que está relacionado con una promoción de Orange que ofrecía a los nuevos abonados 2.000 mensajes de texto gratis.

El bitono naranja utilizado para la mayor parte de la imagen ayuda a producir las imágenes compuestas estableciendo una cierta igualdad de color. El color actúa como una parte integral de la marca. El mosaico creado en el interior de los números es casi psicodélico y los números tienen un tipo de letra que está popularmente asociado con el final de los años sesenta.

Psicodélico

Psicodélico hace referencia a los colores intensos y a los motivos extravagantes asociados con estados psicodélicos, como las percepciones sensoriales distorsionadas producidas por la ingestión de drogas psicoactivas. La psicodelia se convirtió en una fuerza creativa potente a finales de los sesenta, que produjo arte, música, diseño gráfico y literatura al intentar, la generación más joven, romper con las convenciones sociales establecidas.

Imagen Ilustración

Cliente: Franco Dessi
Diseño: Studio KA
Descripción de la imagen:
Ilustraciones a lápiz detalladas en
estilo científico.

D E S S I
Spring and Summer 20
Luxury Leatherbag Collecti

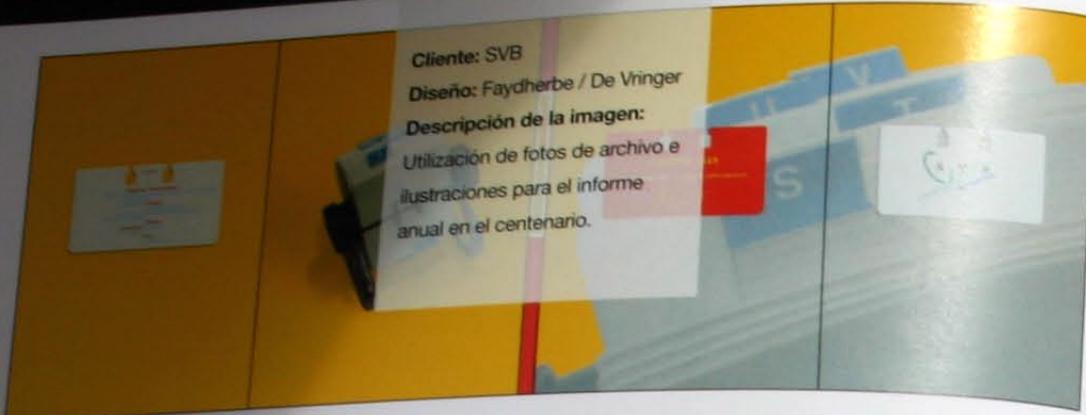


Dessi

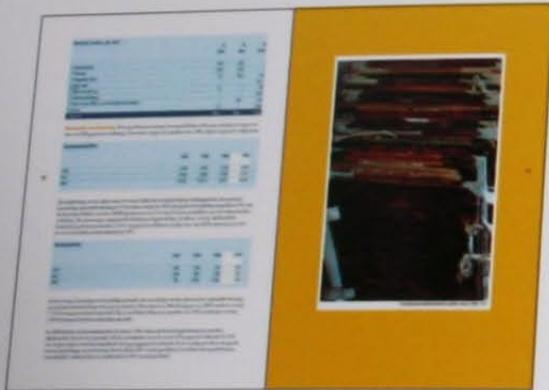
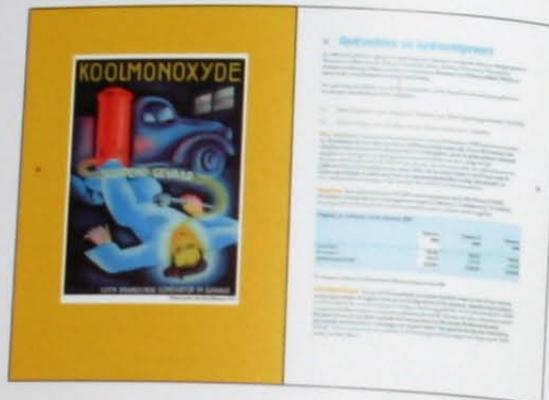
Studio KA produjo este catálogo promocional para una colección de bolsos de piel de lujo para Franco Dessi. El folleto contiene una serie de bocetos a lápiz en papel *cartridge* en el que sólo se han completado y coloreado determinados detalles. El estilo evoca los bocetos naturalistas y científicos del siglo XIX, con objeto de sugerir que el ilustrador ha descubierto ejemplares únicos e inusuales que deben ser registrados. Las ilustraciones de los bolsos se yuxtaponen con dibujos de fauna y flora para enfatizar este concepto, lo cual también concuerda con la sensación general de *guía de campo* de la publicación.



En el catálogo de Dessi, las ilustraciones a lápiz de los diseños de bolsos se entremezclan con las de la fauna y flora. Las áreas de detalle se resaltan en color para atraer al máximo la atención del observador.



Cliente: SVB
 Diseño: Faydherbe / De Vringer
 Descripción de la imagen:
 Utilización de fotos de archivo e
 ilustraciones para el informe
 anual en el centenario.



Informe anual de SVB

El banco de seguridad social SVB celebró su 100 aniversario en el año 2000. (Se trata de un organismo independiente que lleva a cabo planes de seguridad social para el gobierno holandés.) Para coincidir con estas celebraciones, Faydherbe / De Vringer decidió buscar en los archivos del SVB las imágenes que constituyen una parte integral de este diseño. Las imágenes e ilustraciones utilizadas aportan un carácter histórico al informe, lo cual concordaba con las celebraciones del centenario.



Cliente: Q 101
 Diseño: Segura Inc.
 Descripción de la imagen:
 Ilustraciones de tipo cómic,
 utilizadas en un contexto
 inesperado.

Q 101

Las imágenes pueden resultar engañosas tal como demuestran los diseños que aparecen arriba. Lo que a primera vista parece ser una selección de ilustraciones de cubiertas para una colección de cómics, resulta ser una serie de imágenes promocionales para varias bandas de rock; cada viñeta está dedicada a un grupo diferente. Las imágenes tipo cómic realizadas por el estudio de diseño Segura Inc. no tienen nada que ver con la forma en que estamos acostumbrados a recibir información sobre música rock y demuestran cuáles pueden ser las ventajas y desventajas de la utilización de géneros o tipos específicos de imagen fuera de su contexto designado o previsto.

Fotografía

La fotografía actualmente es fundamental para el contenido basado en la imagen debido a su capacidad para proporcionar un alto nivel de información y transmitir una amplia gama de emociones, además de su coste relativamente bajo (sobre todo con las cámaras digitales) y la facilidad de manipulación mediante programas de ordenador que permiten obtener una gran variedad de efectos. Por lo general, las fotografías se guardan como archivos digitales en formatos PSD, TIFF o JPEG.

PSD (PhotoShop Document) es un formato de archivo que soporta todas las modalidades de imagen disponibles (mapa de bits, escala de grises, bitono, RGB, CMYK, etc.). Esta polivalencia supone que su uso esté muy extendido entre los diseñadores mientras trabajan en una imagen, pero su incompatibilidad con otras aplicaciones hace que una vez completada, ésta se suele convertir a un formato TIFF o JPEG.

TIFF (Tagged Image File Format) es un método flexible para guardar tramas o imágenes de mapas de bits en color. Son archivos de plataforma cruzada, es decir, que pueden abrirse tanto en Mac como en PC, y conservan mejor la calidad de la imagen que los archivos JPEG y, por ello, son más adecuados para la impresión.

JPEG (Joint Photographic Experts Group) es un formato de archivo que contiene información de colores de 24 bits (6,7 millones de colores) y utiliza compresión para desechar información de la imagen. Es adecuado para imágenes con gradaciones complejas de píxeles en un tono continuo, como las fotografías. Dado que el formato JPEG comprime el tamaño de archivo, la calidad de la imagen puede disminuir al imprimirse a menos que se seleccionen los valores máximos de calidad y la resolución sea como mínimo de 300 DPI.



Ciente: Bailhache Labesse

Diseño: HGVFelton

Descripción de la imagen: Retratos de caras enteras presentados en páginas de separación de distinta anchura que se combinan para dar lugar a una cara compuesta.

A Different Face

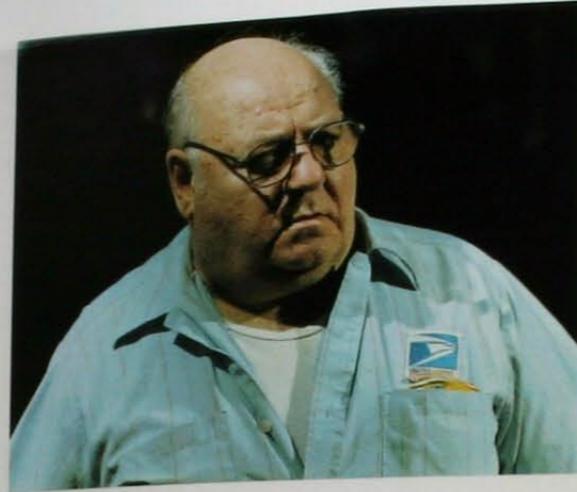
Se trata de una revista anual producida para el bufete de abogados Bailhache Labesse de Jersey realizada por el estudio de diseño HGVFelton. La publicación se centra en el personal del bufete e incorpora como páginas de separación retratos fotográficos de las caras enteras de ocho personas que trabajan allí, lo cual personaliza el documento y además sugiere que la empresa proporciona un servicio personal. Desde el final, cada sección, que se separa mediante una página con un retrato, se va acortando progresivamente de modo que se combinan para dar lugar a una cubierta, que muestra otra cara formada por fragmentos de cada uno de los distintos retratos fotográficos.

Cliente: Citigroup Private Bank
 Diseño: North
 Descripción de la imagen:
 Fotografía realista, de tipo
 reportaje.



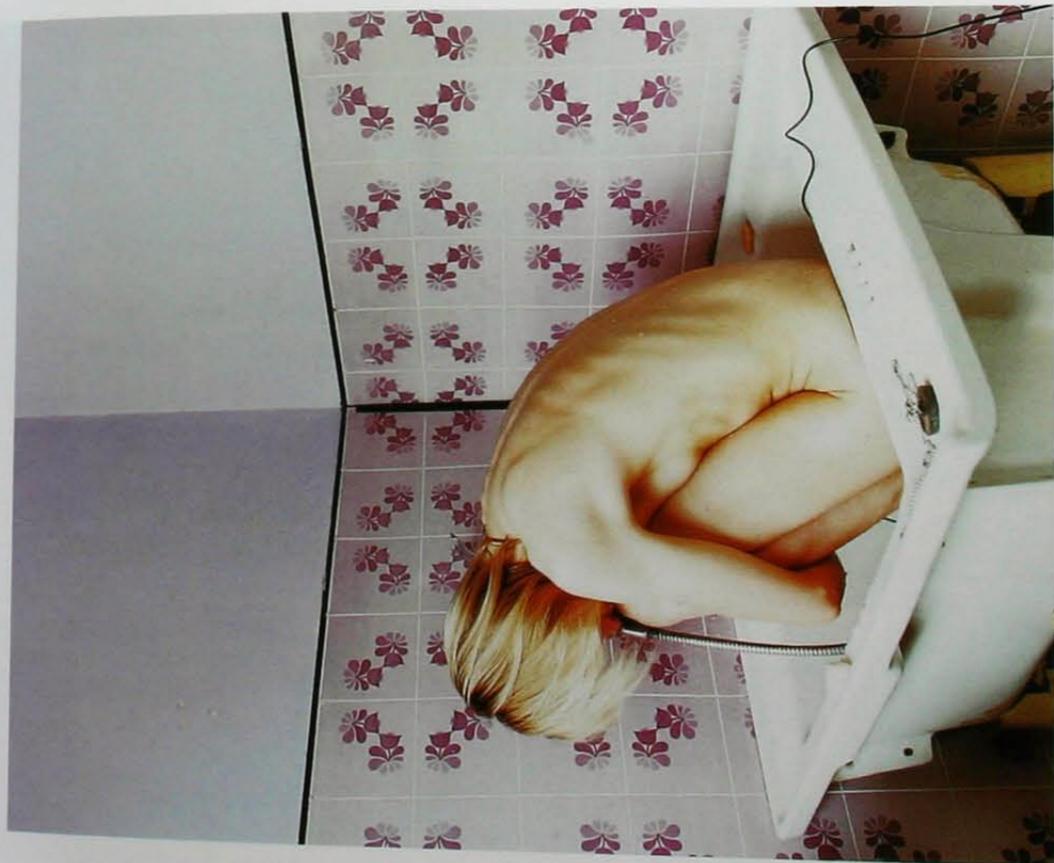
Premio de fotografía 2002 de Citigroup Private Bank

Esta doble página muestra páginas del catálogo de la exposición del Premio de fotografía del 2002 de Citigroup Private Bank. El catálogo es una creación del estudio de diseño North y presenta unas sorprendentes fotografías realistas, de tipo reportaje, que ensalzan a gente corriente en sus propios entornos. El uso de un tipo de letra gótica neutro y la separación física entre las páginas de imagen y de texto permite que la atención del lector se centre en las fotografías.



La habilidad de la fotografía para transmitir emociones fuertes se intensifica mediante la presentación de la imagen a una escala casi de página entera, lo cual proporciona un nivel más llamativo de detalle al espectador, que se ve obligado a centrarse en la presentación austera de las expresiones de las caras (izquierda).

Las dobles páginas que aparecen aquí muestran una presentación simple de la fotografía. Las imágenes, que ocupan casi toda la página, tienen un tono dramático debido a su escala en relación con el tamaño de la publicación. La sensación de la escala se realza adicionalmente mediante efectos tales como un paspartú y un único borde a sangre que sirven de punto de entrada para una imagen. Mediante la yuxtaposición de cada imagen con una página en blanco, se potencia la sensación de aislamiento y aflicción que nos transmite el tema de la fotografía (derecha).



Ciente: Pathé
Diseño: Research Studios
Descripción de la imagen:
 Los tonos apagados se contraponen a la mirada serena del personaje, que avanza conscientemente hacia la muerte.



James Woods
 Kathleen Turner
 Kirsten Dunst
 Hanno Hall
 Chelse Swain
 Leslie Houman
 Danny DeVito

a film by Sofia Coppola

Director: Sofia Coppola Executive Producer: Fred Fuchs Executive Producer: Willi Baer Co-Producer: Fred Roos
 Co-Producer: Gary Marcus Producer: Francis Ford Coppola Producer: Julie Constanzo Producer: Dan Halsted
 Producer: Chris Hanley Co-Producer: Edward Lachman Editor: James Lyons Production Designer: Jasna Stefanovic
 Costume Designer: Nancy Steiner Assistant to the Producer: Tarek Khan

The Virgin Suicides
 Research Studio realizó el diseño de este póster para promover la película *The Virgin Suicides*. En la fotografía, parece que Kirsten Dunst está caminando hacia el sol, hacia su futuro y su muerte, pero se ha detenido para mirar hacia atrás al espectador. La mirada y la sonrisa de su cara sugieren una cierta tranquilidad del que sabe lo que está haciendo, aunque los tonos apagados de la imagen evocan la vida que pronto se consumirá.

Imagen Técnicas

Ciente: Toi Com Moi
Diseño: FI@33
Descripción de la imagen:
 Fotografías de escenas de familia, unidas para sugerir una sensación de movimiento.



Toi Com Moi
 Estas imágenes forman parte de una campaña publicitaria creada por FI@33 para la marca de ropa parisina Toi Com Moi. La marca diseña ropa para que los padres e hijos y las madres e hijas puedan comprar prendas a conjunto. Los diseños muestran fotografías de la vida doméstica. Las imágenes de tipo reportaje se han unido para producir una sensación de movimiento (como si se tratara de una película hecha en casa), sistema que a menudo se utiliza en el cine para evocar los días idílicos de la infancia.

Imagen Fotografía

Filtros

Filtros
Tanto si se acoplan a una cámara como si se aplican a una imagen digital, estos dispositivos se utilizan para filtrar la luz de longitudes de onda específicas y cambiar el resultado de la imagen.

Los filtros se utilizan para hacer ajustes sutiles a una imagen de modo que con frecuencia el observador no se da cuenta de la manipulación realizada, por ejemplo perfeccionar una imagen en color para crear un cielo azul ópalo o una playa de arena coralina. También se utilizan para efectuar intervenciones más radicales y gráficas.



Estas imágenes (arriba) de una puesta de sol en una playa se han producido con distintos filtros. Fila derecha superior, de izquierda a derecha: la imagen original, sombras aumentadas y sombras más intensas. Fila central, de izquierda a derecha: equilibrio de tonos, énfasis en trama y énfasis en resaltado. Fila inferior, de izquierda a derecha: la imagen con matiz rojo, matiz amarillo y matiz azul. En las dos primeras filas se han aplicado unos ajustes sutiles a las imágenes y en la última fila los cambios son más radicales.

***This Is A Magazine* (derecha)**

La ilustración es una creación de Studio KA para *This Is A Magazine* y se produjo mediante la superposición de dos imágenes. La fotografía de la mujer desnuda se ha superpuesto con una fotografía de un motivo *tie-die* (sistema para teñir telas con varias ataduras) que la viste parcialmente. En muchos diseños contemporáneos este proceso se consigue electrónicamente, pero en el pasado el efecto se hubiera creado utilizando dos o más fragmentos de película fotográfica. Un filtro se basa en el mismo principio: se dispone sobre una lente (la imagen) para manipular la luz que llega a nuestros ojos y, de este modo, modificar la imagen que vemos.

Cliente: This Is A Magazine
Diseño: Studio KA
Descripción de la imagen:
Superposición de dos fotografías
e inclusión de ruido (véase la
página 7).

Los paneles inferiores muestran los resultados de varias técnicas de filtración que están disponibles en aplicaciones de manipulación de fotografías. Las técnicas de filtración varían desde ajustes sutiles del color a intervenciones gráficas drásticas y proporcionan al diseñador muchas herramientas para crear presentaciones de diseños.



Estas imágenes se han creado con filtros con capas superpuestas de colores, lo cual cambia el color de la fotografía original.



De izquierda a derecha: efectos de filtro medio, ruido, polvo y rascaduras, grandío, trama de color y pinceladas.



De izquierda a derecha: solarización de una imagen RGB e inversión, imagen solarizada CMYK e inversión y ajustes adicionales.

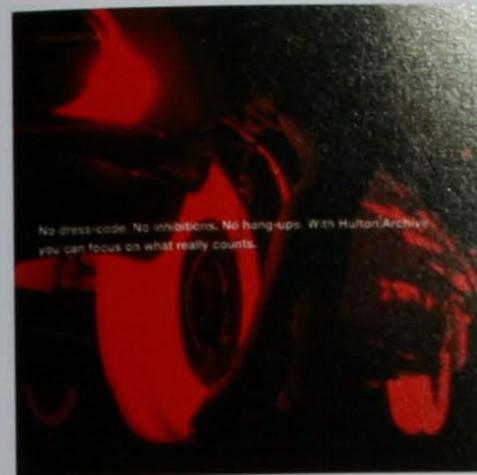


De izquierda a derecha: efectos de filtro de bordes resplandecientes, ajuste de color, mosaico, vidriera, fragmento y bordes.



Diferentes ajustes de color de la imagen original conseguidos mediante el uso de filtros.

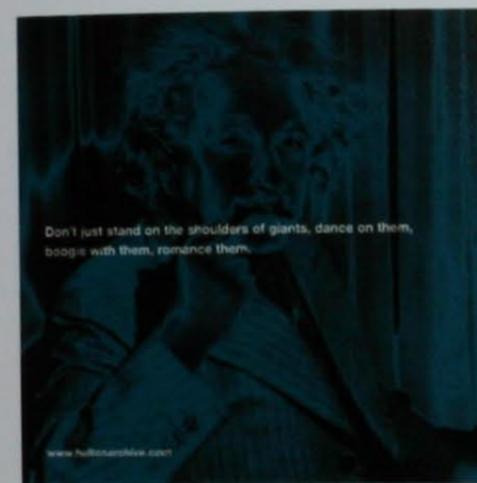
Imagen Técnicas



No dress-code. No inhibitions. No hang-ups. With HultonArchive you can focus on what really counts.



Ciente: Hulton Archive
Diseño: Gavin Ambrose
Descripción de la imagen:
Series de imágenes de una mujer
fotografiada en un momento
de su vida, con un fondo
de un reloj de pared y un
reloj de pulsera y un reloj.



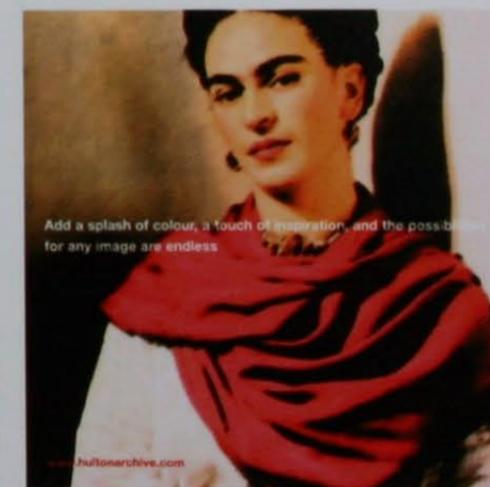
Don't just stand on the shoulders of giants, dance on them, boogie with them, romance them.



It's your turn now. Take a deep breath. Then take the plunge.



There's a whole new universe out there. It's yours. Discover. Take the first step. Who knows what you'll find.



Add a splash of colour, a touch of inspiration, and the possibilities for any image are endless.

Archivo Hulton

Esta invitación es una creación de Gavin Ambrose para una exposición del Archivo Hulton. Se modificaron una serie de imágenes para mostrar la diversidad del archivo fotográfico. En el sentido de las agujas del reloj, desde la izquierda superior: bitono de rojo y negro, valor medio, ajustes de color, fotografía de Frida Kahlo que aparenta ser pintada, superposición de un dibujo de una bandera sobre un aterrizaje en la luna y solarización de Albert Einstein.

Imagen Filtros

Descubrimientos

Algunos diseños muestran todo su contenido a primera vista. Otros revelan su contenido gradualmente siguiendo su estructura física, tal como muestra el ejemplo de la página siguiente. Los descubrimientos pueden introducir información poco a poco, desvelando el contenido o el mensaje fragmento a fragmento, o inicialmente pueden ocultar información para revelarla al observador o usuario más adelante. A menudo se utilizan para crear un efecto visual interesante y/o para estructurar la información que contiene una publicación. En este contexto, la situación de la imagen debe considerarse dentro del contexto más amplio del formato de la publicación y también debe tenerse en cuenta cualquier implicación que suponga el acabado de impresión que se le quiera dar.

Troquelado

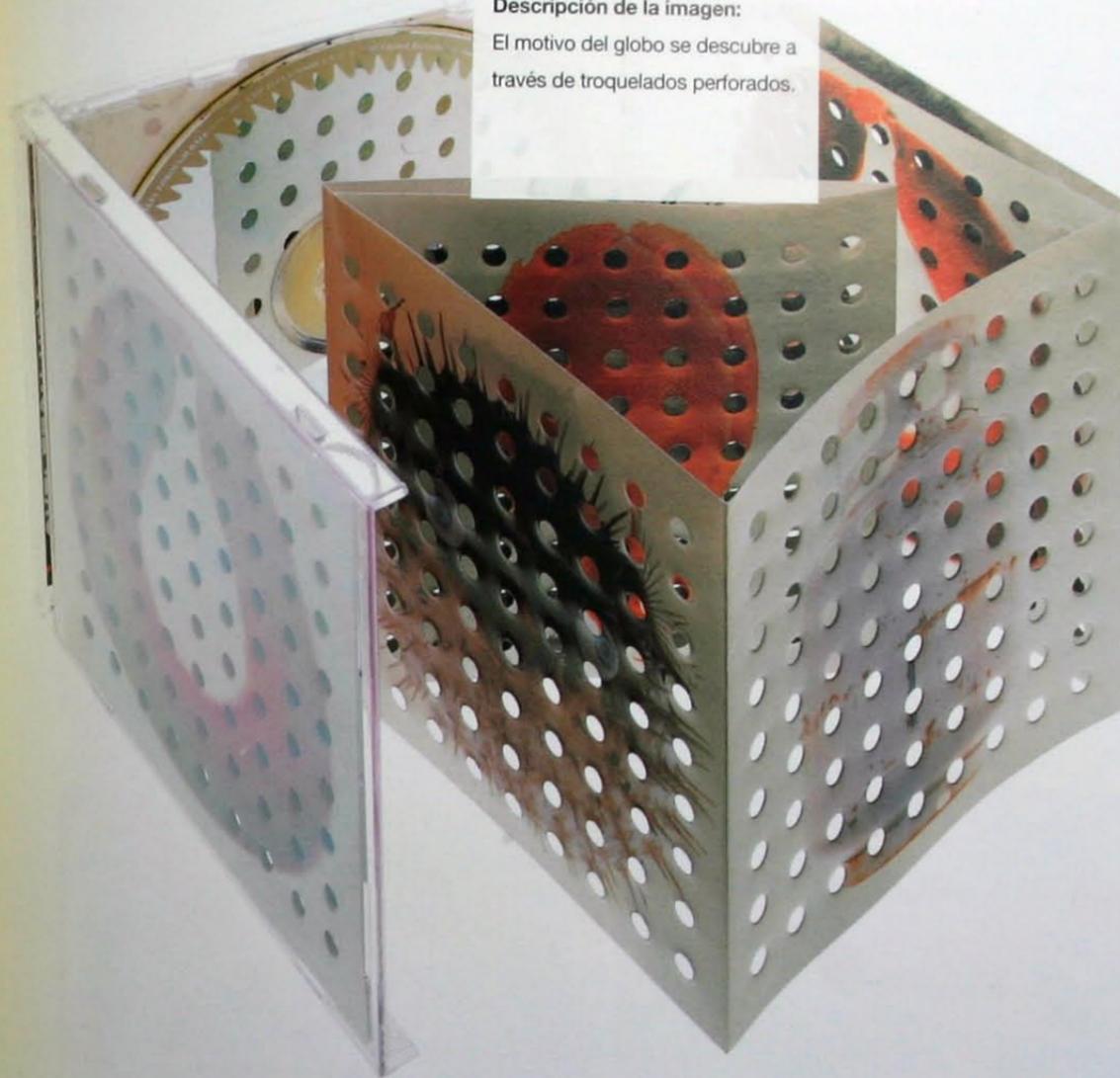
El troquelado es un proceso que utiliza una cuchilla (troquel) de acero para cortar una parte del sustrato. Se utiliza sobre todo con finalidades decorativas, a menudo para mejorar el efecto visual de un diseño mediante la creación de formas o aberturas interesantes, permitiendo que el lector pueda ver parcialmente el interior de una publicación.

Cliente: Skeleton Key

Diseño: Sagmeister Inc.

Descripción de la imagen:

El motivo del globo se descubre a través de troquelados perforados.



Skeleton Key

Para el álbum *Fantastic Spikes Through Balloon* de Skeleton Key, la agencia neoyorquina Sagmeister Inc. produjo un diseño que incorporaba fotografías de objetos con forma de globo como una salchicha y un pez globo, y perforó el sustrato con un motivo de agujeros troquelados. El tema visual global sólo se descubre mirando a través de la trama de agujeros troquelados que perforan todas las formas de "globo".

Incidentalmente, las letras se imprimieron con tipografía invertida porque la banda no quería que la gente pudiera leerlas mientras escuchaba la música.

Shack Chic: Art and Innovation in South African Townships
Craig Fraser
Poems by Sandie Dikert

Ciente: Westzone Publishing
Diseño: Rose Design
Descripción de la imagen:
Los detalles se revelan tras rasgar una capa.



Bad Boys
Amelia Troubridge

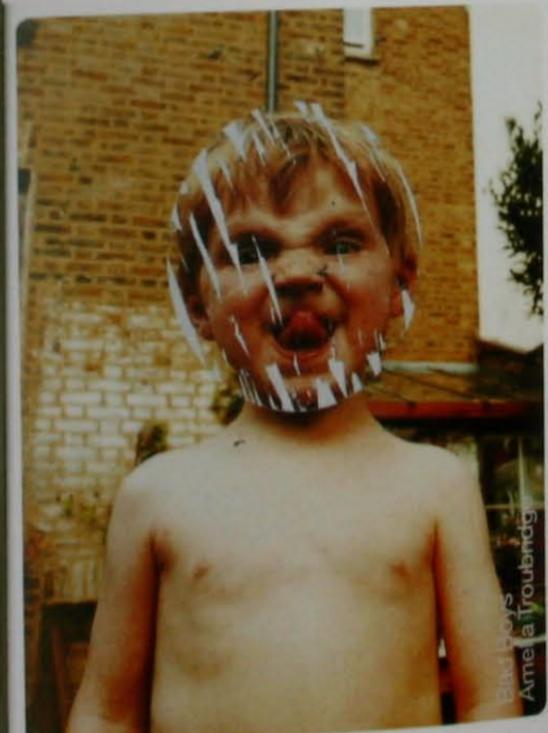
200x200 mm Septiembre 300 x 200 mm 8% x 10" 17pp 120 octubre x 50% Septiembre 180000 2,1

The triumph of artistic tenacity over adversity is brought to life in Craig Fraser's vibrant images, which capture the innovation and talent of South Africa's shack dwellers. Having focused on some of the most luxurious homes in the world, Fraser has found true inspiration in some of the poorest. Using only available light, he left the mirrors unpolished to better capture their unique beauty and resilience. This book celebrates the tenacious, pioneering spirit that renews and colours South Africa's urban landscape under some of the harshest conditions.

Author
Craig Fraser has travelled extensively throughout the townships of Soweto and Johannesburg, where he met and befriended many of the shack dwellers. He has worked with Creative House, Cape Town, and Quercus Publishers, who made possible this book. Fraser lives in South Africa, in Johannesburg.

Sandie Dikert is a poet and translator. She has published several books of poetry, including 'The Poet' and 'The Poet's Wife'. She lives in South Africa, in Johannesburg.

Shack Chic: Art and Innovation in South African Townships
Craig Fraser
Poems by Sandie Dikert



Bad Boys
Amelia Troubridge

200x200 mm Septiembre 300 x 200 mm 8% x 10" 17pp 120 octubre x 50% Septiembre 180000 2,1

The triumph of artistic tenacity over adversity is brought to life in Craig Fraser's vibrant images, which capture the innovation and talent of South Africa's shack dwellers. Having focused on some of the most luxurious homes in the world, Fraser has found true inspiration in some of the poorest. Using only available light, he left the mirrors unpolished to better capture their unique beauty and resilience. This book celebrates the tenacious, pioneering spirit that renews and colours South Africa's urban landscape under some of the harshest conditions.

Author
Craig Fraser has travelled extensively throughout the townships of Soweto and Johannesburg, where he met and befriended many of the shack dwellers. He has worked with Creative House, Cape Town, and Quercus Publishers, who made possible this book. Fraser lives in South Africa, in Johannesburg.

Sandie Dikert is a poet and translator. She has published several books of poetry, including 'The Poet' and 'The Poet's Wife'. She lives in South Africa, in Johannesburg.

Westzone Publishing

Se trata de un folleto de pequeño formato producido por Rose Design para Westzone Publishing. Los detalles clave de las fotografías tan sólo se descubren tras rasgar una capa; por ejemplo, la cara del chico (que aparece en la página anterior) y el facsímil de una falda (que aparece en esta página). ¡El hecho de rasgar la capa descubre algunos detalles sorprendentes!

Watch for Rocks
Dorland Proulx

The photographs presented in this book came together on an unexciting road trip through the southwestern part of the United States taking in California, Arizona, Nevada and Utah. While touring the Joshua Tree national monument, young photographer Dorland Proulx was attracted by the picturesque point of a signpost in the middle of a vast landscape. He had found himself stopping the car with increasing regularity as the proportions of road signs and their environment took on new meanings. Sometimes a sign would simply announce the distance. Other signs hinted at the presence of something that seemed to be nowhere around at all. 500 more signs led to holes and regulations, sometimes making good sense, at other times appearing curiously or simply baffling. Collected together they speak an extraordinary, highly visual language whose content is never quite as intended.

Author
Dorland Proulx was born in 1988 and was given his first camera at the age of 12 years. He has been an obsessive picture taker ever since. In 2008 he co-founded the photographic artists' group 'Fishing for Compliments'. Subsequently a student of photography arts at Dorland, he now lives in Washington, where he works with other artists at Atelier Strahorn. This is his first book.



The Leu Family
Fabio Palean

200x200 mm Septiembre 300 x 200 mm 8% x 10" 17pp 120 octubre x 50% Septiembre 180000 2,1

Watch for Rocks
Dorland Proulx

The photographs presented in this book came together on an unexciting road trip through the southwestern part of the United States taking in California, Arizona, Nevada and Utah. While touring the Joshua Tree national monument, young photographer Dorland Proulx was attracted by the picturesque point of a signpost in the middle of a vast landscape. He had found himself stopping the car with increasing regularity as the proportions of road signs and their environment took on new meanings. Sometimes a sign would simply announce the distance. Other signs hinted at the presence of something that seemed to be nowhere around at all. 500 more signs led to holes and regulations, sometimes making good sense, at other times appearing curiously or simply baffling. Collected together they speak an extraordinary, highly visual language whose content is never quite as intended.

Author
Dorland Proulx was born in 1988 and was given his first camera at the age of 12 years. He has been an obsessive picture taker ever since. In 2008 he co-founded the photographic artists' group 'Fishing for Compliments'. Subsequently a student of photography arts at Dorland, he now lives in Washington, where he works with other artists at Atelier Strahorn. This is his first book.

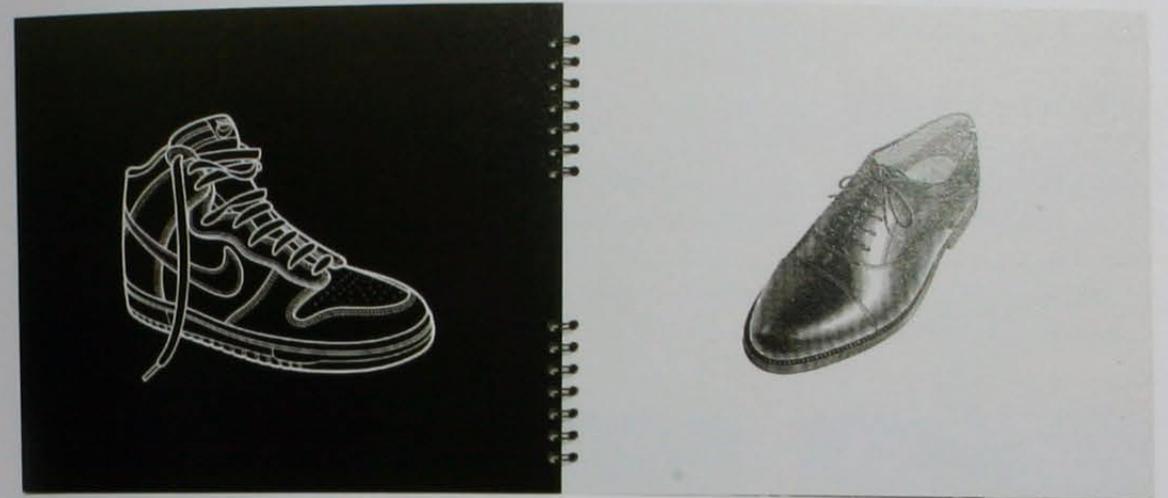
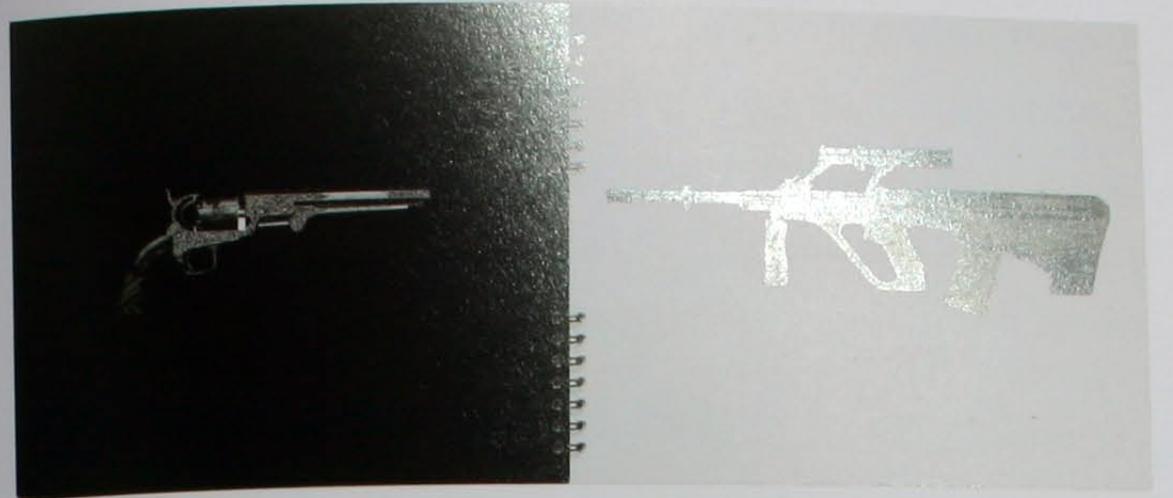


The Leu Family
Fabio Palean

200x200 mm Septiembre 300 x 200 mm 8% x 10" 17pp 120 octubre x 50% Septiembre 180000 2,1

Cliente: Ron Mercer
 Diseño: Roundel
 Descripción de la imagen:
 Capas de rascado para desvelar
 detalles como el título y la
 dirección de contacto del artista.

scrape



ron mercer
 scraper board illustrator
 01453 833755
 www.ronmercer.co.uk
 Scrap

Ron Mercer

Ron Mercer es un ilustrador especializado en el uso de esgrafiados; por lo tanto, el estudio de diseño Roundel optó por convertir esta característica en un aspecto clave del diseño de la cubierta para un catálogo de su trabajo. El nombre del artista se ocultó debajo de una capa de rascado, lo cual invitaba a la gente a utilizar la técnica predilecta de Mercer para descubrir la información que contenía. En la publicación se yuxtaponen imágenes que contrastan y se complementan entre sí y que, a su vez, muestran la diversidad de los trabajos y estilos de dibujo de Mercer.

Esgrafiado

Palabra que procede del término italiano *sgraffiare*, que significa "rascar" y que describe una técnica que permite hacer saltar una capa superior de color, dejando así al descubierto el segundo color que hay debajo. Una capa de rascado es un sustrato compuesto por una superficie negra superior eliminable dispuesta sobre una superficie inferior blanca.

Coloración de imágenes

Las imágenes se colorean por muchos motivos: para crear diseños simples, pero llamativos, para añadir sutilmente varios matices a una obra o para crear algo especial.

Las imágenes se pueden colorear de muchas formas y estilos que van desde el simple rellenado de formas con color degradado a la modificación de los canales de color de una fotografía. Los métodos de coloración de una imagen son tan variados y numerosos que en esta sección sólo describiremos algunas de las posibilidades.

Una imagen producida y modificada con RGB resulta diferente a una imagen producida con CMYK porque se utilizan canales de color diferentes. Dado que la mayoría de técnicas de filtración se basan en el cambio de los valores de luz, las diferencias pueden ser pronunciadas, como demuestran las imágenes de abajo. En cada una de las tres columnas se utiliza un filtro diferente (de izquierda a derecha: igualación, inversión y combinación de canales); sin embargo, la fila superior contiene imágenes RGB y la fila inferior contiene imágenes CMYK y se puede apreciar claramente una diferencia pronunciada entre las dos filas.

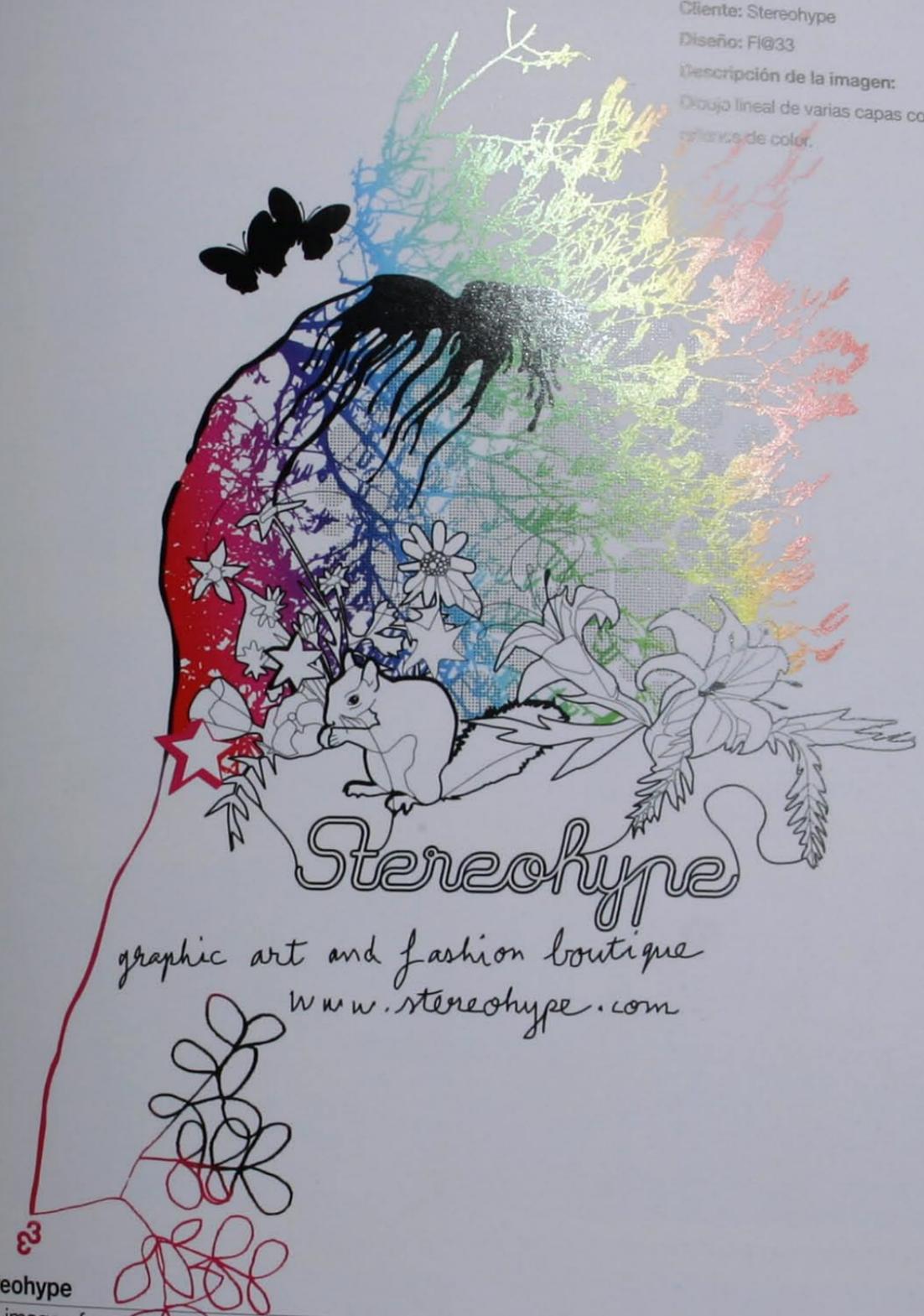


Ciente: Stereohype

Diseño: FI@33

Descripción de la imagen:

Dibujo lineal de varias capas con colores de color.



Stereohype

Esta imagen forma parte de un distintivo creado por el estudio de diseño FI@33 para Stereohype, una tienda de ropa y artes gráficas londinense que vende por Internet. La imagen es una combinación de ilustración de dibujo lineal superpuesta sobre un degradado de colores, que se ha utilizado para rellenar parte del diseño. La utilización del color ayuda a producir contraste en la ilustración de dibujo lineal y a separar las distintas capas de la imagen.

Los paneles de abajo muestran algunas de las múltiples maneras en que se puede colorear una imagen digital. Muchos de estos métodos se basan en técnicas tradicionales de manipulación de imágenes fotográficas como modificar el contraste o añadir matices. La tecnología ha permitido que el diseñador avance más en este campo proporcionando una gran variedad de herramientas de ordenador.



Arriba: Manipulación de la paleta de colores, tanto en RGB como en CMYK, para modificar el efecto.



Arriba: Adición de superposiciones de matices de color a la imagen.



Arriba: Adición y eliminación selectiva de colores.



Arriba: La aplicación de colores puede producir un resultado más sutil o más gráfico.



Arriba: Utilización de las técnicas anteriores hasta el punto de la abstracción.

Ciente: This Is A Magazine

Diseño: Studio KA

Descripción de la imagen:

Imagen en escala de grises con una trama de color degradada.

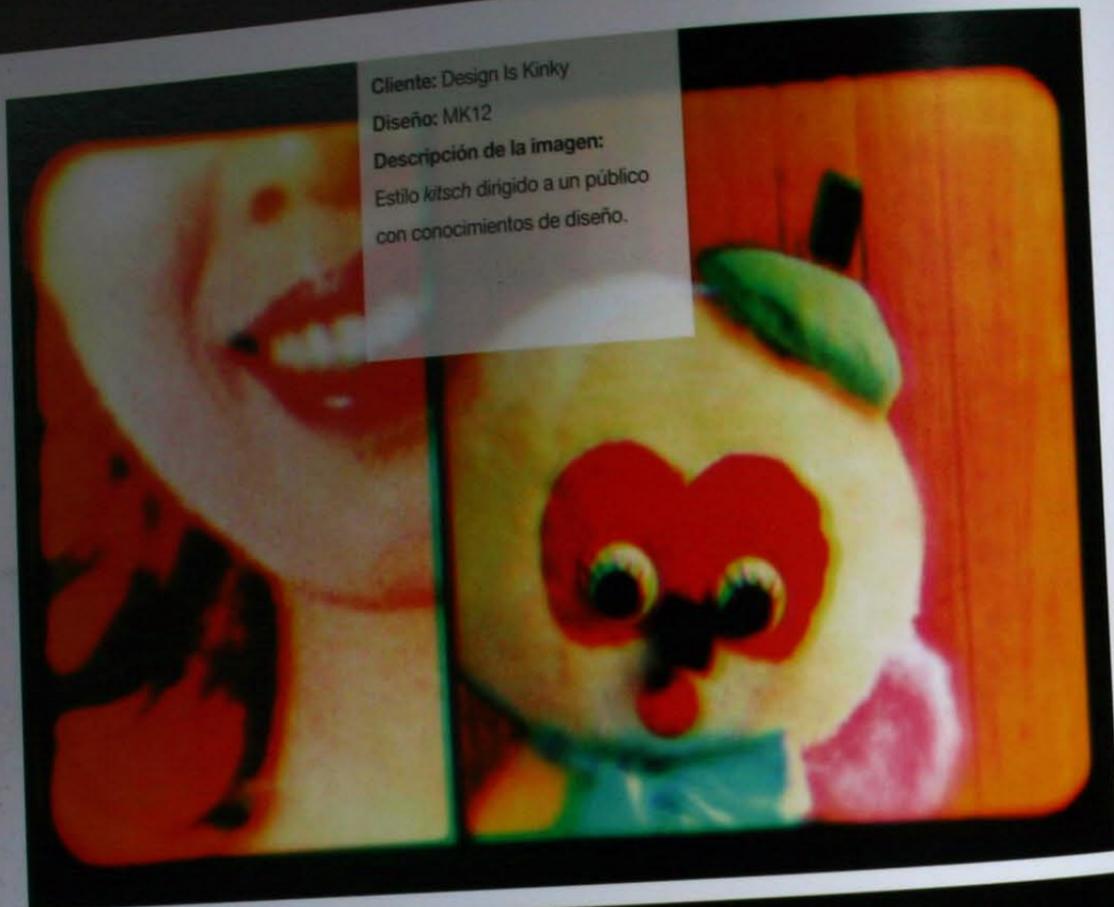


This Is A Magazine

Se trata de una ilustración realizada por Studio KA para *This Is A Magazine*. Presenta una imagen en escala de grises coloreada con una trama, que se degrada de arriba abajo desde el rojo hasta el amarillo. El resultado es mucho más interesante que una simple imagen en blanco y negro, y la atención del lector se dirige de modo espontáneo hacia el color más oscuro, es decir, la cabeza del hombre.

Escala de grises

Escala de grises hace referencia al brillo de un píxel y se expresa como un valor que representa su claridad desde negro hasta blanco. El término se aplica a imágenes que contienen una gama de sombras (de gris) y una gama en su profundidad que va del negro al blanco.



Cliente: Design Is Kinky
Diseño: MK12
Descripción de la imagen:
Estilo kitsch dirigido a un público
con conocimientos de diseño.



El significado de las imágenes

Las imágenes pueden tener varios significados connotativos y denotativos que normalmente se definen a partir de un aspecto de una cultura determinada. Los diseñadores a menudo incorporan a propósito contenido simbólico en un diseño para comunicarlo de una forma que no siempre es obvia. Por lo general, las imágenes tienen un tiempo muy breve para transmitir un mensaje al espectador y, por ello, se utilizan varios métodos para comunicar un significado de modo rápido y efectivo. Las imágenes se eligen y presentan con mucho cuidado para transmitir ese significado específico a un grupo concreto de gente. Esto se puede llevar a cabo mediante el recurso al simbolismo, metáforas, símiles o tipogramas, entre otros métodos.

Para que una imagen transmita su mensaje, un diseñador debe considerar con atención la aplicación de algunos métodos o de todos los métodos que se describen en esta sección, ya que siempre existe la posibilidad de una interpretación errónea no deseada. De modo subconsciente asociamos significados a las imágenes que se nos presentan y este capítulo tiene como objetivo analizar algunos de estos significados.

Design Is Kinky (izquierda)

Estas imágenes son una creación del estudio de diseño MK12 para *Design Is Kinky*, revista y sitio web dedicado a diseño, arte y cine. Una imagen aislada o sin ningún contexto no tiene significado. Las imágenes que se muestran aquí presentan un juguete de niño y una mujer vestida al estilo de la década de 1950, así pues ¿cuál es el mensaje? ¿Se trata de un programa de televisión para niños o se ha diseñado deliberadamente así para que tenga esta apariencia? La revista y sitio web están dirigidos a un público con conocimientos de diseño y, por tanto, la estética *kitsch* de las imágenes, sumada al marco de pantalla de TV crean un conjunto de valores identificable. En el contexto correcto, estas imágenes se pueden considerar como de "alto diseño", pero aquí el contexto es crucial ya que la interpretación puede resultar poco clara para un público sin conocimientos de diseño, que puede encontrarlas infantiles o pasadas de moda.

Semiótica y términos comunes

Muchos de los términos que se utilizan para describir imágenes derivan de estudios lingüísticos, lo cual implica que hace falta cierta interpretación para aplicarlos a la forma visual. En esta sección se resume el lenguaje y la terminología utilizados en la interpretación de imágenes.

Tanto la semiótica (el estudio de los signos) como la lingüística (el estudio del lenguaje) ofrecen explicaciones sobre cómo interpretamos las imágenes. La semiótica establece tres categorías (entre otras): el signo, el sistema y el contexto. Los signos de abajo tienen formas diferentes. Cuando los vemos junto con otros signos, tal como aparecen aquí, las formas denotan significados específicos: el triángulo es un aviso de peligro, el rectángulo transmite información y el círculo indica una orden.



Estos símbolos se pueden dividir en distintas categorías. Los **iconos** (1) representan visualmente el elemento que describen, en este caso se trata de gente mayor. Los **índices** (2) conservan una relación entre el objeto y el signo, en este ejemplo, las llamas están relacionadas con el fuego. Los **símbolos** (3) no tienen ninguna relación inherente con lo que describen.

Signo

Una palabra es un significante y el objeto al cual representa la palabra es el significado. Cuando estos dos elementos se unen, el resultado es un signo.



Semiótica

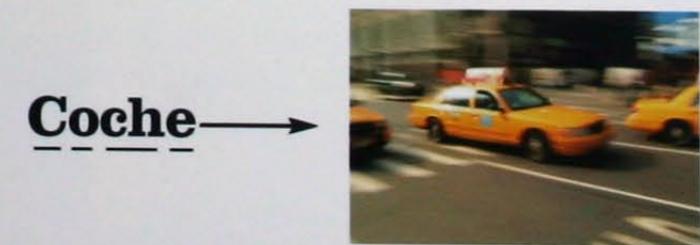
La semiótica es el estudio de los signos y los principios teóricos que establecen el modo en que las personas extraen un significado a las palabras, sonidos o imágenes. Muchas obras de arte y literatura incluyen referencias simbólicas o signos que comunican información adicional.



Por ejemplo, una estatua de un hombre a caballo parece bastante simple, pero si el caballo sólo tiene dos cascos en el suelo y se sostiene sobre las patas de atrás, esto nos indica que el jinete murió en una batalla; si sólo levanta un casco, sabemos que murió mientras ejercía su cargo y si los cuatro cascos están sobre el suelo, sabemos que murió cuando ya había dejado de ejercer su cargo.

Lingüística

El estudio del lenguaje se basa en un conocimiento compartido de los signos. El lenguaje está formado por fonemas; la palabra "coche", por ejemplo, está compuesta por los fonemas "c", "o", "ch" y "e". Cuando aparecen como una secuencia estos fonemas forman la palabra "coche", signo que sabemos que se refiere a un vehículo que conducimos. En este caso, el conocimiento compartido es sobre los signos del alfabeto.



Sin embargo, estas relaciones son arbitrarias ya que no existe ninguna entre las letras "c", "o", "ch" y "e" y una imagen de un coche. En inglés la palabra "coche" es *car*, en francés es *voiture* y en alemán es *wagen*, pero todos estos idiomas asocian esta palabra específica con la imagen de un coche. La interpretación de la imagen se basa en un conocimiento compartido. Sin un acuerdo compartido sobre el significado de los signos, el signo carece de significado.

También debemos tener en cuenta que lo que vemos arriba no es un coche, sino una imagen de un coche. A pesar de que puede existir un conocimiento general compartido sobre el significado de determinadas imágenes, una imagen también puede contener información que no se pretendía transmitir y, por ello, es posible que el espectador no la interprete como deseaba el diseñador. Por lo tanto, una imagen puede contener información denotativa y connotativa a la vez (véanse las páginas 70-71).

Significado connotativo y denotativo

Una imagen comunica de muchas maneras y en niveles muy distintos. El tema, el modo cómo se ha enfocado, el contexto en el que se presenta y los objetos que lo acompañan influirán en cómo se extrae e interpreta el significado de la imagen. Las imágenes se pueden interpretar según sus significados connotativo y denotativo.

Nuestra interpretación sobre una imagen puede variar de modo radical si se realizan cambios en su presentación, tal como muestran los ejemplos de la página opuesta. Algunas de nuestras interpretaciones pueden estar influidas por nuestra experiencia anterior sobre imágenes similares o contextos de situación de una imagen. Por ejemplo, una reproducción cruda de una imagen en trama se puede interpretar como una imagen de interés periodístico.

Denotación

Una interpretación denotativa consiste en la representación de algo mediante un signo visible. Por ejemplo, la denotación de "coche" la hemos asociado a un vehículo de cuatro ruedas. Asimismo, la imagen de un coche puede indicar "transporte".

Connotación

Muchas imágenes tienen significados connotativos que van más allá de sus interpretaciones denotativas. Connotación hace referencia a cosas que hemos percibido, aprendido y razonado. Una imagen de una casa puede indicar un hogar (el sitio donde vivimos); pero hogar tiene otras connotaciones, por ejemplo, familia, seguridad y afecto.



Imagen sin modificar de una mujer, recortada de modo que parece que la mujer está inclinada hacia delante, pero no sabemos si está sentada o de pie.



Un recorte diferente que revela más información de la imagen y podemos ver lo que la mujer lleva puesto y que está sentada.



Un recorte de su cara sugiere una toma muy diferente y podemos empezar a centrarnos en qué estará pensando.



Cuando se recolora con un acabado en sepia, la imagen adquiere una calidad de archivo que hace que parezca que fue tomada hace tiempo.



Al reducir la saturación de los tonos la imagen parece desgastada y descolorida, lo que implica que podría haber estado expuesta en un marco o llevada en una cartera.



La conversión de la imagen a blanco y negro también hace que la fotografía parezca más vieja y reduce la información que puede proporcionar la incorporación del color.



La conversión de la imagen en un mapa de bits monotonos la deshumaniza y desvincula a la mujer del entorno que la rodea.



La inversión de los colores para crear una imagen negativa puede sugerir un retroceso a un acontecimiento pasado o incluso a la escena de un crimen.



La conversión de la imagen a trama puede hacernos pensar que se ha sacado de un periódico.

Tipograma

Tipograma hace referencia al uso deliberado de la tipografía para expresar una idea de forma visual incorporando algo más que las letras que forman la palabra.

Por ejemplo, la palabra "medio" cortada por la mitad y presentada con sólo la mitad de las letras visibles, sería un tipograma. Otro ejemplo sería la palabra "pequeño" compuesta con un cuerpo de 6 pt y la palabra "grande" compuesta con un cuerpo de 72 pt. Aunque no se trata de un método gráfico corriente, un tipograma se utiliza como un refuerzo visual simple del significado de la palabra aplicado a su composición. Los logotipos (símbolos formados a partir del tipo de letra) con frecuencia utilizan tipogramas como un elemento del diseño que pasa a ser una parte crucial de la identidad.

medio

pequeño

grande

"Symbol™" (derecha)

Este póster es un diseño de Angus Hyland de Pentagram para promocionar una exposición de logotipos diseñados por Pentagram en el London College of Printing en el año 2001. El diseño, minimalista, se centra en el significado y la función de la palabra *symbol*, que se muestra como un tipograma para hacer referencia a la cultura del diseño de logotipos de empresas. Utilizando un tipo de letra blanco en negrita sobre un fondo negro, la palabra *symbol* se convierte en un logotipo. La transformación de una palabra en un logotipo se consigue mediante la aplicación del símbolo de marca registrada (™) que también resalta el contenido de la exposición.

Cliente:
London College of Printing
Diseño: Pentagram
(Angus Hyland)
Descripción de la imagen:
Logotipo con tipograma.

03.03.2001 - 06.04.2001

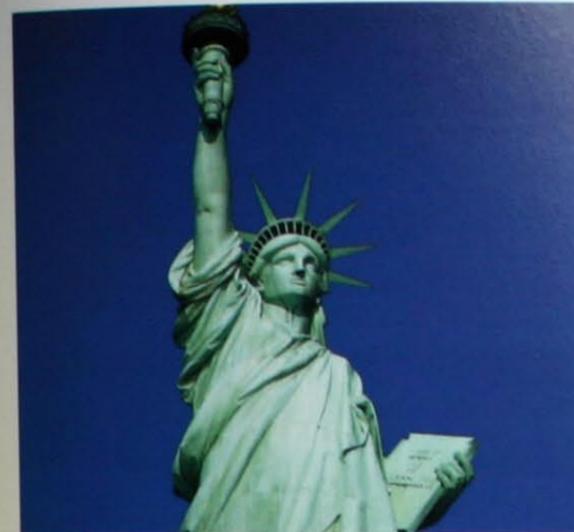
School of Marketing & Management
present an exhibition of trademarks
by Pentagram Design
Edensley Gallery
London College of Printing
Elephant & Castle London SE1 6SB

Symbol™

Sinécdoque, metáfora y metonimia
 “Sinécdoque”, “metáfora” y “metonimia” son términos que se utilizan para describir distintos recursos lingüísticos en los que se utiliza un concepto de modo figurado para sugerir otro. Estos términos están muy relacionados entre sí y esto hace que a menudo se confundan. Los mismos recursos también funcionan en un nivel visual, creando imágenes con connotaciones, símbolos y signos. Tanto si las imágenes tienen un significado que va más allá del tema literal como si se utilizan para producir un impacto visual, es importante distinguir las diferencias sutiles que existen entre estos tres recursos.

Las definiciones de sinécdoque, metáfora y metonimia pueden parecer complejas, por ello esta doble página presenta un ejemplo simple de las asociaciones que se pueden establecer con la ciudad de Nueva York a fin de señalar las diferencias entre ellas. En realidad, estos recursos visuales suelen ser más sutiles e ingeniosos, tal como demuestran los ejemplos de la siguiente doble página.

El significado de las imágenes



Sinécdoque visual

Este término se aplica cuando se utiliza una parte para representar la totalidad o viceversa. Es decir, el tema principal se sustituye por algo que tiene una conexión inherente con él. Esta sustitución funciona siempre y cuando lo que representa la sinécdoque pueda ser universalmente reconocido y comprendido, en lugar de ser interpretado de forma aislada. La capacidad de referirse a un grupo de objetos mediante un recurso visual permite que el diseñador transmita una idea de un modo claro y libre. En este ejemplo, la estatua de la libertad (izquierda) es un hito de Nueva York que se ha convertido en un sinónimo de la ciudad hasta el punto que se puede utilizar para representarla.



Metáfora visual

Una metáfora visual se utiliza para transferir el significado de una imagen a otra. Aunque las imágenes puede que no tengan una relación estrecha, una metáfora transmite una impresión sobre algo relativamente poco familiar estableciendo una comparación entre esto y algo familiar. En este ejemplo, la manzana se utiliza como una metáfora visual para Nueva York, a menudo denominada *The Big Apple* (“La Gran Manzana”). El término se adoptó a raíz de una campaña publicitaria de promoción turística en la década de 1970. En aquella época la reputación de la ciudad no era muy buena y se pensó que quizás el uso de una manzana como metáfora visual crearía una imagen luminosa y fresca de Nueva York.

Metonimia visual

Una metonimia visual es una imagen simbólica que se utiliza para hacer referencia a algo con un significado más literal. Por ejemplo, una cruz se puede utilizar para representar una iglesia. Por asociación, el espectador establece una conexión entre la imagen y el tema en cuestión. A diferencia de la sinécdoque visual, las dos imágenes tienen una relación estrecha, pero no están intrínsecamente vinculadas. Y a diferencia de la metáfora visual, la metonimia no transfiere las características de una imagen a otra. En este ejemplo, el taxi amarillo (derecha), se asocia típicamente con Nueva York, aunque no es una parte física de la ciudad.



En Sinécdoque, metáfora y metonimia

Cliente: Virgin Records

Diseño: Form Design

Descripción de la imagen:

Elementos cotidianos fotografiados de modo vibrante y utilizados como metonimias visuales.



Anomie & Bonhomie (arriba)

Esta ilustración es una creación de Form Design para el álbum de Scritti Politti *Anomie & Bonhomie*. Presenta una serie de imágenes de objetos cotidianos que se convierten en algo más importante mediante el uso de una fotografía vibrante sobre un fondo blanco. Algunas de las imágenes funcionan como metonimias: la chapa de cerveza (imagen principal) representa una fiesta u otro acto social y la púa de guitarra y la aguja de tocadiscos son metonimias de la música.

Royal Academy of Music (derecha)

El estudio de diseño Intro creó este programa para la Royal Academy of Music. Presenta imágenes que no tienen ninguna relación con la música, pero que transmiten una sensación de pasión, calma y serenidad natural (cualidades que mucha gente asocia con la música). La imagen es una metáfora puesto que se utiliza para suscitar un conjunto de valores y emociones que el espectador transferirá al contenido del mensaje. De este modo, alguien que lea el programa puede pensar que los acontecimientos musicales serán serenos y relajantes.

ROYAL ACADEMY OF MUSIC



Royal
Academy
of
Music

Diary
of
Events
Summer
2004

Cliente:

Royal Academy of Music

Diseño: Intro

Descripción de la imagen:

Metáfora visual utilizada para describir la música.

Símil

Un símil es una figura retórica que implica la comparación de una cosa con otra de un tipo diferente, por ejemplo “puro como la nieve que cae”. Las imágenes se utilizan con frecuencia como símiles para establecer una relación entre una característica y una organización o producto. Por ejemplo, la utilización de imágenes de plantas podría sugerir que un producto contiene ingredientes naturales y, a la vez, esto puede reforzar el símil que se utiliza con frecuencia de “fresco como una lechuga”.

Símil visual

Los símiles visuales se utilizan con frecuencia y funcionan debido a la verdad implícita y la verdad percibida que sugieren. Por ejemplo, si un producto alimentario contiene muchos conservantes, utilizar un símil natural para promocionarlo causaría una decepción. Al producirse la decepción (cuando se prueba el producto), el consumidor experimentaría sentimientos muy negativos y, en consecuencia, sería poco probable que volviera a confiar en el producto o a comprarlo. Por lo tanto, los símiles visuales sólo funcionan si parecen razonables y se basan en un elemento verdadero.

Imagen El significado de las imágenes

Kenzo (derecha)

Este envase fue creado por Research Studios para una línea de productos de salud y belleza de Kenzo. El diseño de la hoja se utiliza como un símil visual para informar a los clientes potenciales de que la gama de productos contiene ingredientes naturales. La hoja se fotografió desde cuatro ángulos y en cada lado del estuche aparece una de estas imágenes, de modo que girar el estuche es como girar una hoja. Esto potencia el símil de que el producto es natural y ecológico como la hoja.

Ciente: Kenzo
 Diseño: Research Studios
 Descripción de la imagen:
 Fotografía de una hoja que se utiliza como símil visual.



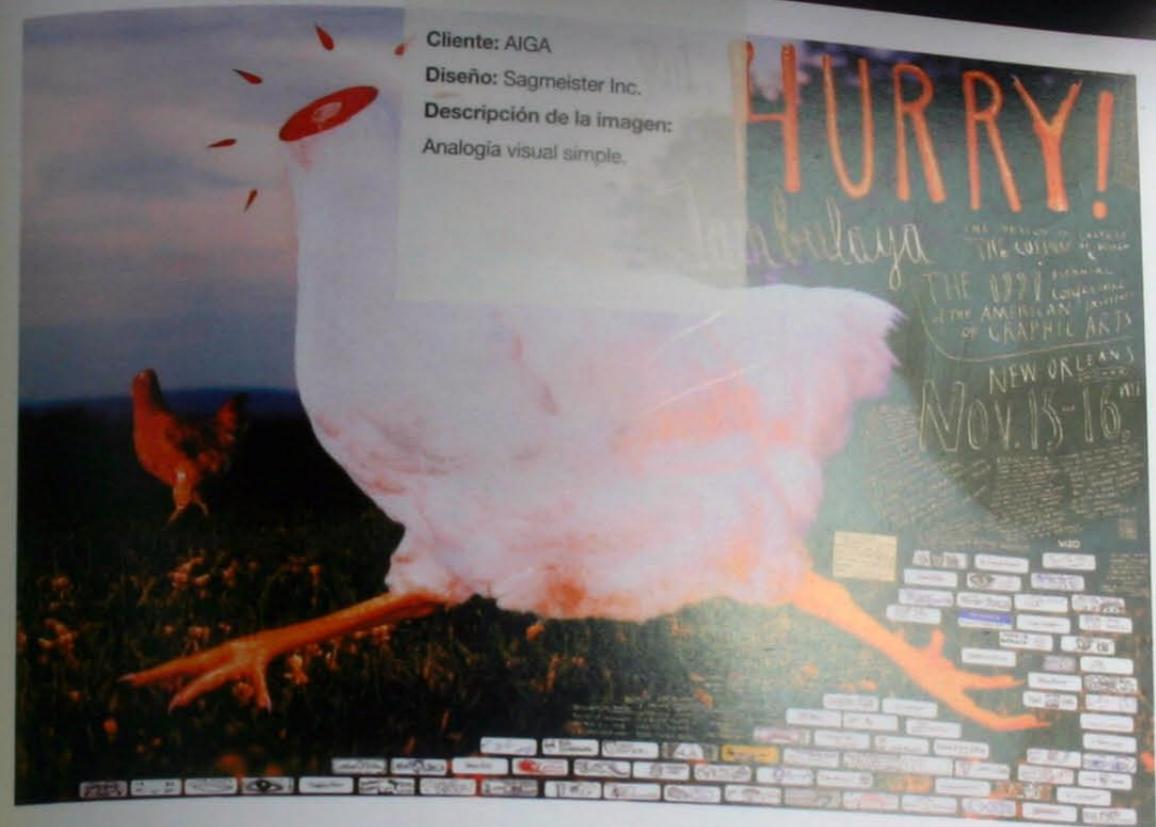
Imagen Símil

Analogía

Una analogía es una comparación entre cosas distintas, con la finalidad de proporcionar una explicación o una aclaración. Por ejemplo, una tarea que parece imposible es análoga a las tareas de Hércules o al destino de Sísifo, condenado a empujar eternamente una gran piedra hasta la cima de una colina y volverla a bajar una y otra vez. El éxito de una analogía implícita en un diseño dependerá de la habilidad del público objetivo para descubrir cuál es exactamente la analogía. La imagen de un hombre empujando una piedra puede no significar gran cosa para algunas personas, mientras que otras captarán fácilmente el verdadero significado.

Analogía visual

Una analogía visual proporciona una semejanza visual entre cosas distintas. Por ejemplo, en el caso de la gallina (derecha) se utiliza la imagen de algo para explicar o sugerir una idea o un concepto totalmente diferente. Por lo general, las analogías visuales se basan en las analogías verbales que abundan en los idiomas dada la facilidad con que el público las interpreta. Si la analogía es demasiado compleja, no funcionará. De todos modos, se pueden utilizar analogías visuales complejas para dirigirse específicamente a un público objetivo, lo cual puede ser una herramienta de diseño muy útil.



Cliente: AIGA

Diseño: Sagmeister Inc.

Descripción de la imagen:

Analogía visual simple.

Congreso del American Institute of Graphic Arts

Las imágenes pueden transmitir mensajes análogos con una fuerza e inmediatez imposibles de conseguir con un texto, como puede apreciarse en este póster para el congreso nacional del American Institute of Graphic Arts. El póster de Stegan Sagmeister presenta una gallina sin cabeza, analogía que en inglés se utiliza para describir a alguien que gasta mucha energía yendo de aquí para allá sin parar de hacer cosas, pero que avanza muy poco en una dirección provechosa. En este ejemplo, también se ha utilizado como una metáfora de la profesión de las artes gráficas para sugerir que el hecho de asistir al congreso proporcionará una dirección al participante y le permitirá dejar de ir de aquí para allá como la gallina del póster.

La ilustración es de Peggy Chuang, Kazumi Matsumoto y Raphael Rüdissler, con fotografía de Bela Borsodi y obra en Paint Box de Dalton Portella.

Paradigma

Un paradigma puede definirse como un conjunto de suposiciones, valores comunes o prácticas que constituyen una forma de ver la realidad para la comunidad que lo comparte. Utilizando imágenes relacionadas con un paradigma concreto, un diseñador puede infundir un determinado conjunto de valores y suposiciones en un diseño, que serán fácilmente reconocidos y aceptados por un espectador, si el vínculo no es demasiado lejano.

Paradigma visual

Un paradigma proporciona a un diseñador un medio rápido para comunicar una serie de valores a un público objetivo esbozando un diseño con las claves referenciales adecuadas. Por ejemplo, muchas empresas intentan promover las ventas afirmando que fabrican productos que tienen en cuenta la protección del medio ambiente. Estos productos vienen inevitablemente en envases verdes, con imágenes de la selva, de animales marinos o salvajes, etc., de modo que para vender sus productos utilizan imágenes de póster de cosas que los defensores del medio ambiente intentan preservar.

Barfly (derecha)

Este póster para la empresa de salas de conciertos Barfly es una creación de Form Design y utiliza notas adhesivas con los nombres de las bandas pop escritos a mano. El proyecto "Passport: Back To The Bars" era una gira de conciertos en las salas Barfly realizados para recaudar dinero y dar a conocer varias entidades benéficas entre las que estaba War Child y Shelter. El diseño se basa en el paradigma de que en el mundo empresarial moderno, en el que el tiempo es escaso, la gente se escribe notas a sí mismo para recordar cosas importantes. En el diseño, los "recordatorios" servían para informar a los lectores de las bandas que participaban y les invitaban a participar en un acontecimiento organizado para ayudar a una causa benéfica.

barfly Presents
in Birmingham, Cardiff, Glasgow, Liverpool, London and York

Ciente: Barfly
Diseño: Form Design
Descripción de la imagen:
Paradigma que utiliza notas adhesivas.

PASSPORT
back to the bars
1st-6th March '04

Supported by:
DAILY MIRROR M TV

Featuring:
BADLY DRAWN BOY TRAVIS SUPER FURRY ANIMALS DAVID GRAY THE DARKNESS
STARSAILOR CRAIG DAVID PET SHOP BOYS SUPERGRASS
SPRITUALIZED BLAZIN SQUAD AMY WINEHOUSE THE DIVINE COMEDY The CURE ATOMIC KITTEN
SUGABABES ASH ELBOW BIG BROVAZ LEMAR GARY NUMAN

IN AID OF SHELTER AND WAR CHILD

Text for the chance for you and a friend to win entry:
How to enter:
1. Answer the question: Which group of venues will be presenting Passport: Back to the Bars from 1st-6th March '04?
2. Text the answer, followed by the ad you want to see to 83003 (or 83200 for Virgin mobile users).
For more information see www.musicpassport.org

Organized by: channelfly Shelter WAR Child
Partners & Sponsors: MUSICMATTERS MMF Form's UniForm AOL Music prob

Utilización de imágenes

Cliente: Dancehouse
Diseño: 3 Deep Design
Descripción de la imagen:
Líneas negras utilizadas como
metáfora visual para la danza y
los bailarines.



Utilización de imágenes

El poder de una imagen a página entera puede hacerse evidente por su escala y su mera presencia. Sin embargo, la mayoría de veces el espacio de una página está limitado y la imagen tan sólo es uno de los varios elementos que deben incluirse en un trabajo. Un diseñador debe ser capaz de utilizar diferentes técnicas para trabajar las imágenes con objeto de optimizar el contenido gráfico de un diseño. Estas técnicas incluyen el uso de continuidad visual, yuxtaposición, vista y motivos para mejorar el impacto y efecto de una imagen.

Una imagen se puede utilizar como ejemplo literal (para describir el objeto que se considera) o puede hacer referencia a una emoción, a un estado de ánimo concreto o puede incorporar otras formas de expresión según como se maneje. Aunque las imágenes se pueden utilizar de distintas maneras, hacerlo para provocar sensacionalismo no es un fin en sí mismo ya que el objetivo principal de un diseñador es producir un diseño armonioso que comunique efectivamente al público al que está destinado. Por esto, es posible que sea necesario quitar importancia y apagar una imagen para cumplir la finalidad del diseño.

Este capítulo describe algunas de las numerosas maneras de hacer un uso creativo de las imágenes.

Dancehouse (izquierda)

Este distintivo, creado por 3 Deep Design para Dancehouse, utiliza una serie de líneas negras que se visualizan desde distintos ángulos para construir una metáfora visual que sugiere danza y movimiento. La prominencia de las líneas y su situación imprecisa, pero relacionada, sugieren además los brazos o las piernas de los bailarines.

Continuidad

Continuidad implica que existe una conexión ininterrumpida entre una serie concreta de elementos o que éstos forman parte de una totalidad coherente. Continuidad visual significa que los elementos de la imagen se agrupan y se presentan de modo que indican que existe una conexión entre ellos o que constituyen una representación del mismo valor. En un diseño se puede crear una continuidad visual de muchas maneras, que pueden incluir el uso de bitonos para proporcionar una armonía visual y de color a imágenes diferentes, la conversión de todas las imágenes en un dibujo lineal o la utilización de recortes.

Aplicando el mismo tratamiento a elementos gráficos, incluso imágenes con muy poca relación entre sí pueden llegar a tener algo en común. La solución puede ser tan simple como utilizar siempre marcos de imagen con las esquinas romas, aplicar paletas de colores similares o utilizar técnicas de recorte uniformes.

"360°" (derecha)

Se trata de un folleto creado por Still Waters Run Deep para la sección de fabricación de Warner Music. Dentro del "0" de la cubierta del folleto aparece una representación visual de un disco compacto. Este "0" forma parte del "360°" que se ve en la cubierta frontal (una concisa referencia textual al número de grados de un círculo). La característica circular se mantiene en todo el folleto mediante la incorporación de imágenes de un coco, de la rueda de un coche y de un globo; a su vez, cada una de ellas sirve como página de separación entre secciones que hablan sobre distribución y fabricación. Este motivo simple y continuo se presenta como un elemento visual fuerte que realza el folleto, que además se refuerza aplicando un barniz UVI a un disco compacto que se superpone en cada imagen.

Cliente: Warner Music

Manufacturing

Diseño: Still Waters Run Deep

Descripción de la imagen:

El círculo aparece destacado en todo el folleto y en las fotografías de las páginas de separación.



Yuxtaposición

Yuxtaponer consiste en colocar juntas imágenes que contrastan. La palabra está formada por la palabra latina "justa", que significa cerca, y "posición".

Con respecto a la situación de las imágenes, la yuxtaposición puede utilizarse para presentar dos o más ideas visuales de modo que comuniquen una relación entre ellas. Esta relación se puede basar en la semejanza de sus formas o en el énfasis de las diferencias entre éstas. Esta técnica abarca la yuxtaposición de estilos (como puede verse en el ejemplo de la página siguiente) donde las diferencias o semejanzas entre estilos forman parte de un mensaje. La yuxtaposición se utiliza con frecuencia simultáneamente con otros conceptos que aportan significado como las metáforas y los símiles.



La yuxtaposición puede ser un método visual muy fuerte que permite que las imágenes comuniquen sin necesidad de texto. Un resultado óptimo del uso de la yuxtaposición en un diseño depende de si el público reconoce o interpreta los emparejamiento tal como pretendía el diseñador. Por este motivo, las yuxtaposiciones suelen utilizar construcciones simples y familiares como el fuego y el hielo (arriba).

Diesel Range 55DSL (derecha)

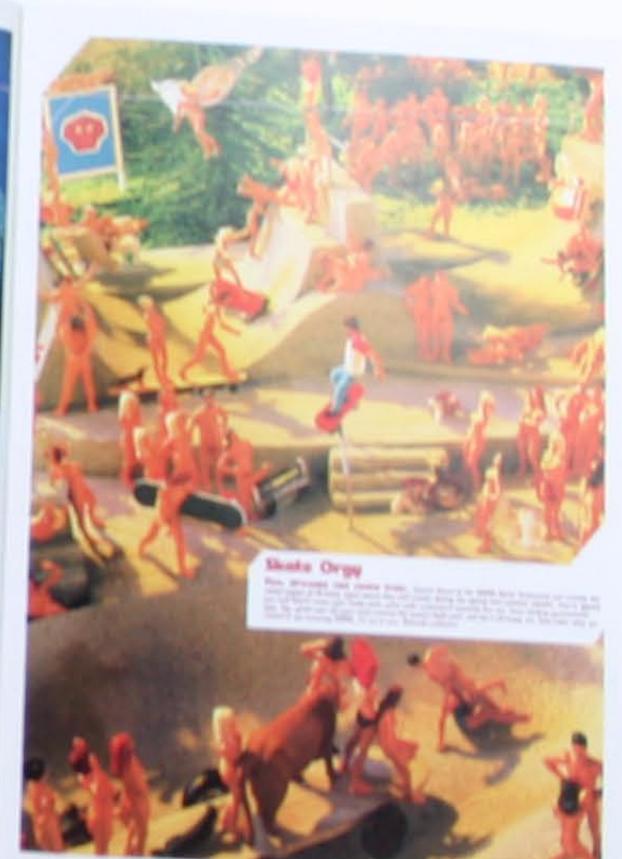
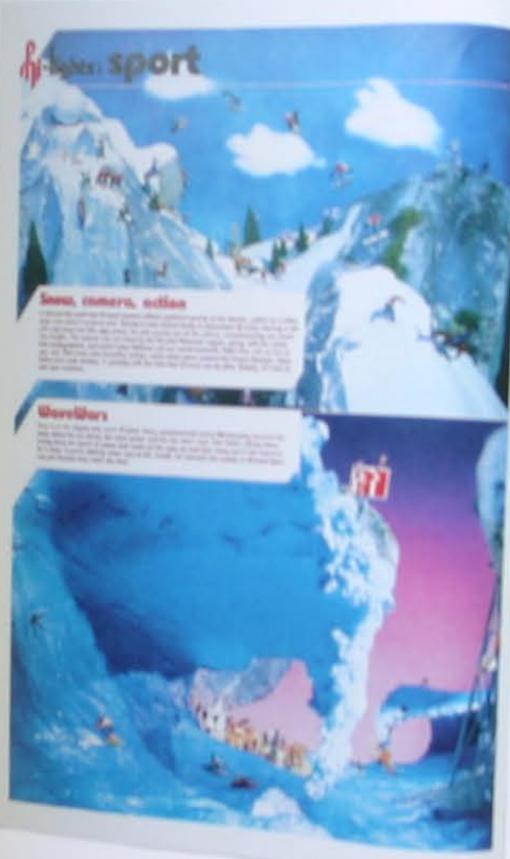
El estudio de diseño KesselsKramer utilizó modelos arquitectónicos para crear ambientes ficticios bajo titulares como "actuaciones" y "espectáculos para adultos" para promocionar la gama 55DSL de la marca de ropa Diesel. Las imágenes de los ambientes contienen un alto nivel de detalle y se presentan en secuencias de tiras de cómic con anotaciones que yuxtaponen la inocencia de la presentación con el horror del tema tratado.

Cliente: Diesel Range 55DSL

Diseño: KesselsKramer

Descripción de la imagen:

Imágenes en tiras de cómic que utilizan modelos arquitectónicos, yuxtaponiendo imágenes de inocencia y horror.



Cliente: This Is A Magazine
 Diseño: Studio KA
 Descripción de la imagen:
 Imágenes fotográficas e
 ilustraciones yuxtapuestas.



This Is A Magazine: Chaos Happens

Diseñado por Studio KA, este libro es un compendio de obras originales de más de 60 artistas. Está formado por varios niveles que se consiguen utilizando páginas de varios tamaños y formatos. Se utilizaron diversas técnicas de impresión, encuadernación y plegado además de una variedad de tipos de papel como una forma de yuxtaponer obras de estilos diferentes. Los encartes encolados de tamaño más reducido permiten que el lector vea la obra de dos artistas simultáneamente y el papel de cera transparente permite yuxtaponer imágenes consecutivas.

Vista

Las imágenes de vistas o panorámicas proporcionan una visión ampliada del tema central, lo que significa que hay más espacio para explorar y dentro del que moverse visualmente. Por consiguiente, suelen ser mucho más extensas en el plano horizontal que en el vertical. Pueden retratar paisajes naturales o escenas más surrealistas, como puede verse en esta doble página.



Cliente: Rhino
 Diseño: Sagmeister Inc.
 Descripción de la imagen:
 Formato largo combinado con
 imágenes panorámicas.



Once in a Lifetime

Este diseño panorámico realizado por Matthias Ernstberger y Stefan Sagmeister es para el estuche de CD *Once in a Lifetime* de los Talking Heads. La vista presenta pinturas de los artistas rusos contemporáneos Vladimir Dubossarsky y Alexander Vinogradov. El formato extremo de 425 x 135 mm del estuche proporciona suficiente espacio para que la narración visual se extienda por la superficie y sea casi filmica.

Motivo

En este contexto, un motivo se puede definir como un diseño que se utiliza como fondo. Los motivos pueden ser abstractos o producirse de un modo metafórico y representativo. En el ejemplo de la página opuesta, el motivo que se utiliza no sólo es representativo de la arquitectura, sino que evoca las estructuras de rejas metálicas de ventanas y edificios. En cambio, los ejemplos de la doble página siguiente presentan motivos geométricos repetitivos.

En términos de diseño, un motivo se puede utilizar como parte integral de un diseño y por ello no siempre tiene que estar limitado a utilizarse como fondo. Los motivos se pueden aplicar en la superficie de un diseño, por ejemplo, un barniz UVI, para crear un efecto visual y táctil interesante.

Barniz UVI

Un barniz directo UVI es un barniz de alto brillo que se puede aplicar en áreas seleccionadas de un diseño para resaltar su efecto o para formar parte del diseño global. Se puede aplicar un motivo a una superficie impresa utilizando un barniz UVI que produzca una superficie en relieve y/o texturada.

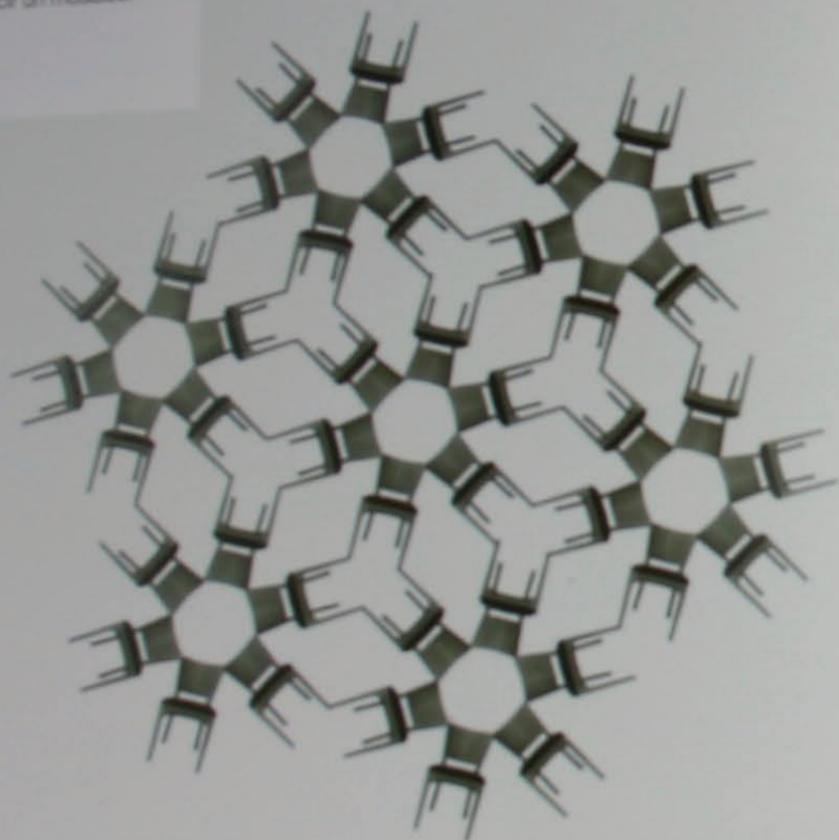
Hurley, Robertson and Associates (derecha)

Estos artículos de papelería son un diseño de Gavin Ambrose para el estudio de arquitectura Hurley, Robertson and Associates. Se ha aplicado un barniz directo UVI a cada uno de los distintos artículos y mediante este simple método de diseño se transmite información sobre la empresa y la naturaleza de su trabajo. El motivo, que evoca estructura, orden y modernidad, está inspirado concretamente en una parte de la decoración exterior de un edificio (de la imposta), en el proyecto en el cual trabajó el estudio.



Cliente: Hurley, Robertson and Associates
 Diseño: Gavin Ambrose
 Descripción de la imagen:
 Motivo con barniz directo UVI aplicado para parecerse a la decoración exterior de un edificio.

Cliente: Thonet
Diseño: 3 Deep Design
Descripción de la imagen:
Muebles utilizados como iconos
para producir un mosaico.



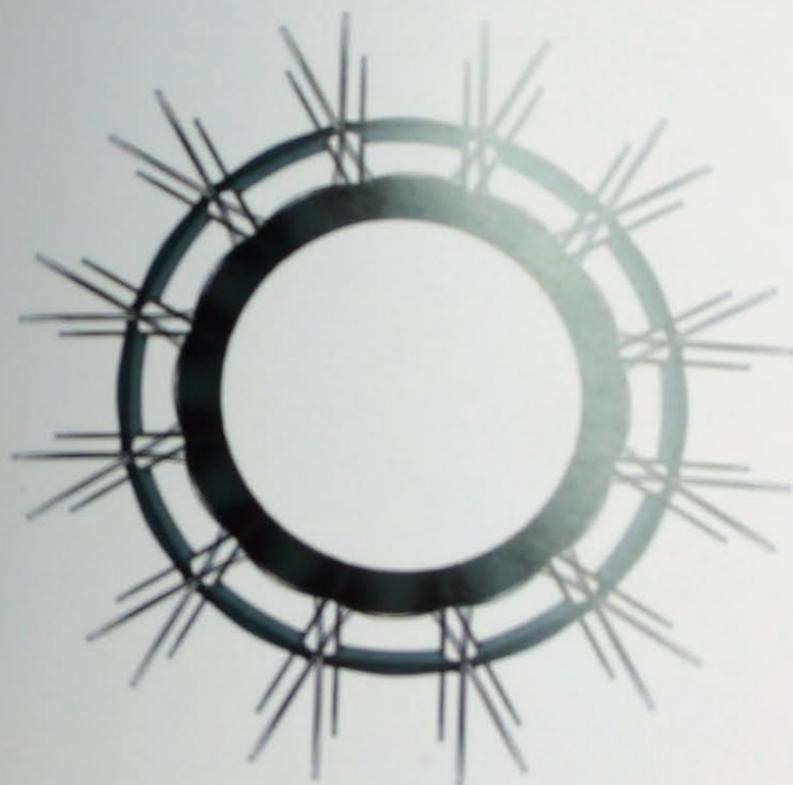
Erinna
Timberback/
by Thonet



Marking a new direction for Thonet, this design has been created to offer an increased level of comfort. The chair blends bentwood, a moulded ply back and various upholstery combinations e.g. fullback, halfback or timberback with upholstered or timber seat.

Thonet
227 Napier Street
Flimsy 3085
Victoria Australia
Freecall 1800 800 777
Fax 03 9417 0011
www.thonet.com.au

THONET.



a²
.....

Splash Chair
by Jorge Pensi

The Splash Chair, designed by renowned Spanish designer Jorge Pensi, is framed in polished anodized aluminium tube. Seat support in polished tapered aluminium. Seat and back in recyclable polypropylene colours according to the sample collection.

Thonet
227 Napier Street
Flimsy 3085
Victoria Australia
Freecall 1800 800 777
Fax 03 9417 0011
www.thonet.com.au

Thonet

Estos pósters para el fabricante de muebles Thonet, realizados por 3 Deep Design, presentan muebles trabajados como iconos para formar motivos geométricos. Las imágenes resultantes son a la vez contemporáneas y retrospectivas, presentando estilos de diseño populares desde los años sesenta.

Mosaico

Un mosaico es un diseño geométrico repetido que cubre una superficie sin dejar huecos ni producir superposiciones y que fue popularizado por el artista gráfico holandés Cornelis Escher. Los diseños u objetos se engloban en un motivo entrelazado y, como tal, es posible que no se reconozcan enseguida los elementos individuales.

Cliente: Selfridges & Co.

Diseño: Carlidge Levene

Descripción de la imagen:
Fotografías de utensilios de
cocina fuera de su contexto y
utilizados como motivo gráfico.



Imágenes en la práctica

Las imágenes son un excelente instrumento para comunicar una idea. Los avances en los procesos de impresión modernos, la popularización de la fotografía digital y la disponibilidad y número de archivos especializados en imagen son los elementos que han contribuido a hacer que las imágenes fotográficas sean más baratas y accesibles que nunca. Sin embargo, esto ha tenido un impacto directo y perjudicial en la técnica de la ilustración. Los carteles contemporáneos de películas, por ejemplo, utilizan casi exclusivamente la fotografía para promocionar el filme, pero históricamente la ilustración era el medio gráfico elegido para este propósito.

La capacidad de la fotografía de comunicar eficazmente un mensaje comporta que a menudo se utilice sin ningún tipo de adorno, sobre todo en el caso de la fotografía de reportaje. Aun así, existen varios métodos de manipulación y técnicas de presentación que pueden proporcionar a un diseñador los medios para cambiar la apariencia de una imagen fotográfica y, así, conseguir el efecto deseado para cada diseño concreto. Además de técnicas complejas de manipulación y presentación, un diseñador también puede usar métodos simples para realzar el efecto de una imagen. Por ejemplo, la incorporación de una serie de imágenes en un diseño puede aportar información adicional, además de una sensación de movimiento. Este capítulo describe algunas de las distintas formas en que un diseñador puede utilizar imágenes fotográficas.

Selfridges & Co. (izquierda)

Carlidge Levene creó este folleto desplegable para comunicar la visión e inspiración arquitectónica del nuevo almacén Selfridges en Birmingham, Inglaterra (un edificio innovador diseñado por los arquitectos de Future Systems). En su interior, el folleto combina imágenes potentes de la arquitectura con fotografías de productos de Selfridges en un intento de atraer a particulares o entidades interesadas en ser concesionarios. En este ejemplo, la imagen es un conjunto de utensilios de cocina sacados fuera de su contexto y colocados sobre un fondo que contrasta para crear un elemento visual atrayente.

Reportaje

El reportaje es un estilo particular de fotografía caracterizado por imágenes que captan esos momentos definidores e instantáneos de la vida real. La fotografía de reportaje capta emociones puras; plasma las alegrías y los horrores del mundo que nos rodea y ayuda a definir nuestra percepción sobre la humanidad y el mundo en que vivimos. Esencialmente, las imágenes de reportaje pueden dar a un diseño una viveza que las fotografías tomadas bajo un ambiente controlado de estudio no pueden conseguir. El fuerte impacto del reportaje es la causa de que el diseñador suela utilizarlo sin adornos adicionales ya que las imágenes hablan por sí solas. Los otros tipos de fotografías también se pueden manipular para simular un efecto de tipo reportaje.



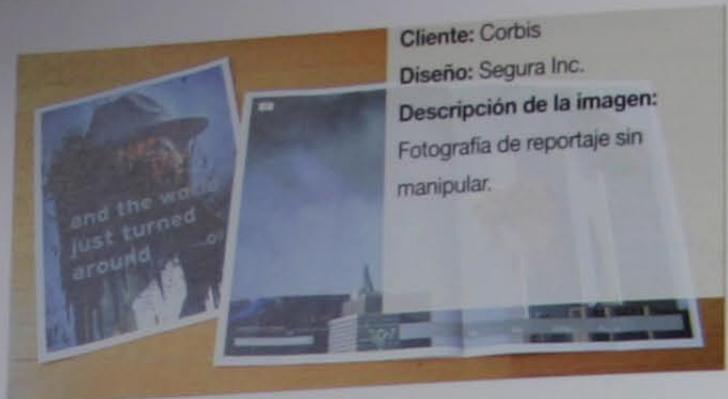
Cliente: Hans Brinker Budget Hotel, Amsterdam

Diseño: KesselsKramer

Descripción de la imagen:
Fotografía de reportaje centrada en el estudio de una bañera concreta.

Hans Brinker Budget Hotel, Amsterdam

El estudio de diseño KesselsKramer produjo este libro utilizando imágenes del fotógrafo Roy Tzidon. Tzidon estuvo viviendo dos meses en la habitación 412 del Hans Brinker Budget Hotel en Amsterdam, que es la única habitación del hotel con bañera. Invitó a los huéspedes del hotel a bañarse en la bañera a cambio de fotografiarlos. El libro que resultó de este proyecto documenta los distintos viajeros que entraron por las puertas del hotel en una serie de imágenes en blanco y negro, y en color. El libro se presenta en una bolsa de tela de toalla cerrada con un cordón, para sugerir diversión y baño.



Cliente: Corbis
 Diseño: Segura Inc.
 Descripción de la imagen:
 Fotografía de reportaje sin manipular.

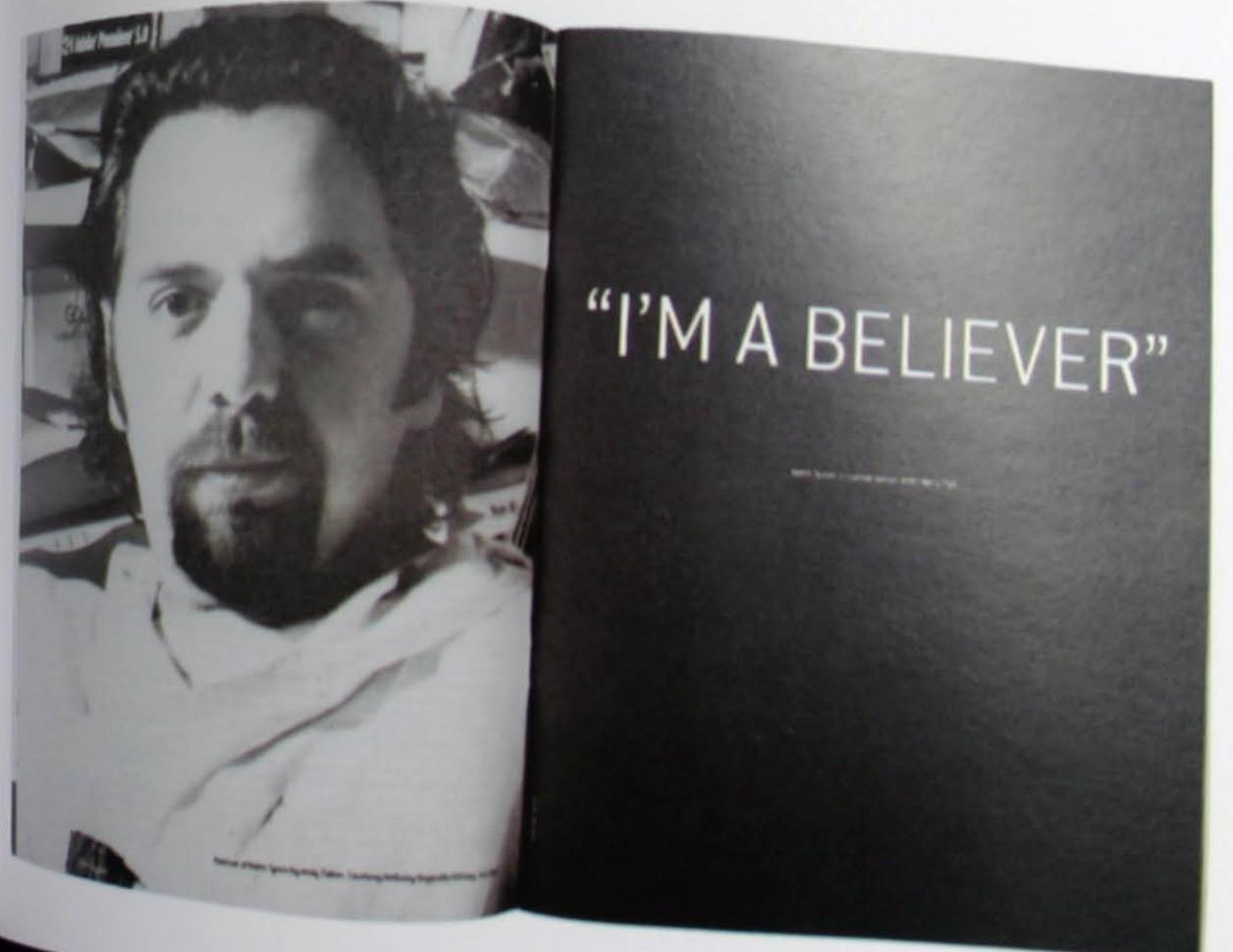


Corbis (arriba)
 Éstas pertenecen a un catálogo producido por Segura Inc. para el archivo de fotografías, Corbis. Las fotografías de reportaje se presentan en su forma original sin manipular y se reproducen a toda página en dobles páginas para que no se pierda la poderosa fuerza de las imágenes y la magnitud de los sucesos que han captado.

Untitled (derecha)
 Esta revista, diseñada por Bis para Untitled, está impresa a una tinta. Las fotografías, realizadas al estilo de un reportaje, se presentan a sangre a fin de ocupar por completo las dobles páginas y atraer la atención. Una producción económica añade una honestidad incómoda al contenido, a la vez que realza su gravedad, mediante una presentación simple y sin permitir ningún tipo de distracción.



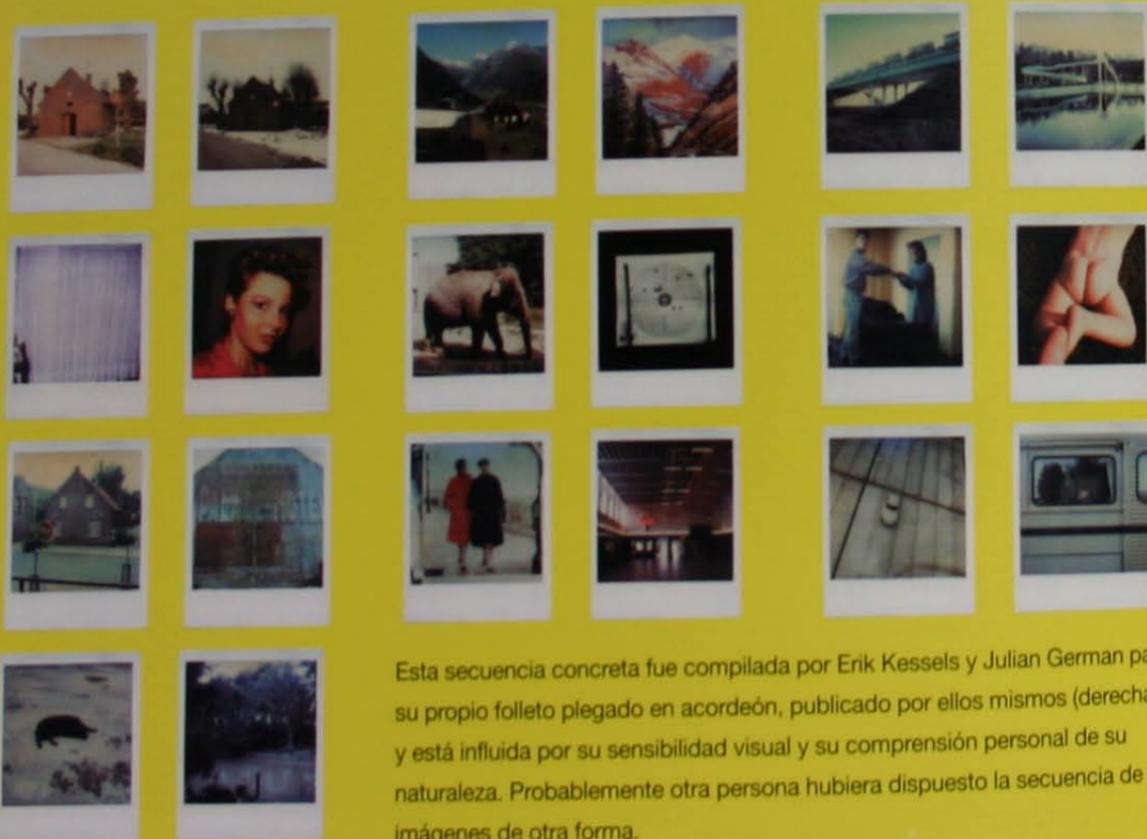
Cliente: Untitled
 Diseño: Bis
 Descripción de la imagen:
 Muestra características de fotografía de reportaje, la producción en una tinta realza la sinceridad.



Secuencia

Algunas ideas y conceptos son difíciles de expresar en una única imagen; por ejemplo, el movimiento o las instrucciones que explican cómo llevar a cabo una tarea específica. La utilización de una secuencia de imágenes permite comunicar una mayor amplitud de ideas, aunque también requiere más espacio para el diseño. Una secuencia de imágenes puede describir cómo se desarrolla una acción o exponer una serie de pasos que el lector debe seguir.

Un conjunto de imágenes se puede presentar de forma que cambie el significado de una imagen individual. Las fotografías individuales a menudo tienen poca importancia, o ninguna, hasta que se juxtaponen con otro elemento. ¿Cómo saber qué es bello hasta que no se sabe qué no lo es?



Esta secuencia concreta fue compilada por Erik Kessels y Julian German para su propio folleto plegado en acordeón, publicado por ellos mismos (derecha), y está influida por su sensibilidad visual y su comprensión personal de su naturaleza. Probablemente otra persona hubiera dispuesto la secuencia de imágenes de otra forma.

Cliente: KesselsKramer
 Diseño: KesselsKramer
 Descripción de la imagen:
 Secuencia de imágenes elegidas deliberadamente para estimular pensamientos.

MISSING LINKS

Missing Links

Este folleto del estudio de diseño KesselsKramer publicado por él mismo presenta una serie de fotografías obtenidas con una cámara Polaroid de una colección de Erik Kessels recopilada durante diez años. Puesto que la publicación está plegada en acordeón, las imágenes se pueden ver en parejas o como una larga tira secuencial. Sin ningún tipo de texto explicativo para conectar las imágenes, el lector se ve obligado a determinar por sí mismo las "conexiones inexistentes" (*missing links*) a las que se hace referencia en el título, a medida que avanza por la secuencia.



Cliente: This Is A Magazine
Diseño: Studio KA
Descripción de la imagen:
Imagen con múltiples fotografías
para dar sensación de
movimiento.

"Butterflies and zebras"

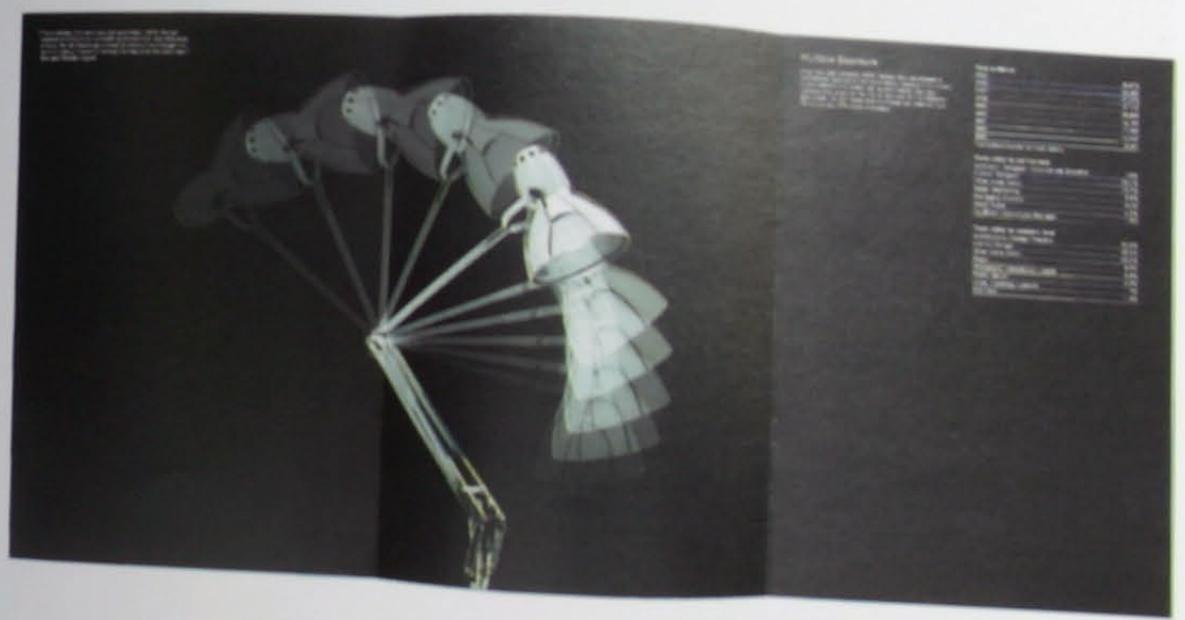
Studio KA produjo esta imagen para *This Is A Magazine*. La imagen se formó a partir de una serie de fotografías superpuestas en un orden específico a fin de producir una sensación de movimiento y, de este modo, proporcionar una visión diferente y más detallada de la ropa que lleva la modelo.



Imagen Imágenes en la práctica



Cliente: 100% Design
Diseño: Blast
Descripción de la imagen:
Imágenes con una transparencia
variable, superpuestas para
crear movimiento.



100% Design

Esta publicación producida por el estudio de diseño Blast muestra imágenes repetidas del mismo mueble. Fotografías diferentes del mismo objeto situadas en posiciones diferentes se superponen una sobre la otra con niveles variables de transparencia para producir una sensación de movimiento que describa visualmente características de los artículos, por ejemplo, la posibilidad de cambiar de posición el brazo de la lámpara.

Imagen Secuencia

Blue Source

La agencia de diseño Blue Source creó un sitio web para exponer su catálogo, en el que se puede ir pulsando sobre los elementos como si se estuvieran hojeando las páginas de un libro. Mediante la utilización de páginas "ilimitadas" que ofrece Internet, la agencia incluyó una sección de libro de bocetos virtual para presentar una secuencia de centenares de imágenes que pueden inducir, o no, otras ideas. El uso escaso de texto proporciona al usuario la oportunidad de interpretar las imágenes de varias maneras.

Surrealismo

El concepto de surrealismo tiene su origen en un movimiento vanguardista del siglo xx de arte y literatura. Este movimiento intentaba liberar el potencial creativo de la mente inconsciente, por ejemplo, mediante la yuxtaposición irracional de imágenes.

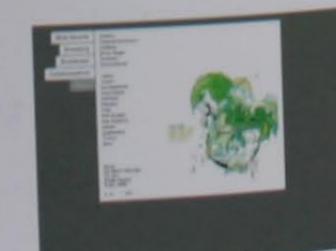
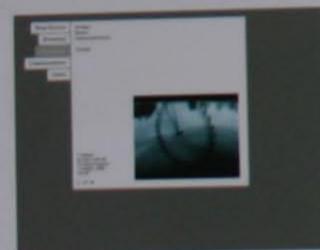
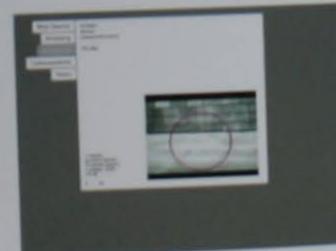
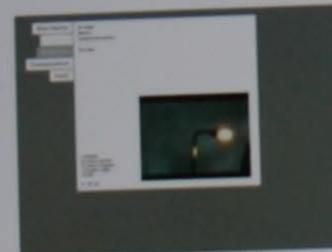
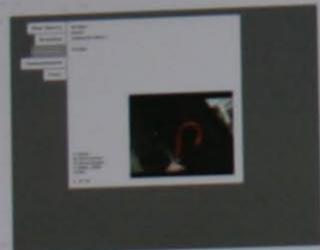


Imagen Imágenes en la práctica



Cliente: Blue Source
Diseño: Blue Source
Descripción de la imagen:
Imaginería respaldada en forma de carrusel, siguiendo la tradición surrealista.

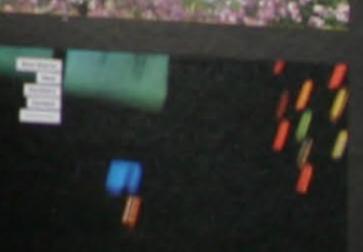
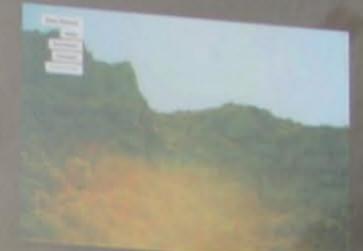


Imagen Secuencia

Manipulación

Una imagen se puede manipular para cambiar su aspecto, para destacar o quitar importancia a determinados aspectos de la misma, o para aislarla por completo y utilizarla en un diseño. Las técnicas de manipulación de imágenes pueden conseguir resultados excelentes, incluso con un material original simple. En plena era de las numerosas tecnologías digitales, casi todas las imágenes destinadas al consumo público se modifican, perfeccionan o "mejoran" de algún modo antes de imprimirse o publicarse.



DIESEL
FOR SUCCESSFUL LIVING



Cliente: Diesel
Diseño: KesselsKramer
Descripción de la imagen:
Manipulación de la modelo para simbolizar la eterna juventud

Save Yourself

Para este folleto de la marca de ropa Diesel, el estudio de diseño KesselsKramer transformó fotografías de las modelos en imágenes de maniquíes realistas. La fotografía original del modelo se ha manipulado para obtener una visión de la juventud perfecta y eterna y el resultado obtenido es un ser reencarnado futurista y un poco siniestro. El mensaje de la campaña se transmite perfectamente: una prenda Diesel puede rejuvenecer a quienquiera que la lleve. Como demuestran las imágenes, la intervención del diseñador puede ser sutil o mucho más obvia y, en este caso, el diseñador eligió la última opción al sustituir la mano de la modelo por una pezuña (izquierda).

Cliente: Jum Nakao
 Diseño: Lobo
 Descripción de la imagen:
 Fotografía superpuesta con
 ilustración.



Imagen manipulada en Photoshop



Jum Nakao

Se trata de un folleto para la marca de ropa brasileña Jum Nakao, realizado por el estudio de diseño Lobo. La fotografía está manipulada y se le han superpuesto detalles ilustrados y cuadrículas finas que forman un paisaje futurista. Se utiliza un filtro medio en los elementos fotográficos recortados para reducir el nivel de detalle. Los diagramas vectoriales y las ilustraciones aportan un color dinámico y sirven de contrapunto a la coloración simple de la ropa.

Imagen Manipulación

Cliente: Coveri
 Diseño: Studio KA
 Descripción de la imagen:
 Imagen aislada superpuesta
 sobre un fondo colorido.



Coveri

Estas imágenes pertenecen a un folleto creado por Studio KA para la marca de ropa italiana Coveri. Las modelos se han aislado de los fondos originales y se han superpuesto a una serie de fondos coloridos. Los tonos de piel y la ropa se han ajustado para reducir su equilibrio tonal a un resultado hiperrealista. La combinación de ilustración, fotografía y manipulación de imágenes crea paisajes surrealistas en los que las modelos quedan congeladas en el marco.



Fotomontaje

El fotomontaje es una técnica mediante la cual dos o más imágenes se combinan para crear una imagen compuesta. Se pueden fusionar sin mostrar las uniones o con las uniones visibles, pero el resultado global será la creación de una imagen que se beneficia de la suma de todas las partes.

Los fotomontajes se pueden utilizar para agrupar elementos de imagen diferentes que pueden no existir de modo natural y simultáneo, por ejemplo, personas de épocas históricas diferentes (abajo) o edificios y símbolos de países diferentes, etc.

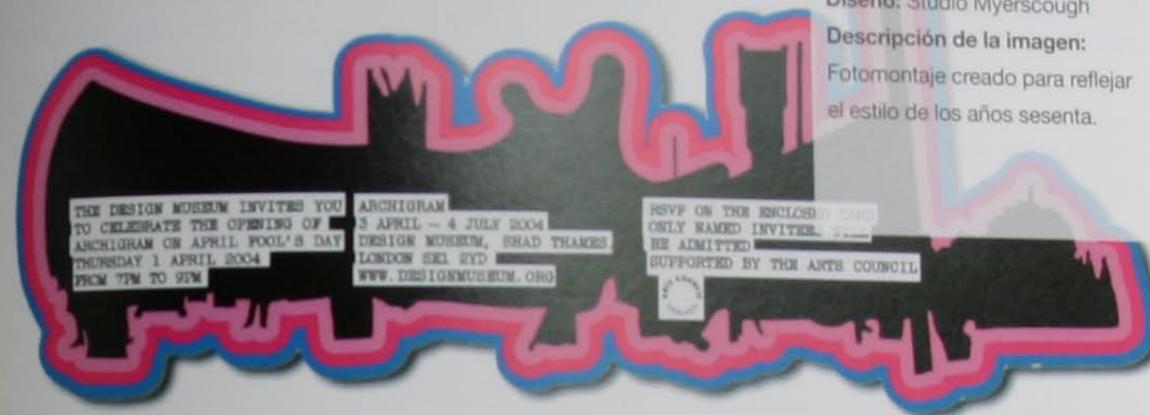


Cliente: The Design Museum

Diseño: Studio Myerscough

Descripción de la imagen:

Fotomontaje creado para reflejar el estilo de los años sesenta.



Archigram

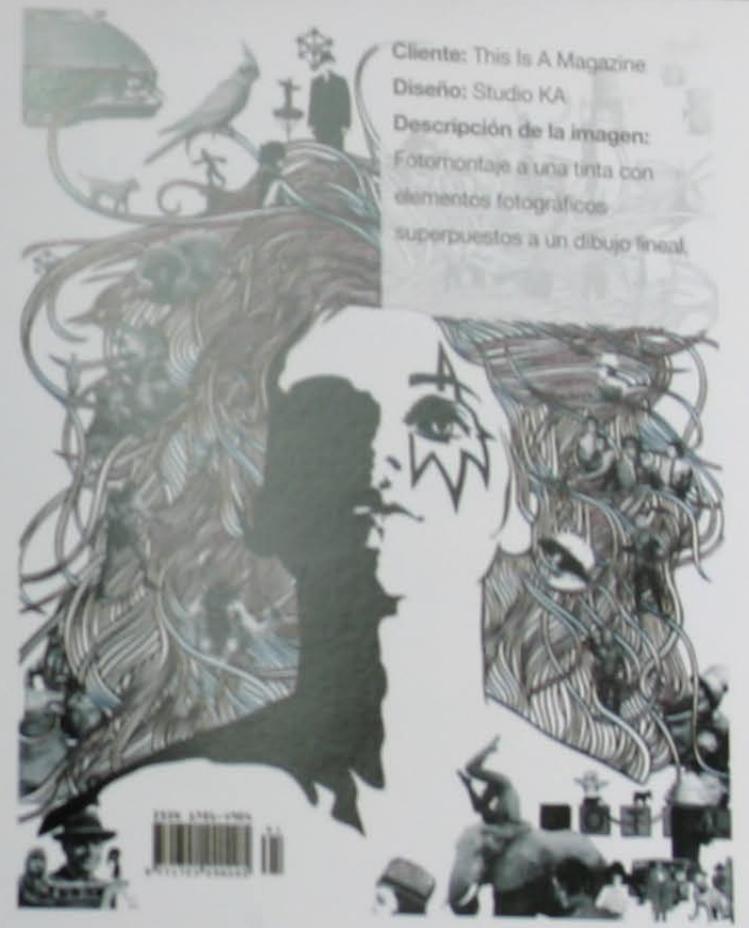
El estudio Myerscough diseñó esta invitación a una retrospectiva del trabajo de los arquitectos vanguardistas en los años sesenta del Archigram Group. Archigram Group fue célebre por la arquitectura experimental que produjo entre 1961 y 1974. Los diseñadores eligieron un estilo visual de la época en la que Archigram (la contracción de las palabras inglesas *architecture* y *telegram*) triunfó. Una cara de la invitación presenta un fotomontaje de personas y elementos de edificios rodeados por un margen blanco amplio troquelado (abajo). La otra cara presenta un margen multicolor triple dentro del cual la información sobre la exposición se ha pegado como si fueran tiras de cinta de teletipo en un telegrama (arriba).

Cliente: This Is A Magazine
Diseño: Studio KA
Descripción de la imagen:
Fotomontaje de fotografía e
ilustración.



Compendio 1 (derecha)
Este compendio para *This Is a Magazine* es una creación de Studio KA. La cubierta presenta un colage a una tinta basado en un dibujo lineal de la cabeza de una mujer. A continuación, se han superpuesto elementos fotográficos pequeños encima para crear una imagen surrealista.

Compendio 2 (izquierda)
Esta cubierta presenta un colage colorido que crea un paisaje surrealista mediante una combinación de fotografía e ilustración. Esta creación demuestra que los únicos límites creativos son las fronteras de la imaginación del diseñador.



Cliente: This Is A Magazine
Diseño: Studio KA
Descripción de la imagen:
Fotomontaje a una tinta con
elementos fotográficos
superpuestos a un dibujo lineal.



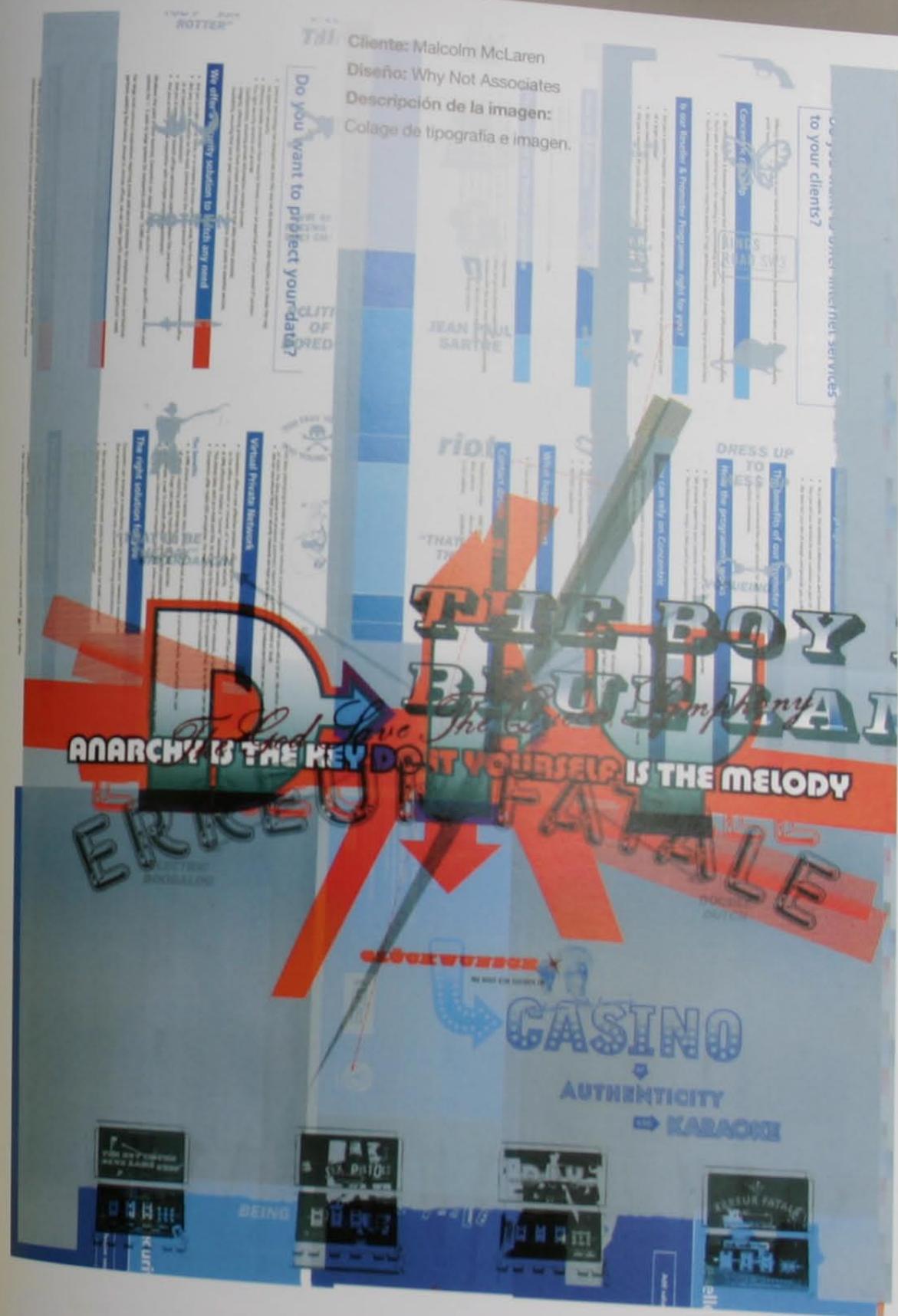
Colage

El colage es una técnica que fue popularizada por Georges Braque y Pablo Picasso. A principios del siglo XX ambos artistas empezaron a producir obras que incorporaban fragmentos de papel impreso. Esta forma rudimentaria de la técnica se ha ampliado desde entonces para incluir otros materiales. Por lo tanto, un colage se puede definir como cualquier trabajo en el que un material se haya pegado a una superficie a fin de crear una imagen.

El colage es una técnica creativa que permite incluir muchos objetos diferentes en un diseño, aunque éste puede seguir basándose en una imagen clave que se ha desfragmentado o compuesto con elementos diferentes, como puede verse en el ejemplo de la página siguiente.

Malcolm McLaren (derecha)

Se trata de un póster de edición limitada para una exposición sobre Malcolm McLaren realizado por Why Not Associates. El póster es un colage ecléctico formado por varios elementos diferentes, incluida una amplia gama de tipos de letra e imágenes. Mediante el colage, el trabajo ilustra que la misma exposición presenta una colección de efectos personales que pertenecen a un individuo cuya carrera se ha orientado en direcciones muy variadas e interesantes.



Montaje

Un montaje es una composición pictórica producida mediante yuxtaposición y/o superposición de varias imágenes o diseños para obtener una imagen nueva. Esto puede verse en el ejemplo de la página opuesta, en el que elementos diferentes se han unido para originar una nueva forma de imagen.

Es importante comprender que aunque son técnicas similares, el montaje y el collage se pueden diferenciar claramente. Un montaje contiene elementos separados que se unen para formar otra imagen o diseño independiente. Un collage es una composición más aleatoria de elementos que, finalmente, no crean otra imagen.



Cityscape Insects (derecha)

Este diseño es un encargo de la agencia de publicidad parisina Les Quatre Lunes para el informe anual del Groupe Galeries Lafayette / BHV del año 2003. Creado por el estudio de diseño FI@33, el montaje "Cityscape Insects" fue sugerido por la revista *Trans-form*. En este montaje, rollos de tejidos y artículos de oficina se unen para crear una única imagen pictórica de un insecto.



Cliente: Les Quatre Lunes

Diseño: FI@33

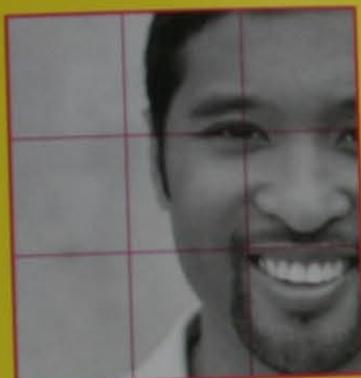
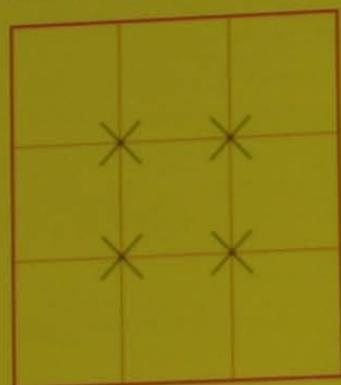
Descripción de la imagen:

Montaje con rollos de tejido y artículos de oficina para crear un bicho surrealista.

Recorte

El recorte es una técnica que propugna la extracción del material superfluo de los bordes de una fotografía, de modo que el foco se sitúa en una parte específica de ésta.

Generalmente se emplea una regla proporcional cuando se recorta una imagen para asegurar un resultado óptimo. El marco se divide en nueve partes iguales creando una cuadrícula imaginaria, como se ilustra abajo. A continuación, se sitúa una característica clave de la fotografía, en este caso un ojo, en cualquiera de los cuatro puntos centrales donde se cortan las líneas de la cuadrícula.



La experimentación con estos cuatro puntos posicionales puede generar unos resultados sorprendentes.

En este ejemplo (derecha) el recorte se ha utilizado para producir una tensión inesperada en la imagen.



Cliente: Kenzo

Diseño: Research Studios

Descripción de la imagen:

Recorte de imagen inusual, en primer plano, utilizado junto con un filtro medio para reducir el detalle y la gradación tonal.



FLOWERBYKENZO

Flower by Kenzo

Este póster promocional para la fragancia de la casa Kenzo es un diseño de Research Studios. Esta imagen se manipuló utilizando un filtro medio que reduce el nivel de detalle y las gradaciones tonales. La imagen soñadora y casi imprecisa resultante contrasta con el detalle preciso de los envases de perfume situados debajo de ella. Esta sensación se combina además con el uso de un recorte en primer plano que concentra la atención en el cuello de la mujer y prescinde de sus ojos, que suelen ser un punto focal clave.



KENZO

Trompe l'œil

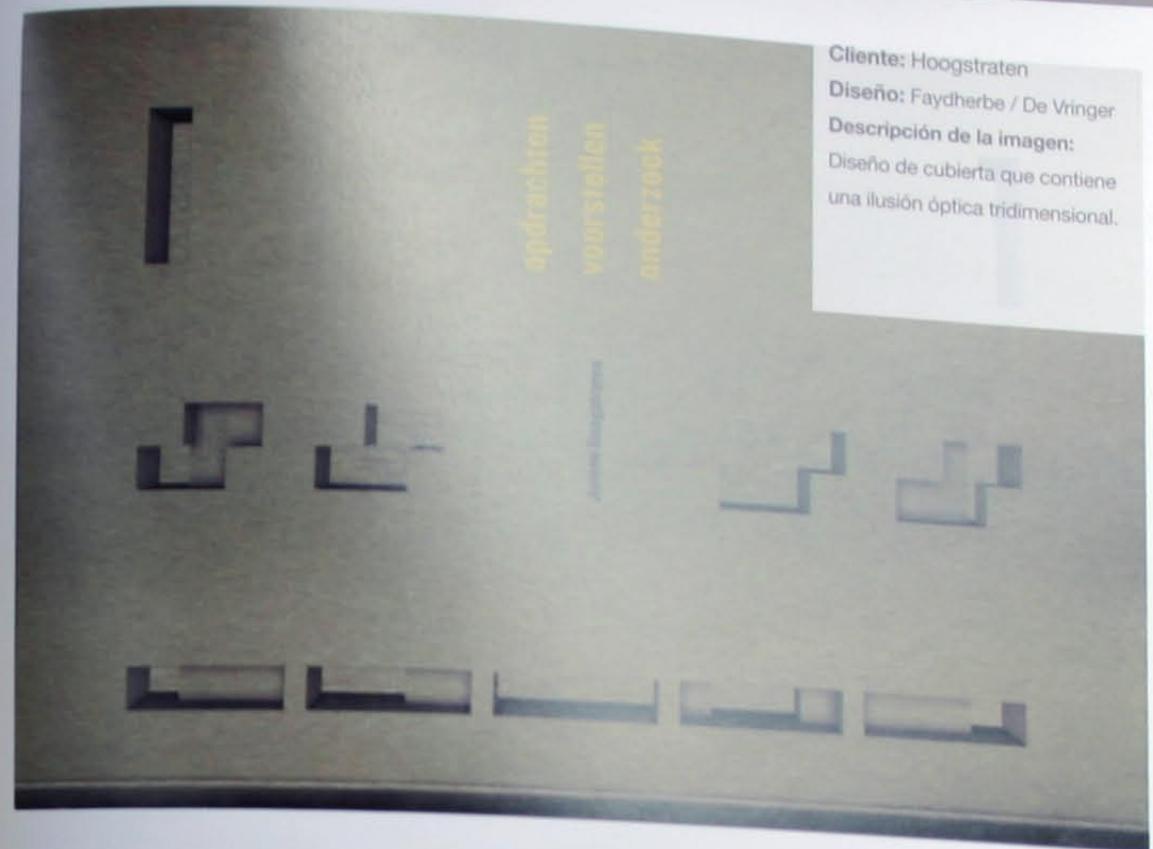
El *trompe l'œil* es una técnica de imagen relacionada con las ilusiones ópticas y los engaños visuales intencionados. Literalmente significa "trampa para el ojo" y se puede aplicar a un objeto, una imagen o un diseño que crea la ilusión de una realidad o de ser lo que no es en realidad. Por ejemplo, la cubierta del proyecto de la página siguiente parece tridimensional cuando, de hecho, es una superficie plana.

La técnica del *trompe l'œil* se puede emplear en un diseño para confundir deliberadamente al observador o para proporcionar información únicamente a quienes forman parte de un público objetivo específico que será capaz de interpretar el mensaje.

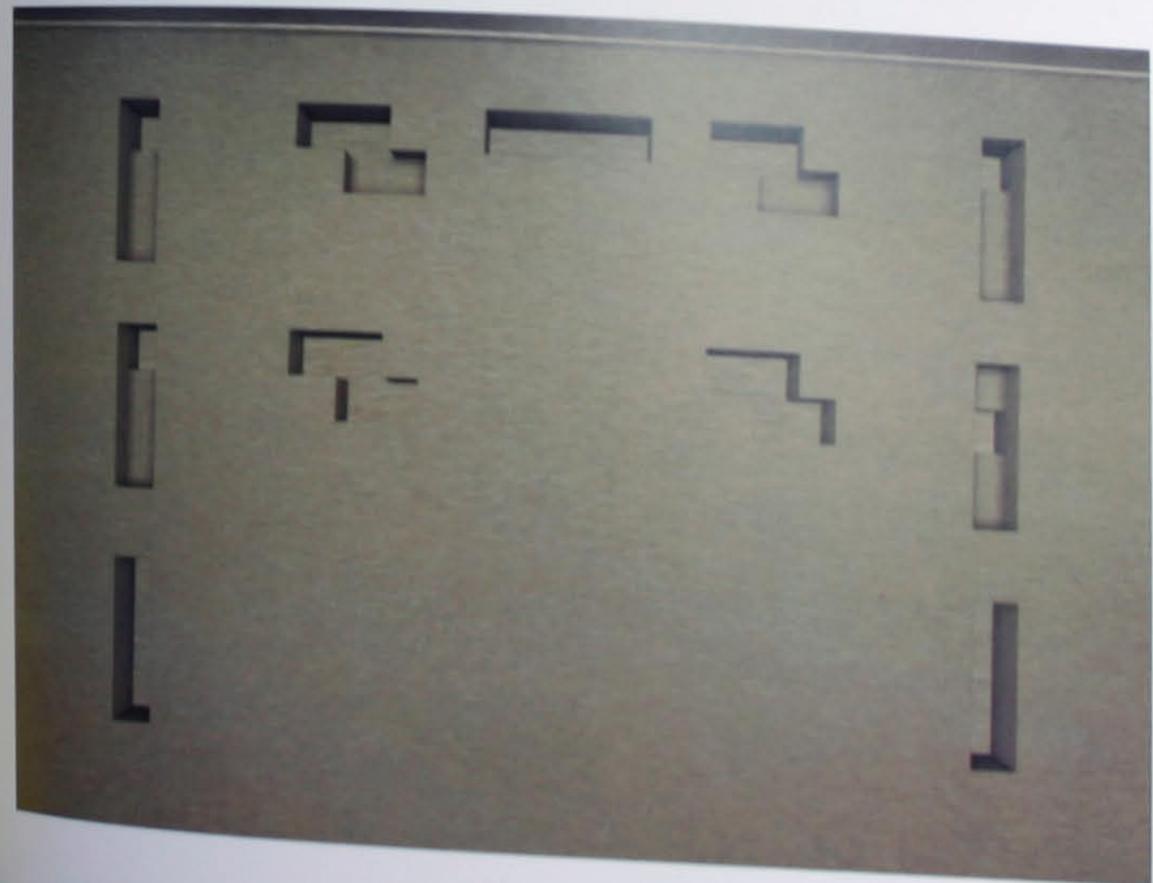


Catálogo de Hoogstraten (arriba y derecha)

Faydherbe / De Vringer creó este catálogo para presentar la obra del artista holandés Jeroen Hoogstraten para Centrum Beeldende Kunst Provincie Utrecht. El catálogo se concibió para que reflejara el hecho de que Hoogstraten se mueve entre las disciplinas de diseño industrial y de bellas artes en su obra. El diseño del catálogo utiliza elementos que pertenecen a manuales sobre comercio, con lo cual el resultado es fresco y diverso. La cubierta con *trompe l'œil* crea un falso efecto de 3D y refleja las obras "construidas" que se presentan en el catálogo.

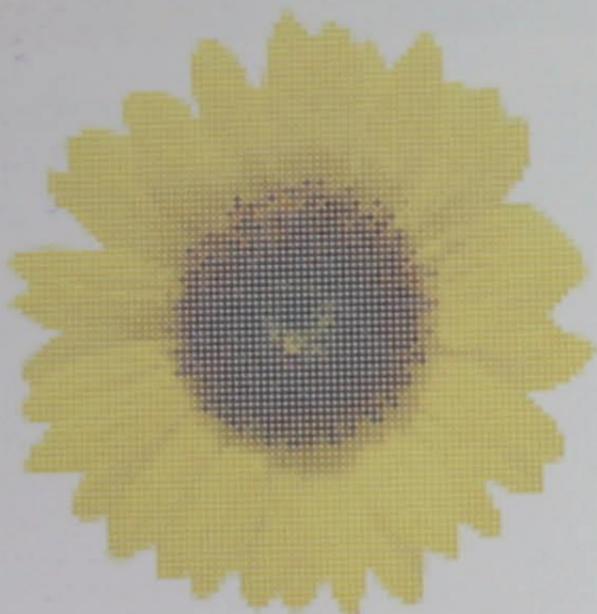


Cliente: Hoogstraten
Diseño: Faydherbe / De Vringer
Descripción de la imagen:
Diseño de cubierta que contiene una ilusión óptica tridimensional.



Puntillismo

El puntillismo es un método pictórico iniciado y popularizado en el siglo XIX por el pintor francés Georges Seurat. Su nombre deriva de la pincelada necesaria para formar pequeños puntos de colores primarios que, vistos desde cierta distancia, se fusionan produciendo colores secundarios. El funcionamiento de las pantallas de televisión se basa en un principio similar.



Mediante el uso de la tecnología digital, se puede aplicar un tratamiento puntillista a cualquier imagen. Para ello es necesario entramar la imagen, o convertirla en píxeles individuales de información, para poder manipularla con un programa de dibujo, como ilustran los ejemplos simples de esta sección. Esta técnica puede crear resultados visualmente únicos y sorprendentes.

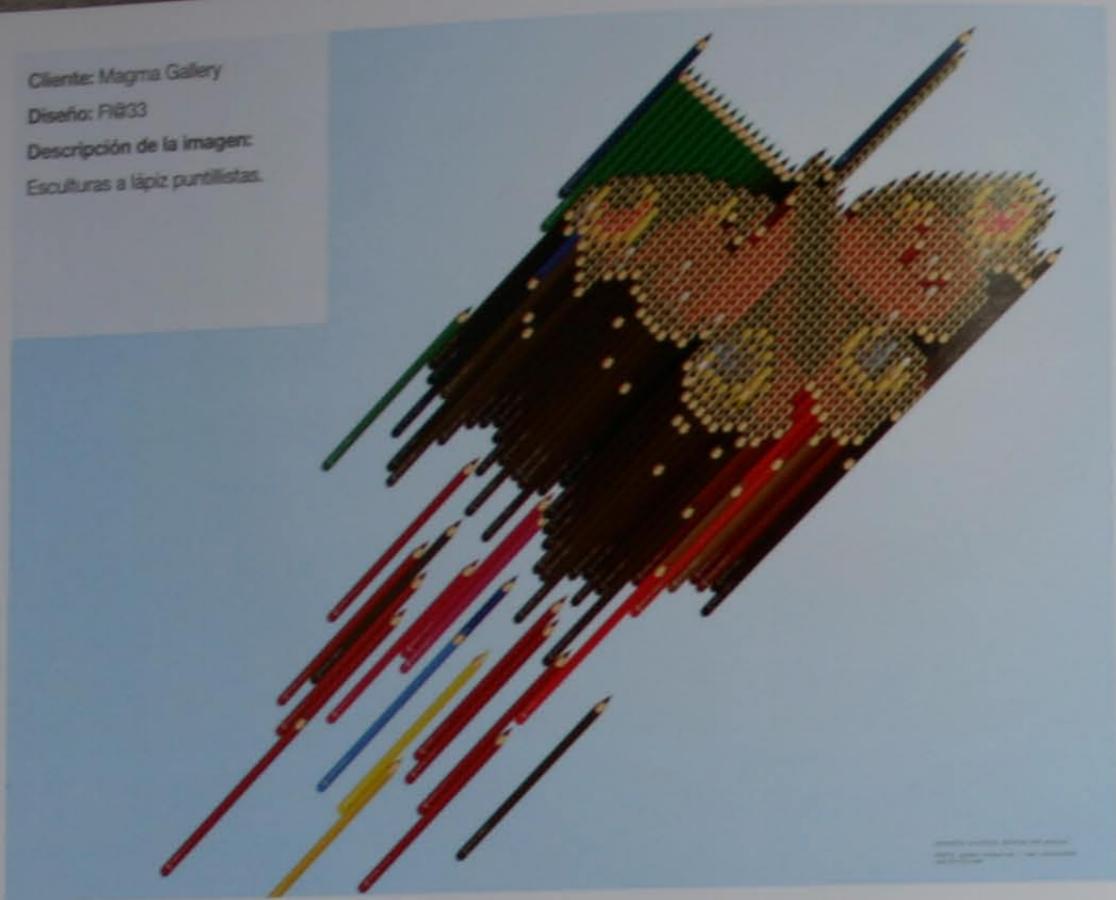
La página opuesta contiene una serie de interpretaciones experimentales de la técnica puntillista. La misma imagen se ha utilizado para mostrar con claridad algunos de los distintos efectos que se pueden conseguir.

En la parte inferior de esta imagen de un girasol se ha resaltado un único punto. Cada punto de la imagen está formado por un círculo que se ha llenado con un color más claro, lo cual produce un efecto translúcido.



1 Imagen a todo color cubierta con un motivo puntillista. El motivo de cuadrados se ha aclarado para que destaque sobre el fondo. 2 Imagen formada a partir de un motivo simple de puntos circulares, sólidos. El tamaño de los puntos o el espacio entre ellos se puede cambiar para conseguir una imagen más densa o más clara. 3 Imagen producida con un motivo de círculos que se superpone a una cuadrícula. Como en la imagen del girasol de la página anterior, los círculos del centro de los cuadrados se han aclarado para obtener un contraste suficiente entre ellos sin oscurecer la imagen. 4 Imagen que utiliza una serie de círculos tomados por tres partes: dos círculos concéntricos que rodean un círculo interior. Los círculos más grandes se han coloreado con una combinación horizontal de claro a oscuro. 5 El mismo procedimiento que en la imagen anterior pero con un motivo de cuadrados mucho más brillante que se superponen a la imagen a todo color. 6 Imagen que utiliza círculos divididos en tres partes con niveles variados de contraste de color, lo cual produce una interpretación más gráfica. Los círculos son concéntricos, es decir, cada círculo es más pequeño que el círculo que lo contiene. 7 Los puntos para esta imagen son una cuadrícula muy fina, de nuevo con un elemento claro rodeado por un elemento oscuro. 8 Imagen resaltada mediante un motivo de márgenes gráficos. 9 Aquí vemos la imagen con colores muy ajustados y un tono magenta.

Cliente: Magma Gallery
Diseño: FI@33
Descripción de la imagen:
Esculturas a lápiz puntillistas.



Butterfly Sculpture Contains 818 Pencils (arriba)

Esta imagen única es una creación del estudio de diseño FI@33 como parte de una serie de ilustraciones sobre esculturas realizadas con lápices para el lanzamiento del libro *GB: Graphic Britain* en la Magma Gallery de Londres. Al contrario de lo que uno puede esperar, los puntos del lápiz real se utilizan para producir un efecto puntillista en lugar de utilizarse para hacer marcas en el sustrato.

Serie-V (derecha)

Este trabajo lo realizó el estudio de diseño Spin para promocionar la Serie V de Nike en las tiendas. Se utilizan caracteres tipográficos producidos con una impresora de matriz de puntos para crear un trabajo armonioso en una hoja de papel continuo. Los caracteres tipográficos se utilizan como puntos de puntillismo para formar texto e imágenes que se utilizan como una presentación atractiva de la nueva gama de productos de Nike.

Cliente: Nike
Diseño: Spin
Descripción de la imagen: Se utilizan caracteres tipográficos como puntos de puntillismo.



New type design

Herbert Bayer, Max Bill, El Lissitzky. The portrait of Herbert Bayer is shown in the background of the poster. The portrait of Max Bill is shown in the foreground. The portrait of El Lissitzky is shown in the background of the poster.

Ciente: Creative Review and AGFA Monotype
Diseño: Pentagram (Angus Hyland and Sharon Hwang)
Descripción de la imagen: Retrato puntillista en el que se utiliza un tipo de diez puntos.

Herbert Bayer was born in 1889 in Gammelsdorf, Austria. He studied architecture in Vienna and worked in the office of Josef Hoffmann. He was a member of the Vienna Group and the Bauhaus. He designed the Weissenhof Estate in Stuttgart and the Weissenhof Estate in Stuttgart. He designed the Weissenhof Estate in Stuttgart and the Weissenhof Estate in Stuttgart.



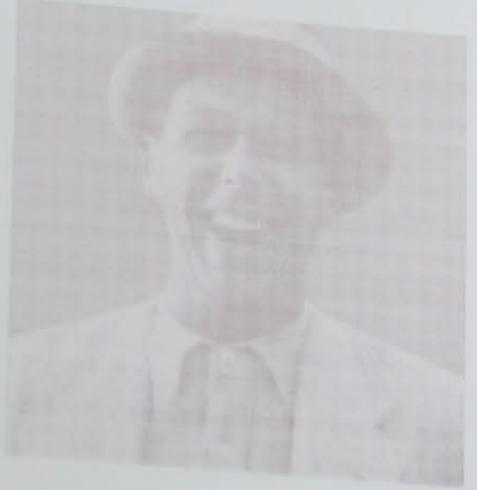
Type on screen

Herbert Bayer was born in 1889 in Gammelsdorf, Austria. He studied architecture in Vienna and worked in the office of Josef Hoffmann. He was a member of the Vienna Group and the Bauhaus. He designed the Weissenhof Estate in Stuttgart and the Weissenhof Estate in Stuttgart.



Typography by hand

Herbert Bayer was born in 1889 in Gammelsdorf, Austria. He studied architecture in Vienna and worked in the office of Josef Hoffmann. He was a member of the Vienna Group and the Bauhaus. He designed the Weissenhof Estate in Stuttgart and the Weissenhof Estate in Stuttgart.



With or Without Feet

Pentagrama produjo estos pósters para el ciclo de conferencias *With or Without Feet* sobre tipografía, organizadas por la revista de diseño *Creative Review* y AGFA Monotype en las oficinas del estudio de diseño de Pentagram.

En cada uno de los pósters promocionales aparece uno de los tres pioneros de la tipografía modernista: Herbert Bayer, Max Bill y El Lissitzky. Los retratos se realizaron utilizando un tipo de letra de diez puntos creado especialmente, que produce un efecto similar al que se consigue mediante técnicas puntillistas; es decir, la imagen sólo se reconoce cuando se ve desde cierta distancia. El puntillismo sirve para desvanecer o diluir gran parte de la información que esperaríamos ver en una imagen, por lo que el resultado son imágenes fantasmales, tal como muestran estos retratos.

Silueta

Una silueta es la representación del contorno de una imagen sobre un fondo que contraste. A pesar de no ser detallada, una silueta se puede utilizar para presentar una imagen con más fuerza y más definida del objeto. Por el contrario, una silueta también se puede utilizar para oscurecer los orígenes del objeto y, de este modo, producir una sensación de misterio.

La utilización de una silueta permite que el diseñador tome unos objetos concretos y los presente de un modo coherente. En el ejemplo de la página siguiente los objetos del hogar se presentan en la invitación de un modo frío y sofisticado en forma de siluetas doradas. Si se presentasen como imágenes a todo color, el trabajo se parecería más a un catálogo tradicional.



Invitación de Marks & Spencer (arriba y a la derecha)

Esta invitación para un acto organizado por Marks & Spencer (unos grandes almacenes de artículos para la casa, ropa y comida) presenta objetos para el hogar que insinúan la variedad de la gama de productos que ofrece. Las imágenes se han impreso en forma de una silueta dorada en un desplegable en acordeón, lo cual les proporciona solidez, seriedad y elegancia, cualidades que Marks & Spencer desearía que sus clientes asociasen a los objetos. El color dorado que se utiliza también se corresponde con el color del logotipo de la empresa.

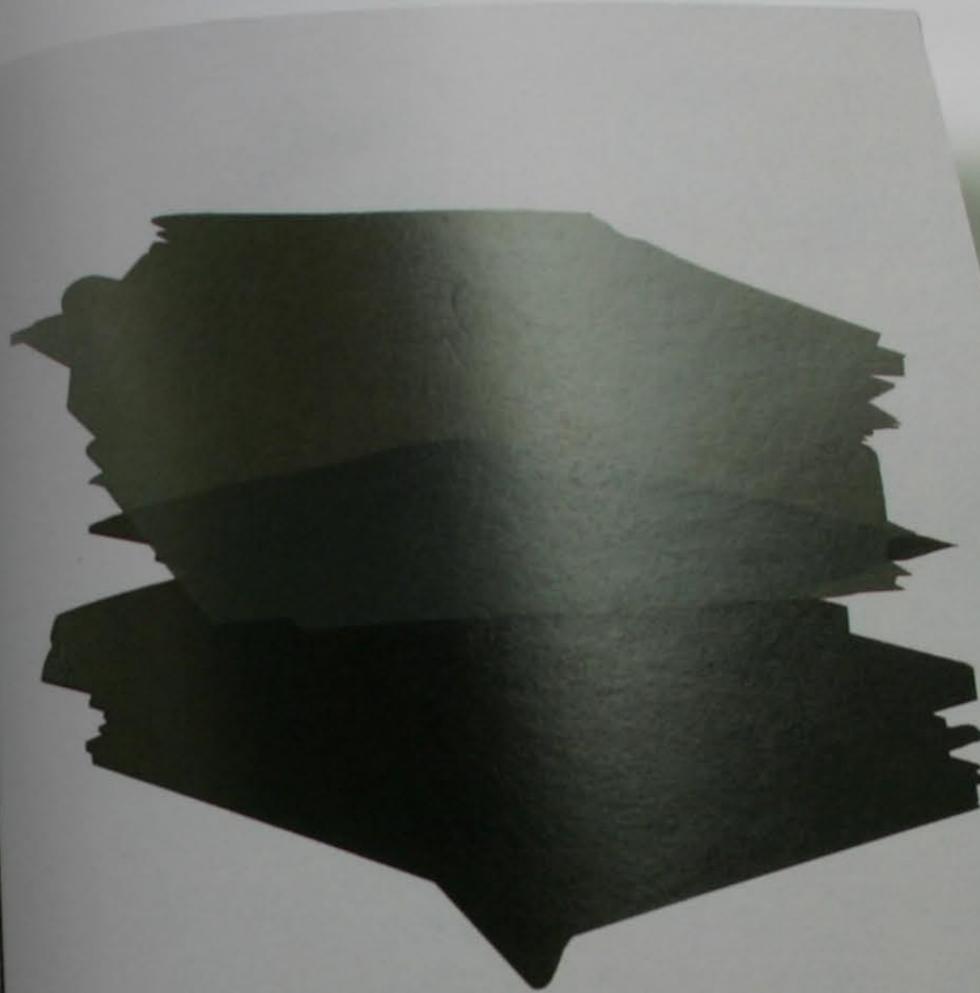


Cliente: Marks & Spencer
 Diseño: Howdy
 Descripción de la imagen:
 Silueta dorada que aporta elegancia e interés a objetos cotidianos.

Overprinted Forms of Everyday Objects

El diseño de este libro, de edición limitada, de artistas realizado por Hector Pottie, de Cartlidge Levene, presenta siluetas de objetos cotidianos como un extintor de incendios y una bobina de cable, que se han sobreimpreso en rojo, negro y gris sobre un fondo blanco austero. Los objetos se fusionan por sobreimpresión (véase la página 156) para crear formas con siluetas abstractas y determinadas que se acentúan por la ausencia de fotografía.

Ciente: Autoedición
Diseño: Cartlidge Levene
Descripción de la imagen: Siluetas individuales fusionadas para obtener formas y motivos.



Sobreimpresión

Sobreimpresión describe un proceso en el cual se imprime una tinta sobre otra. La técnica se utiliza para añadir textura y múltiples capas de información a un diseño. El orden de impresión de las tintas influirá en el aspecto visual final, ya que diferentes órdenes de impresión crean diferentes colores. Por este motivo las sobreimpresiones deben planificarse con atención para que los colores se reproduzcan como se pretendía.

Iconos

Un icono es un elemento gráfico que representa un objeto, persona u otras cosas. Los iconos no deberían confundirse con los símbolos o pictogramas, que tienen sus respectivas definiciones, como se verá en las páginas siguientes.

En general, un icono es una simplificación de un objeto de manera que se reconozca instantáneamente por lo que es, tal como se muestra en los tres ejemplos de abajo. La presentación simplificada de un icono significa que el observador no debería tener demasiada dificultad para identificar lo que representa. En el ejemplo de la página siguiente, el observador debería reconocer que los iconos son de naves espaciales, nada más y nada menos.

Delante de una fotografía de un coche en la calle, el observador puede distraerse con otros elementos como la gente que hay dentro del coche o los edificios y peatones situados en el fondo. Un icono de coche no nos hace dudar de que el mensaje está relacionado con un coche y que el centro de atención de la imagen es un coche.



llave



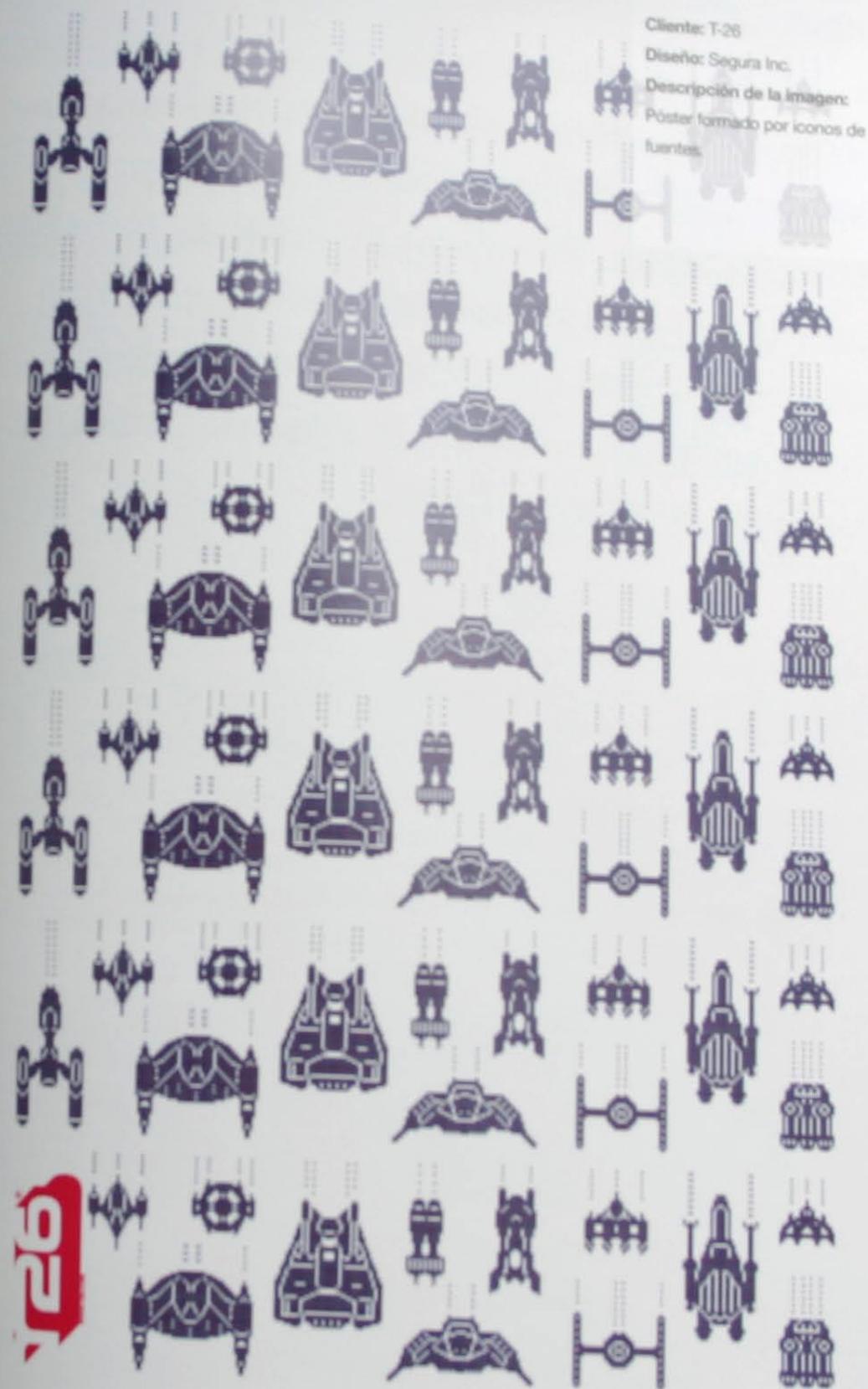
robot



teléfono

T-26

Este es un póster creado por el estudio de diseño Segura Inc. para promover el distribuidor de tipografía T-26. En el póster figuran iconos que se pueden adquirir en uno de los paquetes de fuentes producidos por T-26. Los iconos se presentan con un estilo simple y retrospectivo que ayuda a hacer que funcionen con claridad; no hay elementos que distraigan, sólo los iconos.



Ciente: T-26
 Diseño: Segura Inc.
 Descripción de la imagen:
 Poster formado por iconos de fuentes.

Símbolos

Los símbolos se suelen utilizar para comunicar los conceptos, ideas u objetos que representan, en vez de tratar de describir pictóricamente lo que representan. Por ejemplo, muchas personas establecerían una relación entre la cruz roja, tal como se utiliza en el ejemplo de la página siguiente, con la selección inglesa de fútbol, por el contexto en que se utiliza.

La facilidad con que los símbolos sencillos pueden ser reconocidos los convierte en una herramienta de diseño de gran utilidad. Una empresa podría utilizar un símbolo como el de la cruz de San Jorge, símbolo de Inglaterra, entre otros países, para atraer aficionados al fútbol hacia sus productos o servicios. Sin embargo, los símbolos potentes se utilizan específicamente para llegar a más gente que el público objetivo inmediato.

Grupos diferentes leen los símbolos potentes de maneras diferentes. Por consiguiente, existe el riesgo de excluir a gente que atribuye connotaciones negativas a los símbolos. Los no aficionados al fútbol podrían asociar la cruz de San Jorge con los alborotados *hooligans* del fútbol y, de este modo, se formarían una idea negativa de la empresa que la utiliza.



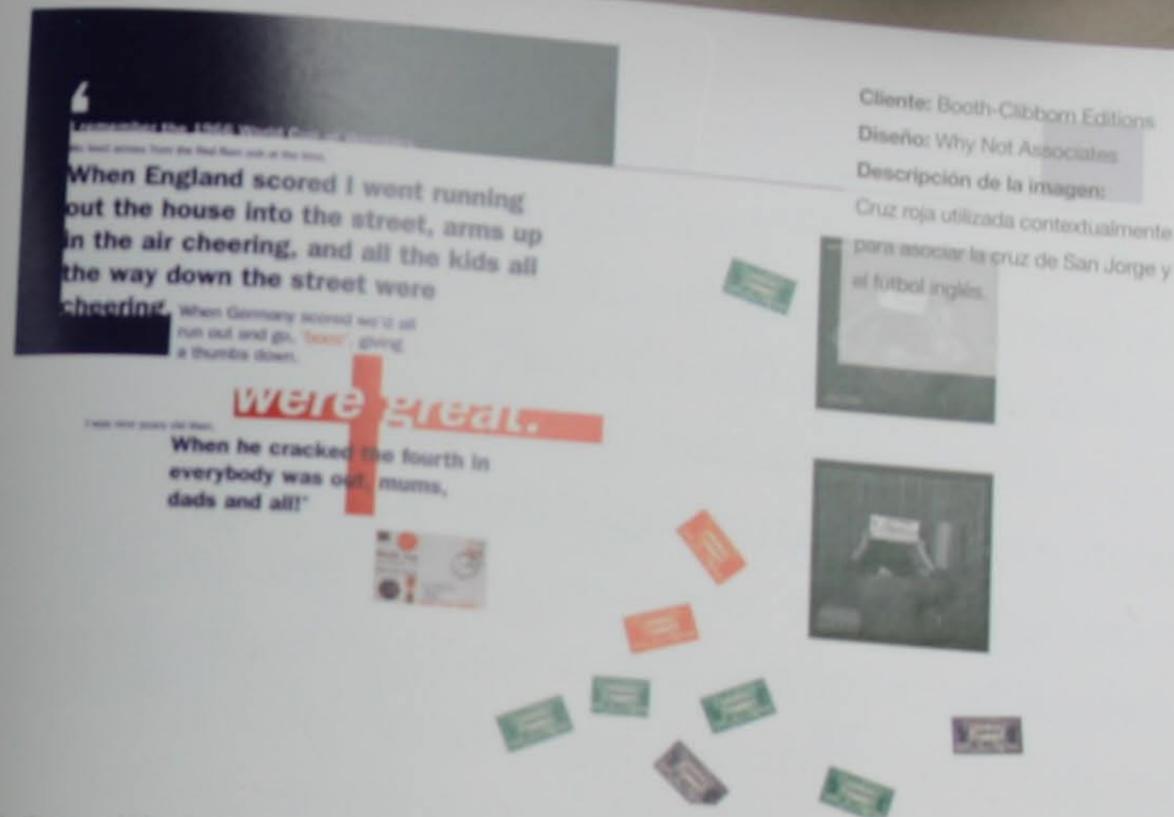
Esta cruz podría ser el símbolo matemático de la suma.



La cruz roja es ambigua porque parece fuera de lugar sobre un fondo amarillo.

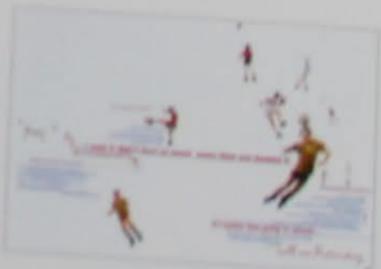
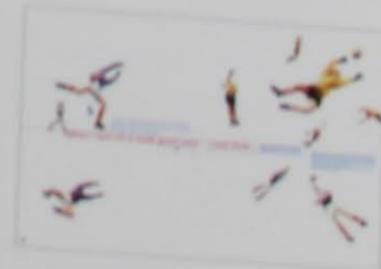


Sobre un fondo blanco la cruz roja es más específica y podría asociarse con algo médico.



In Soccer Wonderland

Este diseño fue creado por Why Not Associates para *In Soccer Wonderland*, un libro del fotógrafo Julian Germain. El libro contiene fotografías y objetos de coleccionismo de fútbol. El fútbol incorpora distintivos visuales fuertes; desde los colores de las rayas del equipo y los escudos de los clubes, hasta los jugadores líderes que se consideran celebridades y, por ello, se utilizan para promover una amplia gama de productos relacionados. El fútbol se ha apropiado de algunos símbolos para sus propios fines, como es el caso de la cruz de San Jorge (una cruz roja sobre un fondo blanco), que los seguidores de la selección de Inglaterra suelen llevar en la ropa.



Pictogramas

Un pictograma es una referencia visual o un símbolo pictórico para una letra, palabra o frase. La escritura de muchos idiomas, por ejemplo el chino, es ideográfica porque los caracteres representan visualmente el mundo. Los pictogramas comunican a través de las asociaciones que establecemos con una imagen o grupo de imágenes. Por lo tanto, el hecho de que triunfen en un diseño depende de cómo el público, tanto objetivo como no objetivo, reaccione ante las imágenes; lo que es aceptable para un sector de la población puede ser ofensivo para otro.

No siempre es necesario que exista una conexión obvia entre el pictograma y lo que representa, siempre y cuando el lector pueda captar lo que indica cada pictograma, tal como muestra el ejemplo de la página siguiente.



Cliente: Pat Metheny Group
 Diseño: Sagmeister Inc.
 Descripción de la imagen:
 Pictogramas usados para representar letras.

Imaginary Day

Este diseño fue creado por el estudio de diseño neoyorquino Sagmeister Inc. para el CD *Imaginary Day* de Pat Metheny Group. El dibujo de la cubierta contiene el nombre del grupo y el título del álbum representados en pictogramas. Se han utilizado fotografías de distintos objetos para representar las distintas letras, aunque la asociación no es obvia; por ejemplo, un árbol representa la letra P. La clave para descifrar los pictogramas es el jeroglífico, que se ha impreso alrededor del borde del CD (página anterior).

Jeroglífico

Un jeroglífico es una representación enigmática de una palabra mediante imágenes (pictogramas). Un jeroglífico suele utilizarse normalmente asociado a un enigma, y la solución del enigma consiste en descodificar los pictogramas, que se han utilizado para representar las diferentes sílabas y/o palabras, y construir el mensaje oculto.

Fotogramas

Un fotograma (o rayografía) es una fotografía que se realiza sin una cámara. La imagen se obtiene colocando un objeto encima de un material fotosensible y exponiéndolo a la luz. La imagen resultante es una silueta negativa. Esta técnica fue introducida por el fotógrafo Man Ray.

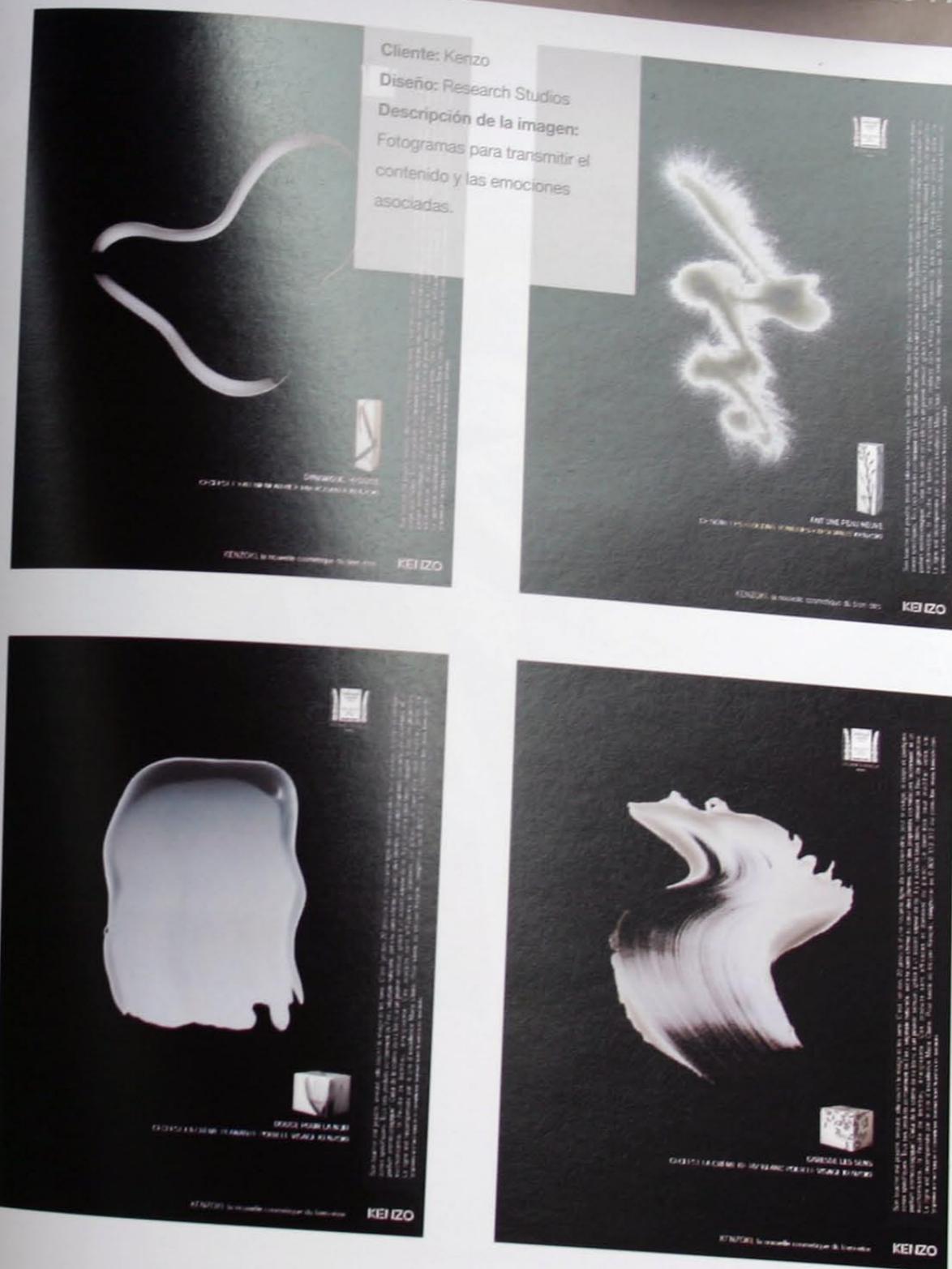
La variedad de métodos para producir fotogramas ha evolucionado e incluye desde el uso de luz filtrada, modelos y movimiento, hasta el uso de sustancias químicas que modifican el material fotosensible. Los resultados obtenidos pueden ser fácilmente reconocibles o pueden ser espectaculares y peculiares como los fotogramas de la página siguiente.

Los fotogramas no se utilizan ampliamente porque no captan los niveles de detalle complejos que a menudo necesitan los diseños. No obstante, su relativa escasez hace que su naturaleza surrealista y abstracta sea más llamativa e inesperada.

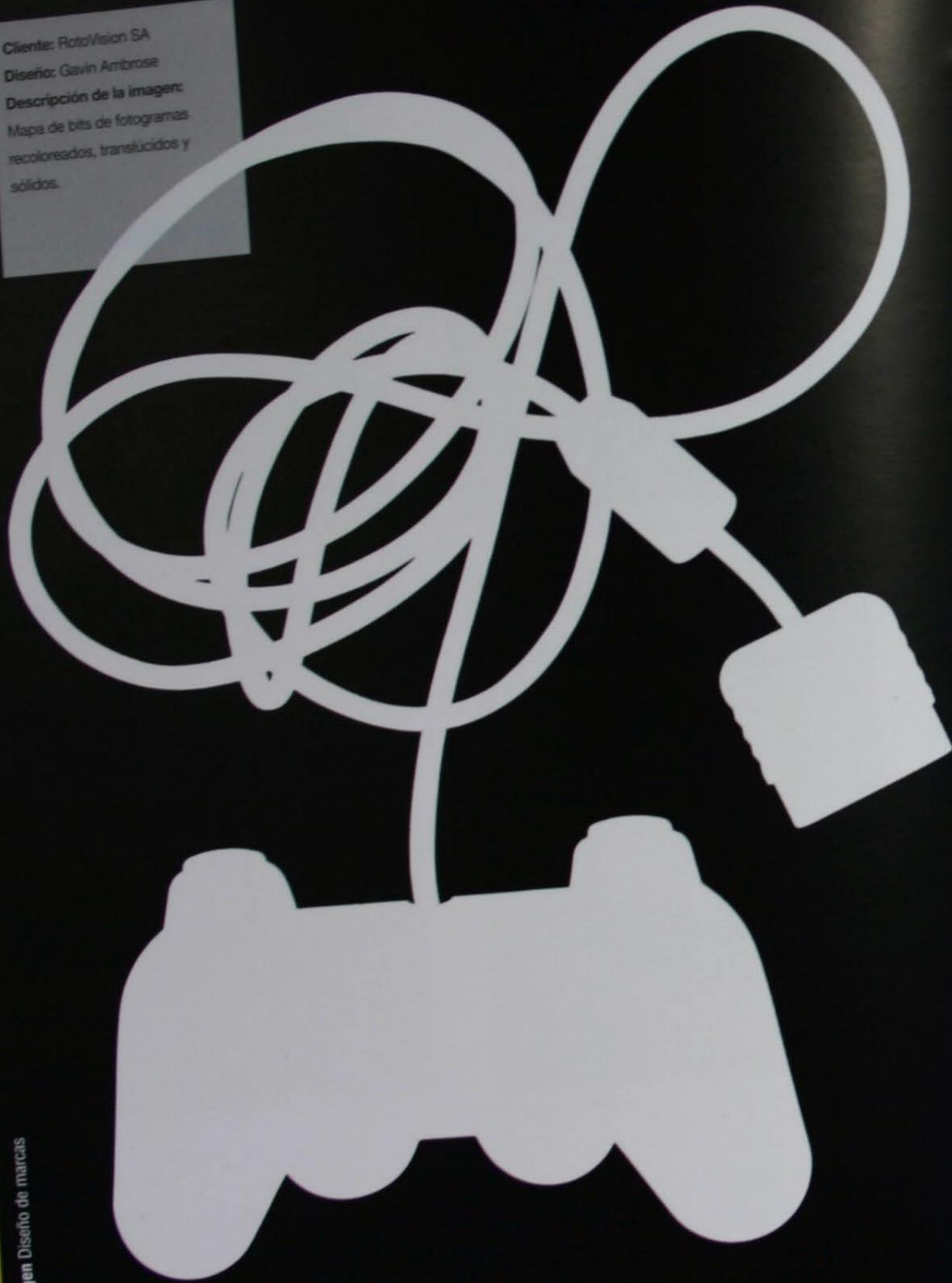
Kenzo Ki (derecha)

Estos anuncios fueron diseñados por Research Studios para una gama de productos para el cuidado de la piel de la marca de moda Kenzo. En ellos aparecen fotogramas para representar los componentes clave de cada producto. Los fotogramas abstractos representan visualmente tanto el contenido como la naturaleza de cada producto.

En sentido de las agujas del reloj: hoja de bambú (vigorizante), flor de jengibre (eufórico), flor de loto blanca (relajante) y arroz (sensual). Las imágenes tienen un doble propósito: atraer y despertar la curiosidad por saber más. La blancura austera también refleja los ingredientes naturales empleados en la gama para el cuidado de la piel.



Cliente: RotoVision SA
Diseño: Gavin Ambrose
Descripción de la imagen:
Mapa de bits de fotografías
recolorados, translúcidos y
sólidos.



This End Up

Esta serie de fotografías fue producida por Xavier Young para utilizarla en *This End Up*, un libro sobre diseño de embalajes de Gavin Ambrose y Paul Harris. Las imágenes se utilizaron como una serie de páginas de separación relacionadas. La abstracción de los objetos se lleva a cabo mediante la combinación de su transparencia y la paleta de colores con la que se presentan. El mando de juego (página anterior) forma una silueta clara mientras que los objetos más transparentes (arriba) parecen más tridimensionales. Las imágenes se realizaron como mapas de bits, lo cual permitía colorearlos independientemente de modo que los fondos y las imágenes pudieran presentarse en cualquier color.

Tramas

Las impresoras utilizan tramas de líneas para convertir una imagen de tono continuo, como una fotografía, en una composición de puntos; la imagen resultante recibe el nombre de trama. Las imágenes apropiadas para el proceso de impresión litográfica offset en cuatricromía están formadas por puntos microscópicos. Tanto la forma como el tamaño de los puntos se pueden cambiar y manipular para lograr distintos efectos creativos.

Efectos de la trama

La calidad de una trama se controla mediante los valores de frecuencia de trama, ángulo de trama y función o forma de los puntos.

La frecuencia de trama está relacionada con las líneas por pulgada (LPI), las cuales determinan el tamaño del punto que se utiliza para reproducir una imagen y, por consiguiente, su claridad o imprecisión. Un valor más bajo produciría un efecto más gráfico mientras que un valor alto simularía un efecto fotográfico.

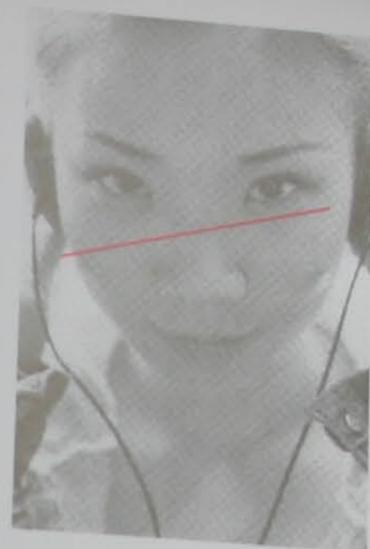
Los puntos de trama se suelen disponer en un ángulo concreto, denominado ángulo de trama. En una escala de grises el ángulo de trama normalmente es de 45 grados porque este valor proporciona la menor distorsión en la imagen.

La función o la forma de los puntos puede cambiarse por una opción diferente a la del círculo convencional y, como puede verse en la página siguiente, hay muchas más opciones gráficas disponibles. Por lo general, cuánto más se modifica la forma del punto, más distorsionada aparecerá la imagen. En el caso de que se intente crear algo más arriesgado, esto podría ser una ventaja.



Motivo de puntos, 60 LPI, ángulo de trama de 45 grados

Las líneas magenta de las imágenes de arriba muestran el ángulo de trama utilizado en cada una. Esta imagen emplea un ángulo estándar de 45 grados y un valor bajo de LPI, lo que hace que los puntos sean imprecisos.



Motivo de puntos, 150 LPI, ángulo de trama de 15 grados

Esta imagen tiene más calidad fotográfica porque el valor más alto de LPI proporciona una mayor aproximación al tono continuo.



Motivo de puntos, 133 LPI, ángulo de trama de 75 grados

Esta imagen también tiene más calidad fotográfica con un valor de LPI similar al de la imagen anterior, pero debe tenerse en cuenta el efecto que tiene un ángulo de trama distinto.



Forma de punto, 60 LPI

Esta imagen está formada por puntos circulares estándar.



Forma de línea, 60 LPI

Esta imagen está formada por puntos con forma de línea.



Forma de elipse, 60 LPI

Esta imagen está formada por puntos con forma de elipse.

Tramas de color

Una trama de color es una imagen en trama que se ha producido utilizando diferentes puntos de color.

Este proceso puede servir específicamente para crear una impresión exagerada de los puntos de trama utilizados en el proceso de impresión en cuatricromía. El resultado es una imagen más tosca, similar a las que aparecen en los carteles o en los periódicos. La imagen resultante parece más inmediata, actual y poco elaborada.

Controlar una trama de color resulta bastante fácil ya que se puede modificar la longitud del radio (punto) y los ángulos con los que se imprime cada uno de los cuatro colores.



Ésta es una imagen estándar sin modificar.



Esta imagen tiene un radio de punto pequeño.



Esta imagen tiene un radio más ancho, lo cual produce una fotografía más imprecisa.



Cambiando los ángulos de trama de los diferentes colores se obtiene un efecto de moiré.

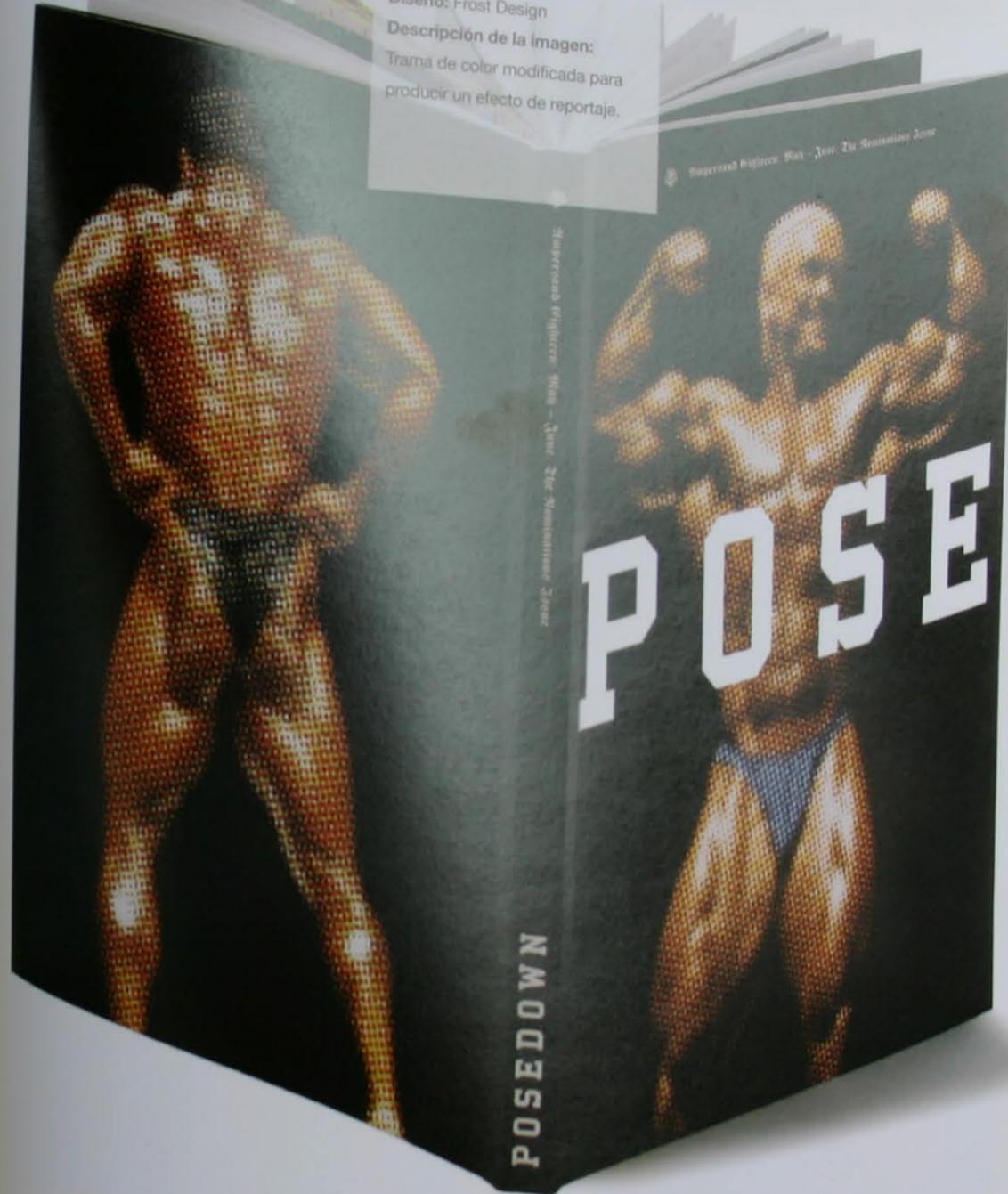


En este caso, los ángulos de trama se han establecido en valores similares.



Los puntos de esta imagen tienen un radio muy pequeño y ángulos de trama modificados.

Cliente: D&AD
Diseño: Frost Design
Descripción de la imagen:
Trama de color modificada para producir un efecto de reportaje.



D&AD

La imagen de la cubierta del anuario *Posedown* de D&AD, creada por Frost Design, muestra unos culturistas en tramas de color. Las tramas de color sugieren una fotografía de tipo reportaje y proporcionan crudeza a las imágenes; esto se combina con un tipo de trazo grueso para dar una sensación de musculatura a la publicación.

Sobreimpresión

La sobreimpresión es un proceso en el que un elemento de un diseño se imprime encima de otro. Esta técnica se utiliza para añadir texturas y crear múltiples capas de información dentro de un diseño. La sobreimpresión de varias tintas dará lugar a colores diferentes y, por esto, a veces es necesario calar (*knockout*) o reventar (*trapping*) las formas.

El recurso de reventar la forma (*ink trapping*) se utiliza para evitar que la superposición de formas o áreas de texto coloreadas produzca fallos en el registro de las planchas al imprimir. Este proceso es necesario porque los puntos de trama que forman las imágenes impresas tienen tamaños diferentes y están dispuestos en diferentes ángulos de trama. Los colores se superponen para evitar la aparición de espacios en blanco.

Calado (*knockout*) hace referencia al espacio que se deja en la capa de tinta inferior. Este espacio se deja para que cualquier imagen que se superponga aparezca sin una modificación de color producida por la capa de tinta inferior. El color inferior literalmente se "elimina" del área en que el otro color se superpone.

Calado



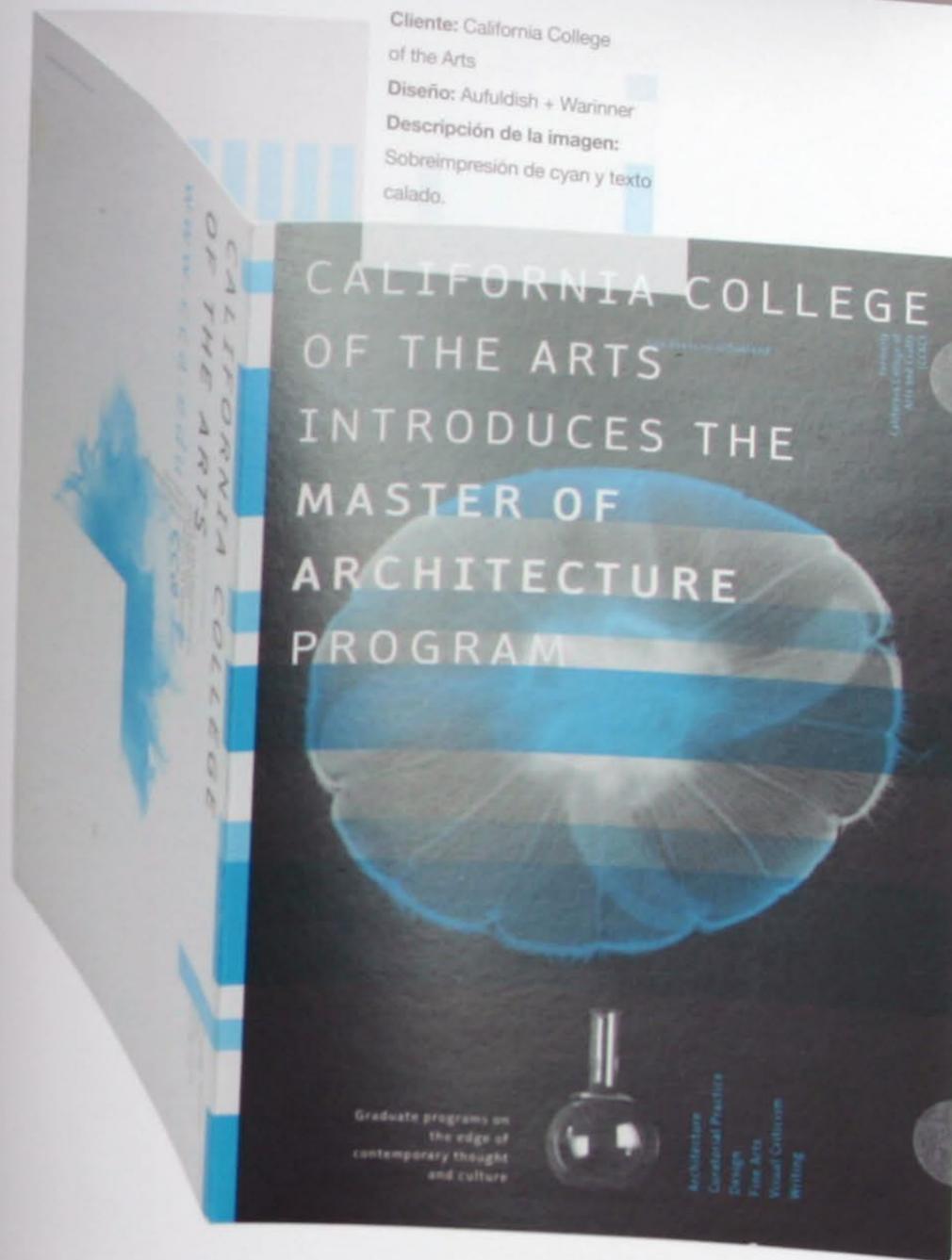
Aquí, todas las formas calan el cuadrado cyan y, por ello, permanecen puras y sin adulterar. En términos simples, se realiza un hueco en el cyan para dejar lugar para el círculo magenta y los rectángulos amarillo y negro.

Sobreimpresión



En este ejemplo todas las formas sobreimpresionan el cuadrado cyan y, por lo tanto, los colores se mezclan.

Cliente: California College of the Arts
 Diseño: Aufuldish + Warinner
 Descripción de la imagen: Sobreimpresión de cyan y texto calado.



California College of the Arts

Este es un folleto para California College of the Arts creado por Aufuldish + Warinner. El folleto presenta como motivo una raya cyan sobreimpresa en una trama negra y el texto de cubierta calado. La raya de color añade una dimensión visual que además es rentable (ya que la impresión en dos colores es más barata que la impresión en cuatro colores); mediante este diseño este trabajo simple en dos colores parece más elaborado de lo que realmente es.

Knockout

Calado



Sobreimpresión



No siempre resulta obvio cuál será la diferencia resultante entre una sobreimpresión y un calado hasta que el trabajo vuelve del impresor, ¡pero para entonces ya es demasiado tarde cambiar de idea! En la parte superior de la página hay un trozo de texto y una serie de doce barras de colores, que se especificaron para calado al imprimir este libro. La primera columna contiene pastillas sencillas de color en los que se puede apreciar que se mantiene la viveza de los cuatro colores. La segunda columna de pastillas muestra una mezcla lineal que produce blanco (cuando en la barra se ha mezclado y producido blanco ya no se imprime ninguna imagen ni color). La tercera columna de pastillas muestra una mezcla de un color hasta obtener otro, donde se puede ver que la transición no se interrumpe.

El segundo grupo de barras y de texto se especificaron para sobreimpresión. En la primera columna, en lugar de los colores vivos puede apreciarse que la imagen de debajo es visible. Esto se debe a que la imagen se imprimió primero y, a continuación, se imprimieron las barras de colores encima de la capa de la imagen. La segunda columna de bloques, de nuevo es una mezcla lineal que produce blanco. Sin embargo, esta vez la imagen de debajo es completamente visible, lo que da la sensación de que la barra de colores y la imagen se mezclan. En la tercera columna se puede ver la imagen con claridad a través de las barras de colores, lo cual reduce su viveza.

Imagen Diseño de marcas



Imagen en color en la que se han sobreimpreso una serie de colores degradados (que oscilan entre 100 % y 10 %). El conjunto de colores del medio se ha calado, con lo cual se mantienen los colores. Los que se sobreimprimen, sobre todo los más claros, dejan ver más imagen. Como puede verse en la parte superior, las áreas sin demasiado color producen una escasa interferencia con la franja de colores, mientras que en la parte inferior la interferencia es elevada.

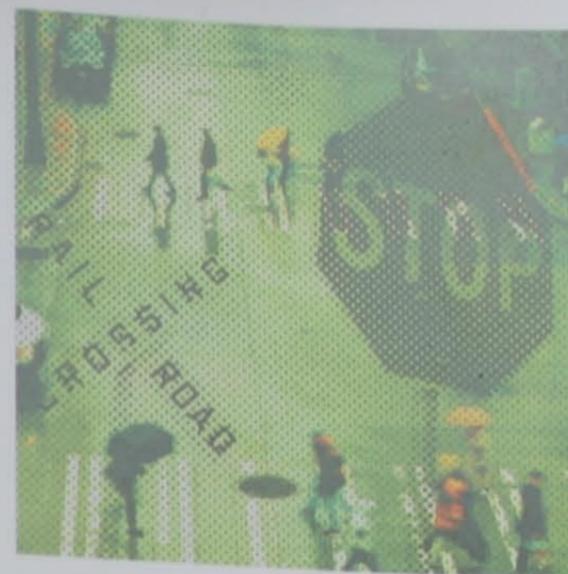


Imagen de base a todo color que contiene otra imagen (con las dos señales de carretera) sobreimpresa en negro, con puntos de trama de 30 LPI y con un ángulo de trama de 105 grados. Como puede verse, esto ha reducido enormemente la cantidad de color que muestra.



Imagen imprecisa en trama amarilla que incorpora líneas de trama en lugar de puntos y que se ha sobreimpreso sobre una versión magenta de la misma imagen. Esto produce un efecto gráfico característico.

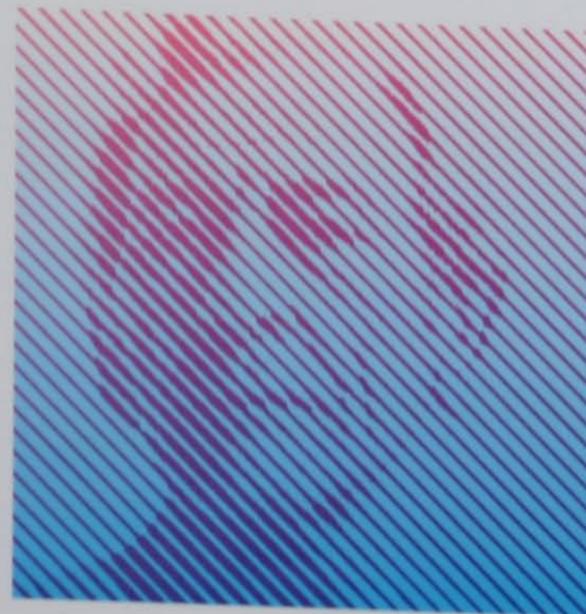


Imagen en magenta, impresa a un ángulo de 45 grados y que se ha sobreimpreso con una mezcla lineal gradual de cian a blanco.

Imagen Sobreimpresión de colores

Glosario

Entender la gran variedad de tipos de imagen que existen y aprender a incorporarlos en un diseño requiere un conocimiento de los términos técnicos y definiciones pertinentes que se utilizan para describirlos. Este glosario define parte de la tecnología común que se emplea cuando se trabaja con imágenes, así como algunos de los conceptos relacionados con esta terminología. La apreciación y el conocimiento de estos términos facilitarán una mejor comprensión del tema y el trabajo en equipo.

Algunos de los términos contenidos en el glosario hacen referencia a técnicas utilizadas en la producción de este libro; por ejemplo, en la cubierta frontal se ha aplicado un barniz UVI y las páginas 18-19, 22-23, 26-27 y 30-31 se han impreso con una serie de colores especiales.



Grados del papel

Diferentes grados de papel fotográfico producirán imágenes que tendrán diversos grados de contraste. El papel de grado 5 es el que reacciona con mayor rapidez y produce un contraste exagerado, mientras que un papel de grado 0 tarda más tiempo en reaccionar pero permite el desarrollo de tonos medios.

Fila superior, de izquierda a derecha: la misma imagen visualizada con los grados 0, 1 y 2, y fila inferior, de izquierda a derecha: la misma imagen visualizada con los grados 3, 4 y 5.

Analogía

Técnica visual que sugiere una idea mediante la representación de una sensación similar.

Ángulo de trama

Ángulo con el que los puntos de trama se alinean para la reproducción de una imagen.

Bitono

Bitono, tritono y cuadrifono son imágenes tonales producidas a partir de un original monotono que utilizan dos, tres o cuatro tonos de color.

Borde pixelado

Borde irregular que a menudo se ve en imágenes de mapas de bits.

Normalmente se debe a la pérdida de información a causa de una ampliación por encima de la capacidad de una resolución específica.

Brillo

Relativa claridad u oscuridad de una imagen.

Calado (*knockout*)

Hueco que se deja en la capa de tinta inferior para que la imagen sobrepuesta aparezca sin modificaciones de color producidas por la tinta de debajo.

Canales

Información en escala de grises que representa un color, normalmente uno de los primarios por sustracción, es decir, cian, magenta, amarillo y negro. Cada color tiene su propio canal, que se puede manipular de forma independiente.

Principales marcas de pruebas de imagen

Pasar a impresora	✓	Intensificar	^	Corregir	X
Reducir contraste	□	Mejorar registro	⊞	Color no uniforme	◐
Aumentar contraste	■	Mancha	✕	Suavizar	U
Mejorar detalle	▣	Volver a probar	△		

Color de proceso	Aumentar	Disminuir
Amarillo	Y+	Y-
Magenta	M+	M-
Cyan	C+	C-
Negro	B+	B-

Marcas de pruebas

Al igual que los correctores de galeras marcan los cambios de texto en una prueba de páginas, un editor artístico o un diseñador utilizará las marcas descritas arriba en pruebas de fotografías y otras imágenes para que se puedan realizar cambios indicados y así asegurar una calidad de reproducción correcta.

Capa de rascado

Capa de látex gris plateada que se imprime sobre un sustrato para ocultar deliberadamente parte del mismo y, así hacer que sea necesario eliminarla para descubrir la información de debajo.

CMYK

Cyan, magenta, amarillo (yellow) y negro (black) son los primarios por sustracción y los colores de proceso en cuatricromía.

Colage

Imagen creada mediante el pegamiento de materiales sobre una superficie.

Color especial

Tinta de impresión hecha especialmente para dar un color específico y evitar las limitaciones del proceso de impresión en cuatricromía.

Colores de proceso

Primarios por sustracción: cian, magenta, amarillo y negro utilizados en la reproducción a todo color.

Colores primarios

Rojo, verde y azul son los colores primarios de la luz, también denominados primarios por adición.

Continuidad visual

Agrupación de elementos de una imagen para indicar una semejanza o una relación entre ellos, o que se tratan de la misma forma.

Contraste

Nivel de separación tonal entre el blanco y el negro.

Corte (cut-up)

Técnica mediante la cual ilustraciones o fotografías se cortan físicamente y se disponen nuevamente para obtener un resultado más interesante y creativo.



Marcado

Marcar una imagen significa añadir marcas de pruebas a fin de comunicar instrucciones de corrección que se deben aplicar en las áreas específicas, como se puede ver arriba.

Cuadritono

Visas bitono.

Defectos de color (artifacts)

Los defectos de color o manchas, se pueden producir en imágenes guardadas como archivos JPEG cuando existe demasiada compresión.

Los defectos de color pueden hacer parecer que falta color en el borde de los objetos.

Degradado

Gradación que aumenta o disminuye los colores aplicados a una imagen.

Descubrimientos

Efectos visuales que se utilizan para mostrar parcialmente una imagen ocultando por algún motivo otras partes de ésta.

DPI (Dots Per Inch o puntos por pulgada)

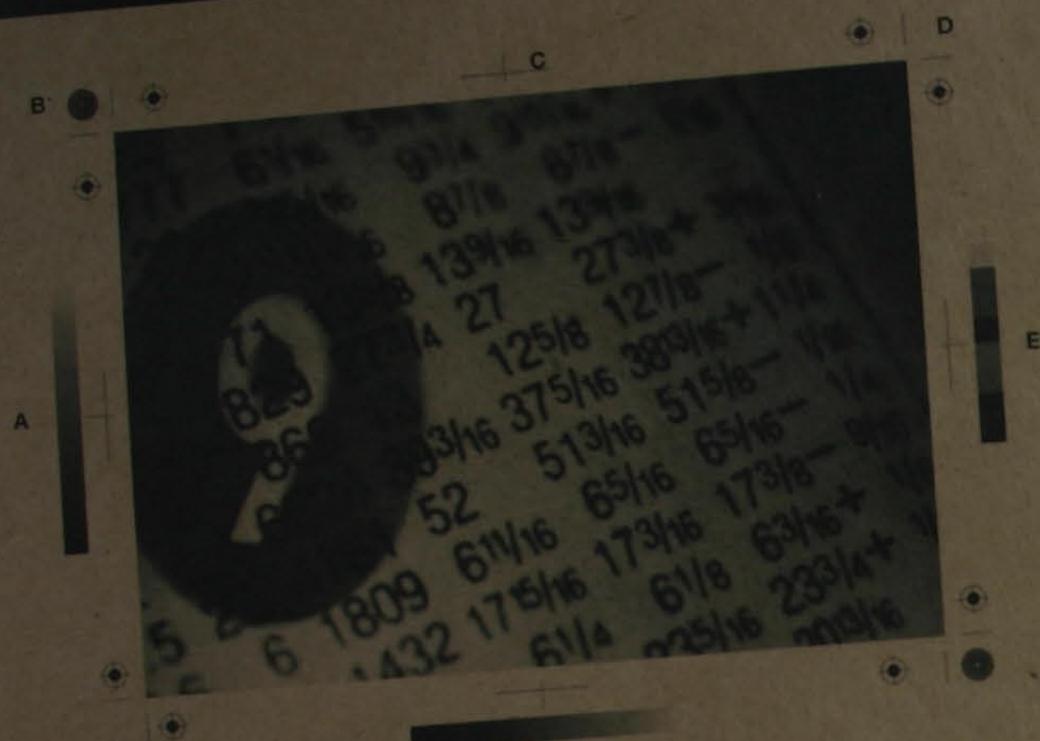
Medida de cuántos puntos de tinta puede depositar una impresora en una pulgada. El valor de trama para pantalla es de 72 DPI. Una resolución de 300 es el valor estándar en la impresión.

Escala de grises

Imagen que contiene sombras de gris que van del negro al blanco. Asimismo, es una escala tonal que permite controlar el tono de una impresora.

Esgrafiado

Procedente de palabra italiana sgraffiare, que significa "rascar", es una técnica que permite rascar la capa superficial de un color para dejar al descubierto el color de la capa inferior.



Pruebas de color

En los márgenes de las pruebas de color generalmente hay unas franjas para verificar los colores. Cada una de estas franjas sirve para comprobar una serie de elementos a fin de evaluar la precisión de la reproducción del color; por ejemplo, las marcas de registro se pueden revisar para comprobar si los colores se sobreimprimen correctamente.

A = marcas de calibración, B = marcas de registro, C = marcas de corte de centro
D = marcas de corte de esquina, E = tira de control del color.

Espacio de color

Forma de especificar un color; por ejemplo, HSL (*Hue, Saturation and Lightness* o tono, saturación y brillo), HSI (*Hue, Saturation and Intensity* o tono, saturación e intensidad) y HSV (*Hue, Saturation and Value* o tono, saturación y valor). RGB (rojo, verde y azul) y CMYK (cyan, magenta, amarillo y negro) son los espacios de colores utilizados en la industria de la impresión.

Extracción

Véase *silueteado*.

Filtro

Ajuste de luz de longitudes de onda específicas para modificar una imagen.

Fotograma o rayografía

Fotografía que se obtiene sin utilizar una cámara, situando un objeto encima de un material fotosensible y exponiéndolo a la luz.

Fotomontaje

Técnica que combina dos o más imágenes para crear una única imagen.

Grado de malla

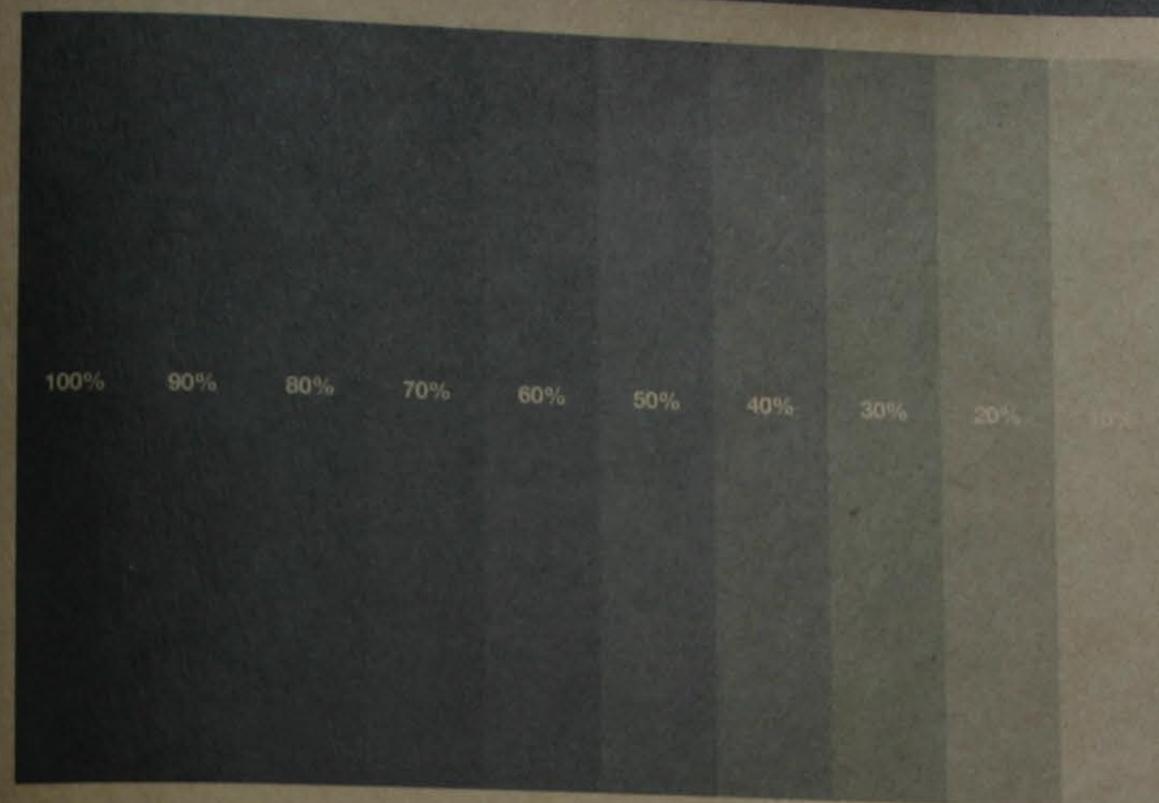
Grosor del hilo en una pantalla de serigrafía. Puede variar entre S (que produce un área abierta del 50-70 %) y HD (que produce un área abierta del 20-35 %).

Icono

Elemento gráfico que representa un objeto, persona u otra cosa. (Véase también *símbolo* y *pictograma*).

Ilustración

Imagen dibujada.



Línea

Cualquier parte de una imagen que se imprimirá con una tinta determinada. En este ejemplo sólo se utilizan impresiones en negro y líneas rotas o motivos para imprimir los porcentajes de gris.

Imagen vectorial

Imagen compuesta por múltiples objetos dimensionables individuales que se definen mediante fórmulas matemáticas. Son dimensionables pero no son adecuados para reproducir imágenes fotorealistas puesto que no pueden describir los tonos continuos y sutiles de una fotografía.

Impresión litográfica offset

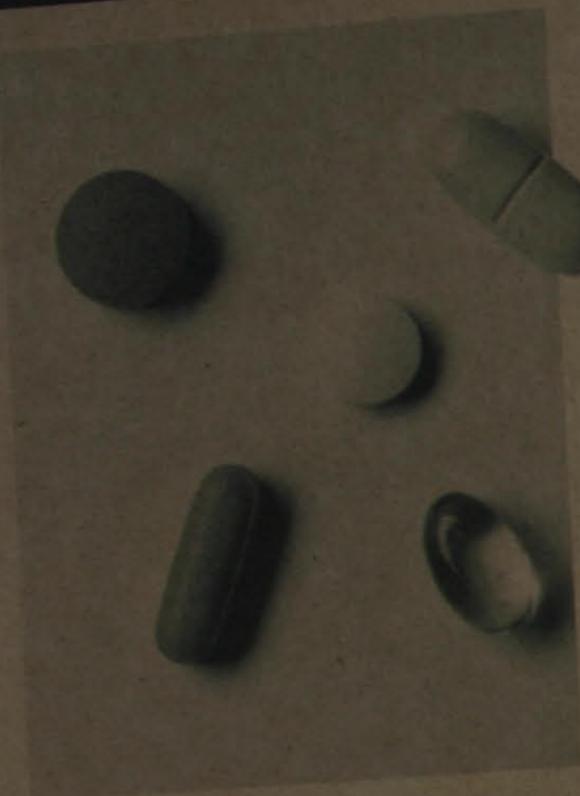
Proceso en cuatricromía que utiliza las tintas de impresión cyan, magenta, amarillo y negro para reproducir los tres primarios por adición.

Interpolación

Método para aumentar artificialmente el tamaño y la resolución de una imagen añadiendo información nueva, que se calcula realizando un promedio de valores conocidos en puntos de la imagen próximos.

Jeroglífico

Enigma visual en el que el participante debe descodificar un mensaje formado por imágenes, que se han utilizado para representar diferentes sílabas y palabras.



Silueteados / Extracciones

Los diseñadores con frecuencia siluetean o extraen una imagen para aislarla del fondo; esto permite utilizarla sola sin ninguna distracción o sobre otro fondo. Muchas imágenes comerciales que se utilizan hoy en día se obtienen mediante "trazados de recorte" (*clipping paths*), que permiten a un diseñador siluetear rápidamente áreas específicas de una imagen (normalmente, el fondo).

JPEG (*Joint Photographic Experts Group*)

Formato de archivo para guardar imágenes fotográficas. Un archivo JPEG contiene información de color de 24 bits (es decir, 6,7 millones de colores) y utiliza la técnica de la compresión para reducir información de la imagen. Es adecuado para imágenes con gradaciones de píxeles complejas, pero no para colores lisos.

Línea

Cualquier parte de una imagen que se imprimirá con una tinta determinada.

LPI (*Lines Per Inch* o líneas por pulgada)

Medida de la proximidad entre las celdas producidas por la cuadrícula de trama. La cuadrícula de trama se utiliza para crear puntos de trama en la reproducción de imágenes fotográficas.

Manipulación de imágenes

Aplicaciones de diferentes técnicas que se pueden utilizar para cambiar la apariencia de una imagen.

Mapa de bits

Una imagen de mapa de bits o tramada es un documento gráfico compuesto de elementos de imagen (*picture elements* o píxeles). Los mapas de bits se suelen utilizar para reproducir imágenes tonales detalladas.



Viñeta

Una viñeta puede ser una imagen con función ornamental y puede aparecer rodeada por un contorno oval que se difumina en el borde, aunque se pueden utilizar otras formas de contorno. Una viñeta sirve para aislar y resaltar el elemento central de una imagen como la mujer de la imagen superior.

Marcado

Hacer anotaciones en una prueba de imagen para comunicar instrucciones de corrección para áreas específicas.

Marcas de prueba

Símbolos que se anotan en una prueba para indicar los ajustes que se deben efectuar para obtener una reproducción correcta.

Metáfora

Figura retórica en la que se utiliza una palabra, frase o imagen para hacer referencia a algo que no se menciona literalmente a fin de sugerir una relación de semejanza.

Metonimia

Palabra o expresión que se utiliza como sustituto de algo con lo que está estrechamente relacionado o que utiliza una sola característica para identificar algo más complejo.

Moiré

Efecto producido por puntos de trama de color que tienen ángulos de trama incorrectos.

Monocromo

Imagen compuesta por varios tonos de un solo color.

Montaje

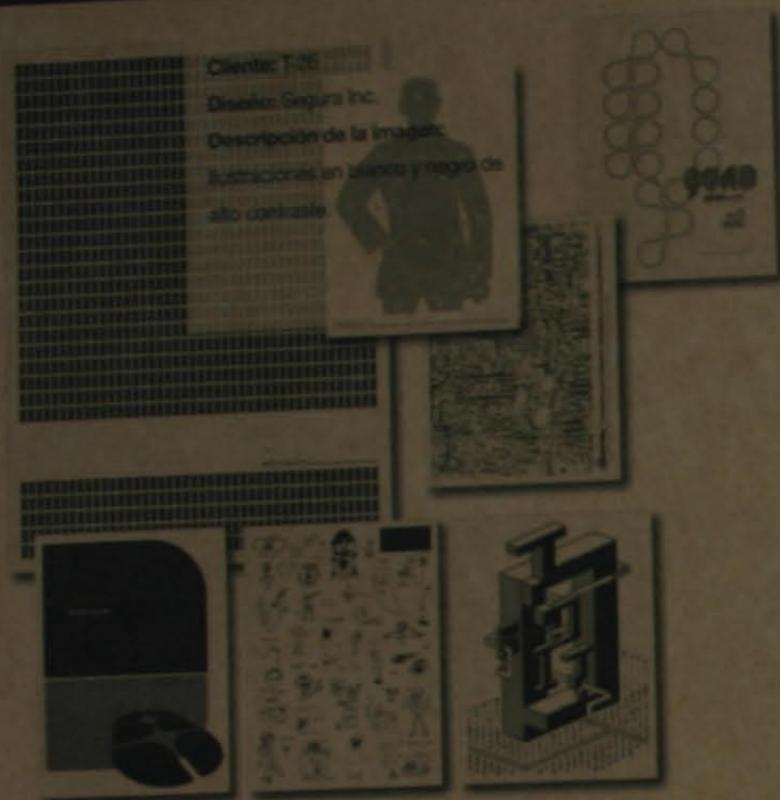
Composición pictórica creada mediante la yuxtaposición o superposición de varias imágenes o diseños para crear una imagen nueva.

Mosaico

Diseño geométrico repetido que cubre una superficie sin espacios ni superposiciones.

Número de malla

El número de hilos por pulgada en una pantalla de serigrafía. Cuanto más bajo es el valor, menor es el detalle.



Cliente: T-26
 Diseño: Segura Inc.
 Descripción de la imagen:
 Ilustraciones en blanco y negro de alto contraste.

T-26

Este material ilustrativo para T-26, un distribuidor de fuentes que forma parte del estudio de diseño Segura Inc., contiene unas ilustraciones gráficas destacadas para transmitir la característica de las fuentes eclécticas que produce la empresa.



Cliente: Pyramid Editions
 Diseño: F1@33
 Descripción de la imagen:
 Se han utilizado sombras para dar perspectiva a elementos gráficos.

Shadows

Esta obra, *Shadows (Sombras)*, representa una vista desde la Torre Eiffel. Las sombras se pueden utilizar para añadir una capa dimensional que ayude a localizar o fijar elementos gráficos dentro de un diseño para que no den la sensación de flotar. La imagen de arriba es una creación del estudio de diseño F1@33 que utiliza una serie de silueteados a los que se han añadido sombras artificiales para proporcionar expresamente una sensación exagerada de perspectiva.

Paradigma

Conjunto de suposiciones o valores comunes y prácticas que constituyen una manera de ver la realidad para la comunidad que los comparte.

Pastiche

Imitación del estilo de otra obra.

Pictograma

Elemento gráfico que describe una acción o una serie de acciones mediante referencias o pistas visuales. (Véanse también icono y símbolo.)

PPI (Pixels Per Inch o píxeles por pulgada)

Número de píxeles visualizados en una imagen.

Primarios por adición

Componentes rojo, verde y azul que, juntos, producen luz blanca.

Primarios por sustracción

Cyan, magenta y amarillo son los primarios por sustracción que, junto con el color negro, se utilizan para reproducir los colores rojo, verde y azul en el proceso de impresión en cuatricromía.

Proceso de impresión en cuatricromía

Método de impresión en cuatro colores que utiliza separación de colores y tintas de cyan, magenta, amarillo y negro.

Puntos de trama

Serie de puntos de tamaño diferente que se utilizan en impresión para reproducir los tonos de una fotografía.

Rayografía

Véase fotograma.

Recorte (cropping)

Técnica utilizada para recortar material de los bordes de una fotografía de modo que el foco se sitúe en una parte específica de ésta.

Rellenar

Rellenar un área de una imagen con un color, un motivo o una fotografía.

Reportaje

Estilo fotográfico que capta el momento definidor e instantáneo en que sucede algo en la vida real.

Resolución

Cantidad de información que contiene un archivo de imagen. Cuanta más información, mayor es el tamaño en que se puede realizar una reproducción de calidad. Se especifica en LPI, DPI o PPI.

Reventado de color (trapping)

Ajuste de las zonas de color, texto o formas para compensar los fallos de registro en la imprenta al superponerlas.

RGB

Rojo, verde y azul; los colores primarios por adición.

Ruido

Efecto que produce una degradación aleatoria y moderada de la calidad de una imagen, a menudo utilizado para reproducir el grano de una película fotográfica.

Saturación

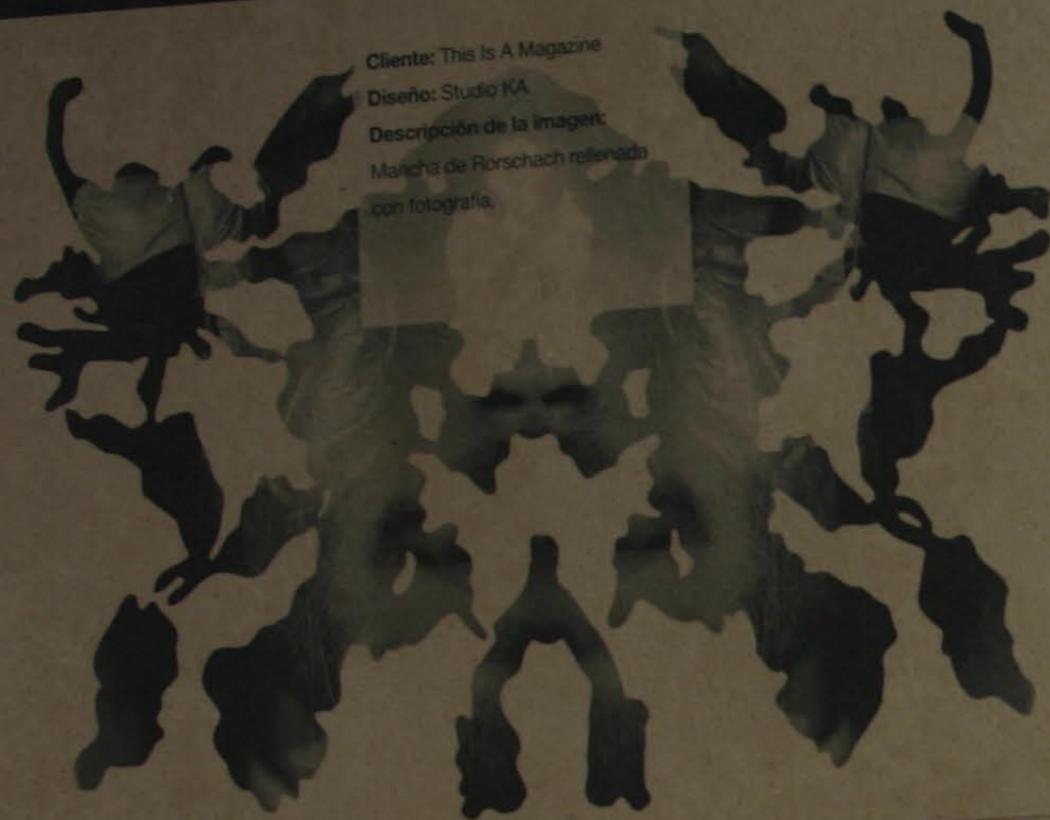
Saturación o cromaticidad es la fuerza o pureza de un color.

Secuencia

Serie de imágenes que proporcionan información sobre un proceso o para transmitir sensación de movimiento.

Semiótica

Estudio de los signos.



Cliente: This Is A Magazine
 Diseño: Studio KA
 Descripción de la imagen:
 Mancha de Rorschach rellena
 con fotografía.

Collezioni

Se trata de una imagen producida por Studio KA para *This Is A Magazine*. La imagen se creó a partir de una fotografía que se utilizó para llenar un dibujo de mancha de Rorschach. En los huecos de la mancha de Rorschach se han eliminado elementos pequeños de la superficie de la fotografía, de modo que el tema no sea tan evidente. Hermann Rorschach desarrolló el test de las manchas de tinta como una forma de análisis psicológico entre 1918 y 1922.

Separación de colores

Proceso de filtración de luz para obtener la información de los colores primarios por sustracción CMY, utilizada para producir las planchas de impresión.

Serigrafía

Método de impresión de bajo volumen en el que se pasa tinta a través de una malla que contiene una imagen y se aplica sobre un sustrato.

Silueta

Representación del contorno de una imagen cuando se sitúa sobre un fondo que contrasta.

Siluetado (*cut-out*)

Siluetado, o extracción, es el aislamiento de un elemento de una imagen del fondo para utilizarlo solo.

Símbolo

Elemento gráfico que comunica las ideas y los conceptos que representa más que indicar lo que realmente es. (Véanse también *icono* y *pictograma*.)

Simil

Figura retórica que compara una cosa con otra de un tipo diferente para sugerir una relación de semejanza.

Sinécdoque

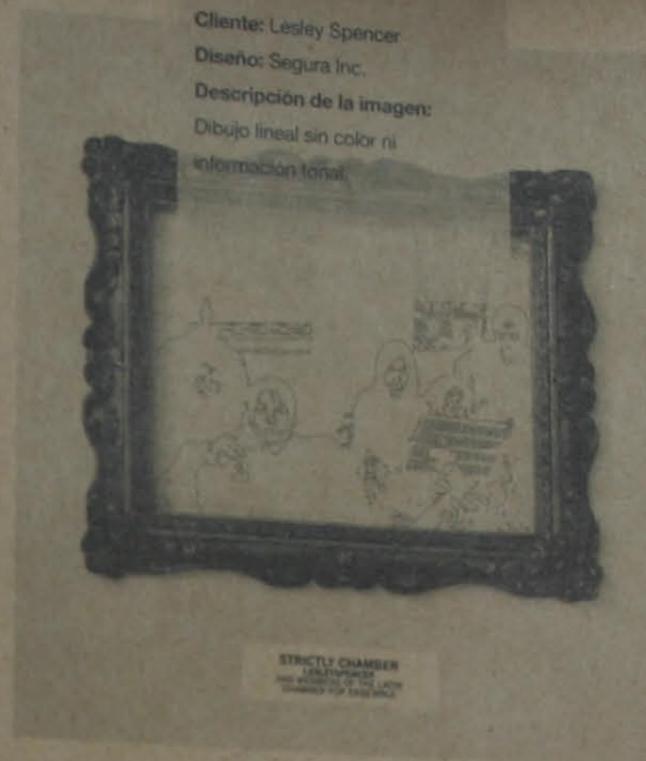
Figura retórica mediante la cual una palabra o imagen más global se sustituye por una menos global, o viceversa.

Sobreimpresión

Impresión de un color encima de otro.

TIFF (*Tagged Image File Format*)

Método flexible para almacenar imágenes tramadas y fotográficas.



Cliente: Lesley Spencer
 Diseño: Segura Inc.
 Descripción de la imagen:
 Dibujo lineal sin color ni
 información tonal.

Strictly Chamber

El diseño de la portada del CD *Strictly Chamber* de Lesley Spencer fue realizado por Segura Inc. y combina dibujos lineales del grupo con elementos fotográficos. La imagen tiene un marco decorativo y llama la atención del espectador por la ausencia de color o información tonal.

Tipograma

Uso del tipo para expresar una idea visualmente e incorporando algo más que únicamente las letras que forman la palabra.

Tira de control

Información en el margen de una prueba para comprobar la exactitud de una reproducción en color.

Tono

Color puro que no contiene ni blanco ni negro y se refleja o transmite desde un objeto.

Trama de color

Una imagen tramada se produce utilizando diferentes puntos de tramas de color.

Tritono

Véase *bitono*.

Trompe l'œil (*trampantojo*)

Técnica de imagen que engaña al observador y le hace creer que ve algo que no es.

Troquelado

Formas especiales que se recortan en un sustrato utilizando una cuchilla o troquel.

Valor tonal

Densidades relativas del tono de una imagen.

Viñeta

Imagen con función ornamental, humorística o narrativa que resalta en su contexto.

Vista o panorámica

Imágenes que proporcionan una visión ampliada del tema central.

Este libro ha intentado explicar e ilustrar los principios básicos de la utilización de la imagen. Las imágenes se pueden manipular e interpretar de muchas maneras para presentar perspectivas diferentes y la forma en que se presentan puede afectar de modo sorprendente el efecto de un diseño. La comprensión profunda de estos principios básicos, junto con conocimientos sobre formato, maquetación, tipografía y color, constituyen unas herramientas muy útiles que el diseñador puede utilizar para conseguir una enorme creatividad en sus trabajos.

Como hemos visto, las imágenes tienen un impacto sorprendente en un diseño. Se puede unificar un diseño mediante la aplicación de modificaciones sutiles, mientras que otras intervenciones más evidentes pueden servir para diferenciar los distintos elementos creativos.

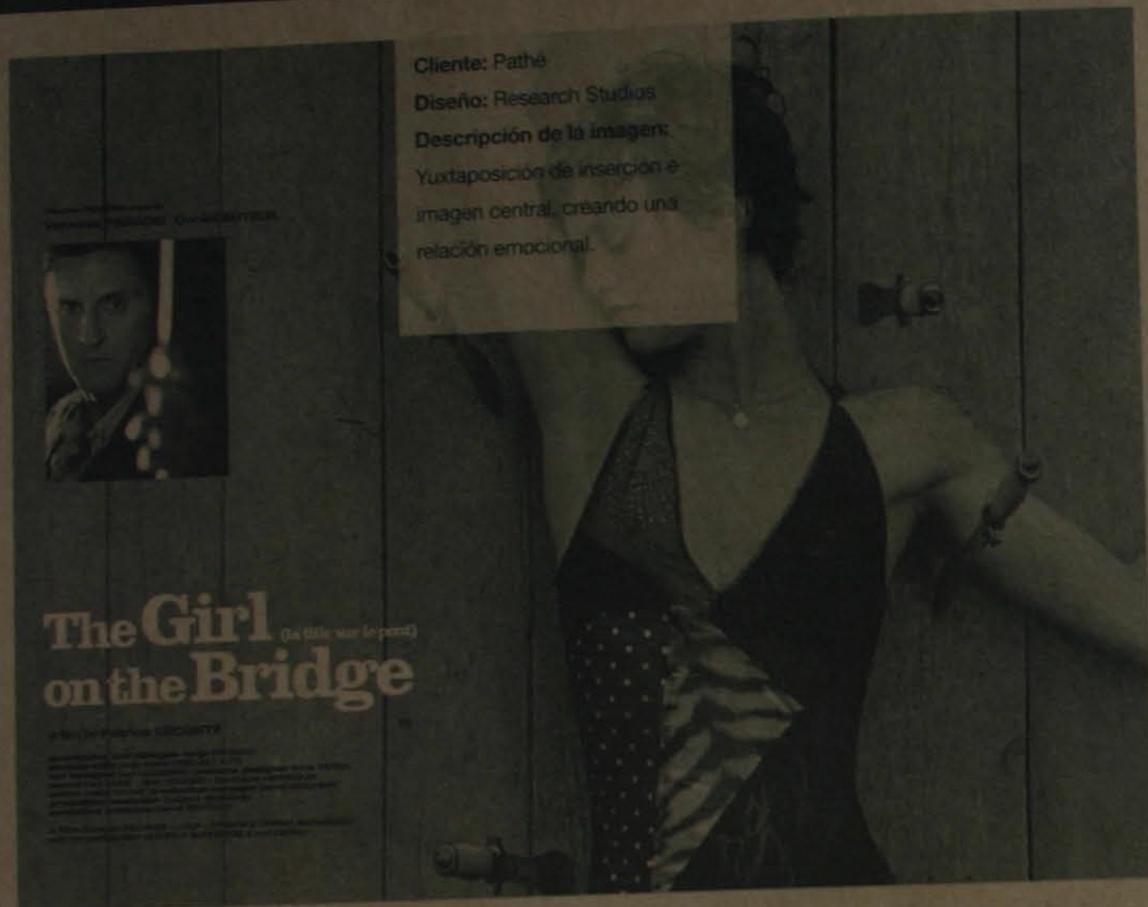
Los métodos y técnicas que se describen en este libro, en primer lugar, intentan proporcionar al lector una comprensión básica de qué es la imagen y cómo se puede utilizar de un modo creativo. En segundo lugar, y quizá lo más importante, este libro intenta mostrar la multitud de opciones que nos ofrecen las imágenes y esperamos que el conocimiento de estas opciones le haga pensar diferente a la hora de utilizar imágenes en sus futuros diseños.



Cliente: Segura Inc.
 Diseño: Segura Inc.
 Descripción de la imagen:
 Motivos sobreimpresos que recuerdan hojas de pruebas.

Segura Inc.

Estos artículos de papelería diseñados por Segura Inc. contienen motivos sobreimpresos que recuerdan las hojas de pruebas que se utilizan en un taller de impresión. Estos motivos decorativos vívidos producen un marcado contraste con el blanco del membrete y la nota de cortesía y transmiten una sensación de creatividad y experimentación simple.



The Girl on the Bridge

Este póster fue diseñado por Research Studios para promocionar la película *The Girl on the Bridge*. La fotografía insertada del hombre se ha yuxtapuesto ingeniosamente de modo que parece que está lanzando los cuchillos que rodean a la mujer de la imagen central. Esta sugerencia se acentúa todavía más ya que la cabeza de la mujer aparece ladeada hacia el hombre de la fotografía insertada, creando de este modo una relación entre los dos personajes.

Agradecimientos

Los autores desean agradecer la colaboración de todas aquellas personas que les han apoyado durante el proyecto, incluidos los muchos directores artísticos, diseñadores y creativos que se han mostrado tan generosos al permitir la reproducción de su obra. Agradecen especialmente la labor de todos los que han estado buscando, recopilando, guardando y redescubriendo algunas de las fascinantes creaciones presentadas en esta obra. Gracias a Xavier Young por su paciencia, determinación y habilidad para fotografiar los trabajos que aparecen en el libro y a Heather Marshall por posar. Y un agradecimiento final muy especial para Natalia Price-Cabrera, que ideó el concepto original de este libro, a Caroline Walmsley, Brian Morris y todo el personal de AVA Publishing que nunca se cansaron de oír sus peticiones, solicitudes y preguntas y que les apoyaron durante todo este tiempo.

Contactos

Agencia	Contacto	Número de página
3 Deep Design	www.3deep.com.au	64-65, 96-97
Aboud Sodano	www.aboud-sodano.com	21, 37
Aufuldish + Warinner	www.aufwar.com	157
Bis	www.bisdait.com	102-103
Blast	www.blast.co.uk	107
Blue Source	www.bluesource.com	108-109
Cartidge Levene	www.cartidgelevene.co.uk	98-99, 140-141
Faydherbe / De Vringer	www.ben-wout.nl	44, 126-127
Fl@33	www.flat33.com / www.agatheHD.com	40, 51, 63, 122-123, 130, 169
Form Design	www.form.uk.com	76, 82-83
Frost Design	www.frostdesign.co.uk	155
Gavin Ambrose	www.gavinambrose.co.uk	55, 94-95, 150-151
HGV Felton	www.hgvfelton.com	47
Howdy	www.howdy-partners.com	136-137
Intro	www.introwebsite.com	7, 41, 76-77
Iris Associates	www.irisassociates.co.uk	39
KesselsKramer	www.kesselskramer.com	38, 88-89, 101, 104-105, 110-111
Lobo	www.lobo.cx	112-113
MK12	www.mk12.com	66-67
North	www.northdesign.co.uk	48-49
Pentagram	www.pentagram.co.uk	32-33, 72-73, 132-133
Research Studios	www.researchstudios.com	17, 25, 50, 78-79, 125, 148-149, 174
Rose Design	www.rosedesign.co.uk	58-59
Roundel	www.roundel.com	60-61, 138
Sagmeister Inc.	www.sagmeister.com	57, 81, 92-93, 146-147
Segura Inc.	www.segura-inc.com	45, 102, 134-135, 142-143, 168, 171, 173
Spin	www.spin.co.uk	130-131
State Design	www.statedesign.co.uk	139
Still Waters Run Deep	www.stillwaters-rundeeep.com	86-87
Studio KA	www.karenandy.com	3, 10-11, 19, 42-43, 52-53, 65, 90-91, 106, 114-115, 118-119, 170
Studio Myerscough	www.studiomyerscough.co.uk	116-117
The Kitchen	www.thekitchen.co.uk	35
Why Not Associates	www.whynotassociates.com	120-121, 145

BASES DEL DISEÑO: Imagen

La colección BASES DEL DISEÑO explora las posibilidades creativas de los principales conceptos del diseño gráfico, a través de una completa galería de ejemplos, agrupados por temas. Los innovadores trabajos que se presentan, creados por grandes profesionales contemporáneos, se acompañan de explicaciones técnicas, esquemas y consejos que permiten al lector comprender y asimilar el proceso realizado.

Otros títulos de la colección: Formato, Layout, Tipografía y Color

Algunos de los conceptos que se tratan en este libro son:

Resolución, CMYK y RGB, mapas de bits y vectores, separación en cuatro colores, colores especiales, bitonos, control de imágenes tonales, controles de imagen, canales, serigrafía, ilustración, fotografía, filtros, descubrimientos, coloración de imágenes, semiótica, significado connotativo y denotativo, tipograma, sinécdoque, metáfora, metonimia, símil, analogía, paradigma, continuidad, yuxtaposición, vista, motivo, reportaje, secuencia, manipulación, fotomontaje, colage, montaje, recorte, *trompe l'oeil* (trampantojo), puntillismo, silueteado, iconos, símbolos, pictogramas, fotogramas, tramas, tramas de color, sobreimpresión, sobreimpresión de colores.

Con trabajos de

3 Deep Design, Aboud Sodano, Aufuldish + Warinner, Bis, Blast, Blue Source, Cartlidge Levene, Faydherbe / De Vringer, FI@33, Form Design, Frost Design, Gavin Ambrose, HGVFelton, Howdy, Intro, Iris Associates, KesselsKramer, Lobo, MK12, North, Pentagram, Research Studios, Rose Design, Roundel, Sagmeister Inc., Segura Inc., Spin, State Design, Still Waters Run Deep, Studio KA, Studio Myerscough, The Kitchen, Why Not Associates.

Gavin Ambrose es diseñador gráfico. Se licenció en Comunicación en la Universidad Central St. Martins de Londres, y posteriormente trabajó como diseñador autónomo para diversas agencias de diseño. Actualmente tiene clientes del sector de las artes, galerías, editores y agencias de publicidad, y es autor y diseñador de otros libros sobre diseño, identidad corporativa y embalaje de productos.

Paul Harris se diplomó en el London College of Printing. Es escritor y editor autónomo. Ha colaborado en revistas y periódicos en Londres y Nueva York, como Dazed & Confused. También es autor de varias obras sobre diseño de embalajes.

010951



www.parramon.com

ISBN: 84-342-2854-8



9 788434 228542