



Liceo Técnico Santa Cruz de Triana
"Diseñando Sueños, Construyendo Futuro"

Contacto Profesores
(Consultas y envío de trabajos);
michelle.caroca.acevedo.85@gmail.com
patricio.zamorano20@gmail.com

Guía "Imagen, Gama Cromática y Tipografía"

La Imagen!

La imagen o imagen digital digital ha sido uno de los principales avances en la historia de la fotografía. Hoy en día estamos constantemente bombardeados por multitud de imágenes digitales. La publicidad es una gran muestra de ello. No sólo nos referimos a la publicidad que podemos encontrar en los spots publicitarios de la televisión sino también, de todos los carteles que encontramos por la calle en cualquier cafetería o tienda, en centros comerciales con pantallas gigantes que muestran imágenes digitales interactivas, en empresas con sus propios logos o tarjetas de contacto, etc. Estos son algunos de los muchos medios donde podemos encontrar imágenes.



Características de la imagen digital que consideramos más importantes y se deben conocer. Esperemos que con estas definiciones puedas entender mejor este concepto y nos adentremos más en este magnífico mundo digital y el trabajo análogo.

1. **Píxel:** Un píxel es cada uno de los puntos o elementos más pequeños que forman una imagen. El color que compone cada píxel se obtiene mediante tres colores. El rojo, el verde y el azul. Este esquema de colores se conoce como **RGB** (Red/Green/Blue). La combinación de estos tres colores pueden reproducir más de 16 millones de colores. Así pues, el tamaño de una imagen digital suele expresarse como el producto del número de píxeles en horizontal y en vertical. Aunque nosotros conocemos más el concepto de **megapíxel**, el cual equivale a un millón de píxeles. Un píxel no tiene una medida concreta, simplemente es la medida de división de una retícula en celdillas. Es por eso que el tamaño del píxel varía en cada dispositivo, creando así las diferentes resoluciones de una imagen digital, de las que hablaremos en el siguiente punto.
2. **Resolución:** La resolución de una imagen digital nos indica el nivel de detalle con el que puede observarse la misma. Este término se utiliza para definir la nitidez de una imagen digital. Tener mayor resolución se traduce en tener una imagen digital con más detalle y calidad visual. Como hemos comentado en el punto anterior, el tamaño de los píxeles varía en cada dispositivo, creando así diferentes resoluciones de pantalla en una imagen digital, donde podemos encontrar más resolución en una u otra. Un buen ejemplo de esto se basa en dos imágenes digitales con la misma cantidad de píxeles pero de diferentes tamaños. La imagen más pequeña contendrá mayor resolución y se verá más nítida. Cuando hablamos de resolución de una imagen digital en una pantalla de un dispositivo, nos podemos referir al término de densidad de pantalla o puntos por pulgada (ppp). Entonces, podemos decir sin temor a equivocarnos, que la imagen digital más pequeña tendrá una densidad de píxeles más alta, lo que se traduce como una mayor nitidez de la misma.



Liceo Técnico Santa Cruz de Triana

"Dise

- Tamaño:** El tamaño de la imagen digital va completamente relacionado con los píxeles de la misma. Cuanto más píxeles tenga una imagen digital, más grande la podremos hacer. El tamaño de la imagen digital se define con las dimensiones en píxeles.
- Tipos y formatos de imagen:** Conocer los tipos y formatos de imagen digital que hay hoy en día, nos va ayudar a saber trabajar con los mismos adecuadamente para poder visualizar, guardar y compartir cualquier imagen digital de la mejor manera posible. Tenemos muchos formatos de imagen digital disponibles en la actualidad, de los cuáles, los más utilizados y conocidos son JPEG, PNG, TIFF o RAW. Sólo es cuestión de investigar un poco sobre cada formato para utilizar el que mejor se adecue a nuestras necesidades.
- Profundidad de color:** La profundidad de color de una imagen digital es otra de las características que debes conocer. Simplemente es el número de bits utilizados para almacenar información sobre el color de cada píxel en una imagen digital. También se conoce como la profundidad de color o bits por píxeles (bpp).
- Compresión:** Esta característica nos permitirá poder comprimir nuestra imagen digital para poderla guardar, enviar y compartir de manera más rápida, ya que la descarga de la misma será más rápida debido a que el archivo que enviemos será menos pesado. Aún así, debemos señalar que en la compresión siempre hay pérdidas, ya que disminuye el tamaño de la imagen en detrimento de su calidad.
- Modelo de color:** El modelo de color es el color de cada píxel dependiendo del modelo empleado. Como hemos comentado en el punto número 1, el más habitual es el RGB que, combinando diferentes intensidades de los tres colores (rojo, verde y azul), obtiene toda la gama de colores.
- Relación aspecto:** La relación es otra de las características de la imagen digital. Si bien esta característica es más técnica para los profesionales en el sector fotográfico, vale la pena conocerla. Simplemente es la relación entre la anchura y la altura de una imagen digital. Se calcula dividiendo la anchura por la altura y se expresa como X:Y.

Vamos recordando...Gama Cromática

El color es una herramienta básica para comunicar cualquier mensaje de forma eficaz, es considerado por expertos como el alma del diseño. Si bien el color es un efecto de luz, su función simbólica y carácter es sin duda su mayor fuerza, expresando emociones, estados de ánimo, sabores; así como sugerir acciones y crear efectos.



El color además despierta la atención del espectador, la recordación e identificación del objeto que lo contiene. Manejar correctamente un sema cromático será el éxito u olvido del mensaje.

¿Cómo Aprovechar EL PODER DE LOS COLORES?

La gama cromática se divide en 3 principales grupos.

Primarios, Secundarios y Terciarios

La mezcla entre primarios dan los secundarios, la mezcla entre primarios y secundarios dan los terciarios.

- Colores primarios pigmento: Rojo (magenta), amarillo y azul (cyan)
- Colores primarios luz: Verde, rojo naranja y el azul violeta.
- Colores secundarios: Naranja, violeta y verde
- Colores terciarios: Naranja rojizo, naranja amarillento, verde amarillento, verde azulado, violeta azulado y violeta rojizo.

Los **COLORES TERCIARIOS** se forman mezclando partes iguales de colores primarios con su color secundario adyacente inmediato.

Los seis **COLORES TERCIARIOS** son entonces, -Amarillo- Naranja (AN)-Rojo-Naranja (RN)-Rojo-Violeta (RV)-Azul-Violeta (AV)-Azul-Verde (AV)-Amarillo-Verde (AV) Los colores cálidos (amarillos y rojos) tienen un efecto estimulante y dan la impresión de que avanzan, que se adelantan de la superficie que los contiene. Esto provoca sensación de cercanía. Son colores vitales, alegres y activos. Por el contrario, los colores fríos (azules, verdes y violetas) producen una acción relajante y un efecto de retroceso, alejamiento, generando sensación de distanciamiento. Producen una impresión de reposo y calma, y utilizados solos pueden dar efecto de poca intimidad y de tristeza.

En habitaciones grandes los colores cálidos y oscuros ayudan a disminuir visualmente el espacio. En un esquema de líneas predominantemente horizontales, los colores cálidos sirven para aumentar aparentemente el tamaño de los muebles y elevar los techos. En tanto los colores fríos y los tonos claros nos permiten agrandar el lugar. Un pasillo estrecho, por ejemplo, adquiere aspecto de mayor anchura si está pintado con un color frío. No solo podemos combinar colores para obtener otros colores, también los podemos combinar para neutralizar, o contrarrestar un color de otros.

Saber neutralizar y contrarrestar los colores entre sí es importante para asesorar sobre un determinado tono. Color Importante en TINTURACIÓN.- MARRÓN



Dato...

**MANEJO DE
COLOR!!**

La mezcla en partes iguales de los tres colores primarios producirán NEGRO. Cuando se combinan en partes desiguales formarán el MARRÓN. El tono del marrón variará de acuerdo con las proporciones de los colores primarios.



Liceo Técnico Santa Cruz de Triana

Por ejemplo mayor cantidad de rojo creará un marrón rojizo, más amarillo resultará un marrón claro y si el azul lleva la mayor proporción será un marrón frío. Es importante tener en cuenta que las leyes de color que hemos definido se refieren a pigmentos de color.

Colores Complementarios, y a la vez Contrapuestos. Otra relación importante que se desprende de la gama cromática en círculo, es que los colores que se encuentran directamente opuestos o más alejados, es decir a ambos extremos del círculo, son llamados colores complementarios y al ser mezclados entre sí estos se tornan grises o pardos o se neutralizan mutuamente. Al mismo tiempo, a la vista, los mayores contrastes de color se dan precisamente entre los colores llamados complementarios. De esta forma, podemos decir que la valoración de un color no puede definirse por su propia intensidad, sino en relación a los valores de los colores que le son próximos.

SIGNIFICADO DE LOS COLORES DEBE CONSIDERAR EN TODA PROPUESTA GRÁFICA

Es muy importante conocer y manejar adecuadamente cada tono del círculo cromático, por ello en nuestra segunda publicación sobre color presentamos el significado, combinaciones y características de cada uno de ellos para el mejor desempeño y calidad.

Blanco: Se asocia con la bondad, la inocencia, la pureza, la virginidad, seguridad, y limpieza. En publicidad, al blanco se le relaciona con la frescura y la limpieza porque es el color de la nieve. En la promoción de productos de alta tecnología, el blanco puede utilizarse para comunicar simplicidad. Es un excelente color de fondo.

Amarillo: Es el color más claro de toda la gama, atrae la atención y es amable. Representa la alegría, la felicidad, la inteligencia, frescura, luz y energía. Es un tono que mezclado con otro, preferentemente oscuro, genera un gran contraste. El amarillo limón contiene una frescura más aguda que un amarillo puro, los amarillos apagados dan la apariencia de antigüedad y la sensación de nostalgia. El exceso de este color da la apariencia de enfermedad y de incomodidad. Es muy adecuado para promocionar productos para los niños y para ratos de ocio.

Naranja: Es un color que siempre atrae la mirada, combina la energía del rojo con la felicidad del amarillo. Se le asocia a lo cálido, vibrante, vivo y claro. Es ideal para generar una atmósfera tropical o exótica. Representa entusiasmo, felicidad, atracción, creatividad, determinación, éxito, ánimo y estímulo. Es un color que produce sensación de calor. No es un color tan agresivo como lo puede ser el rojo. Es cítrico, se asocia a la alimentación sana y al estímulo del apetito. Es muy factible para promocionar productos alimenticios y juguetes. Su color complementario es el azul. El uso excesivo de este color puede generar fatiga para el que lo contempla, es recomendable su uso en ciertas partes del diseño como acento visual.

Rojo: Es el color de las emociones; pasión, fuerza y la masculinidad. Los rojos vivos y fuertes pueden simbolizar sangre, ira, fuego y sexo. Tiene una visibilidad muy alta, por lo que se suele utilizar en avisos importantes, prohibiciones y llamadas de precaución. Si se usa un tono más oscuro da un aspecto discreto, reduce su agresividad. El rojo puede ser cálido o frío dependiendo del grado de saturación. Buena legibilidad sobre blanco. En publicidad se utiliza para provocar sentimientos eróticos. Símbolos como labios o uñas rojas, zapatos, vestidos, etc. son arquetipos seductores en la comunicación visual.

Púrpura: Aporta la estabilidad del azul y la energía del rojo. Se asocia a la realeza y simboliza poder, nobleza, lujo, ambición, alto rango y excelencia. Aplicado con el oro y la plata se torna lujoso y caro. El color púrpura también está asociado con la sabiduría, la creatividad, la independencia, la dignidad. Si se usa de manera estratégica en ciertas partes del diseño se crea una atmósfera de misterio, intriga o sexualidad. En su tono más claro como lila representa un ambiente romántico, femenino, espiritual y tranquilo. Es muy utilizado el lila para productos infantiles o con características de suavidad y delicadeza.



Liceo Técnico Santa Cruz de Triana

Marrón: Representa la vida sana y honestidad. Entre su gama se encuentran cobrizos; (rojos), marrones verdosos, marrones tostados (casi negros) En su forma más clara el café pálido, beige y ante. Se le asocia a lo cálido, tranquilizante, confortable y buena salud. Se utiliza para dar al diseño un tono rustico y tranquilizante. Combinado con azul puede connotar riqueza.

Azul: Sugiere serenidad y pureza, en su forma viva representa cielo y agua, connotando frescura, limpieza, frialdad, y pureza. Es ideal para productos de limpieza y para bebidas refrescantes. El azul es un color frío que presenta mayor contraste con su misma gama de tono. Un azul claro puede ser suave, entre más oscuro evocara la idea de nocturnidad. Se suele asociar con la estabilidad y la profundidad. Representa lealtad, confianza, sabiduría, inteligencia, fe, verdad y cielo eterno. Con un poco de rojo se tornará cálido. Su complementario es el color naranja.

Verde: El verde es el color de la naturaleza por excelencia. Representa armonía, crecimiento, exuberancia, fertilidad, paz, tranquilidad y frescura, además de ser un tono vivo, fuerte y de carácter tecnológico. Los verdes oscuros dan la sensación de tradición, lujo y buena calidad. Su color complementario es el rojo. Si contiene un poco de azul adquiere un aire deportivo y activo. Su asociación a la naturaleza es ideal para promocionar productos de jardinería, turismo rural, actividades al aire libre o productos ecológicos y productos frescos. Un verde claro es utilizado en productos de salud o cuidado sanitario por su efecto tranquilizante para el espectador. Negro: Representa poder, elegancia, formalidad, muerte y misterio. También connota autoridad, fortaleza e intransigencia. Se le asocia al prestigio y la seriedad. Sirve para contrastar la mayoría de los colores, en particular cromas claros como el amarillo.

TIPOGRAFÍA Y + mÁs



Más de medio siglo después de la invención de la imprenta moderna el diseño de tipografías sigue siendo uno de los retos más desafiantes e ilusionantes a los que se puede enfrentar un diseñador. La legibilidad, espaciado y coherencia estilística de cada uno de los caracteres hacen que cada alfabeto comunique de una manera a través de sus formas, algo en lo que trabajan con amor y pasión Daniel Hernández y Luciano Vergara, fundadores de Latinotype, la primera fundición tipográfica de Chile. Se han especializado en diseño de tipografías para retail y a medida y cuentan con clientes como Starbucks, Royal Caribbean International, Movistar o Converse, entre muchos otros. Además, sus tipografías inspiradas en el imaginario de América Latina se pueden encontrar online en catálogos como los de MyFonts, FontShop o Fonts.com.

La tipografía está en donde quiera que mires: en los libros que lees, en los sitios web que visitas, en letreros, en señales de tránsito y empaques de productos. Sencillamente, es el estilo o la apariencia del texto. También puede referirse al arte de trabajar con él, algo que probablemente haces todo el tiempo si creas documentos u otros proyectos para ti, tu trabajo o tu escuela.

Puede ser intimidante al comienzo, pero es más fácil de lo que parece. Solo necesitas saber un poco sobre el tema para marcar una diferencia en las cosas que haces diariamente.



Liceo Técnico Santa Cruz de Triana
"Diseñando Sueños, Construyendo Futuro"

Veamos primero algunos tipos comunes de fuentes y lo que necesitas saber sobre ellas:

- Las fuentes de *Serif* tienen pequeños trazos, llamados serifas, pegados en la parte principal de la letra. Por su aspecto clásico, son una buena opción para proyectos más tradicionales. También son comunes en publicaciones impresas, como revistas y periódicos.



- Las fuentes **Sans serif** no tienen ese trazo extra, de ahí el nombre, que en francés significa "sin serifas". Este estilo es considerado más limpio y moderno. Además, es más fácil de leer en las pantallas de los computadores, los teléfonos inteligentes y las tabletas.
- Las **tipografías de visualización** tienen muchos estilos, como cursiva, negrita, mayúscula y fuente de lujo. Este tipo de letras suelen utilizarse para textos pequeños debido a su naturaleza decorativa. Por ejemplo, títulos, encabezados y diseños gráficos complejos.

¿Qué tener en cuenta al elegir un tipo de letra?

En cierto modo, las fuentes tienen su propio idioma, ya que pueden ser casuales, neutrales, exóticas o gráficas. Es importante que pienses en tu mensaje y elijas una fuente que se ajuste a él.

Algunas tipografías vienen con otras características, como las fuentes *Comic Sans*, *Curlz*, *Papyrus*, etcétera. Lo malo con estas es que tienen la reputación de estar pasadas de moda y sobreutilizadas. Si las quieres usar, piénsalo dos veces y considera buscar otra opción. Hay muchas fuentes con apariencias similares y con menos probabilidades de desviar tu mensaje.

Al decidir qué fuentes usar, menos es más. Es decir, es mejor limitarte a una o dos fuentes por proyecto. Por ejemplo, si necesitas más contraste, intenta repetir tus fuentes en un tamaño, peso o estilo diferente. Este truco es bueno para crear combinaciones interesantes y funcionales.





Liceo Técnico Santa Cruz de Triana
"Diseñando Sueños, Construyendo Futuro"

Probablemente has escuchado el dicho: "los opuestos se atraen". Bueno, lo mismo pasa con las fuentes. Puedes combinar tipos de letra diferentes pero complementarias, como *sans serif* con *serif*, corta con alta o decorativas con simples. Esto puede parecer extraño, pero tranquilo, mira otros diseños para inspirarte y ponerlo en práctica.

Jerarquía, Interlineado, Espaciado e Interletraje.

Para algunos con más experiencia, estos conceptos son esenciales al diseñar algo. Pero como principiante, no es necesario que sepas todo sobre estos, aunque no está de más que los tengas presentes en tu trabajo y cuando hables de diseño.

La jerarquía es utilizada para guiar el ojo del lector a lo más importante. En otras palabras, le muestra dónde comenzar y a dónde ir, usando diferentes niveles de énfasis.



Establecer una jerarquía es simple: decide qué recursos quieres que el lector note primero y luego haz que se destaquen. Los elementos más importantes suelen ser más grandes, más gruesos o diferentes de alguna manera. Recuerda que es mejor mantener una forma sencilla y usar solo algunos estilos complementarios.

El interlineado es el área entre las líneas del texto, también conocido como espacio vertical. Si no estás seguro de cuánta distancia debes dejar, no te preocupes, el valor predeterminado usualmente es el correcto. El objetivo es hacer tu texto cómodo de leer. Mucho o muy poco espacio puede ser molesto para el lector.



El espaciado es la distancia general entre los caracteres o letras. La mayoría de los programas permiten reducir o aumentar esto según tus necesidades. En algunos diseños, puedes ajustar el espacio para crear cierto efecto. También puede ayudarte a entender y arreglar las fuentes que están mal espaciadas.

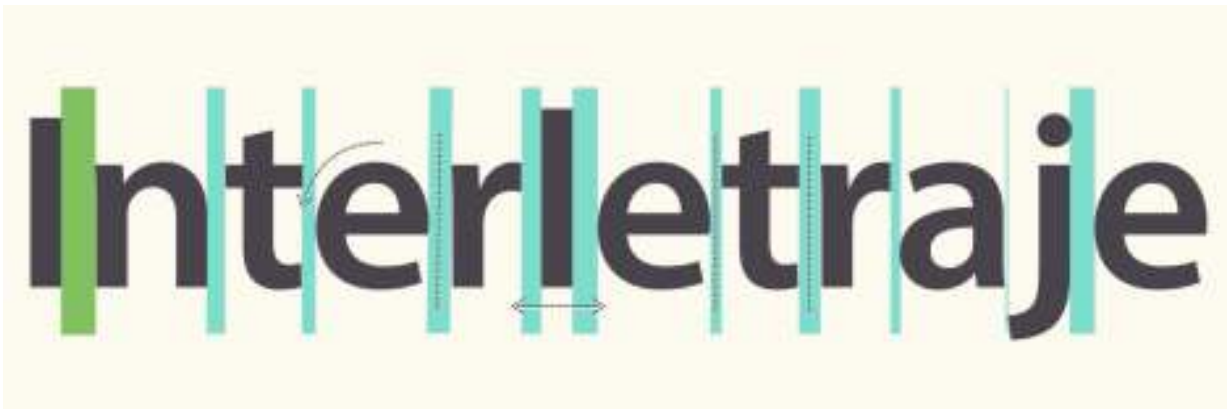


Liceo Técnico Santa Cruz de Triana
"Diseñando Sueños, Construyendo Futuro"

Espaciado



El **interletraje** es el espacio entre letras específicas. A diferencia del espaciado, cambia en el transcurso de la palabra porque cada letra encaja diferente. Algunas fuentes tienen mal interletraje, lo que hace que las letras se vean mal espaciadas. Si utilizas una fuente que tenga esto, es mejor elegir otra.



Un texto bien diseñado puede significar la diferencia entre un proyecto ordinario y un proyecto extraordinario, incluso si estás comenzando en el diseño. Todo lo que necesitas es interesarte en la tipografía, así serás más eficiente y podrás hacer mejor tu trabajo.

Familias **Tip**ográficas: *Qué son y cómo elegir la fuente correcta*

una familia tipográfica es un conjunto de signos alfabéticos y no alfabéticos con características estructurales y estilísticas comunes, que permiten reconocerlas como pertenecientes a un mismo sistema.

Los signos alfabéticos que componen la familia tipográfica son letras mayúsculas, mayúsculas tildadas, minúsculas y minúsculas tildadas; mientras que los no alfabéticos son los números, los signos de puntuación y los signos comerciales.

Existen diferentes familias tipográficas. Algunas de ellas tienen más de quinientos años, otras surgieron en la gran explosión creativa de los siglos XIX y XX, otras son el resultado de la aplicación de las computadoras a la imprenta y al diseño gráfico digital, y otras han sido creadas explícitamente para su presentación en la pantalla de los monitores.

*** ROMANAS * PALO SECO * ROTULADAS * DECORATIVA**



Liceo Técnico Santa Cruz de Triana
"Diseñando Sueños, Construyendo Futuro"

Clasificación de fuentes tipográficas DIN 16518-AtypI

Clasificación por familias			
Romanas	Palo Seco	Rotuladas	Decorativas
Antiguas	Lineales sin modulación	Caligráficas	Fantasia
Transición	Grotescas	Góticas	Epoca
Modernas		Cursivas informales	
Mecanos			
Incisas			

Observa Ahora!!

Que ya conoces las familias tipográficas, veamos en qué se diferencian entre sí.

Fuentes Decorativas

Antiguas
Transición
Modernas
Mecanos
Incisas

Fuentes Palo Seco
Lineales
Grotescas

Fuentes Rotuladas

caligráficas
Góticas
Cursivas

Fuentes Decorativas

Fantasia
Época

Ya sabes y tiene conocimiento, que en diseño todo tiene relación **¿Alguna vez encontraste un diseño que a simple vista te parecía sencillo y pensaste: «eso podría hacerlo yo mismo»?**, ahora llega el minuto de hacerlo y demostrar tu creatividad.