

Fundamentos de Diseño

1 - Diseño gráfico y diagramación

Podemos considerar al diseño gráfico como la: organización armoniosa de elementos gráficos con el objetivo de cumplir una función de comunicación visual. Esos elementos gráficos son el texto y la imagen. Estos dos elementos convierten al mensaje impreso en un mensaje bimedia, en el decir de Moles éste sería, por lo tanto, un mensaje multimedia.

El diseño gráfico se concibe para ser plasmado sobre soportes bidimensionales: papel, cartón, plástico, etc.; sin embargo estos soportes pueden ser convertidos a objetos tridimensionales: envases, dispensadores, merchandising, etc. Esto significa que el diseñador también tiene una concepción tridimensional con respecto al uso del diseño. Habría que concordar con Moles cuando afirma que un libro, un folleto, una revista o un periódico, desde el momento que es manipulado para ser observado adquiere un carácter tridimensional, el desglose, el paso de una página a otra implican factores ergonómicos previos en su concepción.

Diagramación

Diagramar es distribuir, organizar los elementos del mensaje bimedia (texto e imagen) en el espacio bidimensional (el papel) mediante criterios de jerarquiza-

ción (importancia) buscando funcionalidad del mensaje (fácil lectura) bajo una apariencia estética agradable (aplicación adecuada de tipografías y colores).

La diferencia

Los conceptos diseño y diagramación involucran el problema de la composición. En realidad, la diferencia entre uno y otro es el papel que cumple cada uno en la edición periódica de la publicación. Mientras que el diseñador establece las pautas de la diagramación: formato, cajas de diagramación, tipografías, tamaño, estilo, formateo de párrafos, sangrías; propone color corporativo para textos, tratamiento de la imagen (sangrados, recuadros o aplicaciones especiales), criterios compositivos, en fin, todos los detalles que componen una publicación; el diagramador los aplica en cada una de las ediciones posteriores.

Como vemos el diagramador resuelve la organización de las páginas de acuerdo con las normas ya establecidas por el diseñador en el manual de diseño. Es posible que el mismo diseñador también pueda encargarse de la diagramación, pero las responsabilidades son distintas. Un buen diagramador es el que respeta esas normas, precisamente su creatividad radica en la capacidad para ofrecer múltiples posibilidades de presentación bajo una norma establecida.



2 - Las claves de la diagramación

La diagramación de una revista es sólo el pretexto para conocer los mecanismos de la diagramación de boletines, memorias, folletos, periódicos, etc., ya que los fundamentos del diseño son comunes para todos ellos.

Cuando hablamos de los fundamentos de la diagramación nos referimos en esencia a los procesos. La diagramación de una revista es sólo el pretexto para conocer los mecanismos de la diagramación de boletines, memorias, folletos, periódicos, etc., ya que los fundamentos del diseño son comunes para todos ellos.

Cuando hablamos de los fundamentos de la diagramación nos referimos en esencia a los fundamentos del diseño gráfico: la tipografía, el color y la composición.

Cuando queremos organizar una página necesitamos saber:

- Qué es lo que vamos a organizar y,
- Cómo lo vamos a organizar,

Lo que vamos a organizar son los textos y las imágenes (T+I) los cuales son los componentes básicos de los mensajes impresos, la forma cómo lo vamos a hacer es manejando los criterios de tipografía, color y composición.

La tipografía, el color, y la composición constituyen las bases de la diagramación. Un entendimiento claro del significado de cada uno de estos conceptos permitirá al diagramador trabajar con seguridad un proyecto gráfico de cualquier envergadura.

En general, ¿cómo es el proceso de diagramación?, en el diagrama de la página anterior queremos explicar esto. Los criterios ahí señalados son sólo una guía para ordenar el proceso de la composición, puesto que no necesariamente se tiene que desarrollar el proceso en el orden indicado; la diagramación es también una permanente interrelación de los objetos. Cuando se modifica una de las condiciones las demás se ven afectadas y es en esa búsqueda del equilibrio donde

el trabajo se pone divertido. Para el diseño en general y la composición de páginas en particular, esta destreza se logra en base al ejercicio permanente de la composición y muchas veces está relacionado con la repetición de los procesos los mismos que posteriormente se convierten en elementos de identidad para un diseño específico.

La sencillez con que se concibe este proceso invita a algunos improvisados diagramadores a decir: «¿eso era todo?» y se dedican a complicar sus páginas con una serie de elementos para justificar plazos y costos convenidos con sus clientes; el verdadero profesional lo que busca siempre es elaborar un mensaje visual sencillo que haga fácil la comunicación, que haga de esa página una agradable lectura. Si esto se logra se habrá cumplido con el objetivo que no es otra cosa que la de facilitar la lectura recurriendo al uso de un criterio de color que armonice con el mensaje, a una tipografía que refuerce el carácter de ese contenido y a una composición que envuelva al lector en la dinámica o la placidez de ese mensaje.



3 - La tipografía en diagramación

Desde siempre el hombre ha buscado comunicarse con los demás por diversos medios, fijando los mensajes en soportes como madera, pieles, piedra, metal, papel, soportes electrónicos (discos compactos). En ese proceso de búsqueda el uso de una serie de instrumentos como el punzón, buril, cincel, pluma y, en estos tiempos el ordenador, han permitido generar diversas maneras de expresar tanto las imágenes como los signos que luego han derivado en la escritura con la representación pictográfica, los ideogramas-logogramas-fonogramas*, los jeroglíficos, los alfabetos.

La necesidad de representar las vivencias mediante un mensaje visual obligaba a buscar formas con escenas, figuras, objetos reconocibles que a la vez resultarían en formas codificables por un determinado grupo humano lo cual permitió el intercambio de ideas, la comunicación. Este largo proceso de construcción de signos no ha terminado y la búsqueda se orienta a lo mismo: facilitar la comunicación.

Cuando Gutemberg inventó los tipos móviles también creó una manera de componer las páginas. Las limitaciones de la tecnología creada sólo permitían crear columnas con textos contruidos línea tras línea, la ilustración era un añadido a la composición, intercalada entre páginas para no interferir con la secuencia de la línea horizontal de los textos. Era muy difícil romper con esta ortogonalidad que el sistema creado obligaba, de tal manera que cuando se quería lograr lo contrario lo que se hacía era trabajar la página entera como si fuera un grabado que incluía textos e imágenes.

Esto evidentemente encarecía los costos por lo tanto no era de uso corriente, incluso en los últimos años antes de la irrupción de la informática todavía se hacían los denominados artes finales que consistían en láminas con los textos y las imágenes recortadas y pegadas que luego eran procesadas fotográficamente, o se recortaban las películas para hacer un fotomontaje que servía luego para procesar planchas de metal que se utilizaban (todavía se utilizan) en los procesos de impresión offset.

Todo esto cambió con la invención de los ordenadores y más aún cuando éstos se personalizaron (Pc); se crearon programas que permitían resolver, incluso en minutos, problemas que anteriormente tomaban horas y algunas veces días, rompiendo con la rigidez de la linealidad de los textos, la proporción de las letras, el contorno de los textos, es decir, se manejó con faci-

lidad las variables de la que hablaba Jackes Bertin*: forma, orientación, valor, tamaño, tramado, color.

Abraham Moles añade el movimiento como una nueva variable aplicada en el cine y la televisión. La tridimensión adquiere una presencia mayor con el desarrollo de la informática al punto que se desarrollan programas especializados para representarla. De esto no escapa la presentación de los tipos bajo esta atmósfera espacial casi buscando ser el eslabón de la metamorfosis hacia su conversión en imagen.

Cuando se proyecta una revista es necesario seleccionar los tipos que se van a usar. Esta selección es sólo para esta publicación por lo que se tiene que hacer con mucho cuidado, de acuerdo al tipo de publicación, el segmento al que va dirigido, sus características culturales, etc.

Esto quiere decir que el diseñador debe proponer una tipografía que responda a los requerimientos específicos de la publicación que está proyectando.

Clasificación general

Como se sabe, de la letra romana clásica es que derivó el resto de los tipos conocidos hasta hoy. Este alfabeto romano fue descubierto en una columna en homenaje al emperador Trajano. La modificación de los serif determina una variedad infinita de tipografías y afirma una clara diferencia en la forma de las letras

Podemos hacer una clasificación general en base al criterio de tipos claramente diferenciados: las serif y las sans serif. Conocer esta clasificación general es el primer gran paso para la selección del tipo: escoger entre una de estas dos, luego buscar dentro del grupo seleccionado aquel o aquellos que ayuden a afirmar la personalidad que se le quiere determinar a la publicación o al mensaje publicitario.

Actualmente, los programas gráficos incorporan centenares de tipos en sus archivos y si a éstos les añadimos sus variaciones (estilos), tendremos entonces muchas posibilidades para el diseño.

Aquí descubrimos que en este conjunto de variaciones, paradójicamente, pueden encontrarse conceptos como: delicado, pesado, estático, dinámico. De ahí lo relativo del significado de la forma de los tipos, más aún si consideramos que el diseñador tiene la capacidad de asignarle otros atributos como tamaño, color, linealidad, transparencia, etc., y con ello enfatizar esos significados.

Existe un tercer grupo de tipos: se trata de los ornamentales, los mismos que han sido creados bajo criterios totalmente libres. Antiguamente se creaban para usarlos como capitulares o para componer sólo titulares.

Existen otros tipos que se crean con objetivos específicos, como es el caso de tipografías para campañas publicitarias o títulos de películas de cine. Estas tipografías tienen una alta dosis pregnante, en ocasiones son referencias de objetos o hechos históricos; cuando éstas son aplicadas para otros mensajes no dejan de ser referidos a su origen, intencionalmente son usadas con este fin.

La creación de tipos es un trabajo muy complejo, requiere de una serie de conocimientos para resolver, de manera sistemática, todos los signos que componen un alfabeto. Exige conocer la construcción geométrica, la teoría de las proporciones, la teoría de módulos, concepto de fondo y forma, control de la ilusión óptica, las diversas relaciones entre las letras y el comportamiento que adquieren en diversas asociaciones entre ellas, etc. Ésta es la razón por la que aquí no recomendamos que se diseñen tipos para una publicación, salvo que la envergadura de la misma lo exija y el

diseñador esté preparado para resolverlo en el plazo necesario.

Significado de los tipos

Los tipos expresan un significado de acuerdo con su forma natural: delgadas, regulares, gruesas. Estas características luego sirven para identificar los estilos: blanca (light), ultra light, normal, bold, extra-ultra-demi bold, heavy, black; es decir su contextura le asigna un carácter que luego es considerado como criterio para el diseño. La pesadez, el dinamismo, la simpleza, la elegancia, la fragilidad son conceptos que se les asigna para darles un valor connotativo.

En la «Constelación de atributos de Moles» se puede apreciar con claridad cómo es que los tipos pueden sugerir significados psicológicos que luego pueden ser aplicados para el diseño.

El test fue aplicado a dos segmentos: el público en general y un grupo de profesionales del diseño; en el diagrama se observa que mientras más cerca del círculo central se encuentra representado el concepto significa que con mayor frecuencia ha sido repetido por los encuestados. De esta manera queda establecido con claridad la evocación del tipo por lo que su aplicación es confiable.

También es interesante observar el método de Osgood*, el denominado «Perfil de polaridades». En este método se le presenta al público dos tipos y se le pide que asigne un valor a la letra en una escala de siete puntos de acuerdo a dos opciones opuestas, ejemplo: sobrio o recargado, activo o pasivo, ligero o pesado; al final la tabulación permitirá reconocer hacia cuál de los conceptos se inclina el significado de cada una de las tipografías.

Esto evidencia que una investigación al respecto puede ayudar a hacer más confiable una propuesta de diseño.

Una tipografía también puede ser exclusiva para una publicación y ésta puede ser diseñada especialmente para ella. Aunque esto no es usual debido a que el diseño de los tipos pasa por un proceso muy riguroso en su construcción; esto significa contar con el tiempo suficiente para hacer la propuesta y lograr su aceptación por el cliente y una validación por los posibles usuarios.

¿Cómo escoger un tipo?

En principio se debe tener claro cuál es el espíritu de la publicación; hemos visto que esto se obtiene de la información que se ha recogido previamente en indagaciones con clientes, usuarios, mercados, contexto editorial, etc. De la profundidad de la investigación dependen las posibilidades de tener mayores criterios para la selección de tipos.

Con esto definido se manejan los criterios referidos a la forma de la letra lo cual debe asociarse con el tema del diseño. Hemos indicado anteriormente que sería conveniente partir eligiendo una de las grandes familias (romanas-serif o grotescas-sans serif) y a partir de ahí seleccionar un grupo que por la forma se asocie al espíritu de nuestro proyecto gráfico.

En general los tipos serif son considerados más ilegibles, festivos, clásicos, dinámicos, delicados; mientras los tipos sans serif son más legibles, serios, conservadores, ortodoxos, toscos, estáticos.

Estos criterios obviamente son relativos puesto que depende de otros factores que se producen en el proceso del diseño como la asignación de atributos al tipo: tamaño, color, textura, profundidad, etc. Por eso que es necesario proyectarse a sus posibles modifi-

caciones de acuerdo al plan general de diseño que se está pensando desarrollar .

Yo personalmente recomiendo dos páginas de Internet que ofrecen varias tipografías de manera gratuita, estas son: [[www.dafont.com www.dafont.com]] y [[www.1001fonts.com www.1001fonts.com]].

Tipo y fuente

Tipo es la familia de letras, símbolos y números, por ejemplo: garamond, futura, helvética. Fuente es el tamaño y estilo específico de la letra seleccionada, por ejemplo: garamond bold de 20 pts., avant gard lighth de 32 pts.

Otras especificaciones

Cuando se determina una fuente para textos es necesario precisar el alineado de los textos: a la izquierda, a la derecha, al centro, justificado. El interlineado es el espacio entre renglón y renglón.



4 - El color en diagramación

Para elegir el color en diagramación debemos tener en cuenta ante todo el brief que entrega el cliente para poder tomar de allí los conceptos importantes que el mismo desea transmitir a través del impreso; a partir de allí comenzamos un análisis cromático extraído de los conceptos de los cuales hablaremos a continuación:

La luz blanca está formada por tres colores básicos: rojo intenso, verde y azul violeta. Por ejemplo, en el caso de objeto de color rojo, éste absorbe el verde y el azul, y refleja el resto de la luz que es interpretado por nuestra retina como color rojo.

En las artes gráficas tenemos dos grandes categorías con respecto al color, imagen en color e imagen en blanco y negro, en éstas últimas podemos diferenciar: - imágenes a pluma. - imágenes tramadas: mediante diferentes tipos de gris. Asimismo, las imágenes en color se pueden dividir en dos categorías: - colores planos: manchas uniformes de color. - degradados, también tramadas.

Más allá de la mera identificación o asociación, el color también se puede emplear para crear experiencias. El diseñador representa el producto en su anuncio mediante la forma, pero añade las cualidades del color. El color puede llegar a ser la traducción visual de nuestros sentidos, o despertar éstos mediante la gama de colores utilizados. Podremos dar sensación de frío, de apetecible, de rugoso, de limpio, de serio, de confiable.

El ojo humano puede distinguir entre 10.000 colores. Se pueden además emplear tres dimensiones físicas del color para relacionar experiencias de percepción con propiedades materiales: saturación, brillantez y tono.

El círculo cromático:

Nos sirve para observar la organización básica y la interrelación de los colores. También lo podemos emplear como forma para hacer la selección de color que nos parezca adecuada a nuestro diseño.

En el círculo cromático podemos encontrar:

- Los colores primarios: rojo, azul y amarillo;
- Los secundarios: verde, violeta y naranja;
- Los terciarios: rojo violáceo, rojo anaranjado, amarillo anaranjado, amarillo verdoso, azul verdoso y azul violáceo.

Los primarios son colores que se consideran absolutos y que no pueden crearse mediante la mezcla de otros colores. Sin embargo, mezclar los primarios en diversas combinaciones crea un número infinito de colores. Dependiendo de qué ámbito, podemos encontrar tres juegos de colores primarios:

Los artistas y diseñadores parten de un juego formado por el rojo, el amarillo y el azul. Mezclando pigmentos de éstos colores pueden obtenerse todos los demás tonos.

El segundo juego de primarios es el del rojo, verde y el azul, conocidos como primarios aditivos. Son los primarios de la luz y se utilizan en el campo de la ciencia o en la formación de imágenes de monitores. Si se mezclan en distintos tantos por ciento, forman otros colores y si lo hacen en cantidades iguales producen la luz blanca.

El tercer juego se compone de magenta, amarillo y cian. Se tratan de los primarios sustractivos y son los empleados por los impresores. En imprenta, la separación de colores se realiza utilizando filtros para restar luz de los primarios aditivos, con lo que se obtienen los colores de impresión por proceso sustractivo.

“El color fabrica todo un universo imaginario. Nos hace viajar a las islas, nos sumerge en el mar o nos sostiene en pleno cielo” (Grafismo Fundamental - Abraham Moles /Luc Janiszewski).

Hablaremos en esta parte de una característica fundamental del color, que es tenerlo en cuenta como elemento expresivo que puede ser utilizado por grafistas, ilustradores, fotógrafos... Aquí estudiaremos tres diferentes aplicaciones del color en el ámbito gráfico (siguiendo la clasificación que se realiza en “Grafismo Fundamental”): El color denotativo, el color connotativo y el color esquemático.

El color denotativo: Aquí hablamos del color cuando está siendo utilizado como representación de la figura, es decir, incorporado a las imágenes realistas de la fotografía o la ilustración.

En el color denotativo podemos distinguir tres categorías: Icónico, saturado y fantasioso, aunque siempre reconociendo la iconicidad de la forma que se presenta.

El color icónico: La expresividad cromática en este caso ejerce una función de aceleración identificadora: la vegetación es verde, los labios rosados y el cielo es azul.

El color saturado: Una segunda variable del color denotativo es el color saturado. Este es un cromatismo exaltado de la realidad, más brillante, más pregnante. Son colores más densos, más puros, más luminosos.

El color fantasioso: Otro matiz de la denotación cromática realista es el color fantasioso, en el que la fantasía o manipulación nace como una nueva forma expresiva. Por ejemplo las fotografías solarizadas o coloreadas a mano, en las que no se altera la forma, pero sí el color.

El color connotativo: La connotación es la acción de factores no descriptivos, sino precisamente psicológicos, simbólicos o estéticos, que suscitan un cierto clima y corresponden a amplias subjetividades.

El color psicológico: Son las diferentes impresiones que emanan del ambiente creado por el color, que pueden ser de calma, de recogimiento, de plenitud, de alegría, opresión, violencia...

- *El color rojo:* Simboliza sangre, fuego, calor, revolución, alegría, acción, pasión, fuerza, disputa, desconfianza, destrucción e impulso, así mismo crueldad y rabia.

- *Mezclado con blanco:* es frivolidad, inocencia, y alegría juvenil, y en su mezcla con el negro estimula la imaginación y sugiere dolor, dominio y tiranía. Expresa sensualidad, virilidad y energía
- *El color naranja:* Es un poco más cálido que el amarillo y actúa como estimulante de los tímidos, tristes o linfáticos. Simboliza entusiasmo y exaltación y cuando es muy encendido o rojizo, ardor y pasión.
- *El color azul:* Simboliza la sabiduría, amistad, fidelidad, serenidad, sosiego, verdad eterna e inmortalidad. También significa descanso. Mezclado con blanco es pureza, fe, y cielo, y mezclado con negro, desesperación, fanatismo e intolerancia.
- *El color violeta:* Es el color de la templanza, la lucidez y la reflexión. Transmite profundidad y experiencia.
- *Color verde:* Es un color de extremo equilibrio, Significa realidad, esperanza, razón, lógica y juventud. Mezclado con blanco expresa debilidad o pobreza. Sugiere humedad, frescura y vegetación, simboliza la naturaleza y el crecimiento.
- *El color marrón:* Es un color masculino, severo, confortable. Es evocador del ambiente otoñal y da la impresión de gravedad y equilibrio.
- *El color rojo:* Expresa sensualidad, virilidad y energía, considerado símbolo de una pasión ardiente y desbordada. Color de Prevención y parada.

- *El color amarillo:* Este primario significa envidia, ira, cobardía, y los bajos impulsos, y con el rojo y el naranja constituye los colores de la emoción. Es el color de la luz, el sol, la acción, el poder y simboliza arrogancia, oro, fuerza, voluntad y estímulo.



5 - La composición en la diagramación

En la composición se deben tener en cuenta la orientación de los pesos visuales (para tal efecto recomiendo leer la línea y el punto en plano de Kandinsky en el capítulo de el plano).

Verticalidad y horizontalidad

Tratemos de entender el comportamiento de los objetos: «... el punto se mueve y surge la línea. La línea se mueve y produce una superficie plana y la unión de superficies planas crea un cuerpo...».

Para Vasily Kandinski la línea expresaba el movimiento: «...es la traza que deja el punto al moverse y es por lo tanto su producto. Surge del movimiento al destruirse el reposo total del punto...».

Esa adaptación permanente se relaciona con esa necesidad natural de buscar el equilibrio individual y social, físico y psicológico. La acción natural de la gravedad de mantener a los seres sobre la superficie y en posición equilibrada asociada ésta a la verticalidad, se expresa también en los deseos de querer que todo lo que le rodea también debe estar en equilibrio.

Dice Kandinski de la verticalidad: «... es la forma más limpia de la infinita y cálida posibilidad de movimiento...»; y de la horizontalidad agrega: «... fría, susceptible de ser continuada en distintas direcciones sobre el plano...», y completa: «... es la forma más limpia de la infinita y fría posibilidad de movimiento...».

La diagonal es considerada una línea templada y que puede cambiar su temperatura conforme se acerque o se aleje de cualquiera de las líneas horizontal o vertical.

Es interesante cómo Kandinski examina los objetos: vertical-altura-cálido-blanco, horizontal-profundidad-frío-negro, y concluye que el negro y el blanco, colores acromáticos, son silenciosos y por lo tanto las líneas horizontal y vertical son también silenciosas. No en vano decimos que las líneas oblicuas producen ruido en el escenario, reconociendo entonces su carácter irreverente, revolucionario, audaz; elemento de gran impacto visual que por naturaleza es el recurso de la publicidad, a diferencia de la verticalidad-horizontalidad en la que «... el hombre moderno busca paz interior... y una contrastada tendencia hacia la horizontal-vertical...»*.

El equilibrio significa la eliminación de la perturbación en las expresiones visuales. Significa ordenar los elementos de manera que se produzca una percepción sin conflictos. Sabemos que los griegos hicieron artificios en sus construcciones del Partenón. Intencionalmente modificaron las formas de las columnas para eliminar algunos problemas ópticos y así lograr la perfección en la percepción de la verticalidad de los objetos. Cuando observamos un objeto que no está en equilibrio tendemos a acomodarlo. En la escultura el principio del equilibrio es la base de la obra, tanto por razones estéticas como por la naturaleza misma del objeto: el componente material, su carácter tridimensional y la necesidad de ser apreciada desde cualquier

ángulo. El atractivo de la Torre de Pisa radica, precisamente, en su capacidad para perturbar el orden de ese escenario provocando dramatismo, añadido a eso el hecho de no haber sido concebido para estar en esa posición.

La manera como se expresa esa fuerza de las líneas es el movimiento que se genera mediante la tensión y la dirección.

La tensión

La tensión es la fuerza concentrada en el elemento. El punto tiene tensión, pero no dirección, la línea combina tensión y dirección. A partir de esta base teórica trataremos de plantear un conjunto de ideas que nos permitan no sólo entender sino adiestrarnos en la composición.

La relación entre estos elementos básicos como el punto y la línea nos puede ayudar a entender este concepto.

Tensión y equilibrio

La necesidad de equilibrar los elementos no siempre es lo que se busca en el diseño, por lo tanto, algunas veces intencionalmente provocamos la carga de tensiones en algunos lugares de la composición. Cuando somos conscientes de nuestra capacidad para determinar zonas de mayor tensión y sabemos que esto desequilibra los componentes del mensaje visual, podemos decir que estamos en condiciones de hacer composiciones más complejas.

La jerarquización

Este criterio es fundamental para la organización de los elementos visuales. Se trata de asignar valores a cada uno de ellos y hacer que en varios niveles se vayan organizando de acuerdo con la necesidad de

enfatar jerárquicamente los distintos elementos que componen el mensaje.

Siempre habrá un elemento líder al que hay que destacar en sus diferentes atributos: tamaño, color, posición, orientación, opacidad, y detrás de él en un orden jerárquico los demás.

Como sabemos el mensaje impreso tiene dos componentes: el texto y la imagen. Este mensaje bimedia es unitario, sin embargo los textos tienen un tratamiento propio, así como la imagen, y aunque se expresan en dos niveles, estos se organizan y se manifiestan unitariamente.

El tratamiento de los atributos para cada elemento requiere de mucho cuidado para lograr una buena jerarquización, basta un cambio de atributo a uno de los elementos para propiciar un nuevo juego de relaciones entre ellos y por lo tanto habrá un nuevo diseño.

La destreza compositiva se basa en el dominio del criterio de jerarquización y en el establecimiento de un ritmo para cada uno y, a la vez, todos los elementos que conforman ese mensaje visual, como consecuencia, el todo tendrá también su propia jerarquía. Es decir, expresar en diversos grados de importancia los elementos y preponderantemente aquel que interesa destacar y se convierte en el eje de la composición.

El ritmo

La tensión prodmeanismos que nos ayudan a ordenar estas múltiples tensiones? Se trata de delinear un ritmo a los objetos.

Los conceptos de repetición, alternancia, simetría, compresión, expansión, reflejo, rotación, traslación son vitales para trabajar el ritmo.

Al ritmo mayormente se le ha asociado con la composición musical; en el cine también existe una expresión clara de lo que es el ritmo. En realidad, se trata de la estructuración de los componentes de cada mensaje que se presenta en la película y, a la vez, de sus sucesivos subcomponentes donde cada una de las partes contribuye para lograr la unidad del todo; el guión y su propia estructura, la música compuesta y colocada de acuerdo a ese guión. Asimismo, la fotografía trabajada con el color y la iluminación correctamente seleccionada, los niveles de expresión enfatizados de manera dosificada a lo largo de la proyección y otros factores que simultáneamente expuestos logren esa unidad en la obra.

En la composición gráfica también hay que organizar los elementos tanto independientemente como en sus relaciones unos con otros: los textos y sus variaciones de tamaño, posición, valor, textura, color, las imágenes igualmente con sus variaciones, los signos sus valores y sus funciones y el conjunto organizado integralmente para dar lugar a un mensaje visual efectivo, funcional. unida por un elemento genera un efecto visual singular, cuando la tensión es producida por varios elementos el efecto visual tiene múltiples respuestas. ¿Cuáles son los mecanismos que nos ayudan a ordenar estas múltiples tensiones? Se trata de delinear un ritmo a los objetos.

Los conceptos de repetición, alternancia, simetría, compresión, expansión, reflejo, rotación, traslación son vitales para trabajar el ritmo.

Al ritmo mayormente se le ha asociado con la composición musical; en el cine también existe una expresión clara de lo que es el ritmo. En realidad, se trata de la estructuración de los componentes de cada mensaje que se presenta en la película y, a la vez, de sus sucesivos subcomponentes donde cada una de las partes contribuye para lograr la unidad del todo; el guión y su

propia estructura, la música compuesta y colocada de acuerdo a ese guión. Asimismo, la fotografía trabajada con el color y la iluminación correctamente seleccionada, los niveles de expresión enfatizados de manera dosificada a lo largo de la proyección y otros factores que simultáneamente expuestos logren esa unidad en la obra.

En la composición gráfica también hay que organizar los elementos tanto independientemente como en sus relaciones unos con otros: los textos y sus variaciones de tamaño, posición, valor, textura, color, las imágenes igualmente con sus variaciones, los signos sus valores y sus funciones y el conjunto organizado integralmente para dar lugar a un mensaje visual efectivo, funcional.

Las técnicas visuales

Aunque no existen normas establecidas para componer podemos valernos de algunos conceptos que nos pueden facilitar el inicio de un diseño.

Dondis* presenta en su estudio una serie de técnicas visuales que resumen, de algún modo, las más importantes formas de organización de los elementos de la comunicación visual.

Armonía y contraste, dos conceptos opuestos a los que recurre Dondis para «... poner de manifiesto y acentuar la amplia gama de opciones operativas posibles en el diseño y la interpretación de cualquier formulación visual sino también para expresar la gran importancia de la técnica y el concepto del contraste para todo medio de expresión visual...».

LA COMPOSICIÓN EN LA DIAGRAMACIÓN

La idea de presentar los opuestos radica en el hecho de que se quiere tener con claridad el reconocimiento de dos maneras distintas de ver las cosas; un cabal

conocimiento de la presencia de dos formas completamente diferenciadas, opuestas, evita la confusión en la selección de un plan de diseño. Es más fácil reconocer lo irregular si lo comparamos con lo regular, lo fragmentado con lo unido, lo reticente con lo exagerado.

La lectura del contraste se da en los diferentes atributos que podría tener el mensaje: contraste de colores, contraste de la forma, contraste de tamaño, contraste de tonalidades.

No escapa de este proceso el contenido, su ligazón con la forma es ineludible. Todo el esfuerzo desplegado en este proceso de la composición está en función de la necesidad de expresar, persuadir, describir, explicar, comunicar de la manera más efectiva ese contenido.

Consideraremos que las técnicas no son suficientes para la efectividad del mensaje. El contenido es elemento importante en una solución integral de la composición puesto que ingresan otros criterios, los subjetivos, para la toma de decisiones. Ésa es la razón por la que es indispensable una investigación previa antes de proponer el diseño de un mensaje visual.

Todos los elementos, tanto visuales como no visuales, deben estar conectados y direccionados a la definición de un mensaje claro.

Las técnicas visuales mencionadas por Dondis son:

1. Equilibrio
2. Simetría
3. Regularidad
4. Simplicidad
5. Unidad
6. Economía

7. Reticencia
8. Predictibilidad
9. Actividad
10. Sutileza
11. Neutralidad
12. Transparencia
13. Coherencia
14. Realismo
15. Plana
16. Singularidad
17. Secuencialidad
18. Agudeza
19. Continuidad Inestabilidad
20. Simetría
21. Rregularidad
22. Complejidad
23. Fragmentación
24. Profusión
25. Exageración
26. Espontaneidad
27. Pasividad
28. Audacia
29. Acento
30. Opacidad

31. Variación
32. Distorsión
33. Profunda
34. Yuxtaposición
35. Aleatoriedad
36. Difusividad
37. Episodicidad

En el proceso creativo emergen nuevas técnicas de acuerdo con las nuevas necesidades de expresión; asimismo, sus matices son válidas como formas expresivas. Se puede ir hacia una gama que se acerque o se aleje de cada una de estas técnicas visuales, lo importante es reforzar la claridad del mensaje que es el objetivo principal de la composición, entonces, comprendemos que el logro de la estética en la forma de estos mensajes va acompañado necesariamente de la funcionalidad.

Es indispensable entender esto con claridad porque no se debe enfatizar cada aspecto aislada-mente. Podríamos tener un mensaje muy bien redactado, gramatical y sintácticamente impecable, incluso con tipografía y colores adecuadamente seleccionados; pero, si la composición no contribuye para completar tanto la funcionalidad como para darle un carácter estético a ese mensaje el resultado del proceso creativo será deficiente.

¿Y el contragrafismo?

Cuando buscamos el equilibrio entre el espacio ocupado por los objetos y el espacio libre estamos apelando al juego con el vacío, entonces estamos asignándole un valor visual al vacío y lo consideramos como objeto equilibrante. Esta presencia determinante de

sensaciones visuales que provoca el vacío es lo que denominamos contragrafismo.

Las áreas «blancas» que aparecen en las páginas no son sobrantes, no están vacías, están llenas de aire y ayudan a ventilar las páginas. Evidenciamos que el vacío también hay que diagramarlo. Aquí seguramente valoraremos con amplitud la elaboración de una cuidadosa retícula basada en la proporcionalidad de todos los elementos. Convenimos, definitivamente, que cada paso se alimenta de lo anterior y si lo previo está bien resuelto lo que sigue no sólo armonizará perfectamente sino que el trabajo se hará fácil porque todo va coincidiendo ya que hay un sistema, un orden, hay una base sólida para la creatividad.



6 - Elementos de diagramación

- Los elementos
- Tipo de papel negro
- Tamaños de papel
- Tiraje
- Tintas
- Terminados
- Tipo de encuadernación

TIPO DE PAPEL

- **Bond**

Gramajes: 60, 70, 75, 90 y 115 -*Características:* absorbente, difícil secado

Usos: papelería comercial, blocks, sobres, volantes

• Esmaltados y no esmaltados

Gramajes: 90, 115, 150, 200 y 240 - Características: óptima blancura, rápido secado

Usos: literaturas, plegables, folletos, tarjetones, revistas, afiches, calendarios, etiquetas

• Cartulinas

Calibres: 14.4, 16, 18, 20 y 24

Gramajes: 250, 280, 300 y 320 -Características: ecológicas, mayor estabilidad, blanco duradero

Usos: cajas plegadizas, POP, carpetas, carátulas

• Papeles finos

Gramajes: 90, 120, 180, 220 - Características: varios colores, texturados, óptima impresión, secado lento

Usos: expresión social, informes de gestión, menús, papelería fina, brochures

• Otros

Adhesivos, mantequilla, seda, parafinado, corrugados, papel "biblia", acuarela, papel para impresoras de oficina, papeles artesanales y artísticos

PVC, Yupo, poliestireno, metalizado

Los márgenes definen la caja de diagramación que es el lugar donde van a ir principalmente los textos; las imágenes podrán distribuirse en toda la página aprovechando el trazado de la rejilla de diagramación. Normalmente la altura de la caja de diagramación debe coincidir con el interlineado asignado al cuerpo de texto.

Las columnas podrán establecerse en número único (una, dos, tres, cuatro, etc.) o combinar (de una y dos, de una y tres, de dos y cuatro; de dos, tres y cuatro,

etc.), esto depende de la estructura periodística. Las columnas definen la modulación vertical.

Las columnas no necesariamente serán del mismo ancho, por ejemplo para algunas publicaciones en dos idiomas esto es ideal. Los programas de diseño de los ordenadores incorporarán la capacidad para diagramar con columnas onduladas y otras alternativas que ya se ven en los programas de dibujo.

Los espacios entre columnas se pueden dimensionar de acuerdo a un tipo de diseño; en ocasiones cuando se considera la colocación del hairline (línea de pelo) se le da un poco más de 5 mm que es la separación estándar.

Elementos de la diagramación

1. Las imágenes:
2. Ilustraciones manuales.
3. Ilustraciones digitales.
4. Fotografías.
5. Fotomontajes.
6. Infografías.
7. Diagramas/cuadros estadísticos.
8. Viñetas.
9. Logotipos.
10. Los textos:
11. Títulos.
12. Antetítulo.
13. Subtítulo.
14. Gorro.

15. Capitular.
16. Leyendas.
17. Extractos
18. Cuerpo de texto.
19. Autores de texto y fotografía.
20. Número de páginas.
21. Encabezado de sección.
22. Cintillos.

Los recursos gráficos:

- Líneas.
- Tramas.
- Signos señaléticos.
- Marcadores de leyendas.
- Fondos texturados.
- Recuadros para texto.

El logotipo, Marca o Head

El nombre lo define el editor, periodista o cliente. Basándose en esa decisión el diseñador ofrecerá una o varias propuestas, según acuerden. El logotipo puede ser un anagrama que es una palabra creada en base a una mezcla de sílabas tomadas de palabras que el editor quisiera identificar, puede ser un nombre relacionado con el tema de la publicación, puede ser una palabra que no se asocie al tema pero que tiene un significado personal, también puede ser una palabra

con expresión libre.

Los logotipos para publicaciones pueden tener o no un símbolo, un gráfico que acompañe al nombre; también pueden integrarse a él bajo el concepto de la letra-imagen. Además, pueden expresarse mediante el concepto de la palabra-imagen.

La portada

En el diseño de una publicación, la portada, también es visualmente organizada en base a la rejilla y al criterio general creado: tipografía, color, composición.

La cuadrícula adoptada debería ser también útil para resolver el diseño de la portada. Normalmente quienes diagraman publicaciones desdeñan esto porque se sienten «amarrados» a un esquema (o porque simplemente ignoran lo útil que es); entonces incluyen en cada edición una idea nueva. Los profesionales del diseño saben que esto es indispensable para afirmar la personalidad de la publicación.

Las normas de diseño se especifican en los manuales de diseño, en ellos también se establecen las variaciones que pueden tener el manejo del color, tipografía y criterio compositivo de la portada, todo ello aplicado a los dos elementos del mensaje bimedia: texto (logotipo, título principal, títulos secundarios) e imagen (foto principal, fotos secundarias o ilustraciones). Asimismo, los recursos gráficos son también normados de manera que la presentación se mantenga en todas las ediciones.

La compaginación:

Básicamente esta no es más que una premaqueta del impreso en donde podemos visualizar el orden la páginas y contenidos la cual nos vá a ser muy útil en el armado del machote o maqueta.

http://www.wikilearning.com/tutorial/fundamentos_de_diagramacion-diseno_grafico_y_diagramacion/25813-1