



Empresa Periodística El Norte S.A.

M U L T I P L A T A F O R M A S

LA ESTRELLA DE ARICA

LA ESTRELLA DE BUREQUE

EL MERCURIO

EL MERCURIO

EMELNOR

soyiquique.cl

soyarica.cl

soyocalama.cl

soyantofagasta.cl

soycopiapo.cl

agenda
antofagasta.cl

VAPUBLICA
MEDIOS REGIONALES

[NORTEMINERO]

positiva
FM

DIGITAL



diario



radio



web

revistas



vía
pública



ediciones
especiales



“Pensando la
Gráfica
para una Producción de
Calidad”

Miguel Castillo Abarca | Empresa Periodística El Norte S.A.



CONTENIDO

- INTRODUCCIÓN 3
- Líneas de Producción 5
- EL COLOR..... 6
- LA REALIDAD DEL COLOR..... 7
- SISTEMA COLOR RGB..... 8
- SISTEMA COLOR CMYK..... 9
- ¿CÓMO FUNCIONA UN SISTEMA DE IMPRESIÓN BASADO EN CMYK? 10
- Aprendiendo a leer La información en las planchas 12
- ¿Cómo se forman los colores en un impreso? 13
- Medios tonos y degradados en una imagen..... 14
- Composición de una plancha 15
- Carta de referencia de colores..... 16
- Lectura de una carta de colores..... 17
- Creación de colores en distintos programas 18
- LA IMAGEN 19
- CONCEPTOS 19
- La resolución 20
- Ejemplo de manejo de resolución..... 21
- ARCHIVOS DE IMAGEN MÁS UTILIZADOS 22
- JPEG 23
- TIFF 24
- EPS 25
- PDF 26
- LA TIPOGRAFÍA 27
- Consejos para el manejo de la tipografía..... 28
- Tipografías y color..... 30
- Combinaciones básicas de color entre texto y color de fondo..... 30
- Blanco y negro..... 31
- Amarillo y negro..... 32
- Rojo y blanco..... 33
- Texto multicolor..... 34
- Acuerdos 35
- Problemas comunes 35
- Programas de diseño..... 36
- Glosario..... 39

INTRODUCCIÓN

Hoy la participación en el mercado de la publicidad es altamente exigente y competitiva, por lo tanto se nos pide:



CALIDAD

En nuestros profesionales se ha establecido la premisa de diseñar pensando en base a nuestros procesos productivos:

Utilización
Correcta de
los Colores

Tratamiento
Correcto de
las Imágenes

Uso
Tipográfico

La Resolución
Óptima

Fundamentos

LÍNEAS DE PRODUCCIÓN

Hoy trabajamos en nuestra empresa en dos líneas productivas al enfrentarnos a un proyecto gráfico:



Los cuales tienen sus diferencias y al avanzar en este documento estableceremos esta de manera clara y didáctica.



EL COLOR

Hay definiciones científicas y poéticas, pero podemos decir que es la cualidad más llamativa de cada objeto o imagen, es el aspecto de las cosas que es causado por diferentes cualidades de la luz mientras es reflejada o emitida por ellas.



LA REALIDAD DEL COLOR

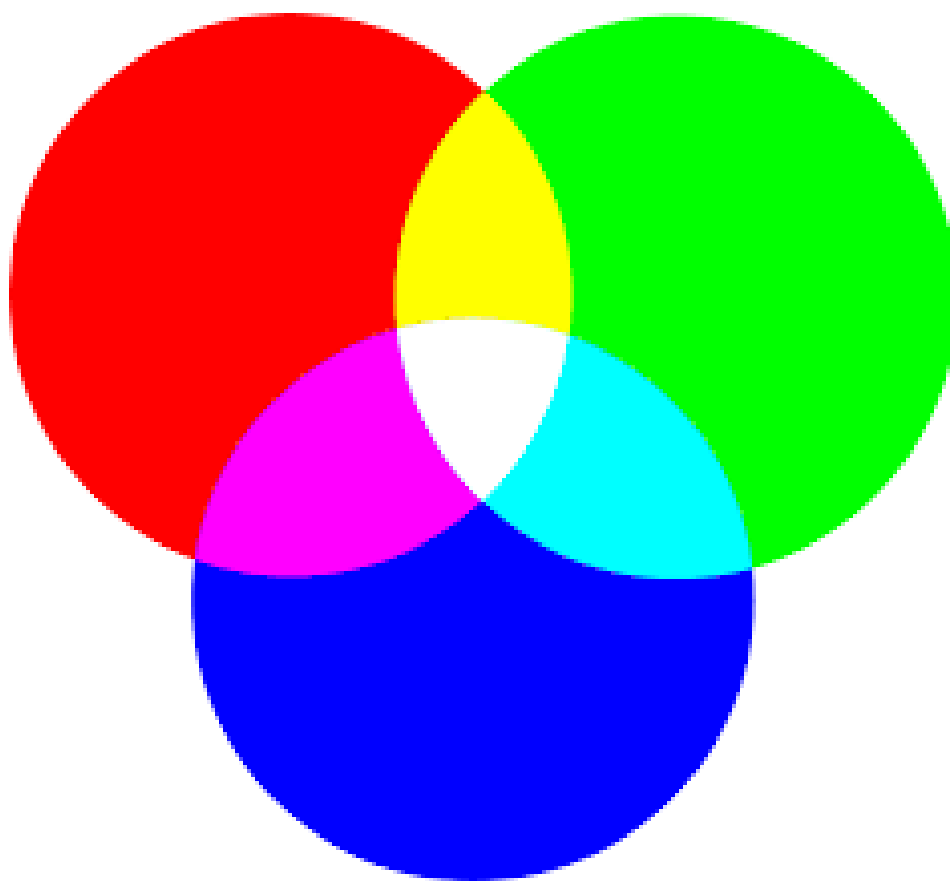
Los colores que visualizamos en nuestros monitores son totalmente distintos a los que percibimos impresos en soportes de papel. Los colores representados en monitores (televisores, computadores, proyectores, etc.) se basan en un sistema de colores RGB y los colores en soportes de papel se basan en un sistema de colores CMYK que es la mezcla de pigmentos.





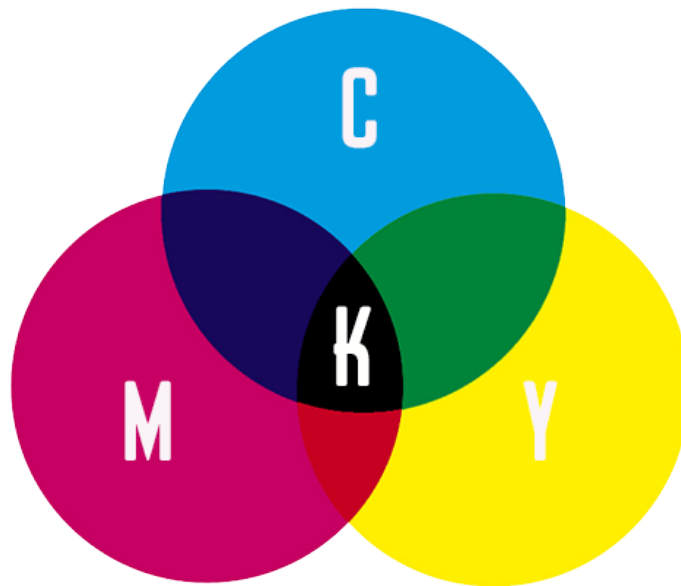
SISTEMA COLOR RGB

Este es un sistema de color aditivo, lo que quiere decir que al combinar sus colores los cuales son: Red (Rojo), Green (Verde) y Blue (Azul) generan el color blanco.



SISTEMA COLOR CMYK

Este es un sistema de color sustractivo, lo que quiere decir que al combinar sus colores los cuales son: Cian (C), Magenta (M) y Amarillo (A), producen el color negro (K). Ahora este color negro su definición no es 100% puro generando un color más deslavado y con muy poca fuerza. Es por esto que, en la composición de impresión se agrega de manera adicional el negro como cuarto color para tener una terminación más definida.



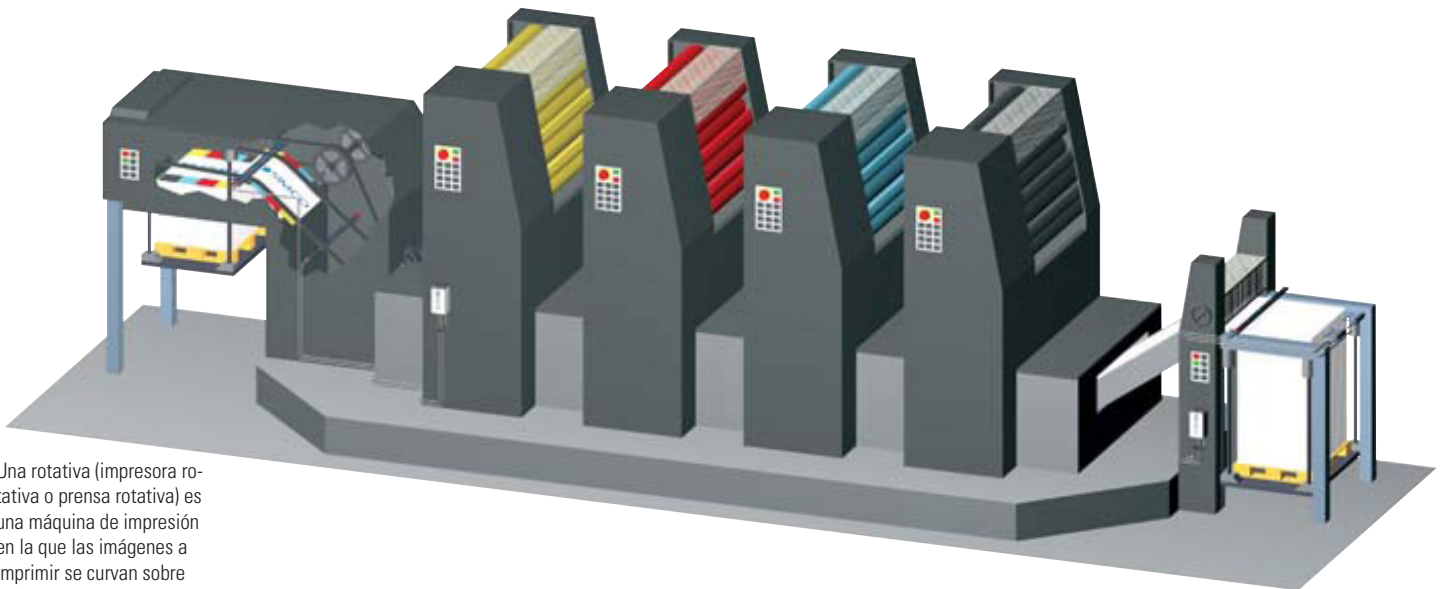
Nosotros nos basaremos en el segundo sistema de color, CMYK, Esto por que nuestro sistema de impresión se basa en él.

¿CÓMO FUNCIONA UN SISTEMA DE IMPRESIÓN BASADO EN CMYK?

De manera simple nos imaginaremos que nuestra prensa esta compuesta por cuatro timbres. Cada uno de estos timbres representará un color del sistema CMYK.



O más representativo, cada uno de nuestros timbres es igual a una unidad de nuestra prensa.



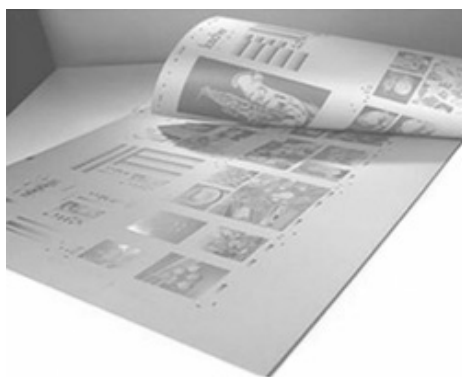
Una rotativa (impresora rotativa o prensa rotativa) es una máquina de impresión en la que las imágenes a imprimir se curvan sobre un cilindro. La impresión puede efectuarse sobre gran número de sustratos, incluyendo papel, cartón y plástico, que pueden alimentarse por folios o mediante un rollo continuo.

Nuestro papel es entintado por cada uno de los timbres con el color especificado para cada uno, el cual por la superposición forman la imagen completa.

El sistema de impresión de nuestras prensas funcionan con planchas de Zing, las cuales son grabadas mediante laser, a esto se le llama Computer to Plate (CTP).

Los equipos de Pre impresión llamados CTP, producen separaciones de color directamente sobre la plancha, mediante la acción de haces de luz láser. De esta manera se evita el uso de película y el insolado de planchas, disminuyendo tiempos y costos de preimpresión, además de una considerable mejora en la calidad de los impresos.

Estas planchas una vez grabadas son utilizadas directamente en nuestra prensa para generar las distintas impresiones.



CIAN



MAGENTA



AMARILLO

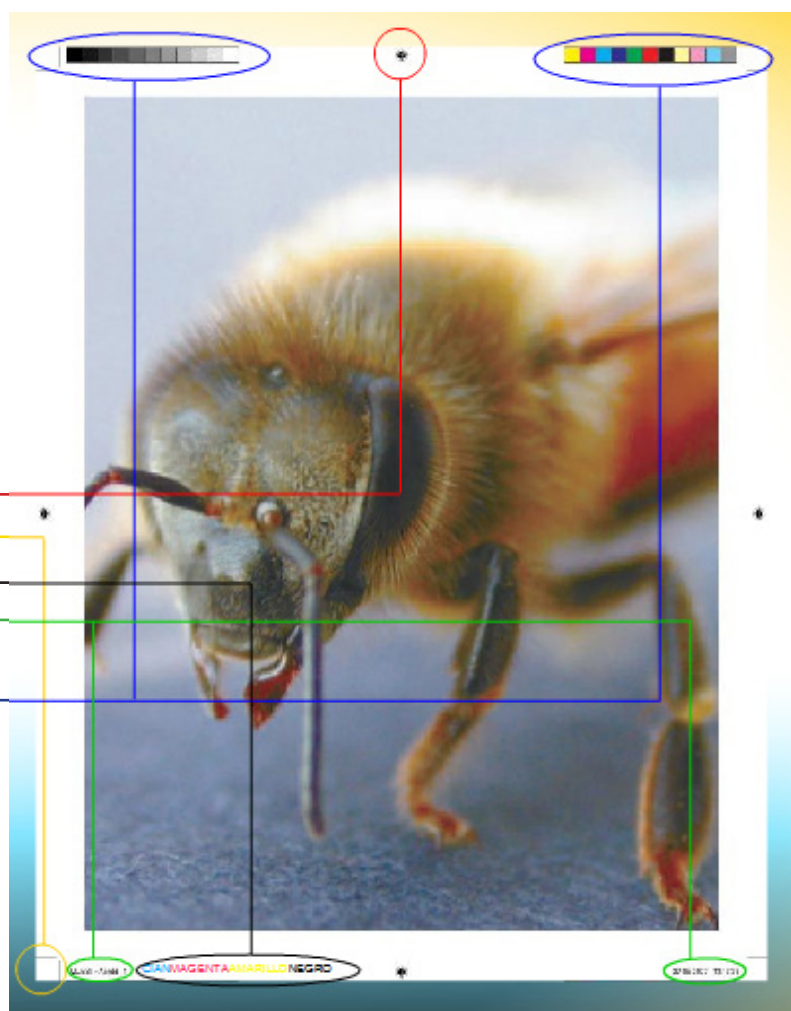


NEGRO

APRENDIENDO A LEER LA INFORMACIÓN EN LAS PLANCHAS

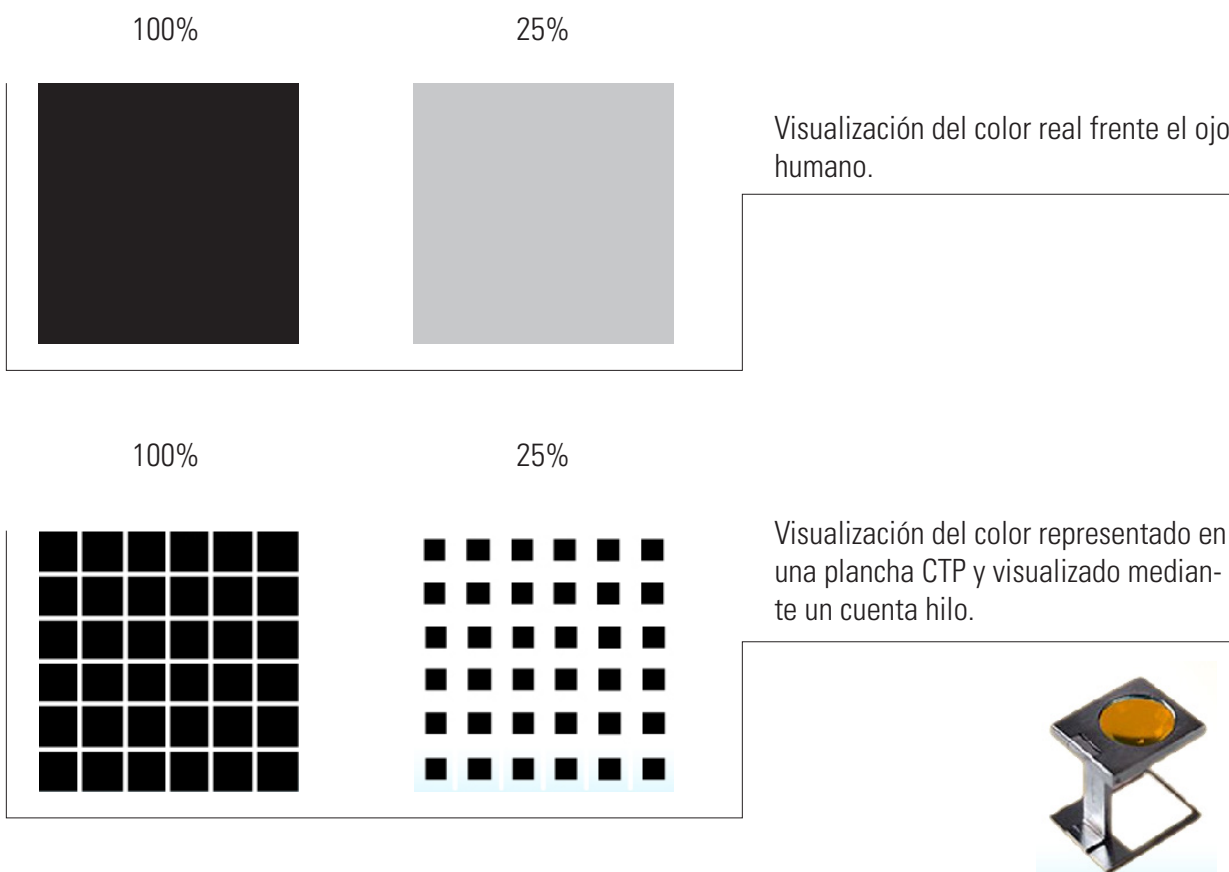
Las planchas CTP traen información importantísima al momento de ser manejadas por prensistas. Esta información les permite identificar a que color corresponden hasta el documento de donde se han obtenido.

- ▶ Cruces de Calce
- ▶ Cruces de Corte
- ▶ Información del Color
- ▶ Información del Archivo, Nombre, Fecha y Hora.
- ▶ Tiras de pruebas de color para el prensista.



¿COMO SE FORMAN LOS COLORES EN UN IMPRESO?

Los colores en planchas, se representan como tramas. A estas tramas se les llaman lineaturas, las cuales se miden en *Líneas por Pulgada (lpi - Line per Inch o lpp - Líneas por pulgada)



El color negro respresentado en nuestra plancha se visualiza como un conjunto de puntos negros claramente definidos que al ser visualizados por el ojo humano se observan como un color negro lleno al 100%, cuando definimos este color a una trama al 25%, lo que ocurre es que los puntos dentro del mismo espacio se achican dando el efecto al ojo humano la sensación de un color gris.

* Lpi:

lpi (lines per inch = línea por pulgada) es la cantidad de línea de puntos que entrarán en una pulgada. Para explicarlo mejor supone que la cantidad de puntos corresponde a las columnas, tantas columnas tantos puntos entonces eso sería una línea ¿cuántas líneas de esas entrarán apiladas una sobre otra en una pulgada? esto es para el proceso de pre prensa en la industria gráfica y se utiliza para convertir una imagen digital con resolución ppi a trama de semitonos.

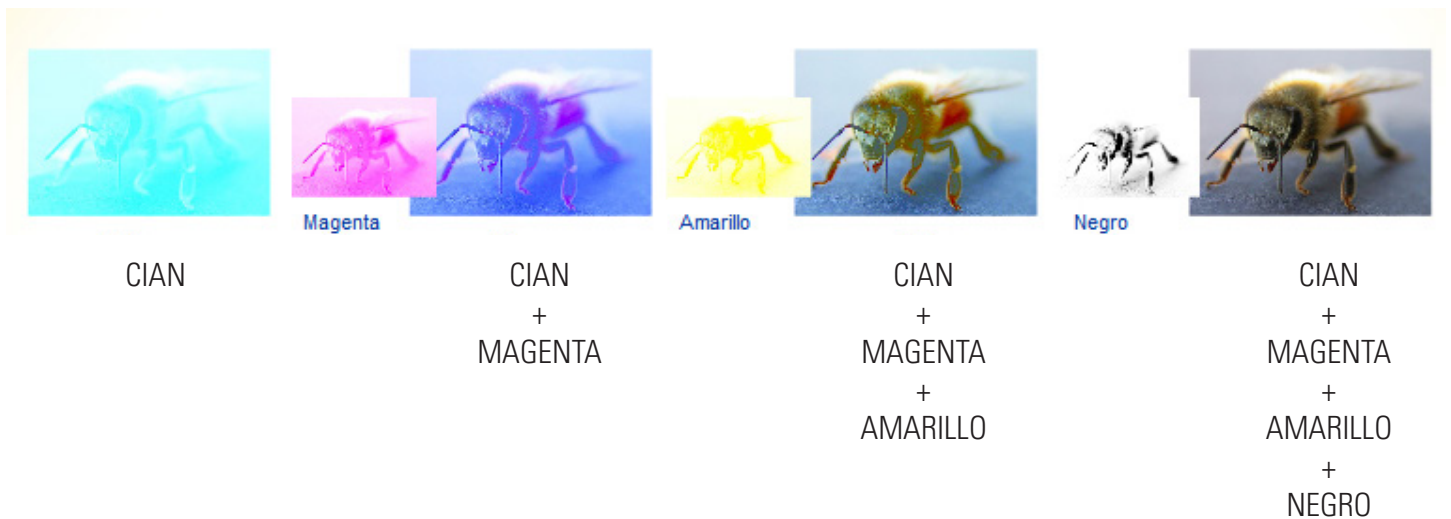
MEDIOS TONOS Y DEGRADADOS EN UNA IMAGEN

Ya sabemos que los tonos de un color se forman por % de área a imprimir. Por lo tanto la combinación de puntos de diferentes tamaños nos da la sensación de los medios tonos o degradados de un color.



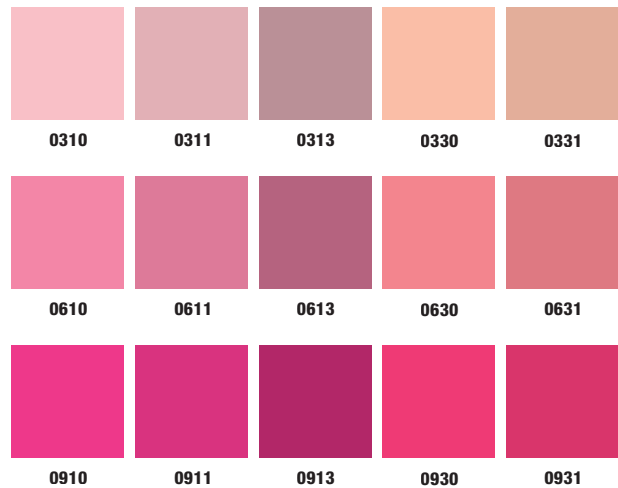
COMPOSICIÓN DE UNA PLANCHA

Entonces tenemos que por cada plancha CTP hay un conjunto de puntos de diferentes tamaños que ópticamente nos dan los tonos. La sumatoria de puntos de diferentes colores nos dan la configuración final de la imagen a imprimir.



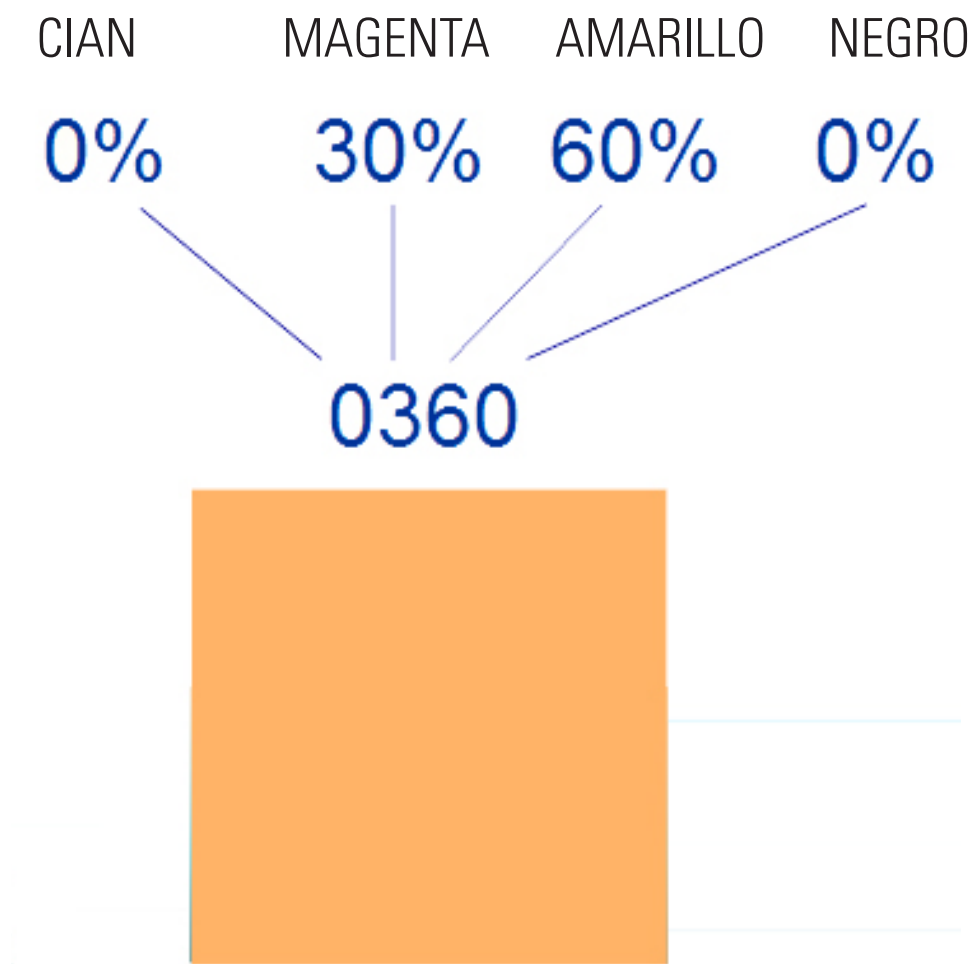
CARTA DE REFERENCIA DE COLORES

La manera en que los Diseñadores Gráficos manejan la composición de colores es mediante las CARTAS DE REFERENCIA DE COLORES, las cuales se manejan por cada centro de impresión para determinar como se comportan ellos en cada soporte o papel mediante la prensa con la que se cuenta.



LECTURA DE UNA CARTA DE COLORES

La forma correcta de leer estas CARTAS DE REFERENCIA DE COLORES es la siguiente. Cada color tiene un código de cuatro dígitos, el cual es represento por cada dígito mediante un porcentaje de color. El orden de lectura de la nomenclatura es la composición CMYK, si nos guiamos por el ejemplo sería de la siguiente manera:

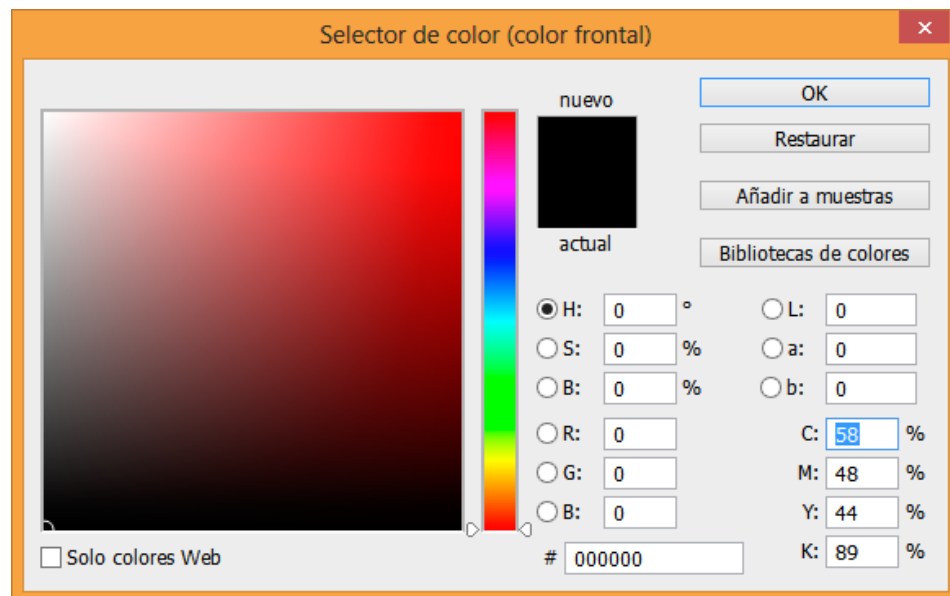


En la composición de CMYK, todos los colores en su estado puro solo llegan al 90% por lo tanto cuando vemos un 0% esto representa el cero porciento y no un 100%.

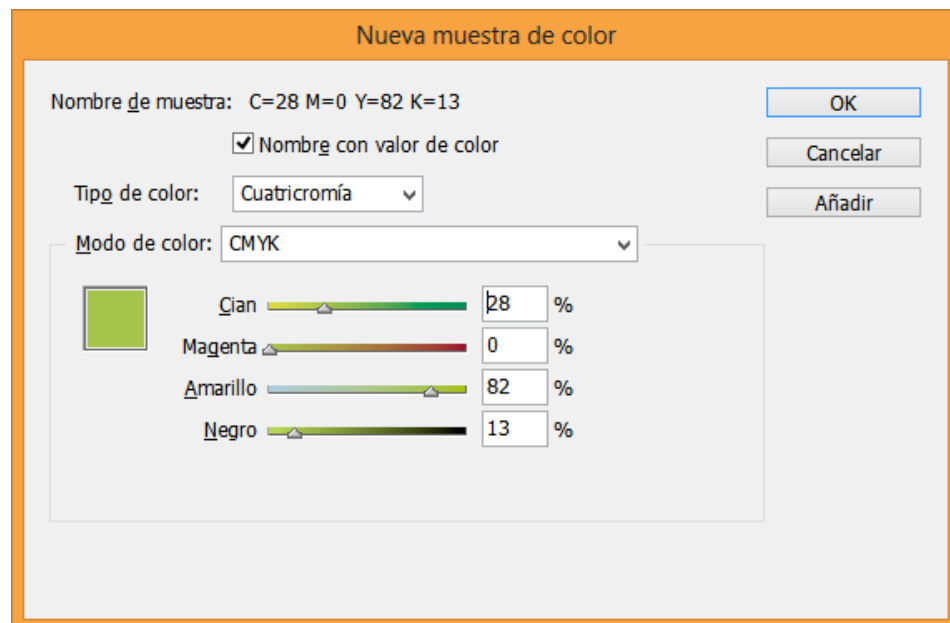
CREACIÓN DE COLORES EN DISTINTOS PROGRAMAS

La creación de colores en alguno de los programas gráficos utilizados por los diseñadores gráficos, tienen la misma interface y es de la siguiente forma:

PHOTOSHOP



INDESIGN





LA IMAGEN

El manejo de las imágenes para impresión es importantísima, desde el tratamiento y calibración de colores hasta los conceptos como resolución óptima; la interpolación, los píxeles, la calibración y peso en Kilobyte; son conceptos técnicos que un diseñador debe conocer y saber manejar de manera profesional.

Como conocimiento general, el agente comercial debe manejar conceptos técnicos con respecto a este punto, ya que el es el nexo entre el cliente y los diseñadores y es el quien debe indicar los requerimiento mínimos que deben tener las imágenes al momento de ser enviadas por los clientes para su publicación.

CONCEPTOS

Resolución: Es la calidad y la definición de detalles en una imagen, esta se representa en una medición llamada PPI (Pixels per Inch), en español PPP (Píxeles por pulgada).

Ppi:

Píxeles por pulgada (PPP), en inglés pixels per inch (PPI), es una medida de densidad de píxeles que relaciona el número total de píxeles de un monitor con su tamaño en pulgadas (inches), en la dirección horizontal y en la dirección vertical. Esta medida es muchas veces confundida con el concepto de puntos por pulgada (DPI), aunque tal medida solo puede emplearse de forma adecuada cuando se refiere a la resolución de una impresora. PPI también puede ser usado para describir la resolución de un escáner o cámara digital, en este contexto, es sinónimo de muestras por pulgada.

LA RESOLUCIÓN

La resolución para impresión trabaja directamente con la Lineatura concepto que ya definimos anteriormente.

El manejo de resolución para imágenes para impresión en diario como en imprenta es totalmente diferente ya que queda sujeta al tipo de papel en donde se imprimen y si estos son más absorbentes que otros.

El papel para diario comúnmente es en papel BioBio, el cual es un papel muy absorbente en comparación con los de imprenta que son papeles acerados o con un hilo más condensado, lo que permite una menor absorción y una mayor ganancia de color en la imagen.

Resolución para Diario:

La resolución mínima para utilizar en diarios es de 200 ppi, la cual al ser traspasada a nuestra plancha y posterior impresión se reduce a 100 lpi.

Para Diario

100 lpi --> 200 ppi

Resolución para Imprenta:

La resolución mínima para utilizar en imprenta es de 300 ppi, la cual al ser traspasada a nuestra plancha y posterior impresión se reduce a 150 lpi.

Para Imprenta

150 lpi --> 300 ppi

EJEMPLO DE MANEJO DE RESOLUCIÓN

El comportamiento de una misma imagen al reducir o aumentar la cantidad de píxeles por pulgada en un área determinada se puede apreciar en el siguiente ejemplo:

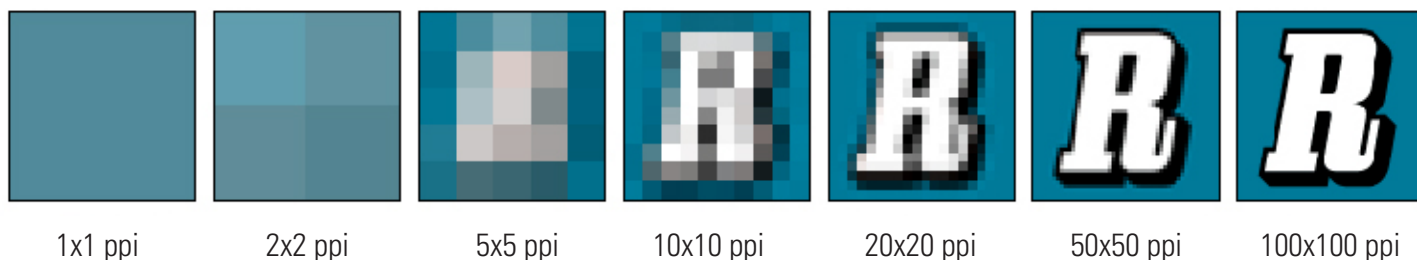


Imagen en 20 ppi a 10x9 Cms.



Imagen en 300 ppi a 10x9 Cms.

ARCHIVOS DE IMAGEN MÁS UTILIZADOS

Los archivos de imágenes más utilizados en gráfica son los siguientes:



Analizaremos cada uno de estos archivos con sus fortalezas y debilidades para la utilización en la industria de la gráfica impresa.

JPEG

“Join Phtographic Experts Group”; Es un algoritmo diseñado para comprimir imágenes con 24 bits de profundidad o en escala de grises.

Fortalezas:

- Permite comprimir archivos, bajando su peso en Kilobytes pero no perdiendo calidad.
- Tiene un sistema de graduación de compresión.
- A menor compresión = original.
- Permite manejar imágenes en CMYK y BN.

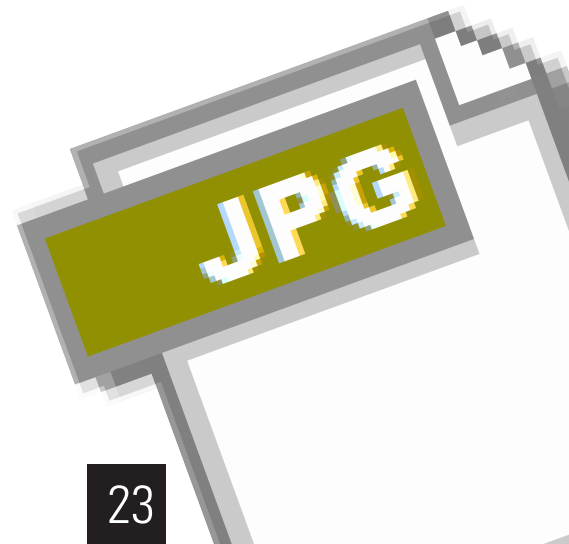
Debilidades:

- Al descomprimir la imagen esta no es la misma.
- Compresión acumulable
- A mayor compresión menor calidad.
- Permite sistema de color RGB.

Su abreviación a JPG es simplemente por que el sistema computacional lee tres siglas como extensión.

MUESTRA.jpg

Extensión



TIFF

Es un formato de fichero para imágenes. La denominación en inglés "Tagged Image File Format" (Formato de archivo de imágenes con etiqueta).

Fortalezas:

- Trabajo con etiquetas de información.
- Permite guardar archivos de gran calidad.
- Sistema de compresión.
- Permite guardar múltiples imágenes.
- Permite trabajar muy bien en CMYK y otros sistemas de colores (Pantones)

Debilidades:

- Por sus características, archivos muy pesados.
- Permite guardado en RGB.

Este archivo fue desarrollado por Aldus y Microsoft, actualmente es propiedad de Adobe Systems.

MUESTRA.tif

Extensión

EPS

PostScript encapsulado, es un formato gráfico el cual trabajo igual que el archivo Tiff, con ficheros de información. Es un archivo que permite trabajar muy bien vectores permitiendo una definición de mayor y mejor calidad, especialmente en textos y trazos.

Fortalezas:

- Ficheros de información. BoudingBox (Bordes de la Caja)
- Trabaja muy bien con vectores.
- Permite imágenes de buena calidad.
- Trabaja con CMYK y BN.
- Es un archivo destilable al ser un PostScript, permitiendo generar PDFs.
- Guarda visualización.

Debilidades:

- Por sus características, archivos muy pesados.
- No permite compresión.
- Permite guardado en RGB.

Este archivo fue desarrollado por Aldus y Microsoft, actualmente es propiedad de Adobe Systems.

MUESTRA.eps

Extensión

EPS



PDF

(Portable Document Format - Formato de Documento Portátil) Es un formato de almacenamiento de documentos, desarrollado por la empresa Adobe Systems.

Fortalezas:

- Ficheros de Información.
- Archivos muy livianos y de óptima calidad.
- Trabaja muy bien los vectores.
- Permite los sistemas de color CMYK y BN.
- Guarda previsualización.
- Es multiplataforma (Windows, Linux y Mac).
- Muy buen manejo de tipografías.
- Es un archivo tanto de impresión como multimedia.
- Es un archivo cifrable (Password)
- Puede crearse desde otros archivos (Ps y eps)

Debilidades:

- Permite sistema de color RGB.

MUESTRA.pdf

Extensión



LA TIPOGRAFÍA

El tema “tipográfico” suele producir bastante controversia. **¿Donde está el límite entre un “diseño creativo” y una “locura tipográfica”?**

En muchas ocasiones se utilizan tipografías poco acertadas, de un tamaño exagerado o mezclamos muchas tipografías diferentes en un mismo diseño.



Hoy son más los medios en donde podemos “diseñar” y cada uno, con particularidades y características propias. Por eso debemos tomar una serie de medidas para definir bien cual es la tipografía adecuada para cada uno.



- 1- Definir para que formato se esta trabajando, Prensa, Web, Vía pública, Imprenta, etc.
- 2- Determinar en conocimiento el formato o soporte la legibilidad de la tipografía a utilizar, teniendo en cuenta: tamaño, forma y color.
- 3- Definir la utilidad y relevancia jerárquica que tiene la tipografía en el proyecto gráfico. Determinar bien su misión, si es la de comunicar un mensaje intentando captar la atención del lector o producir una determinada sensación.



CONSEJOS PARA EL MANEJO DE LA TIPOGRAFÍA

1

No abusar de las tipografías:

La tipografía puede aportar un gran valor a un diseño, pero en general esto se consigue con una tipografía muy bien elegida, más que con el uso de muchas tipografías diferentes en un mismo diseño.

El uso de varias tipografías, produce que al usuario le resulte difícil fijar su atención en ningún punto concreto del diseño, podríamos decir que “se despista”, por ello la primera regla es:

“CUANTAS MENOS TIPOGRAFÍAS NECESITES PARA MOSTRAR EL MENSAJE, MUCHO MEJOR”

2

Cuidado con el uso de efectos:

Se tiende a utilizar muchos efectos para intentar que el mensaje se muestre con más claridad y en la mayoría de las ocasiones conseguimos el efecto contrario.

Usar negritas, subrayados, MAYÚSCULAS, etc. Es un recurso muy valioso, pero el abuso de esto produce que el usuario no sea capaz de identificar la parte “verdaderamente importante del texto” La segunda regla es:

“UNA TIPOGRAFÍA BIEN UTILIZADA CONSIGUE ATRAER LA ATENCIÓN DEL USUARIO DE UN MODO MÁS EFICAZ QUE UN TEXTO ESCRITO INTEGRAMENTE EN MAYUSCULAS”.

3

Debemos prestar especial atención a la composición del texto:

Espaciado entre letras y con el resto de palabras (traking y kerning)

Los espacios automáticos de cada tipografía suelen ser acertados pero podemos “jugar” con ellos para conseguir un efecto diferente siempre que respetemos unos principios estéticos y legibilidad adecuados. Tercera regla:

“JUGAR CON EL TRACKING Y EL KERNING ESTÁ BIEN, PERO CON PRUDENCIA”.

4

No olvidemos el formato:

En el caso de párrafos de texto más amplios, aplicar un formato correcto es imprescindible.

- DIVIDIR EL TEXTO EN FRAGMENTOS HARÁ QUE RESULTE MÁS SENCILLO DE LEER.
- ORDENAR LOS FRAGMENTOS DE MODO QUE MANTENGAN UNA ESTRUCTURA LINEAL, SIN CORTES NI ELEMENTOS QUE OBSTACULICEN LA LECTURA AYUDARÁ A LA LECTURA SECUENCIAL.
- DEBEMOS REALIZAR UNA DIAGRAMACIÓN ACORDE AL MEDIO DE DESTINO, MANEJANDO ANCHO DE COLUMNAS, TAMAÑO DE LETRA Y PÁRRAFOS.



5

Revisar la ortografía siempre:

Este punto puede parecer absurdo ya que se trata de algo evidente, pero resulta sorprendente el número de ocasiones en las que un texto aparece mal escrito en prensa o cualquier otro medio publicitario. Por eso la quinta regla:

REVISAR LA ORTOGRAFÍA SIEMPRE, SIEMPRE, SIEMPRE.



TIPOGRAFÍAS Y COLOR

Para lograr una buena legibilidad cuando se diseña con tipografías y colores, debemos equilibrar cuidadosamente las tres propiedades del color, tono, valor e intensidad; y determinar el contraste adecuado entre las letras y su fondo.

Cuando se combinan tipos y color, el equilibrio entre estas es importantísimo.

COMBINACIONES BÁSICAS DE COLOR ENTRE TEXTO Y COLOR DE FONDO

Cuando hablamos de textos que se van a imprimir sobre fondos, lo que debe prevalecer sobre todo es la legibilidad de los mismos. No podemos hacer que el lector se canse a la mitad, o que sea tan ilegible que acabe con dolor de cabeza. Una de las partes principales del diseño es la funcionalidad del mismo, y con las tipografías esto debemos llevarlo hasta el final.

Si estamos trabajando sobre imágenes de fondo, la mejor solución es realizar el mensaje en blanco. A la hora de leer un texto, independientemente del tamaño del mismo, ante todo hemos de buscar el contraste entre los colores de fondo y texto, por lo que sobre un fondo en el que predominen los colores fuertes, el blanco siempre va a ser una buena opción. Si no hay contraste no hay legibilidad.

Cuanto menor el contraste de claridad y oscuridad entre las letras y el fondo, menos legible resulta el texto.

Por esto veremos ejemplos de texto, sobre fondos de colores básicos, para que podamos ir descubriendo el efecto de cada uno de ellos. Son ejemplos básicos, sobre los que es imposible equivocarse.



BLANCO Y NEGRO

Es la combinación más conocida y que siempre funciona. Este mismo texto lo estamos leyendo en negro sobre blanco, y el 95% de los textos impresos tales como revistas y periódicos se desarrollan de esta manera. Para textos largos que van a leerse es la combinación perfecta. Es la combinación que mejor se lee de cerca. Es el mayor contraste de todos, claridad y oscuridad, por lo que el mensaje se transmite de manera más clara y directa.

Sin embargo, al realizar el negativo de esta composición, es decir una blanco sobre negro, los textos se leen peor, lo que hace que se pierda importancia.

El texto negro sobre fondo blanco es el que mejor se lee de cerca

Los textos largos y los contenidos no conocidos exigen tiempo para ser entendidos. Como hay que leerlos de cerca, los colores perturban la lectura. Las letras negras sobre fondo blanco son fácilmente legibles aunque sean pequeñas

Los textos en blanco sobre negro, es decir, en negativo, parecen menos importantes porque se leen peor



AMARILLO Y NEGRO

Es el acorde de las señales de advertencia y esto tiene su origen en que es la combinación que mejor se lee y se ve de lejos. No es una buena combinación para textos largos, pero sí para crear mensajes claros que deben ser vistos por todos. Todos recordamos mensajes de advertencia cuando entramos a un cuarto de baño que están limpiando “peligro de resbalar” o en productos de limpieza que tienen agentes tóxicos.

**El texto negro sobre fondo amarillo
es el que mejor se lee desde lejos**

Para una mejor legibilidad:

TEXTOS GRANDES
Frases breves

Signos conocidos ¿?!' "@#\$%&



ROJO Y BLANCO

Erróneamente se cree que es una buena combinación, porque los textos en rojo llaman más la atención, pero sin embargo ocurre todo lo contrario. Son menos leídos porque se leen mal y dan a entender que su contenido es poco serio. Si además, los ponemos en negativo, blanco sobre rojo, son menos legibles aún. Las letras rojas distraen, los fondos rojos llaman la atención. A todos nos viene a la cabeza la señal de STOP, el mensaje es en blanco, pero la forma de la señal es tan característica, un octógono rojo, que aunque no pusieran las letras nos detendríamos.

**Se cree que los textos en rojo llaman más la atención
pero en realidad son menos leídos porque se leen mal**
Por otra parte, los textos en rojo dan la impresión de que su contenido es poco serio

Los textos en blanco sobre rojo, es decir, en negativo, a menudo no pueden leerse



TEXTO MULTICOLOR

El uso de un texto multicolor, es casi como la ultima regla de la combinación tipográfica: nunca está justificado. Hay una diferencia entre combinar colores y tipografías y que el texto en si sea multicolor. El resultado de esto es la ilegibilidad del mismo. Hay muchos puntos en los que podemos jugar con el color, pero siempre dando uniformidad. El texto, como siempre decimos ha de ser legible y por lo tanto la uniformidad del color es muy importante.

Un texto multicolor es ilegible



Un texto multicolor parece superficial

ACUERDOS

En lo que debemos estar completamente de acuerdo, es que el manejo de las tipografías en forma, color y tamaño, debe ser hecho de manera conciente y profesional. Esto permitirá hacer una propuesta publicitaria efectiva al cliente, en donde el mensaje que el quiera hacer llegar a su público objetivo sea claro, directo y llamativo, el que permita a este último tomar una decisión positiva ante el mensaje.

PROBLEMAS COMUNES

Algunos inconvenientes al tratar tipografías, es el utilizar el color negro compuesto, lo que genera ilegibilidad en los textos, ya que este se genera en base a los cuatro colores del sistema CMYK. Al caer cada plancha formando el color genera un ruido visual lo que hace ilegible el texto.

INCORRECTO

MEZCLA CMYK

"Pensando la Gráfica
para una Producción
de Calidad"

Composición de este color negro:

C: 100%

M: 100%

A: 100%

N: 100%

CORRECTO

SOLO (NEGRO)

"Pensando la Gráfica
para una Producción
de Calidad"

Composición de este color negro:

C: 0%

M: 0%

A: 0%

N: 100%

Lo mismo ocurre cuando el fondo es negro y la tipografía blanca:

INCORRECTO

MEZCLA CMYK

"Pensando la Gráfica
para una Producción
de Calidad"

Composición de este color negro:

C: 100%

M: 100%

A: 100%

N: 100%

CORRECTO

SOLO (NEGRO)

"Pensando la Gráfica
para una Producción
de Calidad"

Composición de este color negro:

C: 0%

M: 0%

A: 0%

N: 100%

PROGRAMAS DE DISEÑO

Hoy en el proceso de diseño, se utilizan una variedad de programas muy amplia, pero los de uso profesional y que se han estandarizados en la empresa gráfica son los siguientes:



Adobe Photoshop

Adobe Photoshop es un editor de gráficos rasterizados, desarrollado por Adobe Systems Incorporated. Usado principalmente para el retoque de fotografías, su nombre en español significa literalmente “taller de fotos”.

Extensión de sus archivos: *.PSD



Adobe Indesign

Adobe InDesign (ID) es una aplicación para la composición digital de páginas, desarrollada por la compañía Adobe Systems y dirigida. Su plataforma le permite manejar desde un simple afiche pasando por proyectos editoriales de gran cantidad de páginas.

Extensión de sus archivos: *.IND



Adobe Illustrator

Adobe Illustrator (AI) es un editor de gráficos vectoriales el cual trabaja sobre una «mesa de trabajo» y está destinado a la creación artística de dibujo y pintura para ilustración (ilustración como rama del arte digital aplicado a la ilustración técnica o el diseño gráfico, entre otros).

Extensión de sus archivos: *.AI



Adobe Acrobat/
Destiller

Adobe Acrobat es una familia de programas o aplicaciones informáticas desarrollados por Adobe Systems, diseñados para visualizar, crear y modificar archivos con el formato Portable Document Format, más conocido como PDF. El uso del formato PDF es muy común para mostrar texto con un diseño visual ordenado.

Extensión de sus archivos: *.PDF



Adobe Flash Professional es un programa de creación y manipulación de gráficos vectoriales con posibilidades de manejo de código mediante un lenguaje de scripting llamado ActionScript. Flash es un estudio de animación que trabaja sobre "fotogramas" y está destinado a la producción y entrega de contenido interactivo para diferentes audiencias de todo el mundo sin importar la plataforma.
Extensión de sus archivos: *.FLA



Glosario Gráfico

A

Ai:

Extensión del formato nativo de la aplicación Adobe Illustrator. Se trata de un formato gráfico que admite vectores y mapas de bits. Este formato permite editar los componentes vectorizados del diseño luego de haber sido creados.

Adobe:

Firma desarrolladora de diversos aplicativos utilizados para diseño gráfico.

Adobe Illustrator:

Aplicación de diseño gráfico utilizada para la creación de todo tipo de dibujos y en particular, logotipos.

Adobe Indesign:

Aplicación de diseño gráfico utilizada para la edición y tratamiento profesional de formatos editoriales. Entre otros usos, permite la edición de vectores.

Adobe Photoshop:

Aplicación de diseño gráfico utilizada para la edición y tratamiento profesional de imágenes. Entre otros usos, permite la incorporación de efectos 3D a una imagen plana, tales como sombras, iluminación, bisel y relieve.

Alineación:

Disposición o justificación de objetos entre ellos dentro de un espacio definido.

B

Background:

Imagen que se ubica en el fondo de una composición de imágenes o espacio alrededor de la figura principal de la imagen.

Bit Map :

Mapa de bits, definición de una imagen por sus puntos constituyentes.

Blur:

Efecto gráfico que consiste en desenfocar una imagen para suavizarla.

Brillo:

Capacidad de una superficie para reflejar la luz.

Brushes:

Herramienta incorporada en aplicaciones de diseño gráfico que permite pintar con pinceles de espesor variable.

C

CMYK:

Cyan, Magenta, Amarillo y Negro. Los distintos colores de tinta del proceso de impresión a cuatro colores.

Color:

Tono de un objeto determinado por la frecuencia de la luz emitida por el mismo.

Cruces de Corte:

Marcas que se generan en toda preieza

gráfica la cual debe dejarse de un tamaño para pasar por guillotina.

D

Dpi (Dots per inch):

Los puntos por pulgada (ppp) del inglés dots per inch (dpi) es una unidad de medida para resoluciones de impresión, concretamente, el número de puntos individuales de tinta que una impresora o tóner puede producir en un espacio lineal de una Pulgada

E

Eps (Encapsulated PostScript):

Formato gráfico estándar para la importación y exportación de ficheros PostScript. Puede contener cualquier combinación de texto, gráfica e imágenes.

Escala de grises:

Representación de una imagen en la que cada pixel es representado por un valor individual que representa su luminosidad, en una escala que se extiende entre blanco y negro.

F

Flash:

Denominación que usualmente recibe una animación vectorial que puede reproducirse en web u otros medios que soportan el plug-in de Flash player. El nombre proviene de Macromedia Flash, aplicación utilizada para crear las animaciones.

Folleto:

Pieza impresa de publicación no periódica.

Font (fuente):

Tipografía utilizada para un texto.

Formato:

Definición que se da al soporte físico de una pieza gráfica. En gráfica por lo común se refiere al tipo de papel.

G

GIF (Graphics format interchange, formato de intercambio de gráficos):

Formato gráfico destinado al uso en web y aplicaciones electrónicas. Tiene como características destacadas la posibilidad de comprimir la imagen hasta a un 25% del tamaño original (Kb) y aceptar fondo transparente. Trabaja con una paleta de hasta 256 colores pertenecientes al sistema RGB. Las imágenes GIF constituyen mapas de bits de 72 pixels por pulgada.

Gradiente:

Degradación de la imagen.

Gráfico:

Elemento visual que complementa al texto para hacer a un mensaje impreso más interesante o facilitar su comprensión.

Gramaje:

Cantidad de gramos que pesa un metro cuadrado de un material, generalmente papel. El gramaje influye en el espesor del material.

Gamma:

Medida del brillo de un dispositivo electrónico que sirve para prever su apariencia en pantalla.

I

Iluminación por defecto:

Iluminación inicial, que permite al usuario empezar a representar sin tener que definir fuentes de luz.

Imagen Corporativa:

La percepción que una determinada persona o un colectivo tienen de una entidad. Es la imagen mental ligada a una Corporación y a lo que ella representa. Las organizaciones proyectan valores y actitudes a través de su imagen.

Identidad Corporativa:

El conjunto de características especí-

ficas y personales de una Entidad, las cuales crean una forma perceptible y memorizable de sí misma y la diferencian de los demás entidades.

Identidad Visual:

La parte visible de la identidad de una empresa. A menudo se utilizan de manera indiscriminada Identidad Corporativa e Identidad Visual. No obstante, la primera se encuentra en un plano superior a la segunda.

Imagotipo:

Interacción entre logo e isotipo en donde la imagen se encuentra en la parte superior y el texto en la inferior. La mayoría de las marcas se corresponden con esta categoría (inclusive los ejemplos de isotipo nombrados anteriormente) Ejemplos: Lacoste, Movistar.

Isotipo o Iconograma:

Es aquella marca en la que la imagen funciona sin texto (diagrama de Nike, león de Peugeot, «M» de Movistar). Generalmente están acompañados por el texto, pero también son reconocidos de forma independiente.

Isologo:

Interacción entre logo e isotipo en la que la imagen y el texto están fundidos, sin poder separarse (Heineken, Fiat).

Itálica:

Cursiva



JPG (Joint Photographic Experts Group):

Formato gráfico de mapa de bits que permite comprimir las imágenes con el objetivo de reducir el tamaño (kb) del fichero. Esta característica lo hace atractivo para uso en diseño web porque reduce el tiempo de descarga / transferencia del fichero. En contrapartida, la definición de la imagen

resultante es degradada en relación inversamente proporcional al grado de compresión aplicado. Soporta los sistema de colores RGB y CMYK.

Justificado:

Párrafo de texto con los márgenes ajustados a ambos lados.

Justificar:

Ajustar los márgenes de elementos gráficos y/o textos a uno o a ambos lados.



Kilobytes:

Un kilobyte (pronunciado [kilobait]) es una unidad de almacenamiento de información cuyo símbolo es el kB (con la 'k' en minúsculas)



Layer:

Capa. Herramienta que proveen algunas aplicaciones de diseño gráfico para superponer imágenes dentro de un mismo archivo gráfico y componerlos a conveniencia del diseñador.

Lpi:

Lpi (lines per inch = línea por pulgada) es la cantidad de línea de puntos que entrarán en una pulgada. Para explicarlo mejor supone que la cantidad de puntos corresponde a las columnas, tantas columnas tantos puntos entonces eso sería una línea ¿cuántas líneas de esas entrarán apiladas una sobre otra en una pulgada? esto es para el proceso de pre prensa en la industria gráfica y se utiliza para convertir una imagen digital con resolución ppi a trama de semitonos.

Línea de base:

Línea imaginaria sobre la que reposan los caracteres que componen un texto.

Lineatura:

El número de puntos de semitono que

hay en una unidad de medida lineal, usualmente pulgadas o centímetros.

Logotipo o Fonograma:

Es aquella marca en la que la palabra funciona como imagen (Coca-Cola, texto de Bosch). Suele llamarse logotipo a la propia marca corporativa en su conjunto.



Manual de Identidad Corporativa:

Conjunto de normas que regulan el uso y aplicación de la identidad corporativa en el plano del diseño.

Mapa de bits:

Tipo de imagen digital que resulta de almacenar información sobre cada punto (pixel) que la compone y el color de cada uno de ellos. Este enfoque se contrapone a las imágenes vectorizadas, en el que la imagen digital resulta de la colección de formas primitivas, tales como líneas y objetos. Algunos de los formatos gráficos de mapas de bits son: .bmp, .tiff, .gif, .jpg y .pcx. La cantidad de puntos definidos por unidad de superficie determina la resolución de la imagen representada. Usualmente la resolución se mide en puntos por pulgada. Para representación en pantalla, se utilizan 72 pixels por pulgada. Para impresión la resolución varía entre 300 y 1200 pixels por pulgada.

Marca Corporativa:

La conjunción de los distintos elementos que componen la identidad visual de la empresa: logotipo, símbolo/anagrama y color.

Margen:

Espacios en blanco alrededor de la zona impresa de una página.



Negativo:

En impresión offset, la pieza a imprimir (el positivo) es transferida a una

placa de impresión. Previamente, se produce un negativo donde la imagen original es revertida - las áreas oscuras son mostradas claras y viceversa. Los colores son reemplazados por sus complementarios.

**Paleta:**

Conjunto de colores disponibles para ser utilizados en una imagen.

Pdf:

Archivo derivado de un PostScript, Archivo sumamente manejable y liviano.

Pixel:

La unidad de superficie de imagen sobre la cual se pueden definir atributos, tales como color e intensidad de luz.

Ppi:

Píxeles por pulgada (PPP), en inglés pixels per inch (PPI), es una medida de densidad de píxeles que relaciona el número total de píxeles de un monitor con su tamaño en pulgadas (inches), en la dirección horizontal y en la dirección vertical. Esta medida es muchas veces confundida con la concepto de puntos por pulgada (DPI), aunque tal medida solo puede emplearse de forma adecuada cuando se refiere a la resolución de una impresora. PPI también puede ser usado para describir la resolución de un escáner o cámara digital, en este contexto, es sinónimo de muestras por pulgada.

PostScript:

Norma más utilizada para la impresión profesional de piezas. Es un lenguaje que define el contenido de una página y cómo debe ser reproducido. Fue creado por Adobe Systems y ha sido incorporado por la mayoría de los fabricantes de impresoras.

Planchas:

Formato en donde se define un impreso

para ser pasado por prensa y posterior impreso en papel. Normalmente es de material de Zing.

**Resolución:**

Resolución de imagen. Es el grado de detalle o calidad de una imagen digital ya sea escaneada, fotografiada o impresa. Este valor se expresa en ppp (Píxeles por Pulgada o pixels per inch)

RGB:

Es un modelo de color basado en la síntesis aditiva, con el que es posible representar un color mediante la mezcla por adición de los tres colores de luz primarios que son Red (Rojo), Green (Verde) y Blue (Azul). La Mezcla de ellos da como resultado el blanco.

Sangrado:

Espacio que se deja posterior al margen para dejar imágenes a corte.

Saturación:

Medida de la concentración de un color en un punto dado.

Símbolo o Anagrama:

Elemento gráfico que simboliza la empresa y contribuye a mejorar su identificación

Simetría:

Transformación que invierte un objeto o que copia una versión inversa del mismo a lo largo de un eje especificado.

**Temperatura de color:**

Valor, en grados Kelvin, que se utiliza para diferenciar entre espectros de luz cercanos al blanco.

Tipo:

Referencia que se hace a una tipografía o letra.

Transformación:

Término general para operaciones que alteran la posición, el tamaño, o la forma de un objeto.

Trama:

Es el porcentaje de un color representado en un impreso.

Trazo:

Composición de una línea compuesto por grosor, color y forma.

**Vector:**

Una imagen vectorial es una imagen digital formada por objetos geométricos independientes (segmentos, polígonos, arcos, etc.), cada uno de ellos definido por distintos atributos matemáticos de forma, de posición, de color, etc. Por ejemplo un círculo de color rojo quedaría definido por la posición de su centro, su radio, el grosor de línea y su color.

Vínculo:

Link de una imagen con un programa específico.

Viñeta:

Borde lineal que rodea un espacio grafico. Este puede ser de distintos grosores.



Empresa Periodística El Norte S.A.

“Pensando la
Gráfica
para una Producción de
Calidad”

M U L T I P L A T A F O R M A S

