



Principios del Diseño Gráfico

Jesús H. Gaytán Polanco, MAE, MDis, MDG



Objetivo del Curso

- Aprender y dominar los principios formales del diseño gráfico con el propósito de desarrollar la capacidad de crítica hacia las piezas de comunicación visual.
- Comenzar a aplicar estos principios hacia el análisis funcional de las piezas de diseño.

Bibliografía del curso

■ Libro de Texto:

- THE ELEMENTS OF GRAPHIC DESIGN, White, Alex W. Allworth Press, NY, 2002 (www.amazon.com)

■ Libros de Apoyo:

- LA SINTAXIS DE LA IMAGEN, Dondis, D.A., Gustavo Gili, México, 2002
- INTRODUCTION TO TWO-DIMENSIONAL DESIGN: UNDERSTANDING FORM AND FUNCTION, Bowers, John, John Wiley & Sons, NY, 1999
- METODOLOGIA DEL DISEÑO; FUNDAMENTOS TEÓRICOS, Vilchis, Luz del Carmen, Centro Juan Acha, México, 2002



Primera Unidad

Del diseño y sus cosas...

Que es el diseño?

■ Diseño

- Designi
- Dessin
- Design

- Disegnare
- Designare (marcar, designar)



Diseño

- “Diseñar es la actividad objeto de estudio del diseño que en tanto disciplina estudia el comportamiento de las formas, sus combinaciones, su coherencia asociativa, sus posibilidades funcionales y sus valores estéticos captados en su integridad.”

□ *Luz del Carmen Vilchis*

Gráfico

- “Producción de objetos visuales destinados a comunicar mensajes específicos”

□ *Jorge Frascara*

Diseño Gráfico

- La acción de concebir, programar, proyectar y realizar comunicaciones visuales, producidas en general por medios industriales y destinados a transmitir mensajes específicos a grupos determinados”

□ *Jorge Frascara*



Factores del Diseño

- El factor integrante de este proceso lo constituye la relación entre:
 - El Diseño
 - El Diseñador
 - Lo Diseñado



Conocimientos del Diseño

- Lenguaje Visual
- Comunicación
- Percepción Visual
- Administración
- Tecnología
- Medios
- Técnicas de Evaluación

Clasificación del Diseño

■ Visual

- Concerniente a imágenes comunicadoras: signos, señales, símbolos, significado de formas y colores, etc.

■ Industrial

- Relativo a la proyección de objetos de uso y al estudio de medios y materiales

■ Gráfico

- Relativo al mundo de la stampa, los impresos, etc.

■ Investigación

- Dedicado a la experimentación con estructuras y las posibilidades combinatorias de los materiales

Diseño y Arte... lo mismo?

- El diseño busca un propósito definido
- Contempla una respuesta buscada
- Se considera un proceso de reproducción masivo
- Busca la eficacia del proceso

Estilo y Moda...

- “No confundamos estilo con moda. El estilo es la forma derivada de las necesidades reales de un cliente o una sociedad. Moda es una condición superficial adoptada por aquellos ansiosos por aparecer elegantes o sofisticados.”

□ Stephen A. Kliment

Trabajo de Comunicación

- “El fin principal del diseño de páginas es el reconocimiento visual y la legibilidad. Estos fines se logran a través de tipografía consistente, uso efectivo de espacios en blanco y gráficos, y el uso controlado de líneas”
 - Xerox Publishing Standards
- *“Es mejor ser bueno que ser original” Ludwig Mies van der Rohe*



Trabajo de Comunicación

- El trabajo del diseñador no es llenar los espacios completamente. Es hacer la información accesible y contundente.
- El mejor uso de un espacio en blanco en una página es ayudar a hacer la información distinguible, no hacerlas hermosas. Que se puedan seguir de manera automática. El punto es incrementar la absorción de la página.



Segunda Unidad

La mente y el significado



La búsqueda del significado

- El hombre y su evolución... en la búsqueda de posibles peligros



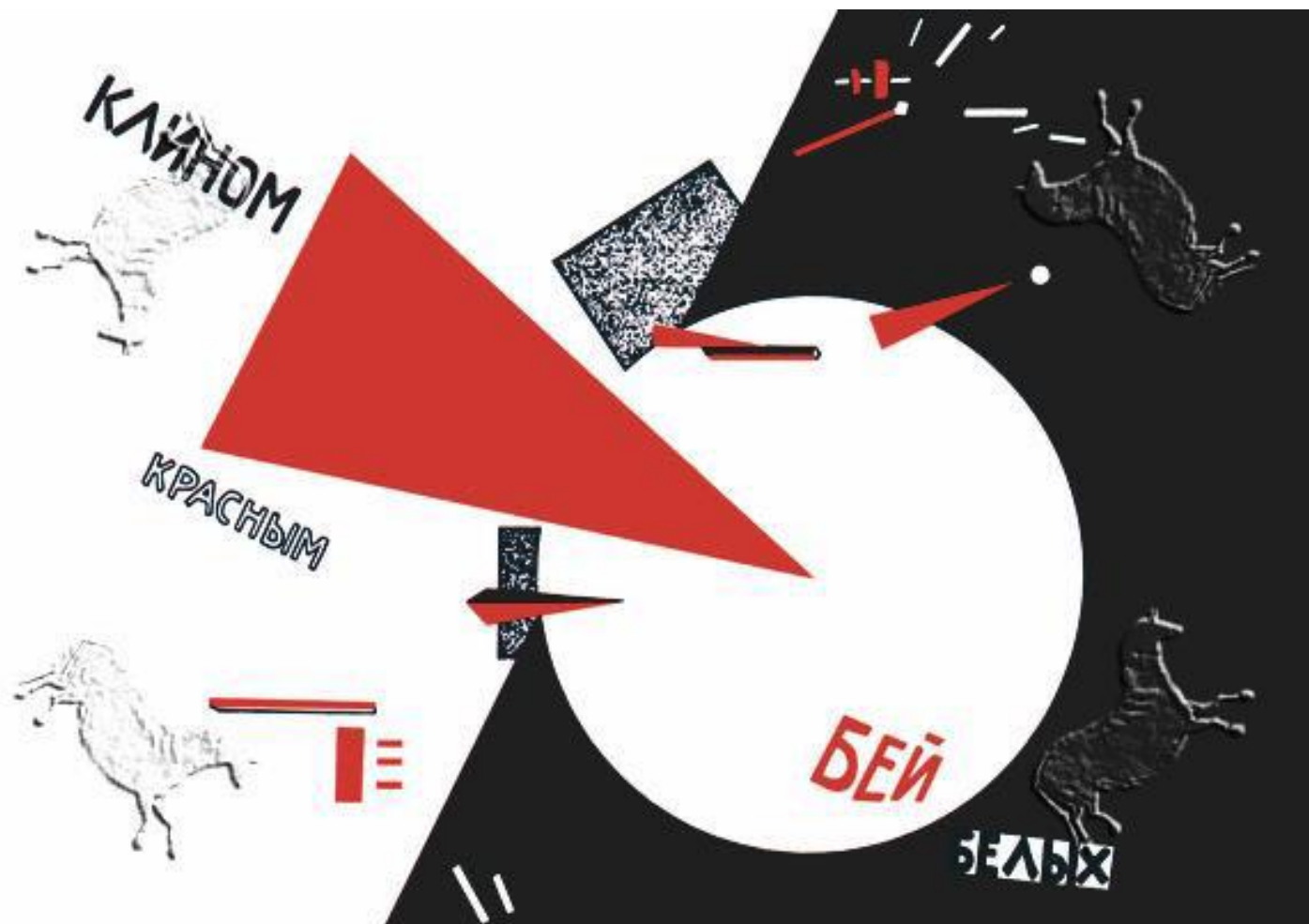
La búsqueda del significado

- La búsqueda de diferencias en nuestro alrededor
- Inconscientemente buscamos similitudes y diferencias. (la diferencia relativa)

La búsqueda del significado

- “Diseño es el proceso de búsqueda y encuentro de estas diferencias y similitudes en el contenido de los mensajes visuales. Puede llevar algún tiempo pues las similitudes no se presentan de inmediato, pero la búsqueda de las mismas está en el corazón de lo que el diseñador hace.”

La búsqueda del significado





La búsqueda del significado

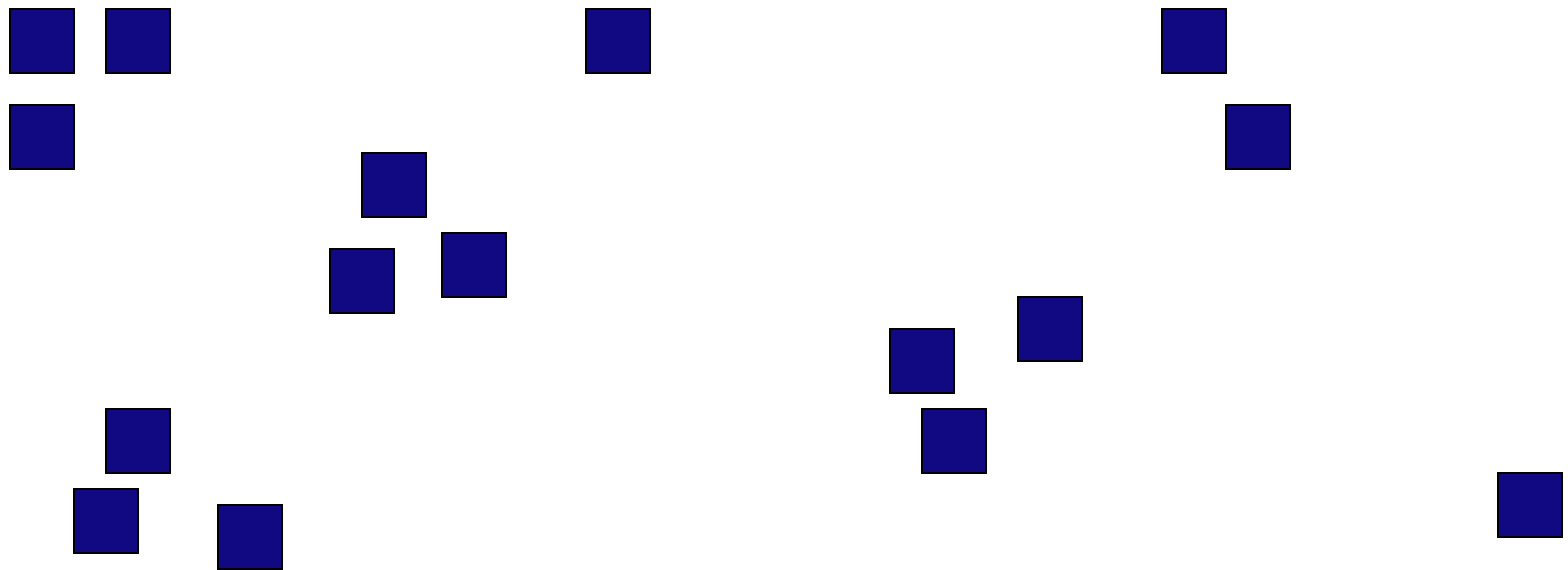
- La percepción está condicionada por el aprendizaje o conocimiento previo que tengamos de los objetos.
- Nuestro cerebro tiene tendencia a ubicar los elementos dentro de los parámetros referenciales que nos hemos construidos a través de la experiencia previa o conocimiento.

La búsqueda del significado

- LA AGRUPACIÓN: tendemos a organizar los elementos que percibimos en torno a conjuntos significativos organizados. Es como cuando miramos al cielo y vemos en las nubes una serie de figuras.
- Tenemos varias formas de agrupación por:

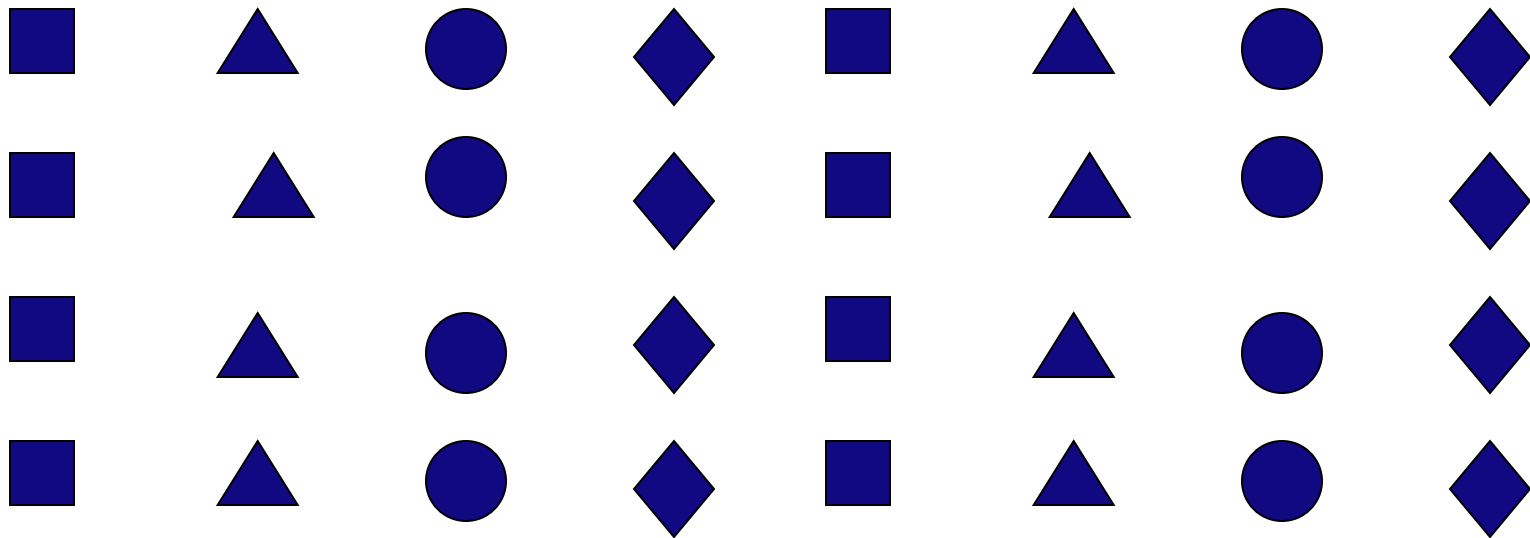
La búsqueda del significado

- Proximidad (la cercanía de los distintos elementos nos hace tender a agruparlos)



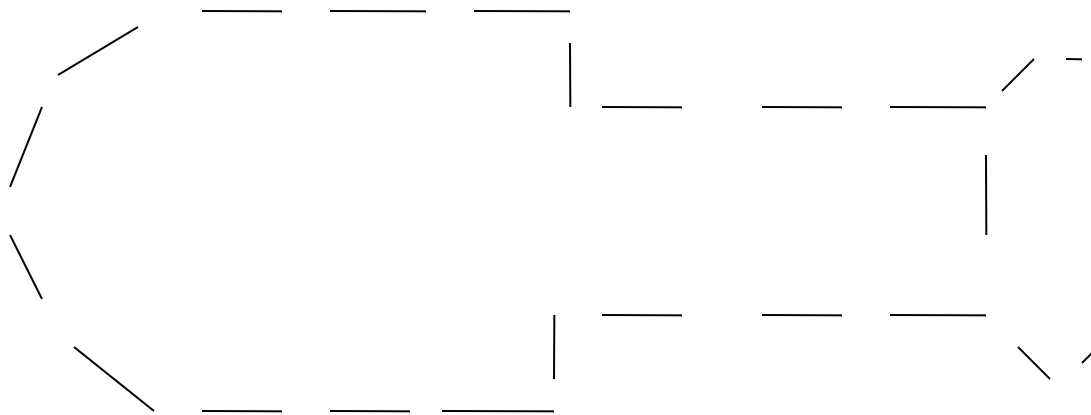
La búsqueda del significado

- Por Semejanza (cuando los elementos son parecidos o iguales también tendemos a agruparlos).



La búsqueda del significado

- Por Continuidad (nuestra percepción crea continuidad significativa, como en las tramas de una imagen).



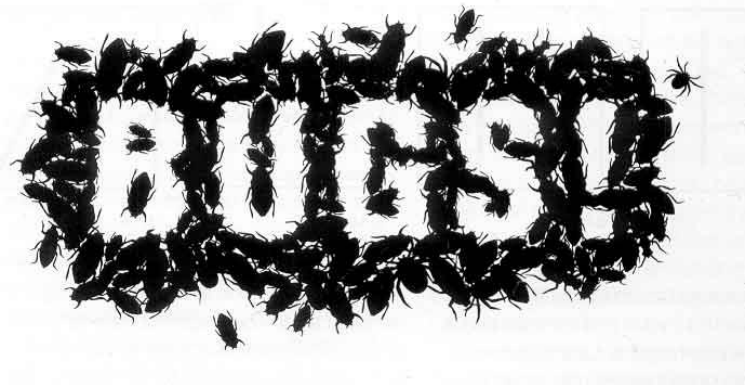
La búsqueda del significado

- Por Simetría (para que los elementos formen figuras conocidas).



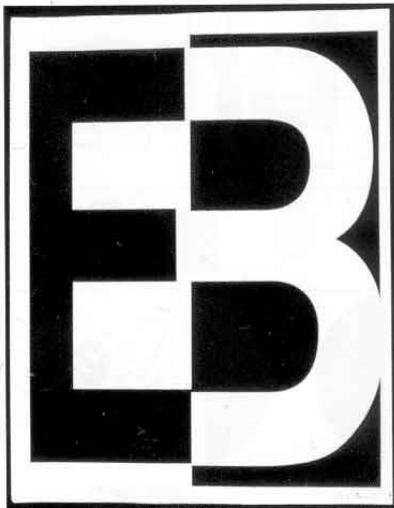
La búsqueda del significado

- PERCEPCIÓN FIGURA-FONDO: percibimos los elementos separados del fondo, aunque también podemos tener la percepción contraria, percibir el fondo como figura (muy habitual en los juegos de negativo y positivo).



La búsqueda del significado

- PERCEPCIÓN DE CONTORNO: El contorno es precisamente lo que nos hace distinguir o separar la figura del fondo. Está marcado por un cambio de color o de saturación del mismo.



La búsqueda del significado

- **PREGNANCIA:** Tendemos a rellenar aquellos huecos de información que nos faltan para completar el objeto completo. La pregnancia nos permite completar la visión física que tiene nuestra retina.





■ TELL ME SWEET,
■ TELL ME TRUE,
■ OR ELSE MY DEAR,
■ TO HELL WITH YOU



Tercera Unidad

Espacio... Vacío?



Espacio...

- Que es espacio?
- Como “vemos” el espacio?

Espacio...

- El aspecto más subestimado del diseño visual es el vacío. La falta de atención que recibe explica la abundancia de diseño que no se lee y es horrible.

Espacio...

- Los elementos de diseño SIEMPRE son vistos en su relación con los elementos que los rodean.
- El vacío en diseño bidimensional se conoce como “Espacio Blanco”

Espacio...

■ También es conocido como:

- Espacio Negativo
- Espacio Atrapado
- Contraforma
- Blanco de trabajo
- Espacio Libre

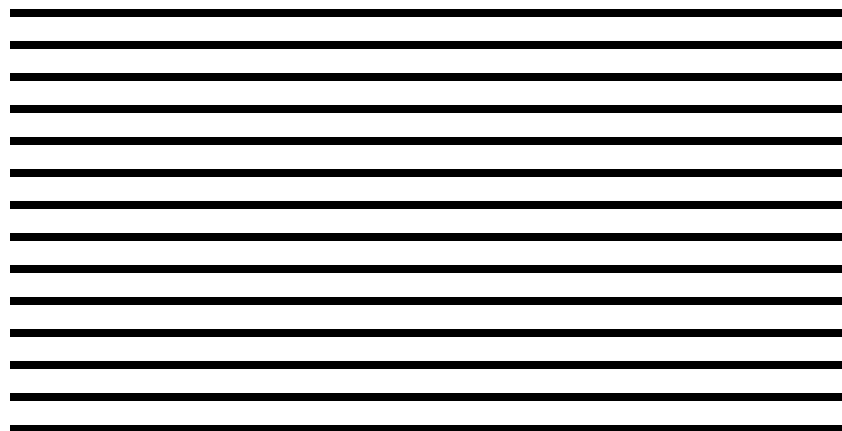
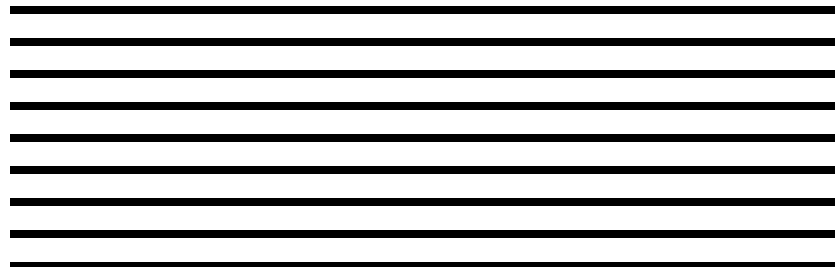


Espacio...

- El blanco existe, forma parte del diseño y de la composición, y debe de ser tomado en cuenta como parte del trabajo del diseñador.

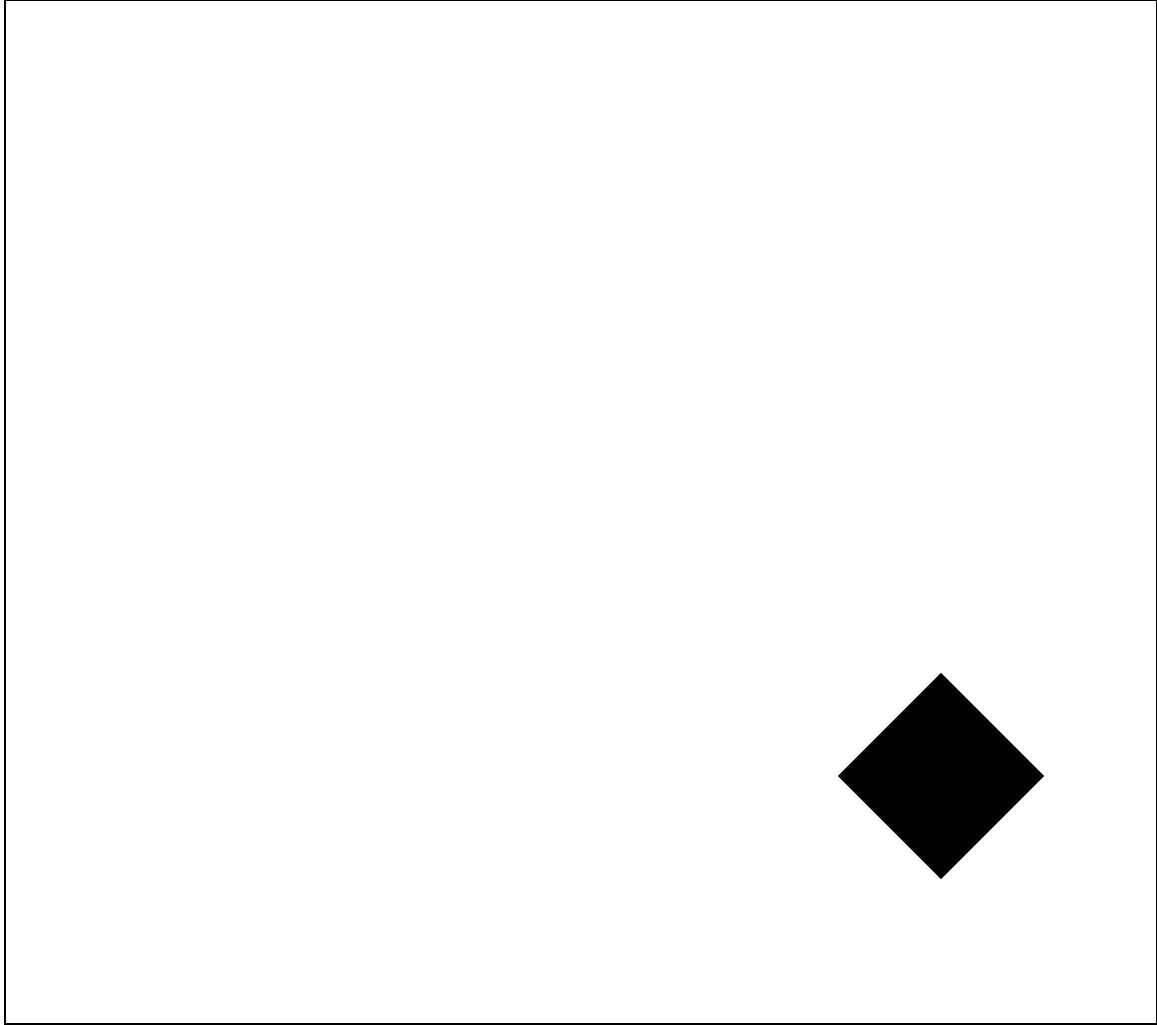


Espacio...



Espacio...

- Sin embargo, el espacio no es creado hasta que algo hace referencia al mismo, en otras palabras, cuando otro elemento es colocado en él.



Espacio...

- Al colocar un objeto en un espacio, en ese momento se crea la relación fondo-figura.

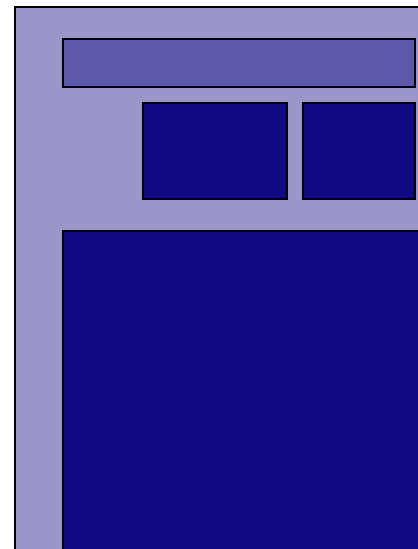
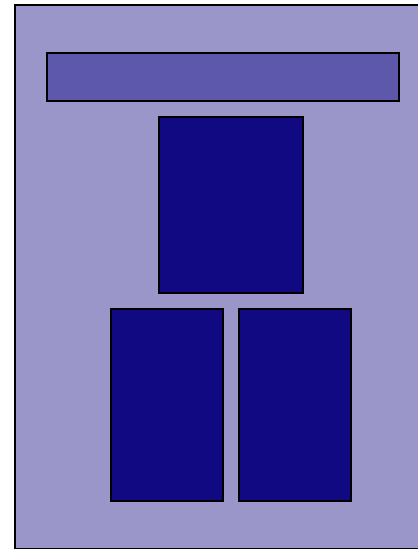
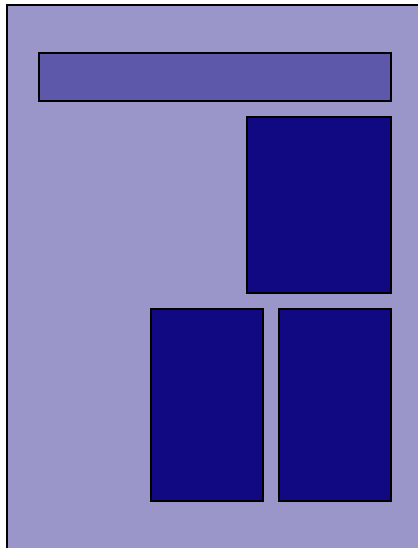


Espacio...

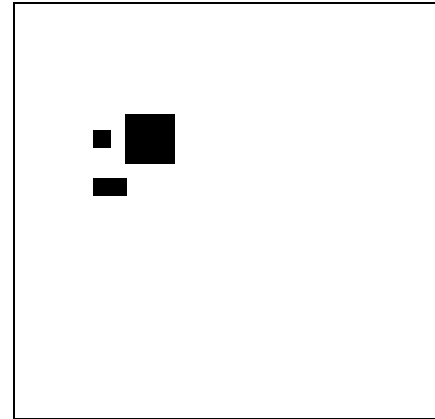
- Tipos de relación fondo-figura
 - Fondo-figura estable
 - Fondo-figura reversible
 - Fondo-figura ambiguo

Espacio...

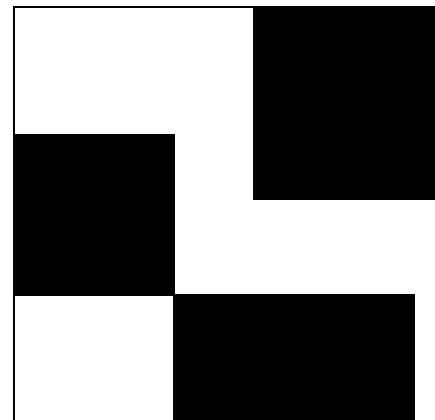
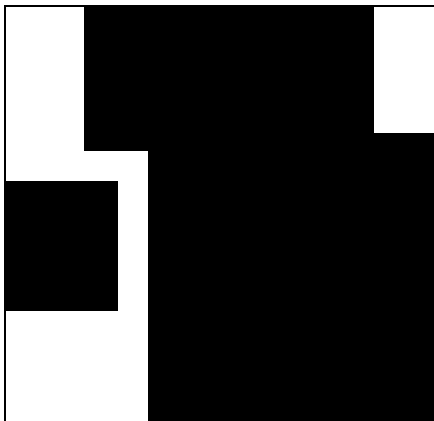
- Fondo-Figura Estable



Espacio...



- Fondo-Figura reversible



Espacio...

- Fondo-Figura ambiguo





Cuarta Unidad

Simetría y Asimetría

Simetría y Asimetría

- Balance... dos tipos
 - Simetría (entre centros o ejes)
 - Asimetría (igualdad de tensión)
- Simetría logra el balance a través de la similaridad
- Asimetría logra el balance a través del contraste



Simetría y Asimetría

- Espacio es forma
- Diseño es el acomodo de formas
- Las formas están definidas por un perímetro
- Los perímetros pueden ser de diferentes tipos
- “Ver” el espacio es la función del diseñador
- El espacio puede estar encendido o apagado



Simetría y Asimetría

- Espacio encendido es... **ACTIVO**
- Espacio apagado es... **INACTIVO**

Simetría y Asimetría

- **SIMETRÍA. Espacio pasivo**
 - Simetría es el acomodo centrado de elementos
 - El espacio es el resultado del acomodo de los elementos
 - Tipos de simetría
 - Bilateral
 - Radial
 - Rotacional



Simetría y Asimetría

- **ASIMETRÍA. Espacio activo**
 - Sugiere movimiento y actividad
 - El espacio es el vacío debidamente considerado



Quinta Unidad

Unidad y Espacio



Unidad y Espacio

■ Similaridad y Contraste

- El contraste, la similaridad escrupulosa, los espacios blancos activos y una gran idea, son los atributos primarios de las piezas de diseño bien elaboradas.
- Un ambiente de similaridad o consistencia es necesario para hacer visible el punto focal.



Unidad y Espacio

- Para desarrollar un ambiente de similaridad, es necesario recordar los siguientes puntos:



Unidad y Espacio

■ MANTENERLO SIMPLE

- Estandarizar elementos
- No saturar con elementos



Unidad y Espacio

- **CONSTRUIR UN ESQUEMA**
 - Uso de red



Unidad y Espacio

- **IMÁGENES Y TEXTO SON LENGUAJES DIFERENTES**

- Color, textura y dirección pueden ser utilizados para desarrollar atributos de imagen. Lo difícil es unificar el significado de las imágenes y el texto.



Unidad y Espacio

■ CONTINUIDAD

- Manejo de constantes en elementos continuos



Unidad y Espacio

■ MANUAL DE ESTILO

- Establece un sistema
- Da credibilidad
- No presenta sorpresas



Unidad y Espacio

■ USO DEL ESPACIO PARA CREAR UNIDAD

- El espacio blanco y la consistencia de tipografía son las dos herramientas más poderosas para crear unidad.
- Para dar la sensación de unidad el espacio entre elementos debe de ser igual y consistente en el diseño.



Unidad y Espacio

■ USO DE ESPACIOS BLANCOS

- Perímetro
- Cabezal
- Bases de columnas



Unidad y Espacio

- **PARES DE CONTRASTES**

Unidad y Espacio

■ ESPACIO

- Lleno = Vacío
- Activo = Pasivo
- Avance = Regreso
- Cercano = Lejano
- 2D = 3D
- Contenido = Irrestringido

Unidad y Espacio

■ POSICION

- Arriba = Abajo
- Alto = Bajo
- Derecha = Izquierda
- Encima = Debajo
- Frente = Detrás
- Rítmico = Casual
- Solitario = Agrupado
- Cercano = Distante
- Centrado = Excéntrico
- Alineado = Independiente
- Dentro = Fuera

Unidad y Espacio

■ FORMA

- Simple = Complejo
- Hermoso = Feo
- Abstracto = Representativo
- Definido = Ambiguo
- Geométrico = Orgánico
- Recto = Curvo
- Simétrico = Asimétrico
- Completo = Quebrado

Unidad y Espacio

■ DIRECCION

- Vertical = Horizontal
- Perpendicular = Horizontal
- Avance = Regreso
- Estabilidad = Movimiento
- Converger = Divergir
- Sentido del reloj = Contrasentido
- Convexo = Cóncavo
- Romano = Itálico



Unidad y Espacio

■ ESTRUCTURA

- Organizado = Caótico
- Alineado = Libre
- Serif = San Serif
- Mecánico = Libre



Unidad y Espacio

■ TAMAÑO

- Grande = Chico
- Largo = Corto
- Ancho = Angosto
- Expandido = Condensado
- Profundo = Bajo



Unidad y Espacio

■ COLOR

- Negro = Color
- Claro = Oscuro
- Caliente = Frío
- Brillante = Opaco
- Orgánico = Artificial
- Saturado = Neutral

Unidad y Espacio

■ TEXTURA

- Fino = Áspero
- Suave = Rugoso
- Reflejante = Mate
- Resbaloso = Pegajoso
- Afilado = Achatado
- Saturado - Liso

Unidad y Espacio

■ DENSIDAD

- Transparente = Opaco
- Grueso = Delgado
- Líquido = Sólido



Unidad y Espacio

■ GRAVEDAD

- Ligero = Pesado
- Estable = Inestable



Sexta Unidad

Los siete elementos del Diseño

Los siete elementos del Diseño

- “Estoy convencido que... la investigación de ejercicios tipográficos elementales es el prerrequisito para la solución de problemas tipográficos complejos” *Wolfgang Weingart*



Los siete elementos del Diseño

- Unidad
- Gestalt
- Espacio
- Dominancia
- Jerarquía
- Balance
- Color



Los siete elementos del Diseño

■ Unidad

- Proximidad
- Similaridad
- Repetición
- Tema con variaciones

Los siete elementos del Diseño

■ Gestalt (La unidad del diseño es mas que la simple adición de sus partes)

- Figura-Fondo
- Cierre
- Continuación
- Cierre
-



Los siete elementos del Diseño

■ Espacio

- El espacio es el elemento que da coherencia a todo el diseño, establece las relaciones entre los demás y se convierte en el centro de control del diseño



Los siete elementos del Diseño

■ Dominancia

- Muy relacionada con el contraste, dado que debe de existir contraste entre dos elementos para que uno domine sobre el otro
- El propósito es el de establecer el punto focal



Los siete elementos del Diseño

■ Jerarquía

- El movimiento del diseño está dirigido por el orden del significado de la imagen y el texto.
- Importante, menos importante e información restante.



Los siete elementos del Diseño

■ Balance

- Equilibrio, estado de tensión equalizada
- Simétrico o formal
- Asimétrico o informal
- Total o balance de mosaico



Los siete elementos del Diseño

■ Color

- El contraste de color tiene el mismo peso que la Jerarquía de texto, peso y tamaño.
- Ayuda a la organización. Establece carácter a través de la consistencia
- Da énfasis. Ranquea los elementos por orden de importancia.
- Provee dirección. Relaciona partes una con otra



Séptima Unidad

Teoría del Color



Teoría del Color

Que es la teoría del color?

- Teoría del Color es una serie de principios creados para realizar combinaciones armónicas.
- Las relaciones del color pueden ser representadas visualmente por medio del círculo de color.



Teoría del Color

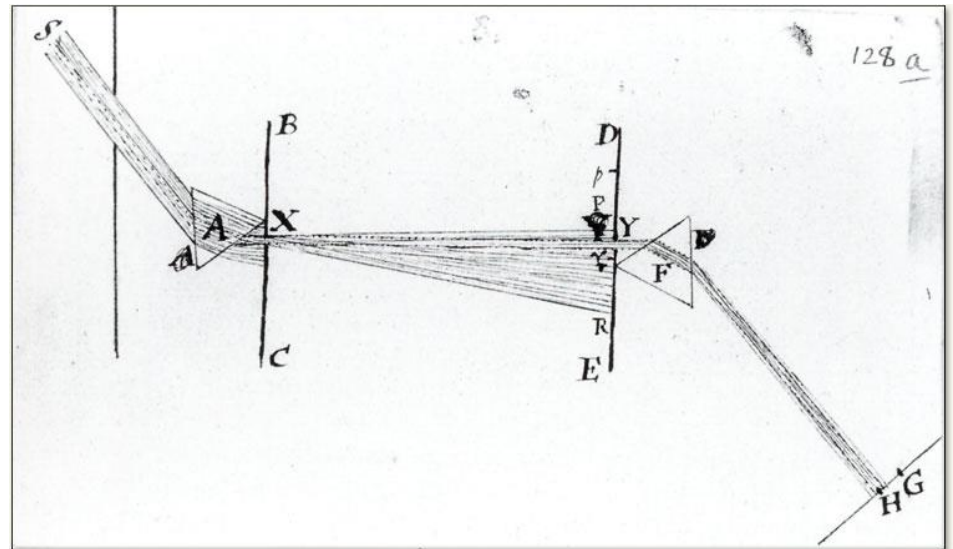
Que es el color?

- Sombras?
- Tonos?
- Luz?

Teoría del Color

Que es el color?

- Un fenómeno óptico descubierto por Sir Issac Newton



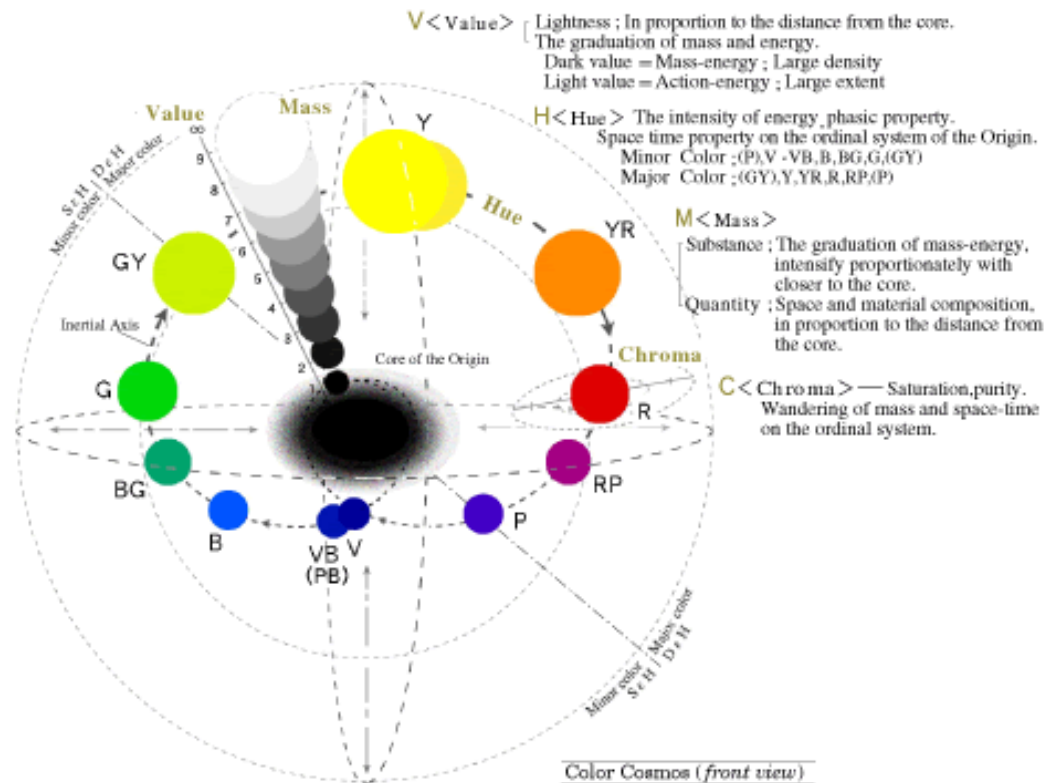
Teoría del Color

Que es el color?

- Un fenómeno físico

1. The system of the Color Cosmos

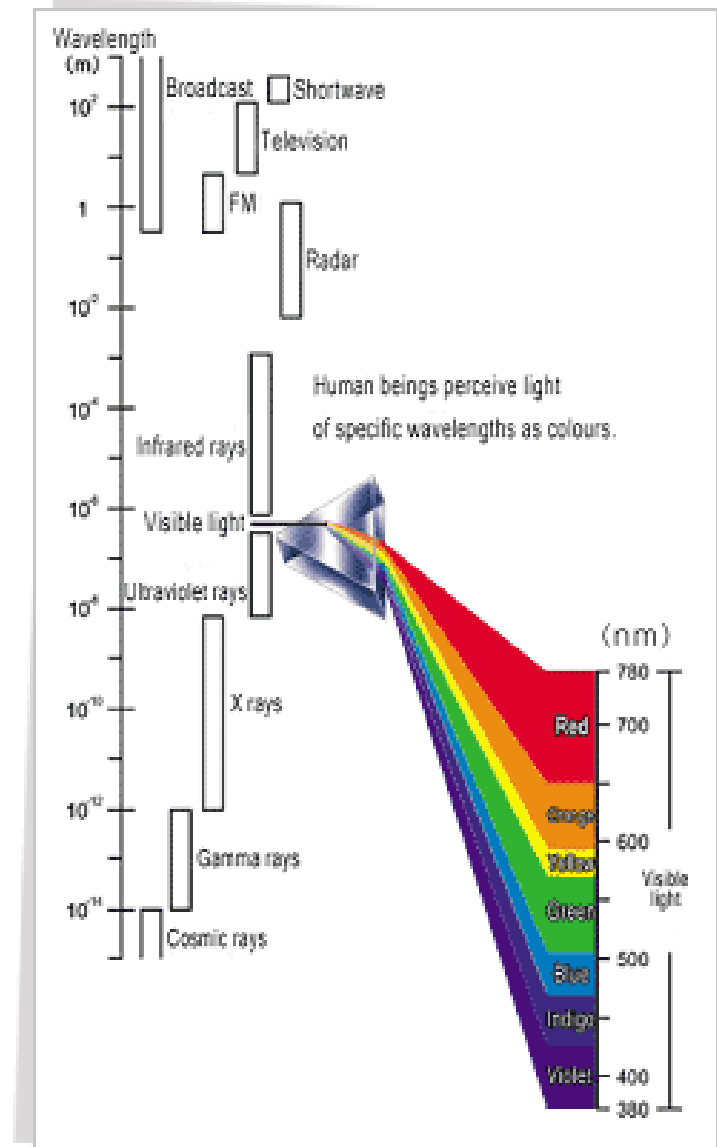
The Color System in Unified Four Properties — V H M C System



Teoría del Color

Que es el color?

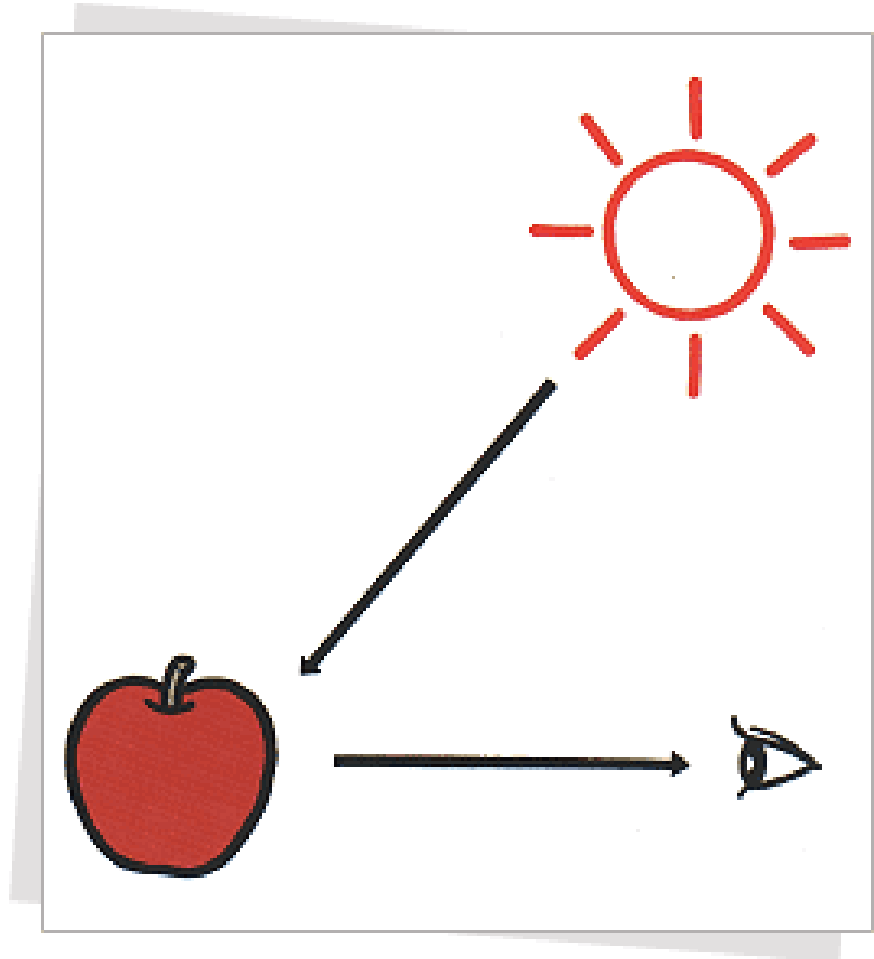
- Ondas electromagnéticas



Teoría del Color

Elementos para la percepción del color

- Fuente
- Observador
- Objeto



Teoría del Color

Clasificación del Color

Munsell



NCS



Pantone



Teoría del Color

Definiciones

■ Tonalidad (Hue)

- El color en su forma pura



■ Cobertura (Shade)

- El color mezclado con tonos de negro



■ Tinte (Tint)

- El color mezclado con blanco



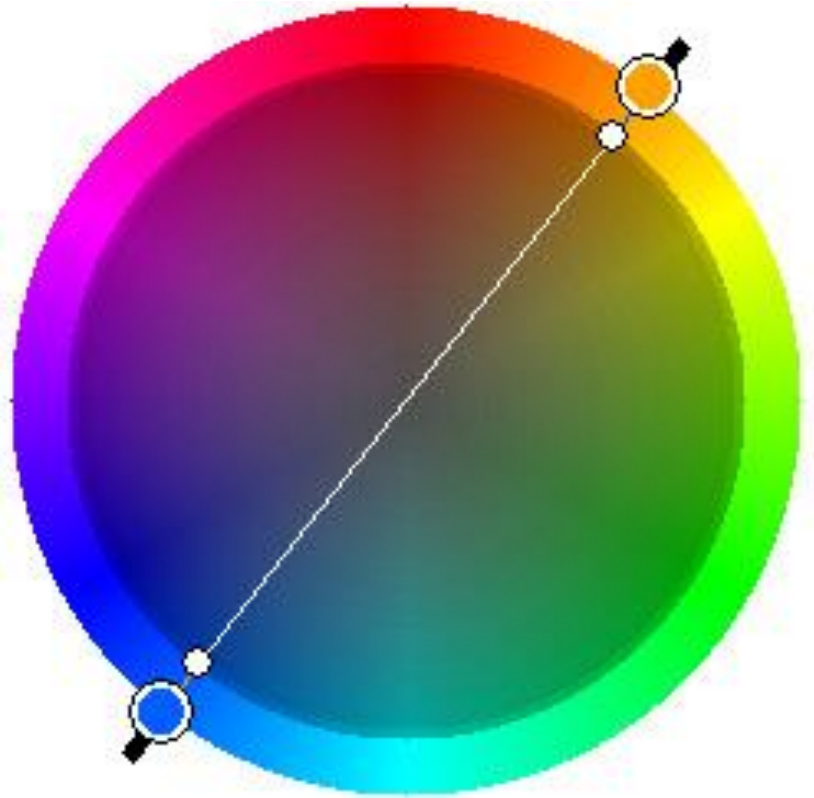
■ Tono (Tone)

- El color mezclado con gris



Teoría del Color

Cículo de Color





Teoría del Color

- De acuerdo a la teoría de color, las combinaciones armónicas son aquellas que:
 - Utilizan un par de colores opuestos
 - Utilizan tres colores separados igualmente
 - Utilizan cuatro colores formando un rectángulo



Teoría del Color

- Todas las combinaciones anteriores se conocen como:
- **ARMONIAS DE COLOR**

Teoría del Color

Tipos de armonías de color

■ Monocromática

- Utiliza variación de luz y saturación
- El esquema se ve elegante y limpio
- Se adapta bien a la visión
 - Especialmente verdes y azules



Monocromática

- **PROS:** El esquema monocromático es más sencillo de manejar, siempre se ve balanceado y visualmente interesante.
- **CONTRAS:** El esquema carece de contraste de color, no es tan vibrante como el complementario.
- **TIPS:**
 - Utilizar tonos, opacidad e intensidad en los colores para reforzar el diseño.
 - Tratar de utilizar el esquema análogo, este ofrece mayores posibilidades mientras se mantiene la sencillez y elegancia del esquema monocromático.

Teoría del Color

Tipos de armonías de color

■ Análoga

- Utiliza colores adyacentes
- Un color es el dominante
- Los otros colores acentúan



Análoga

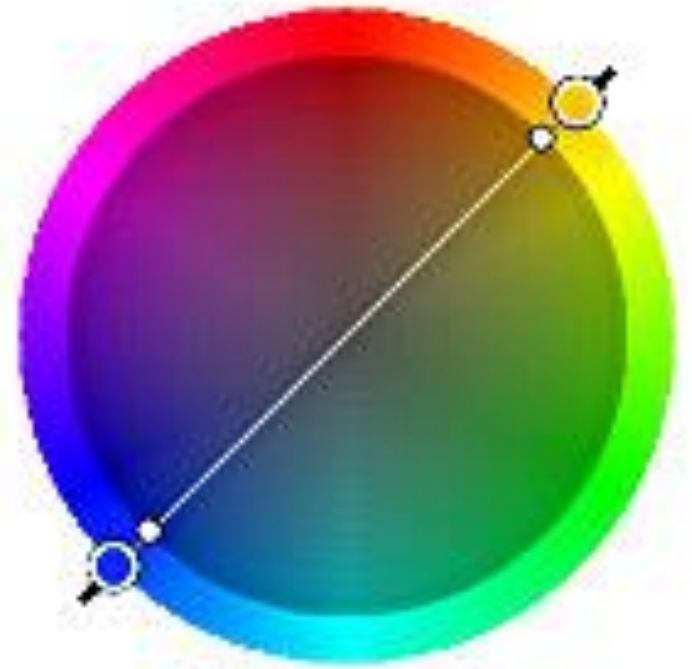
- **PROS:** El esquema análogo es tan sencillo de utilizar como el monocromático, pero luce mucho más vivo.
- **CONTRAS:** El esquema carece de contraste de color, no es tan vibrante como el complementario.
- **TIPS:**
 - Evitar usar muchos tonos en el esquema análogo debido a que puede arruinar la armonía.
 - Evitar combinar colores cálidos y fríos en este esquema.

Teoría del Color

Tipos de armonías de color

■ Complementaria

- Utiliza colores encontrados
- Funciona mejor con cálido/frío
- Esencialmente utiliza el contraste



Complementaria

- **PROS:** El esquema complementario ofrece un alto grado de contraste y logra gran atención.
- **CONTRAS:** El esquema es difícil de balancear que los anteriores, especialmente cuando se utilizan cálidos con poca saturación.
- **TIPS:**
 - Para mejores resultados usar cálidos y fríos.
 - Si se utiliza un color cálido como acento, se recomienda desaturar el color frío opositor para acentuar el contraste
 - Evitar utilizar colores desaturados cálidos (cafés o amarillos neutros).
 - Se recomienda utilizar más el complementario dividido.

Teoría del Color

Tipos de armonías de color

■ Complementaria Dividida

- Variación de la complementaria
- Utiliza un color y dos adyacentes de su complementario.
- Genera alto contraste con menos tensión



Complementaria Dividida

- **PROS:** Ofrece mayores combinaciones manteniendo el contraste visual.
- **CONTRAS:** El esquema es más difícil de balancear que los anteriores.
- **TIPS:**
 - Para mejores resultados usar un color cálido con fríos.
 - Evitar utilizar colores desaturados cálidos (cafés o amarillos neutros).

Teoría del Color

Tipos de armonías de color

■ Triádico

- Utiliza tres colores equidistantes.
- Gran contraste con balance y riqueza de color.
- No tan contrastante como el complementario





Triádico

- **PROS:** Ofrece alto contraste reteniendo la armonía.
- **CONTRAS:** No es tan contrastante como el complementario.
- **TIPS:**
 - Escoger un color que sea utilizado con mucha mayor frecuencia que los otros dos.
 - Si los colores no se ven armónicos, tratar de bajar la saturación de ellos.

Teoría del Color

Tipos de armonías de color

- Tetrádico (Doble Complementario)
 - Dos pares complementarios.
 - Difícil de equilibrar.





Tetrádico (Doble Complementario)

- **PROS:** Ofrece mayores variedades de color y combinaciones.
- **CONTRAS:** Es el más difícil de balancear.
- **TIPS:**
 - Si el esquema se ve desbalanceado, se recomienda subordinar uno o más colores.
 - Evitar usar colores puros en proporciones iguales.



Octava Unidad

Importancia y significado del
Color



Importancia y significado del Color

- "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).*

Importancia y significado del Color

■ TIPOS DE COLORES

- Color denotativo
- Color connotativo (icónico, saturado y fantasioso)
- Color esquemático

Importancia y significado del Color

■ 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. El color como atributo realista o natural de los objetos o figuras. En el color denotativo podemos distinguir tres categorías: Icónico, saturado y fantasioso, aunque siempre reconociendo la iconicidad de la forma que se presenta.

Importancia y significado del Color

■ Color Connotativo 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 es un elemento esencial de la imagen realista ya que la forma incolora aporta poca información en el desciframiento inmediato de las imágenes. La adición de un color natural acentúa el efecto de realidad, permitiendo que la identificación sea más rápida. Así el color ejerce una función de realismo que se superpone a la forma de las cosas: una naranja resulta más real si está reproducida en su color natural.

Importancia y significado del Color

■ Color Connotativo Saturado

- Una segunda variable del color connotativo 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 saturado obedece a la necesidad creada por la fuerte competitividad de las imágenes que nos asedian, donde la exageración de los colores forma parte del triunfo de las imágenes como espectáculo visual de nuestro entorno cotidiano. El mundo resulta más atractivo de esta forma. El cine, la fotografía, la ilustración, la televisión, los carteles, los embalajes... ofrecen una imagen cromática exagerada que crea una euforia colorista.



Importancia y significado del Color

■ Color Connotativo Fantasiioso

- Otro matiz de la denotación cromática realista es el color fantasiioso, 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.



Importancia y significado del Color

■ Color icónico

- Lo icónico es la representación consensuada del significado del color por normatividad ya sea social o cultural. El establecimiento de un “lenguaje visual” común entre los individuos, e inclusive entre culturas o comunidades.



Importancia y significado del Color

■ BLANCO

- Como el negro, se hallan en los extremos de la gama de los grises. Tienen un valor límite, frecuentemente extremos de brillo y de saturación, y también un valor neutro (ausencia de color). También es un valor latente capaz de potenciar los otros colores vecinos. El blanco puede expresar paz, soleado, feliz, activo, puro e inocente; crea una impresión luminosa de vacío positivo y de infinito. El blanco es el fondo universal de la comunicación gráfica.



Importancia y significado del Color

■ NEGRO

- Es el símbolo del silencio, del misterio y, en ocasiones, puede significar impuro y maligno. Confiere nobleza y elegancia, sobre todo cuando es brillante.



Importancia y significado del Color

■ GRIS

- Es el centro de todo, pero es un centro neutro y pasivo, que simboliza la indecisión y la ausencia de energía, expresa duda y melancolía.
- Simbólicamente, el blanco y el negro, con sus gradaciones de gris, son del color de la lógica y de lo esencial: la forma. Por otra parte, el blanco y el negro junto con el oro y plata, son los colores del prestigio.



Importancia y significado del Color

■ AMARILLO

- Es el color más luminoso, más cálido, ardiente y expansivo. Es el color del sol, de la luz y del oro, y como tal es violento, intenso y agudo. Suelen interpretarse como animados, joviales, excitantes, afectivos e impulsivos. Está también relacionado con la naturaleza.



Importancia y significado del Color

■ NARANJA

- Más que el rojo, posee una fuerza activa, radiante y expansiva. Tiene un carácter acogedor, cálido, estimulante y una cualidad dinámica muy positiva y energética.

Importancia y significado del Color

■ ROJO

- Significa la vitalidad, es el color de la sangre, de la pasión, de la fuerza bruta y del fuego. Color fundamental, ligado al principio de la vida, expresa la sensualidad, la virilidad, la energía; es exultante y agresivo. El rojo es el símbolo de la pasión ardiente y desbordada, de la sexualidad y el erotismo. En general los rojos suelen ser percibidos como osados, sociables, excitantes, potentes y protectores. Este color puede significar cólera y agresividad. Asimismo se puede relacionar con la guerra, la sangre, la pasión, el amor, el peligro, la fuerza, la energía... Estamos hablando de un color cálido, asociado con el sol, el calor, de tal manera que es posible sentirse más acalorado en un ambiente pintado de rojo, aunque objetivamente la temperatura no haya variado.

Importancia y significado del Color

■ AZUL

- Es el símbolo de la profundidad. Inmaterial y frío, suscita una predisposición favorable. La sensación de placidez que provoca el azul es distinta de la calma o reposo terrestres, propios del verde. Es un color reservado y entra dentro de los colores fríos. Expresa armonía, amistad, fidelidad, serenidad, sosiego... y posee la virtud de crear la ilusión óptica de retroceder. Este color se asocia con el cielo, el mar y el aire. El azul claro puede sugerir optimismo. Cuanto más se clarifica más pierde atracción y se vuelve indiferente y vacío. Cuanto más se oscurece más atrae hacia el infinito.

Importancia y significado del Color

■ VIOLETA

- (mezcla del rojo y azul) Es el color de la templanza, de la lucidez y de la reflexión. Es místico, melancólico y podría representar también la introversión. Cuando el violeta deriva el lila o morado, se aplanan y pierde su potencial de concentración positiva. Cuando tiende al púrpura proyecta una sensación de majestad.



Importancia y significado del Color

■ VERDE

- Es el color más tranquilo y sedante. Evoca la vegetación, el frescor y la naturaleza. Es el color de la calma indiferente: no transmite alegría, tristeza o pasión. Cuando algo reverdece suscita la esperanza de una vida renovada. El verde que tiende al amarillo, cobra fuerza activa y soleada; si en él predomina el azul resulta más sobrio y sofisticado.



Importancia y significado del Color

■ MARRÓN

- es un color masculino, severo, confortable. Es evocador del ambiente otoñal y da la impresión de gravedad y equilibrio. Es el color realista, tal vez porque es el color de la tierra que pisamos.

Importancia y significado del Color

- Cada dimensión del color está relacionada con una reacción diferente.
 - Cuanto más se satura un color, mayor es la impresión de que el objeto se está moviendo.
 - Cuanto más brillante es el color, mayor es la impresión de que el objeto está más cerca de lo que en realidad está.
 - Las tonalidades de la parte alta del espectro (rojos, anaranjados, amarillos) suelen ser percibidas como más enérgicas y extravertidas, mientras que las de las partes bajas (verdes, azules, púrpuras) suelen parecer más tranquilas e introvertidas.
 - Los verdes y los azules se perciben calmados, relajados y tranquilizantes.
 - A la vez, los rojos, naranjas, y amarillos son percibidos como colores cálidos, mientras que los azules, verdes y violetas son considerados colores fríos.
 - Las diferentes tonalidades también producen diferentes impresiones de distancia: un objeto azul o verde parece más lejano que un rojo, naranja o marrón



Importancia y significado del Color

■ Color esquemático

- Aquí consideramos el color extraído de su contexto, icónico o denotativo, y considerarlo sólo en cuanto a materia cromática. Se convierte así en una propiedad autónoma, utilizable para los objetos de diseño y los mensajes gráficos. El color esquemático es combinable infinitamente con todos sus tonos y matices, pero siempre color plano.

Importancia y significado del Color

- El color esquemático proviene de la heráldica, donde el color "distintivo" de los escudos permitía identificar a los caballeros entre la multitud.
- Podemos encontrar éstas simbologías:
 - Azul: le lealtad, la justicia, la fidelidad. La buena reputación y la nobleza.
 - Rojo: significa el amor, audacia, valor, coraje, cólera, crueldad.
 - Verde: el honor, la cortesía, el civismo, la esperanza y el vigor.
 - Púrpura: representaba la fe, la devoción, la templanza y la castidad.
 - Negro: luto, la aflicción.
 - Dorado: la sabiduría, el amor, la fe, el amor, las virtudes cristianas y la constancia.
 - Plata o blanco: la prudencia, la inocencia, la verdad, la esperanza y la felicidad.
 - Naranja: inestabilidad, disimulo e hipocresía.
 - Marrón: penitencia, pena, la traición y la humildad.

Importancia y significado del Color

■ CONCLUSIONES

- El color es uno de los medios más subjetivos con el que cuenta el diseñador. Dado que la percepción del color es la parte simple más emotiva del proceso visual, tiene una gran fuerza y puede emplearse para expresar y reforzar la información visual.
- Tiene mucho poder de atracción o rechazo dependiendo del uso que se le dé.
- Los colores también dan sensación de movimiento.
- Las emociones, sensaciones, y en definitiva todo lo que los colores pueden llegar a expresar y hacer sentir al espectador forma una parte fundamental de la base de un buen diseño.
- El color, como elemento claramente evidenciado de nuestro diseño, puede ser la clave de nuestro éxito. Tanto si pensamos en ello como si no, si nos damos cuenta o no de ello, estamos cargando de significados cuando elegimos un color.



Novena Unidad

Manejo del Color

Manejo del Color

- Johannes Itten (1888-1967)
- *Pintor, teórico del color, colaborador del Bauhaus*
- 7 Metodologías para el manejo del color



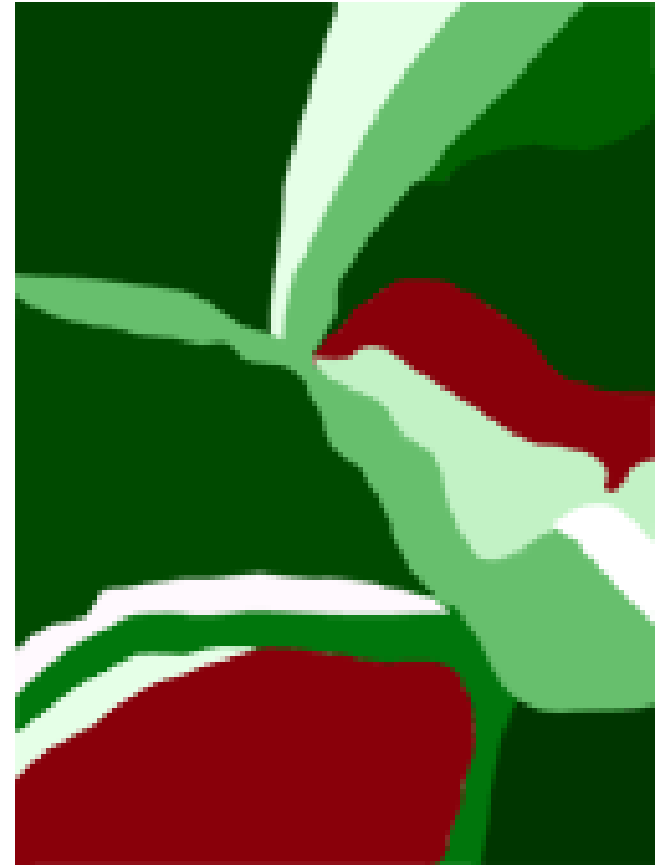
Manejo del Color

- **Contraste de Saturación**
- Uso de claros y oscuros y sus relativos



Manejo del Color

- **Contraste de Oscuro y Claro**
- Formado por la yuxtaposición de claros y oscuros. Puede ser monocromático



Manejo del Color

- **Contraste de Extensión**
- También conocido como Contraste de proporción. Se asignan colores por su valor específico de acuerdo al tamaño de la forma



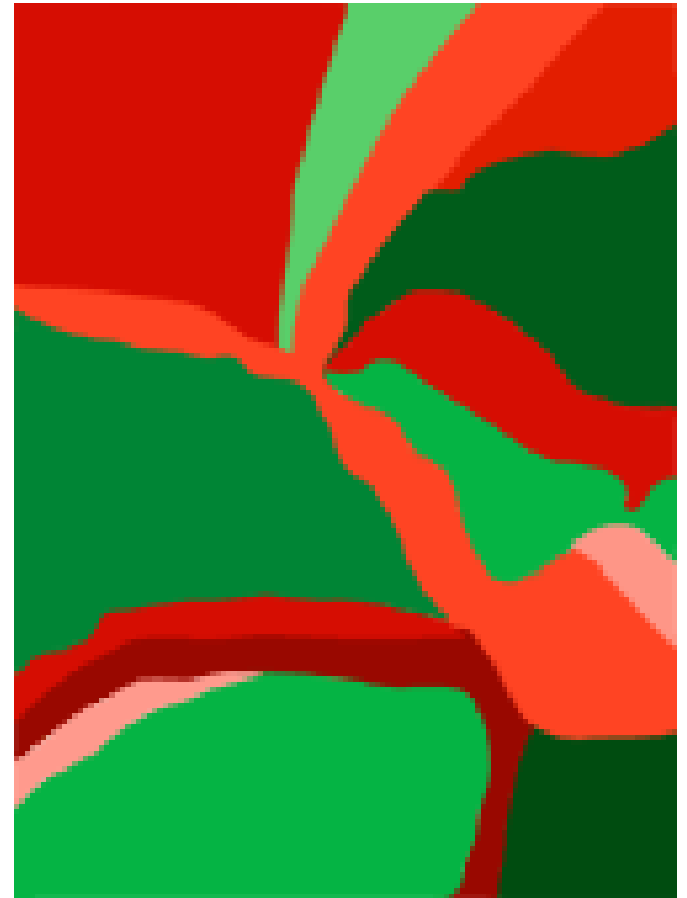
Manejo del Color

- Contraste de Complementos
- Formado por la yuxtaposición de colores complementarios



Manejo del Color

- **Contraste Simultáneo**
- Formado cuando la frontera entre colores es vibrante. Se generan ilusiones



Manejo del Color

- **Contraste de tono**
- Formado por la yuxtaposición de diferentes tonalidades. Entre más alejados estén los tonos en el círculo, mayor el contraste



Manejo del Color

- Contraste de cálidos y fríos
- Formado por el uso de colores cálidos y fríos.



Manejo del Color

- Proporción e Intensidad
- En la mezcla, nuestros ojos perciben dependiendo de:
 - El color con el área mayor es el dominante
 - Colores pequeños son colores dependientes
 - El écento está en el contraste
- http://www.worqx.com/color/color_proportion.htm
-



Décima Unidad

Manejo Tipográfico

Manejo tipográfico

- Medidas tipográficas PICA
- Tiene dos significados generales
- Pica de escritor = 10 caracteres por pulgada
- Pica de impresor = Unidad de medida, aproximadamente 1/16" o 4.21 mm.
- Tiene dos estándares
- Pica tradicional = Unidad de medida aproximadamente de 1/16"
- Pica computacional = Unidad de medida exactamente de 1/16"
-

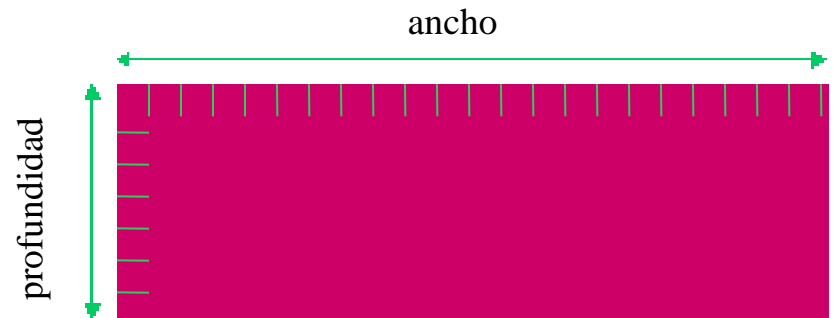
Manejo tipográfico



Pica = Medida linear

1 pica es igual a 4.21 mm ó 1/16"

6 picas son 25.3 mm ó 1 pulgada

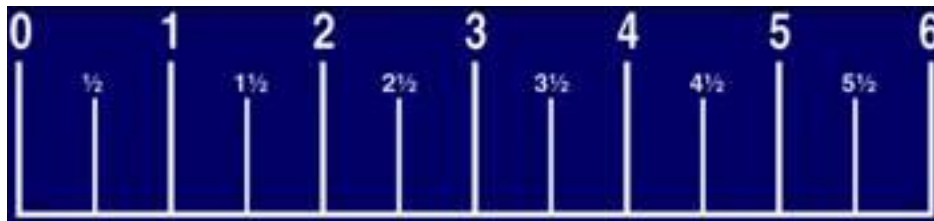


Manejo tipográfico

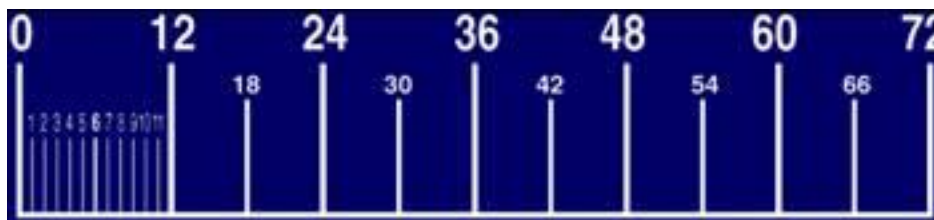
- PICA DE IMPRESOR
- Usada para:
 - + Medir ancho y altura de publicaciones
 - + Medir anchos de revistas y periódicos
 - + Medir los márgenes que rodean a una publicación
 - + Medir el largo de los renglones
 - + Medir el espacio entre los elementos tipográficos de una publicación
 - + Calcular el largo del texto en conjunción a otros valores predeterminados
-

Manejo tipográfico

- PICA DE IMPRESOR
- Subdivisión de una pica



picas



puntos

12 puntos = 1 pica ó Cícero

Manejo tipográfico


- PUNTO DE IMPRESOR

- Utilizado para:

- + Subdividir la pica

- 1 pica 6 puntos

- + Medir el grosor de líneas

- 1 punto 

- 2 puntos 

- 4 puntos 

- 8 puntos 

- + Medir el espacio entre párrafos

+ Medir el tamaño de la letra

UDEM 12 PUNTOS

UDEM 18 PUNTOS

UDEM 24 PUNTOS

+ Medir el interlineado

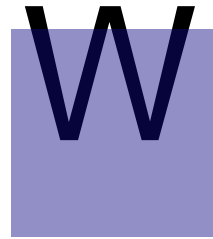
Este es un párrafo de prueba y por lo tanto no puede ser tomado en serio ni su contenido ni su forma, de otra manera, no tendría sentido.

Manejo tipográfico

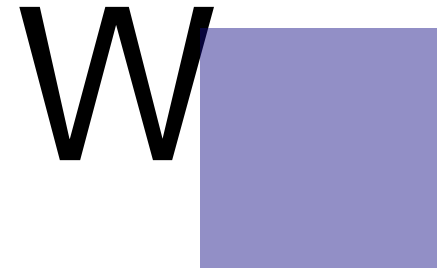
- MEDIDA DE AREA (EM)
- Definida como “el cuadrado del tamaño de la tipografía”



■ 7-pt Arial



10-pt Arial



12-pt Arial

- Solo tiene significado en relación al tamaño de la tipografía



Manejo tipográfico

- MEDIDA DE AREA (EM)
- Usada para:
- Manejo de espacios fijos
 - Un espacio de ancho constante permite el control sobre elementos específicos del diseño.
- Cálculo de letras
 - El valor conocido de la medida del área nos permite especificar el ancho y largo de un texto en parámetros especificados de nuestro diseño.
- Determinar sangrado de párrafos (tabuladores)
 - El espaciado de párrafos en tablas puede ser controlado con mucha mayor facilidad.

Manejo tipográfico

- SISTEMA DE UNIDADES
- Ancho de Letras
- Control del ancho de las letras, inventado por la corporación “Monotype” en 1897, divide cada EM en un número igual de unidades.
- Cada letra de una fuente es colocado con un valor de unidad basado en el total de unidades de un EM. (18, 36, 54, etc.)

Un sistema de
18 unidades
Trabajaría asi...



Manejo tipográfico

■ SISTEMA DE UNIDADES

■ Usada para:

■ Seguimiento de letras

- Controla mejor el ancho, opera globalmente.

■ Interletrado

- Permite a cada letra acomodarse con la que tiene a su izquierda de manera constante.

Manejo tipográfico

- ANATOMIA DE LA LETRA.





Undécima Unidad

Estilos Tipográficos

Estilos tipográficos

- Tipografía Elemental
- Desarrollada a finales de la Primera Guerra Mundial
- Utiliza formas claras y reduccionistas del constructivismo
- Busca el orden
- Predominantemente San Serif
- Claridad y no ornamentación
- Representantes: Paul Renner, Ferdinand Kramer



Estilos tipográficos

- Art Decó
- Se da a conocer en 1925 en París
- Utiliza líneas geométricas básicas con motivos florales
- Destacan el consumismo
- Principalmente uso publicitario
- Legibilidad en segundo plano
- Representantes: Cassandre, Morris Benton



Estilos tipográficos

- Tipografía Tradicional
- Surge después de los 30's, regreso a lo conservador
- Regreso a los valores clásicos y rechazo de “lo degenerado”
- Regreso a la legibilidad como elemento central
- Principal representante: Stanley Morrison
-

Palatino

Palatino

Melior

Melior

Optima

Optima

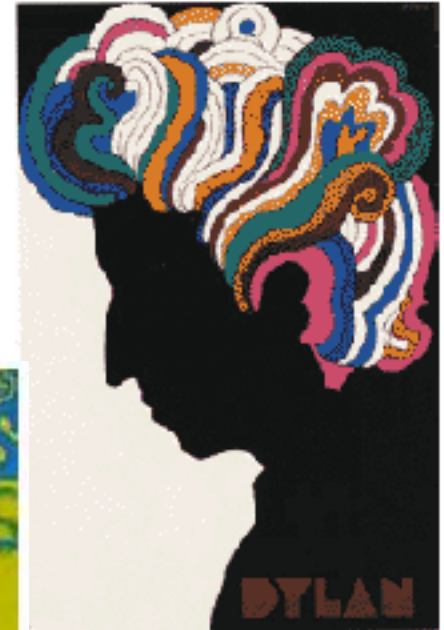
Estilos tipográficos

- Estilo Internacional
- Surge después de los 50's y dura hasta los 70's
- Influenciado por un contexto de comunicación global
- Integra la fotografía como parte de su contexto
- Uso de red
- San serif y asimetría como elementos
- Iniciadores: Armin Hoffman, Emil Ruder
-



Estilos tipográficos

- Pop
- Da inicio en los 60's
- Influenciado por la rebelión de la generación "baby boomers" y la televisión
- Se apoya en mensajes visuales complejos
- Principales representantes: Andy Warhol, Roy Lichtenstein, Herb Lubalin
-



Estilos tipográficos

- Funcionalismo y New Wave
- Da inicio en los 70's
- Experimentación con elementos fotográficos y legibilidad
- Busca representar la expresividad de la tipografía misma
- Presentación de la tipografía como grafismo y no como elemento de lectura
- Principales representantes: Herb Lubalin, Aaron Burns, Wolfgang Weingart

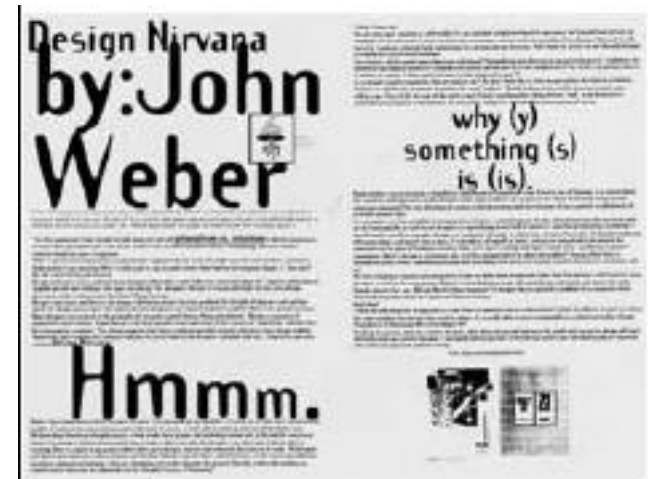


Estilos tipográficos

- Autoedición
- Da inicio en los 80's, con la aparición del computador personal
- Amplia libertad de manejo de todos los elementos de formación y control
- Principales representantes: Rudy Vanderlans, Zuzana Licko, Neville Brody



Estilos tipográficos





Decimosegunda Unidad

Creatividad y el Proceso de
Diseño



Creatividad y Proceso de Diseño

- Creatividad y Originalidad, dos conceptos diferentes y parecidos
- Creatividad: la habilidad de encontrar relaciones y conexiones
 - Pensamiento intuitivo
 - Pensamiento no verbal
 - Pensamiento visual
- Diseño: proceso de solución de problemas
 - Por lo que la aproximación sistemática del mismo facilita su solución
- La mayoría de los diseñadores lo realizan de una manera holística.

Creatividad y Proceso de Diseño

- Paralelismo entre los métodos:

	Método de Investigación	Proceso de Diseño
Preparación de la investigación	Revisión de documentación y literatura	Estudio de ejemplos históricos y actuales
Recopilación de datos	Recolección de datos de campo	Experimentación con materiales e ideas visuales
Identificación del problema e hipótesis	Información correlacionada, problema definido, diagnóstico, proposición de hipótesis, preparación de la investigación	Identificación del problema de diseño a través del análisis visual y el reconocimiento
Exposición de hechos e interpretación	Desarrollo del plan de investigación, análisis de resultados, modificación del plan basado en resultados, repetición de experimentos	Trabajo creado en series, cada trabajo sugiere problemas para explorar en subsecuentes trabajos
Presentación de resultados	Publicación de resultados	Exhibición del trabajo o producción del diseño



Decimotercera Unidad

Comunicación y el Proceso
de Diseño

Comunicación y el Proceso de Diseño

- Componentes del diseño = Relacionados con el mensaje
- Facilita la construcción del significado
- Si el significado es el producto de la interpretación, se deben de establecer mecanismos para medir su efectividad.

Estrategia de Diseño (evaluación de su implementación)	
Semiótica, Retórica y Teoría de la Percepción	Estudios de mercado, psico-sociológicos y educativos
Desarrollo de la Estrategia	
Desarrollo de la Teoría de Diseño	

Comunicación y el Proceso de Diseño

■ PRINCIPIOS

- Todo elemento visual tiene significado.
- Todo ordenamiento visual tiene significado.
- Todo significado presupone un orden.
- Todo orden está basado en principios visuales de integración y segregación.
- Los principios visuales de integración y segregación se basan en semejanza, proximidad y cierre (o continuidad, también llamado buena forma).
- Todo mensaje visual está constituido por dos niveles: forma y significación.
- La significación de un mensaje se realiza mediante un proceso de interpretación.



Comunicación y el Proceso de Diseño

- SIGNIFICADO E INTERPRETACIÓN
- Dos Niveles
 - Denotación: Los aspectos relativamente objetivos del mensaje. Carácter descriptivo.
 - Connotativo: Aspectos subjetivos del mensaje.

Comunicación y el Proceso de Diseño

■ CONTEXTO

- Contexto perceptual: el medio visual en el que se presenta el mensaje.
- Contexto cultural: el medio cultural del público receptor, sus valores y costumbres, sus códigos y actitudes.
- Contexto de origen: el contexto formado por los otros mensajes producidos por el mismo emisor .
- Contexto de clase: el contexto creado por los mensajes de la misma clase y posiblemente generados por diferentes emisores. Por ejemplo: mensajes educativos, mensajes comerciales, mensajes regulatorios, etc. (Cada uno de estos grupos constituye una clase.)
- Contexto formal/estilístico (estético): el contexto formado por el estilo visual de las comunicaciones gráficas contemporáneas.
- Contexto de medio: El contexto creado por el medio de comunicación (canal) utilizado (TV, poster, libro, revistas, etc. En otro nivel más detallado: una revista en particular, un programa específico de televisión, etc.)
- Contexto de calidad técnica: el contexto creado por el desarrollo técnico de los diferentes niveles del mensaje en cuestión en comparación con similares niveles en otros mensajes.
- Contexto de lenguaje: el contexto formado por el lenguaje cotidiano y escrito.

Comunicación y el Proceso de Diseño

- COMUNICACIÓN VISUAL COMO EVENTO
- Si consideramos que el receptor construye el significado...
- El elemento gráfico no constituye la totalidad del mensaje...
- Es incierto hasta que el receptor lo establece con su intervención...
- Aquí se da la aceptación o el rechazo.

Comunicación y el Proceso de Diseño

■ CONCLUSIONES

- Toda comunicación en diseño gráfico incluye una fuente, un transmisor, un medio, un código, una forma, un tema y un receptor (que construye un contenido significado y desarrolla una conducta visible o interna).
- Toda comunicación incluye procesos cognitivos y emotivos, así como también información a nivel denotativo y connotativo.
- Lo estético es siempre comunicacional y merece tratamiento aparte.



Decimocuarta Unidad

Teoría de comunicación y
diseño



Teoría de comunicación y diseño

- Comunicación = función continua y normal del humano
- Necesidad de expresarse, relacionarse, prevenir... es constante
- No solo es el intercambio de ideas o información
- Es un proceso utilitario... 100% práctico

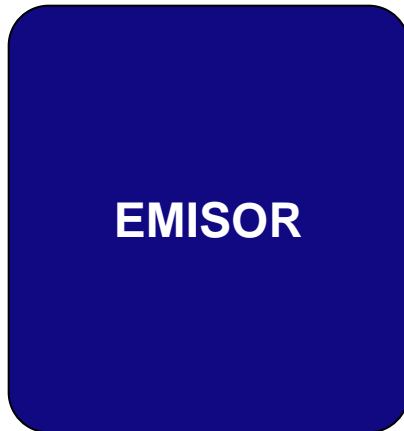


Teoría de comunicación y diseño

- ELEMENTOS BÁSICOS DEL PROCESO
- Emisor
- Medio
- Receptor
- Mensaje
- Respuesta

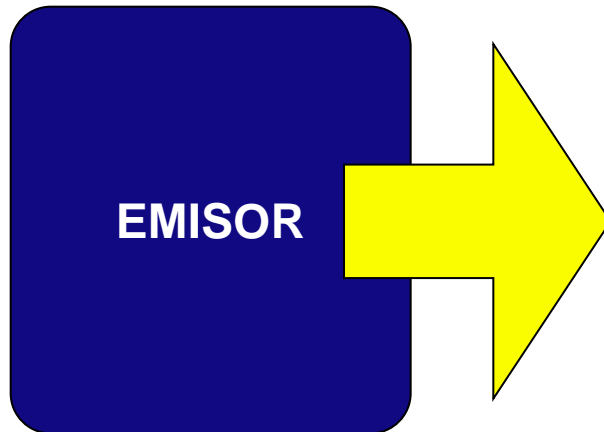
Teoría de comunicación y diseño

- EMISOR = Inicio del proceso, generador del mensaje



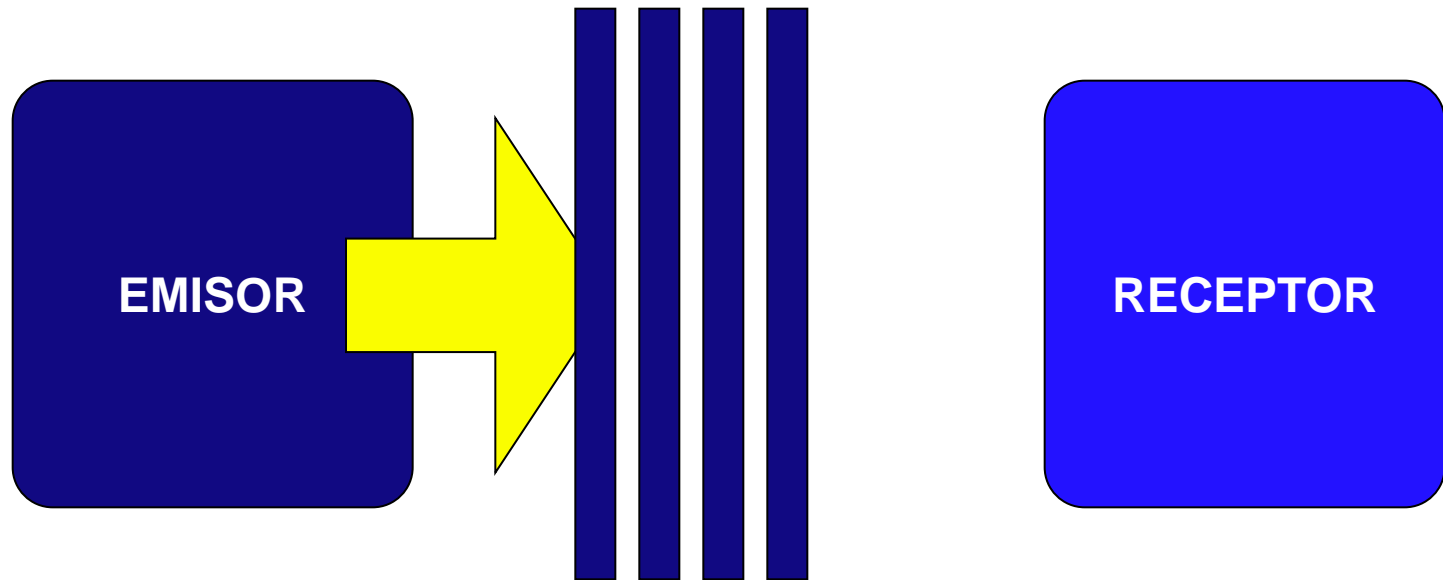
Teoría de comunicación y diseño

- MEDIO = Vehículo, forma, elemento



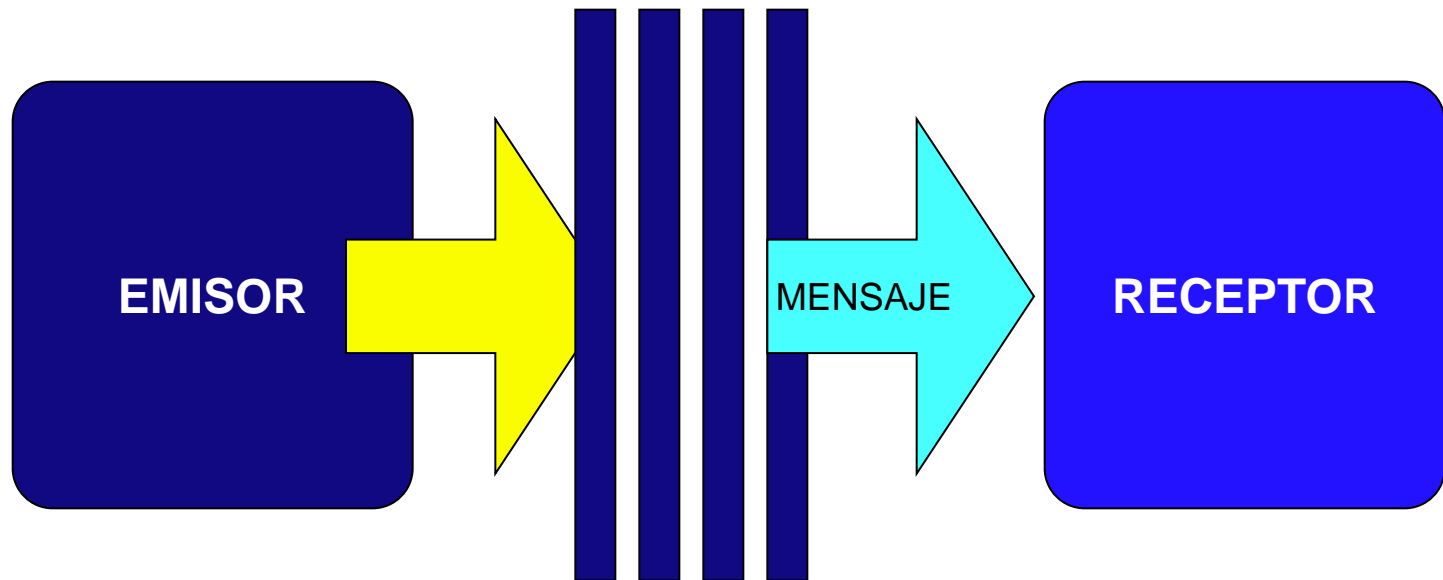
Teoría de comunicación y diseño

- RECEPTOR = Destino del mensaje



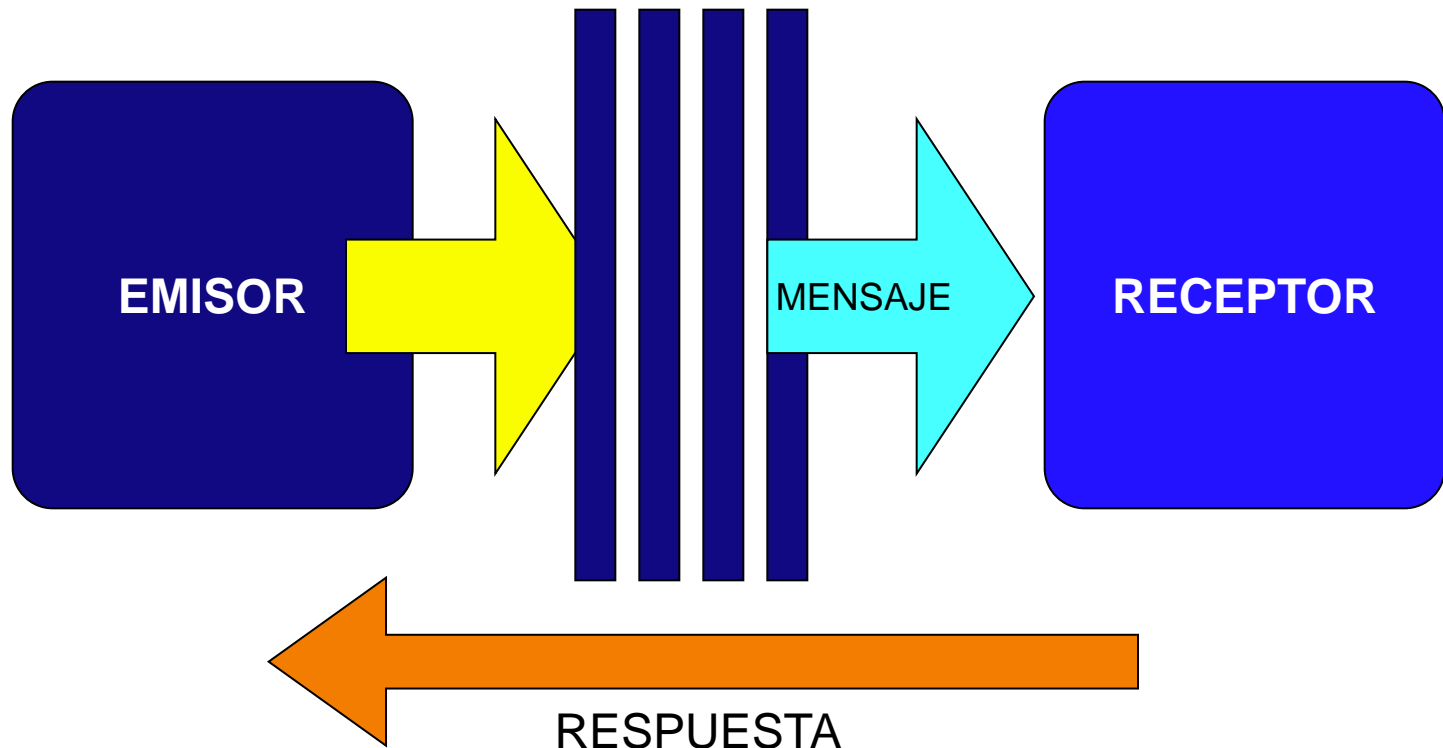
Teoría de comunicación y diseño

- MENSAJE = Información, datos, elemento central del mensaje



Teoría de comunicación y diseño

- RESPUESTA = Provocado por el mensaje, intencional, medible





Decimoquinta Unidad

Conceptos de diseño

Conceptos de diseño

- PERCEPCIÓN DEL OBJETO
- Elección de los elementos adecuados (considerando el mensaje, contexto, audiencia)
- Información sobre lo que se va a comunicar (conocimiento del tema, de la audiencia, del producto o mensaje)
- Componer los elementos de la manera más atractiva posible (de acuerdo al contexto, público y principios de la gestalt)



Conceptos de diseño

- PERCEPCIÓN DE LO VISUAL
 - Equilibrio
 - Referencia horizontal
 - Ángulo superior izquierdo
 - Relajamiento - Tensión

Conceptos de diseño

- LÓGICA VISUAL
- Jerarquía: El desarrollo de niveles de atención que permita procesar la información de manera ordenada. Afecta a los siguientes parámetros:
 - n Interés
 - n Situación
 - n Valores

Conceptos de diseño

■ LÓGICA VISUAL

■ Tipos de jerarquías:

n Arriba - Abajo

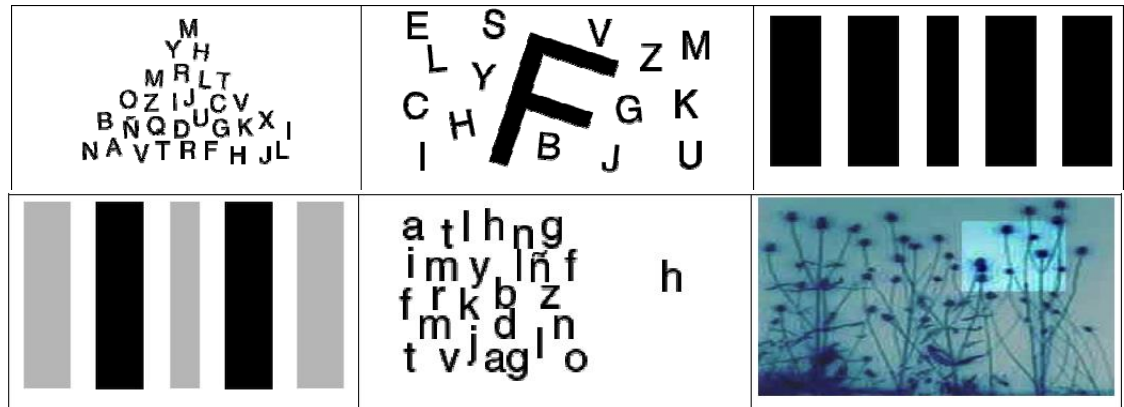
n Grande - Pequeño

n Centrado - Periférico

n Contraste

n Separado - Grupal

n Brillante



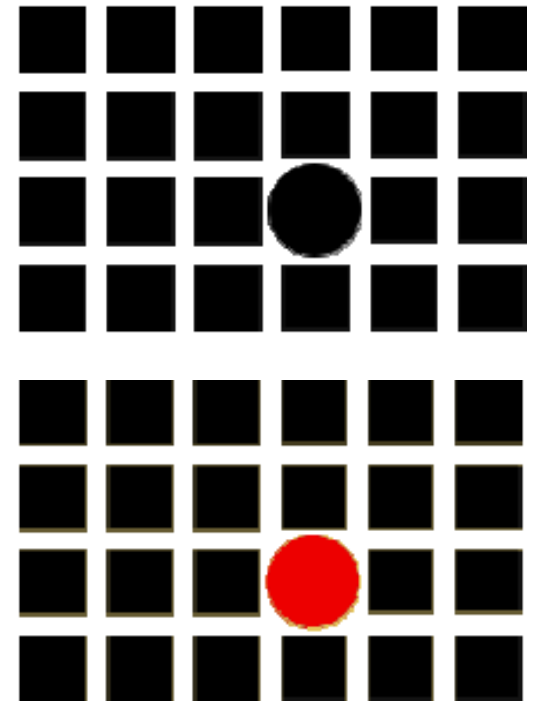
Conceptos de diseño

- PRINCIPIO DE LA ANOMALÍA PERCEPTIVA (Diferencia relativa)
- Toda imagen o suceso que viene a romper un estado de normalidad o control perceptivo
 - n LEY DEL FACTOR INCREMENTAL DE LO NUEVO
 - n LEY DE EFECTOS DECRECIENTES

Conceptos de diseño

- PRINCIPIO DE LA ANOMALÍA PERCEPTIVA
- (Diferencia relativa)

- Tipos de anomalías perceptivas:
 - n Anomalías semánticas
 - n Anomalías formales
 - n Anomalías cromáticas

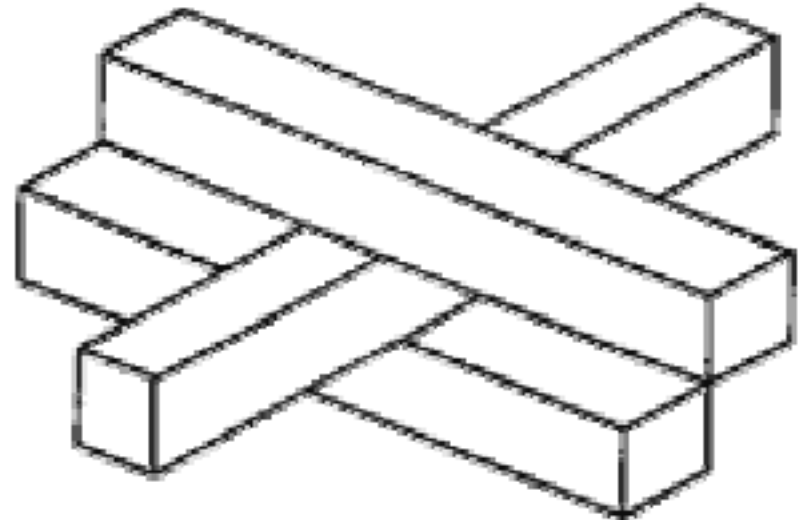


Conceptos de diseño

- PRINCIPIO DE LA COHERENCIA
- Idea de igualdad que presenta diversos grados de exactitud
 - n LEY DE SEMEJANZA
 - n LEY DE EXPECTATIVAS SATISFECHAS
 - por coherencia formal
 - por coherencia funcional

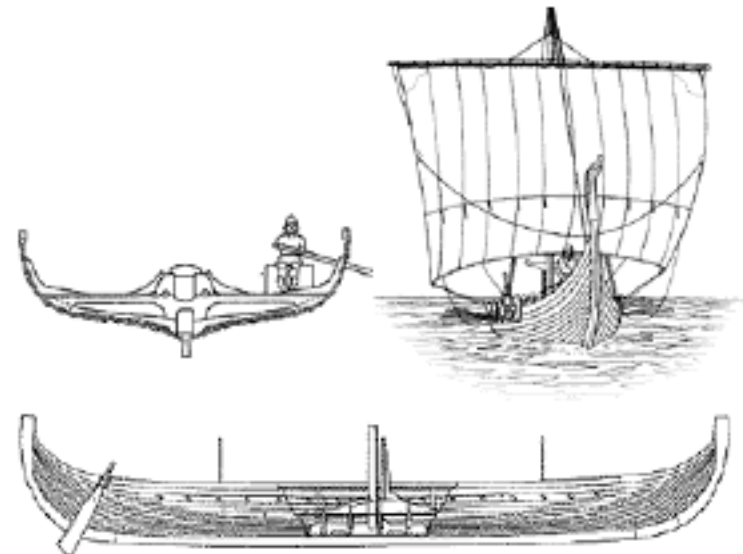
Conceptos de diseño

- PRINCIPIO DE DIVERSIDAD Y SUS FUNCIONES
- Equilibrio entre la coherencia y la variedad
 - n COHERENCIA PERCEPTIV



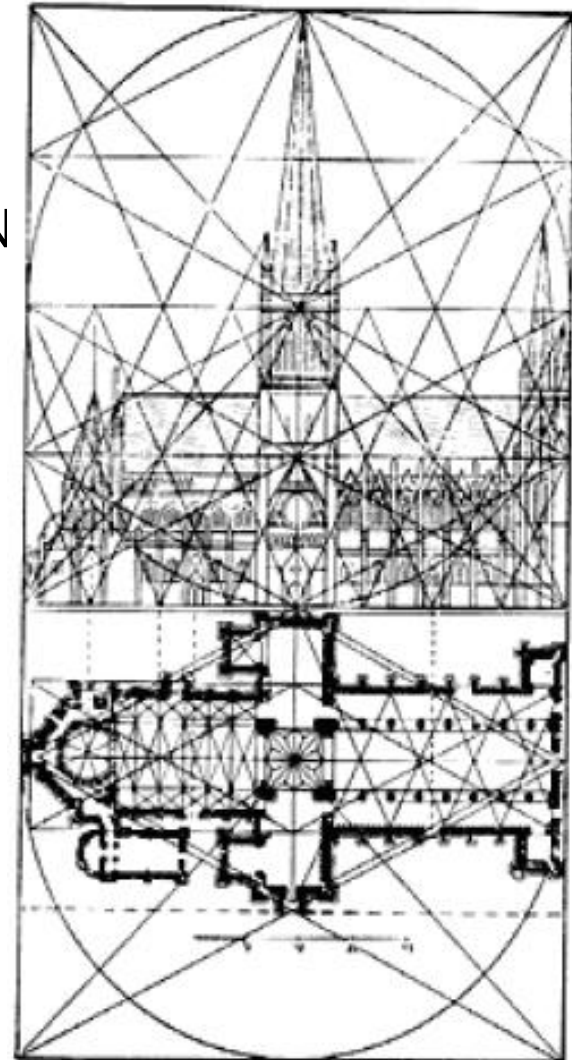
Conceptos de diseño

- PRINCIPIO DE DIVERSIDAD Y SUS FUNCIONES
- Equilibrio entre la coherencia y la variedad
 - n COHERENCIA FUNCIONAL



Conceptos de diseño

- PRINCIPIO DE DIVERSIDAD Y SUS FUNCION
- Equilibrio entre la coherencia y la variedad
- COHERENCIA EN LA PROPORCION



Conceptos de diseño

- PRINCIPIO DE DIVERSIDAD Y SUS FUNCIONES
- Equilibrio entre la coherencia y la variedad
- COHERENCIA DE ESTILO



Conceptos de diseño

- PRINCIPIO DE DIVERSIDAD Y SUS FUNCIONES
- Equilibrio entre la coherencia y la variedad
 - n COHERENCIA MODULAR



Conceptos de diseño

- PRINCIPIO DE DIVERSIDAD Y SUS FUNCIONES
- Equilibrio entre la coherencia y la variedad
- REPETICIONES Y DIFERENCIAS



Conceptos de diseño

- PRINCIPIO DE DIVERSIDAD Y SUS FUNCIONES
- Equilibrio entre la coherencia y la variedad

n COHERENCIA EN EL DETALLE





Decimosexta Unidad

Historia del diseño gráfico

Historia del diseño gráfico

- “Configuremos, pues, un nuevo género de artesanos sin las pretensiones clasistas que quieren erigir una arrogante barrera entre artesanos y artistas! Deseemos, proyectemos, creemos todos juntos la nueva estructura del futuro en que todo constituirá un solo conjunto, arquitectura, plástica, pintura, y que una día se elevará hacia el cielo de la mano de millones de artífices como símbolo cristalino de la nueva fe”

- *Walter Gropius*

Historia del diseño gráfico

- Imagen = Comunicación = Lenguaje



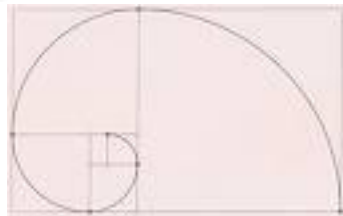
Historia del diseño gráfico

■ Gutenberg (1450-1455)



Historia del diseño gráfico

- Libros Ilustrados y diseño tipográfico (s. XVI-XVII)
- Albert Pfister
- Alberto Durero



Monograma personal de Albrecht Dürer.



Historia del diseño gráfico

■ Libros Ilustrados y diseño tipográfico (s. XVI-XVII)



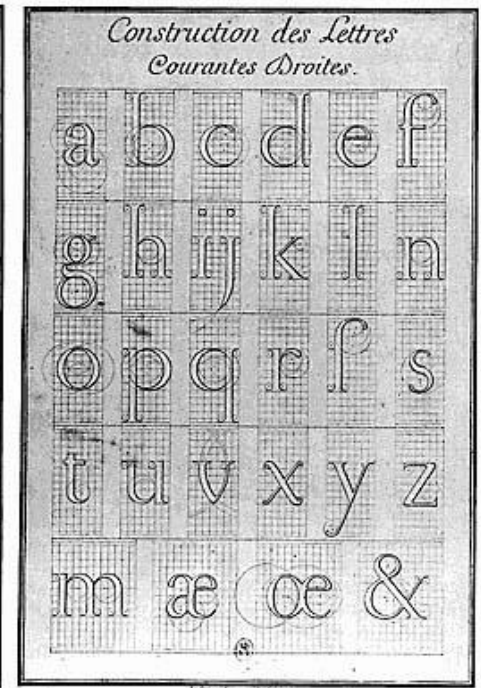
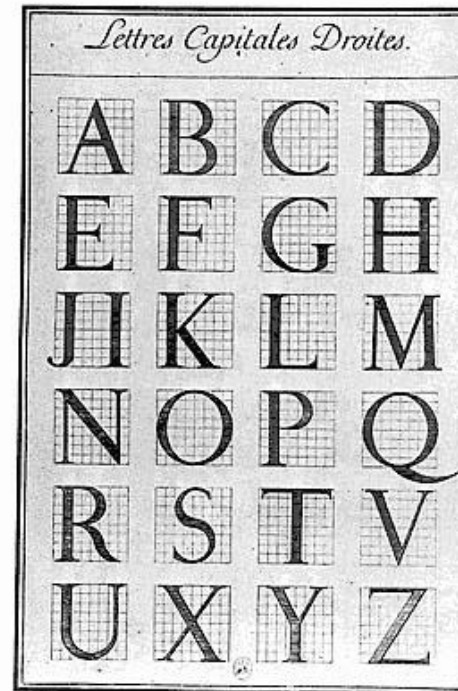
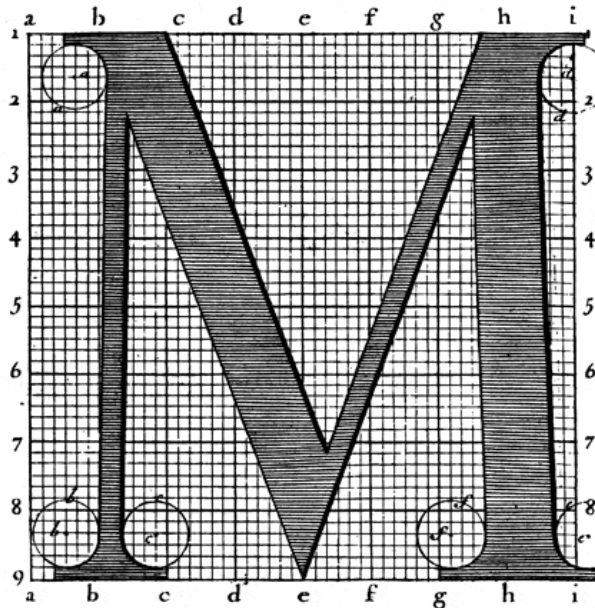
Historia del diseño gráfico

- Renacimiento
- Aldus Manitus (1450-1515)



Historia del diseño gráfico

- Francia (s. XVIII)
- *Imprimerie Royale*



Historia del diseño gráfico

■ William Caslon y John Baskerville

ABCDEFGHIJKLM
a b c d e f g h i j k l m
NOPQRSTUVWXYZ
n o p q r s t u v x y z

ABCDEFGHIJKLM
a b c d e f g h i j k l m
NOPQRSTUVWXYZ
n o p q r s t u v x y z

ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnpqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnpqrstuvwxyz
0123456789 · 0123456789



Historia del diseño gráfico

- Estilo Moderno
- Giambattista Bodoni

ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnop
qrstuvwxyz
1234567890



Historia del diseño gráfico

- Siglo XIX
- Pica de 12 líneas
- Tipografía egipcia
- Tipografía San Serif

Historia del diseño gráfico

- Fotografía
- Louis Jacques M. N. E. P. Daguerre (1799-1851)

