



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLÁSTICAS

“Fotografía de autor manipulada digitalmente para la producción de portadas de disco compacto.”

Tesis

Que para obtener el título de:

Licenciado en Diseño y Comunicación Visual

Presenta

Rodrigo Ugarte Ramos

Director de Tesis: Lic. Benjamín Sánchez Correa

México, D.F. 2004





Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

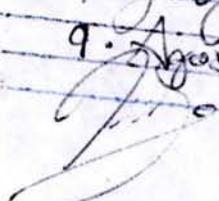
LIBROS NO SALE
DE LA BIBLIOTECA

Three concentric circles are centered on the page, with the text positioned in the middle of the innermost circle.

Gracias a mis padres que me heredaron su sangre,
gloriosa sangre que me hierve y mueve a realizar mis
proyectos.

Tema: Manipulación fotográfica digital.

Título: Fotografía de autor manipulada digitalmente para la producción de portadas de disco compacto.

Autorizo a la Dirección General de Bibliotecas de la UNAM a difundir en formato electrónico e impreso el contenido de mi trabajo intelectual.
NOMBRE: Rodrigo Ugero Vences
FECHA: 9. Agosto. 04
FIRMA: 

Origen e importancia

El origen de este trabajo de investigación, que creo surgió de manera inconsciente fue dándose paulatinamente, gracias al contacto en los últimos semestres de mi carrera con las grandes ventajas que brinda la fotografía digital. La fotografía digital me convenció que los límites y capacidades de esta, son directamente proporcionales a la creatividad del autor, si el artista utiliza un ordenador como una máquina que solo brinda efectos, el resultado será un muestrario insípido de estos mismos, sin embargo si el autor o artista asume el papel del ordenador como un eslabón hacia una creatividad sin límites, los resultados serán perfectos en técnica sin que el aspecto conceptual se torne borroso.

Esta idea, también surge de la necesidad de combinar mi carrera, Diseño y comunicación visual y mi especialidad, Fotografía con mi otra carrera que es la música. Mi intención es sacar el máximo provecho a estas dos disciplinas; con la ventaja que me da el comprender la música más que otros diseñadores, con el firme objetivo de enfatizar el concepto musical a través del diseño y así lograr una imagen que de verdad represente la esencia del artista.

Un punto importante del trabajo de mi investigación, es ir conociendo el campo profesional en el que quiero especializarme. Los requisitos, los lugares de impresión autorizados así como otros factores que intervienen en la producción, se traduzcan en conocimiento firme para que el punto principal de atención sea el de convertir concepto musical a concepto gráfico.

Satisfacer mi lado artístico es muy importante y la idea de conjuntar esta faceta con un producto que me puede llenar de manera artística y monetaria también, es de vital importancia.

Un resultado importante que deseo obtener, es lograr aglutinar una serie de información, que no es de fácil acceso, que sea de utilidad para alguien que en determinado momento necesite hacer un trabajo de este tipo y desee conocer los requisitos y todos los pormenores de la producción de portadas de disco.

Objetivo General

Elaborar un documento que contenga la información necesaria para producir de manera idónea portadas de disco (CD) partiendo desde un contexto actual, haciendo énfasis en la originalidad y creatividad única del autor; ensalzando las características que brinda la fotografía digital, para el apoyo de el estudiante, profesional del diseño gráfico y de la fotografía.

Objetivos Específicos

El inicio y objetivo de la ilustración, como antecedente de la fotografía.

El origen y las características de la fotografía digital.

Ventajas de la manipulación digital fotográfica.

La producción profesional de una portada de disco compacto (CD).

Propuesta

Elaborar una portada de disco que refleje en imágenes la esencia del artista, utilizando la fotografía digital y/o archivos digitales para explotar las bondades de la manipulación digital.

Proceso general de producción creativo-conceptual de las imágenes.

Planteamiento del Problema

El asunto es que no hay documentos que nos hablen del proceso involucrado en la producción de portadas de disco compacto, y los que existen son de difícil acceso y no aglutinan toda la información necesaria en la elaboración de una portada de CD; estos suelen ser muy técnicos o solo se enfocan a una sola parte del proceso.

Índice

Introducción.....	5
-------------------	---

1 Fotografía digital en portadas de disco compacto. (CD)

1.1 Géneros fotográficos.....	7
1.1.2 Fotografía de autor.....	7
1.2 Una mirada a la manipulación tradicional.....	8
1.3 La ilustración como antecedente de la fotografía.	11
1.4 Origen y desarrollo de la fotografía digital.....	12
1.5 Las ventajas de la fotografía digital en algunos géneros fotográficos.....	16
1.5.1 Infografía. ¿Género de la fotografía digital?.....	18
1.5.2 Ventajas y desventajas, digital frente analógico.....	20
1.6 Autores y obras relacionadas.....	22

2 Portada de disco.

2.1 Soportes gráficos en el diseño.....	28
2.1.2 La portada de disco como soporte gráfico.	29
2.2 La fotografía en la portada de disco.	29
2.3 Desarrollo de la portada de disco.....	30
2.4 Características de la portada de disco.....	32
2.4.1 Formato cuadrado.....	32
2.5 Diseño editorial.....	34
2.6 Tipos de cuadernillo.....	36
2.6.1 Diagramas.....	37
2.7 Sistemas de reproducción.....	47
2.7.1 Impresión.....	47
2.7.2 Requerimientos de impresión.....	48
2.7.3 Acabados.....	49

2.8	Esquema general del proceso.....	50
2.8.1	Etapa creativa.....	51
2.8.2	Etapa de diseño y comunicación visual.....	54
2.8.3	Etapa fotográfica.....	57
2.8.4	Etapa de manipulación fotográfica digital.....	59
3	Proyecto: Sonofilia.	
3.1	Costos. A la hora de cobrar.....	60
3.1.2	Componentes del costo.....	60
3.1.3	La elaboración del presupuesto o costo.	61
3.2	Antecedentes (briefing).....	61
3.3	Bitácora.....	62
3.4	Proceso creativo-conceptual.....	63
3.4.1	Desarrollo de la propuesta.	66
3.5	Proceso creativo-conceptual (interior).....	76
3.5.1	Desarrollo de la propuesta (interior).....	77
	Conclusiones.....	93
	Fuentes de información.....	95

Introducción

"He capturado la luz, he detenido su vuelo."

Louis Jacques M. Daguerre

Después de cursar la preparatoria en el plantel número seis, tuve el orgullo de comprobar que el programa de estudios de la carrera de Diseño y Comunicación Visual que se imparte en la Universidad Nacional Autónoma de México es mucho más completo que el de otras universidades, por esto mi formación profesional se llevo a cabo en la Escuela Nacional de Artes Plásticas con una especialidad en fotografía.

Estoy agradecido con la UNAM puesto lo que se aprende va más allá de las aulas, hay valores y mucha información que se mama desde su único ambiente que nos ubica en el mundo real y no en una falsa realidad casi plástica la cual emanan los egresados de la mayoría de las escuelas particulares.

La importancia de esta investigación esta en abordar el diseño de las portadas de disco compacto como un gran espacio de trabajo para el comunicador visual, un campo que el diseñador generalmente desdeña. Este espacio es tan versátil que caben ramas del diseño como: la ilustración, el diseño editorial, el diseño de logotipos, el trabajo multimedia y por supuesto la fotografía. Este texto se enfoca principalmente en la relación que juega la fotografía digital y su manipulación con el diseño de la portada de disco.

Esta tesis también, organiza información que no es común encontrar ligada desde una misma perspectiva; como lo son: diagramas de los diferentes diseños de libritos o booklets que son a la vez la portada del disco, ejemplos de distintos autores y hablar sobre la importancia de el diseño editorial.

La propuesta gráfica que se presenta al final es importante porque enseña como fue todo su proceso creativo paso por paso e imagen por imagen. Cabe mencionar que un lastre constante fue la falta de fuentes bibliográficas y el particular problema para acceder a cierta información que las casas disqueras son muy celosas en revelar.

El hombre desde antaño, ha intentado darse a entender a través de signos y símbolos. En otras palabras, comunicación utilizando imágenes de distintas maneras; de manera preponderante el comunicador visual se especializa en este menester, el desarrollo de la sociedad lo ha ido "necesitando" e incluyendo más y más.

El tema de la comunicación es tan grande y complicado que se ha subdividido en temas más concretos o delimitados a través de la historia. El área del comunicador visual de hoy sigue siendo grande, la palabra "visual" es corta en letras, pero su significado abraza un espectro muy grande, como lo puede ser: la ilustración, la fotografía, el trabajo multimedia, el diseño editorial, el video, etc. El comunicador visual, es diseñador de un mensaje (de alguna u otra manera) éste generalmente se proyecta desde un contexto contemporáneo con originalidad y con búsqueda vanguardista, para lograr impactar al receptor.

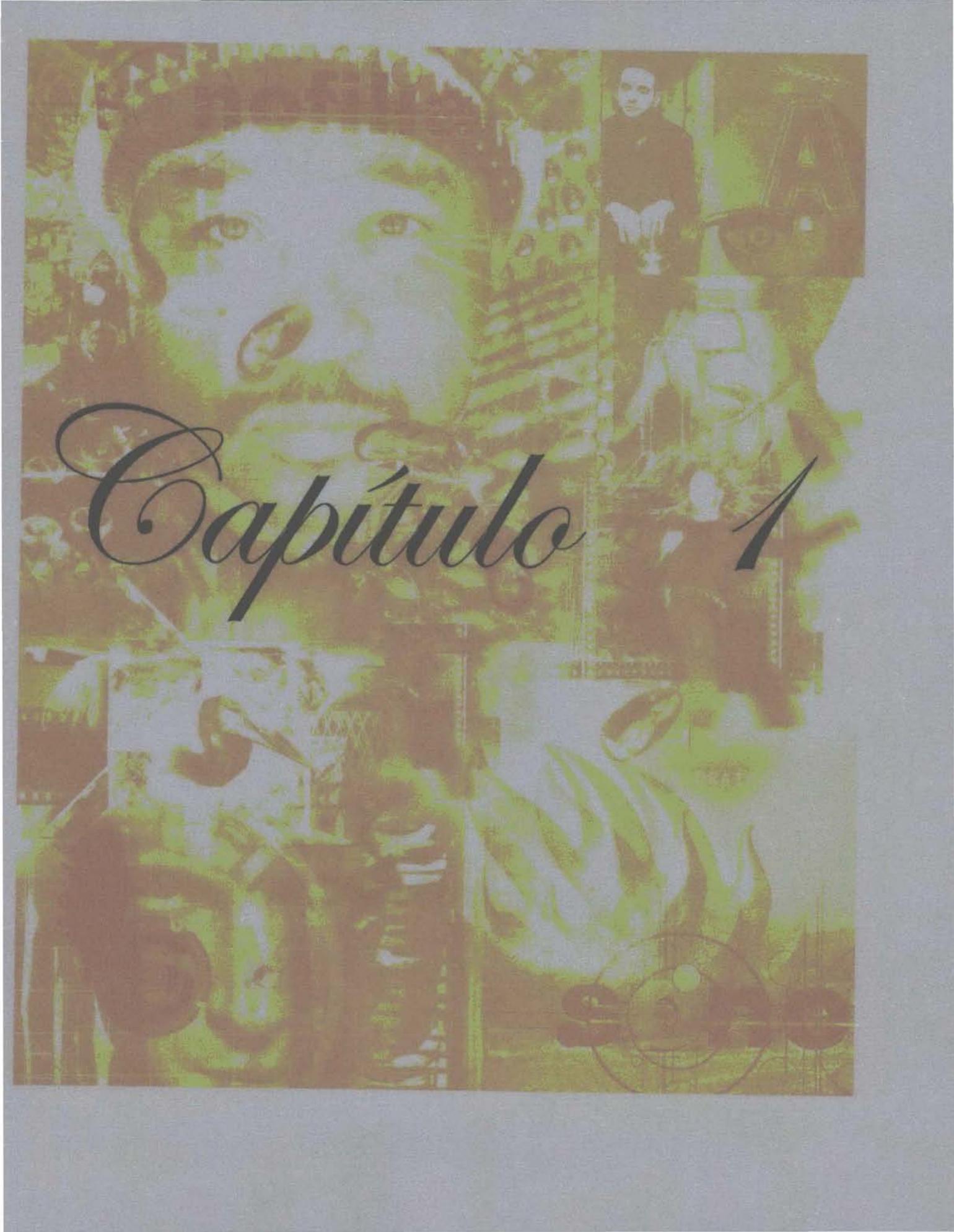
Es desde una perspectiva contemporánea, y subrayando la creatividad del autor, que se aborda el tema de la manipulación fotográfica digital; es en el proceso evolutivo de la imagen donde esta investigación comienza a darle seguimiento a los temas que se relacionan de alguna manera importante con la producción de portadas de disco compacto.

El acercamiento al desarrollo tecnológico funge como importante vínculo común entre la imagen fotográfica de ayer, la evolución de la portada del disco (relacionada íntimamente con la historia de la música) y, por supuesto, con la imagen digital de nuestros días.

Proceder de la manera más clara y más lógica es uno de los principales intereses de este documento, deteniéndose en detalles pero sin perderse en éstos; sus primeros pasos se dirigen hacia la temática de la fotografía análoga y su manipulación, luego desde su origen se aborda la fotografía digital con sus géneros ventajas y desventajas, terminando el primer capítulo con autores de obras que están relacionadas con el tema.

Después sigue el tópico de la portada de disco, abordándolo desde su desarrollo histórico y mencionando características importantes para su diseño profesional.

Para finalizar en el capítulo tercero, propuesta personal que intenta proyectar de alguna manera todo lo visto. Mencionando desde los antecedentes (briefing) y de forma clara y clasificada los pasos que se siguieron en los procesos creativos hasta llegar a la imagen final.



Capítulo 1

1 *Fotografía digital en portadas de disco compacto*

1.1 Géneros fotográficos

La fotografía en sus inicios cautivo a los primeros espectadores pero a medida que el tiempo pasaba y que la imagen fotográfica se hacia más familiar y sus formas se volvíán monótonas, esta tuvo que buscar nuevas salidas para continuar satisfaciendo a la sociedad. En esta búsqueda se dio lugar a unas cuantas especializaciones, primero de carácter muy comercial y luego en el campo artístico, así se fueron creando los géneros fotográficos en un proceso lento pero que sigue hasta nuestros días.

Ya en 1855 el retratista Disderi utilizaba las ventajas de la fotografía para acrecentar la producción y aumentar la venta de productos. Así, podría decirse que la fotografía publicitaria comenzó, y entre otras especializaciones se pueden mencionar: fotografía de producto, fotografía industrial, fotografía de prensa, fotografía documental, fotografía de moda, fotografía de autor, etc.

1.1.2 Fotografía de autor

Antes la línea divisoria era más clara, ahora el campo de las artes plásticas desde los años noventa se ha sumergido en una constante interrelación de sus medios de expresión.

Empero, se puede hablar de fotógrafos puristas, o de artistas que utilizan la fotografía, o de la fotografía plástica, entre otras etiquetas. Aunque cabe mencionar, que todas estas distinciones aún en sus definiciones muy estrictas, se vuelven borrosas o endebles después de una detenida evaluación.

Y es que la función de la fotografía se vuelve muy importante en este tema; puede documentar un performance o happening, o ser una pequeña parte de un gran conjunto de información (planos, documentos, video, entrevista, etc.) en una pieza artística, o ser la obra en sí y volverse por un momento autónoma.¹

Por lo tanto, para no entrar en alguna confusión de distinciones, que por fotografía de autor se entienda que el creador de la imagen es el mismo fotógrafo o artista y que además, el uso o función de la imagen esta muy en claro antes de la propia toma.

Según la ley, las imágenes son susceptibles de protección como todas las creaciones originales. Si se tiene una idea de una imagen estupenda y se logra realizar y volver fotografía esa gran idea, conviene registrarla en el registro de la propiedad intelectual, la cual dará fe frente a terceros de la fecha de creación y de su autor.

1 Dominique Baque, *La fotografía plástica: un arte paradójico*. (Barcelona, Gustavo Gili, 1998.)

Esto es muy recomendable si la foto se va a comercializar internacionalmente, publicar masivamente o simplemente, si es una gran fotografía de autor.

1.2 Una mirada a la manipulación tradicional

La manipulación de las fotografías tradicionales (análogas), se ha dado casi con la génesis de la fotografía, sin duda, la manipulación de la imagen en la fotografía tradicional es el antecedente de la manipulación en la imagen digital de hoy día. Por esto podemos decir que el tratamiento de la imagen no es algo nuevo, solo que ahora es muy recurrida.

La manipulación tradicional se remonta a los primeros años de la fotografía, donde fotógrafos arreglaban a sus modelos u objetos antes de hacer la toma, lo que podría denominarse "manipulación pre-toma". (Cabe mencionar, hablando de la manipulación antes de la toma, que esta especie de "manipulación" se hace presente desde la selección del encuadre; al dejar algunos objetos fuera o darle una cierta inclinación para enfatizar algo en particular.)

En la "manipulación" que sucede antes de ejecutar la toma el fotógrafo puede eliminar o arreglar ciertos objetos en su imagen, como poner una piedra en el paisaje o limpiar ciertas zonas de la escena; el punto es

que muchos recursos pueden aplicarse, pero que ciertamente estos son antes de realizar el disparo y en beneficio de la imagen.

Y aún después de la fotografía tomada, estos fotógrafos podían hacer cambios en la imagen, ya sea quitando partes de esta, exponiendo solo algunas zonas o simplemente cortando imágenes y pegándolas con otras.

Esta manipulación fotográfica esta vinculada en especial con los primeros fotógrafos, que se dedicaban a captar paisajes, estos señores tenían que echar mano del fotomontaje, ya que en esos tiempos los soportes no permitían obtener una exposición adecuada de toda la toma.

Un paisaje, por ejemplo un atardecer requería detalles en sombras tanto como en luces, características que los soportes de aquellas épocas no tenían; se hacían dos tomas, una con el cielo expuesto de una manera y otra con el terreno, para después manipularlos en el cuarto oscuro y unirlos de una manera creíble, labor que requería de destreza manual, conocimiento de las técnicas y tiempo suficiente. ²

La manipulación fotográfica esta íntimamente ligada con el desarrollo de la imagen, gracias a su constante búsqueda por lo diferente y lo nuevo; esta cualidad o característica de no ser estática, sino de buscarse en límites y terrenos diferentes, de ser dinámica e ir rompiendo esquemas y de no soportar-

² Véase para profundizar en los primeros fotógrafos así como en la historia de la fotografía Ian Jeffrey, *La Fotografía*, (Ediciones destino, 1981) pp. 220-236.

se a si misma sin evolución, hacen que el desarrollo de la imagen y la manipulación vayan muy de la mano, de una manera a veces lenta, pero constante.³

Desde los años sesenta (y sin dudar desde antes) los artistas mezclaban la fotografía con otros materiales, como la tinta, la pintura, el aceite, etc., todo con el firme objetivo de manipular la imagen; como Arnulf Rainer que mezclaba fotografía con tinta y crayones. Y también, en esta necesidad de innovación, ya casi frenética, se llevo al acto fotográfico a otros planos, como Sonia Landy Sheridan que usaba una fotocopiadora para realizar sus obras. Otro artista también digno de mencionar, es Lucas Samaras, artista que experimento la relación entre arte y fotografía obteniendo creaciones ficticias. Samaras es un pintor, escultor y performancero que al final de los sesenta, realizo una serie llamada "autopolaroids" en la cual manipulo su cuerpo y cara, alterando su apariencia para visualizar una biografía psicológica.

En este terreno de la creación visual, han sucedido dos cosas que son importantes: la aplicación de instrumentos, materiales y medios de diferente naturaleza, a la creación visual, y la acción constante del artista gráfico sobre la naturaleza analógica de la imagen. Así que, el desarrollo de la imagen se vuelve multidisciplinario y muy ligado a la tecnología; la intervención de otras disciplinas, de otros materiales, de otras técnicas, y

la relación con otras tecnologías avanzadas mezcladas con fotografía, convierten el panorama de la imagen en algo más complicado, multidisciplinario y por lo tanto, más amplio.

Sin titubear, Joan Costa y Fontcuberta, en su libro *Fotodiseño*, siguiendo en esta línea mencionan que:

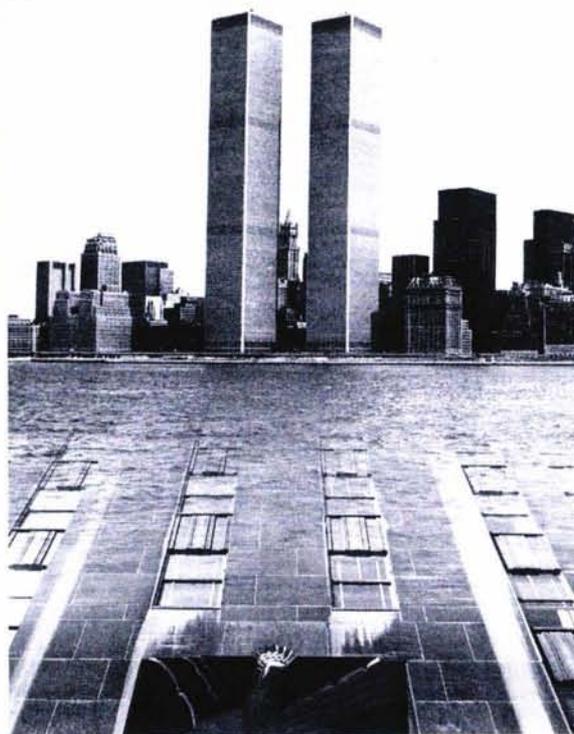
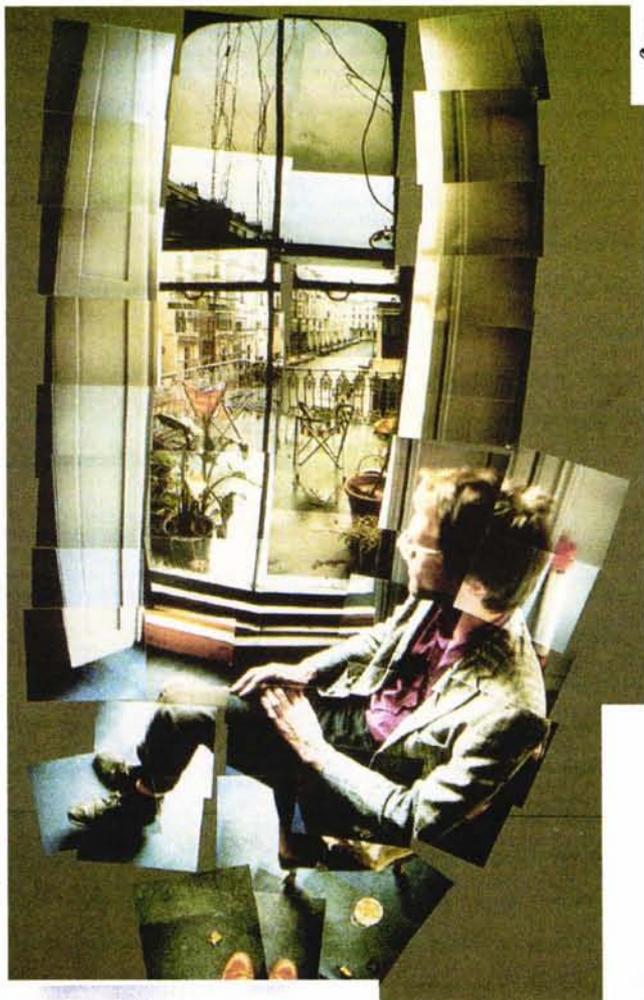
"El primer paso fue sin duda la transformación de la imagen bidimensional - imagen material en energía eléctrica. Cuando en 1907, E. Belin, con su "belinografo" hizo pasar una fotografía por un hilo eléctrico, estableció esta correspondencia inesperada entre la naturaleza espacial de la imagen y la naturaleza de la señal eléctrica."⁴

Definitivamente otro paso importante, en este mismo campo de desarrollo "tecnológico de la imagen"; Man Ray y Moholy-Nagy, que utilizaron por primera vez el medio fotográfico para obtener imágenes no analógicas de la realidad, o como el coreano Nam June Paik que fue el primero que perturbo el trayecto de los electrones dentro del tubo catódico, con lo que nació la "videografía". O en otro caso, como mencione a su precursora Sonia Landy Sheridan, es el llamado "copy art" ,donde la fotocopiadora se usa para obtener imágenes muy particulares.

3 Para la inmersión total al tema es esencial crearse un concepto sobre la manipulación . Mi autor favorito para comenzar, Joan Fontcuberta, *El Beso de Judas* (Gustavo Gili); por sus cuestionamientos sobre la veracidad fotográfica, así como el rol que le damos y por supuesto por sus análisis sobre la manipulación. Para reforzar el concepto gráficamente, recomiendo un libro que contiene mucha de su obra y que pido observemos detenidamente (lo que rara vez ocurre según Joan) es *Joan Fontcuberta 55* (Phaidon).

4 Véase pp.234-236 del *Fotodiseño* de Joan Costa y Joan Fontcuberta (España, Ediciones CEAC, 1990).

Manipulación Tradicional



En esta misma línea, del desarrollo de la imagen vinculada con la tecnología pero hablando de corrientes, movimientos, estilos o simplemente "ismos", que debido a sus características muy particulares, definitivamente perduran o influyeron de alguna manera en la creación artística de estos días. Mismos que a su vez, nos ayudan a comprender del porque de la manipulación del presente, en algunos casos solo nombraré a su precursor o su principio.

Fotografismo.

En su mayoría pertenecientes al "mec art", aclarando que existen muchas variantes, pero que podríamos decir que son representadas en su mayoría por el "polaroid art" o "las instantáneas manipuladas". Estos artistas trabajaban sobre la superficie de la imagen fotográfica (polaroid) a la que aplicaban toda clase de manipulaciones, como frotamientos y arrancados, entre muchas otras, todo esto para la deformación de la imagen.

El precursor, como ya mencionábamos, Samaras, desarrollo su método manipulando las polaroids a través un proceso que le permitía "tocar" las fotografías antes de que estuvieran completamente "endurecidas" o reveladas.⁵

Termografismo.

La termografía se basa en un principio que dice: para obtener imágenes es necesario el calor que es transmitido por los cuerpos.⁶

Videografismo.

En 1963, cuando Nam June Paik, precursor de la videografía, por el solo hecho de invertir un diodo, obtuvo una secuencia televisada manipulada, sin necesidad de una cámara.

Holografismo.

La técnica holográfica descubierta por Denis Gabor, premio Nóbel de física en 1973, permite obtener imágenes tridimensionales reales, no son procesos ópticos que generan una sensación de relieve, y tiene una cierta analogía con la técnica fotográfica. La diferencia es que en la fotografía, la imagen es ya visible en el soporte (negativo) y en la holografía la imagen no es visible en el soporte (placa holográfica) sino hasta que se ilumina para restituir la imagen tridimensional.

Reprografismo

Los reprografismos o "electro grafismos" o "xerografismos" se obtienen por instrumentos de reproducción, como copiadoras blanco y negro y en especial por la fotocopiadora a color.

Los reprografismos presentan una gran variedad de posibilidades, como la reproducción de imágenes, de objetos en volumen o incluso partes del cuerpo; reproducciones en bicromía de imágenes en blanco y negro o en color ; reproducciones en grandes formatos a partir de diapositivas, etc.

5 Véase Robert Hirscht, *Seizing the Light. A history of photography.* (Mc Graw Hill).p.528

6 Véase para profundizar sobre técnicas como el holografismo, termografismo y otras más, Joan Costa y Joan Fontcuberta, *Fotodiseño* (España, ediciones CEAC,1990).

Entre las artistas más conocidas de esta rama o corriente esta ,la ya mencionada, Sonia Landy Sheridan.

Infografismo.

Los infografismos creados por el medio informático, constituyen, según Fontcuberta, el llamado "computer art" , o arte informático, o concepción gráfica asistida al ordenador.

La infografía o infografismo, lo que hoy más que nunca esta en boga, un concepto que merece ser profundizado ya que con sus pretensiones de información y su susceptibilidad a la manipulación, convierten este concepto en una parte importante en esta tesis.

Y es que la infografía puede ser entendida de varias maneras; sus dos sentidos más grandes serían, el definirla como "infografía tradicional" donde podemos ubicar esquemas o diagramas, cuadros sinópticos, etc. (véase Infografía ¿Genero de la fotografía digital?) Y por el otro lado, el sentido "nuevo" que ha tomado, específicamente en el campo de la imagen y muy relacionado con la fotografía.

En este "nuevo" sentido de comunicar, el mensaje toma esta nueva forma "infográfica", donde toda la información se mezcla para crear una "imagen informativa". Pero antes de ahondar en la infografía, mencionaré de manera breve el origen y el desarrollo de la fotografía digital.

1.3 La ilustración como antecedente de la fotografía

Los primeros pasos de la ilustración, fueron con la intención de comunicar lo que estaba escrito pero de una manera visual, para enseñar a los que no entendían el lenguaje de las letras, además de jugar el papel de enriquecer el concepto del texto. Estos primeros pasos fueron las ilustraciones miniaturas hechas a mano en el medioevo evolucionando, gracias a matrices o placas de madera, hacia las realizadas en el siglo XV en los primeros libros ilustrados. Un poco después, ya los moldes eran metálicos hechos principalmente de cobre, estos se fueron perfeccionando y hacia finales del siglo XVI, sustituyeron por completo a los moldes de madera.

La técnica de grabado en lámina de cobre y la de grabado al agua fuerte, dominaron casi hasta el siglo XVIII. Así, también surgen las personas con las habilidades específicas, el artesano o grabador profesional que se encargaba de trasladar los diseños originales a placas de metal, convirtiéndose en una parte fundamental en el proceso de la impresión de textos.⁷

En 1798 vino la invención de la litografía y a mediados del siglo XIX, la fotografía. Dos técnicas muy vinculadas desde su génesis y de una gran importancia, como ahora se verá.

7 John Harton, *The History of the Illustrated Book*, (Londres, Thames and Hudson, 1997).

En Chalon-sur-Saône, Joseph Nicéphore Niépce trabajaba desde 1813, para mejorar el proceso de la litografía, de manera que la luz pudiera reemplazar al dibujo sobre la piedra. Gracias a experimentos como el de Niépce, que se hicieron en base a la litografía, se sucedieron técnicas que finalmente se fusionaron de alguna manera en la fotografía.

Ya en 1827 se utilizaba el término heliografía para referirse a la reproducción de grabados por medios fotográficos.

En 1829 Niépce se asocia con Louis Jacques M. Daguerre, interesado especialmente por el problema de cómo fijar una imagen proyectada por la luz; los hallazgos de Niépce ayudaron a Daguerre a fijar las imágenes en placas de cobre plateadas. El primer daguerrotipo data de 1837.

En Inglaterra, W.H. Fox Talbot consigue la fijación de imágenes sobre papel sensible a la luz en 1835; Talbot fue el creador de la copia fotográfica, pues gracias a su sistema se podía conseguir por primera vez, múltiples positivos. El procedimiento talbotipo o calotipo se dio a conocer en 1839 y fue patentado en 1841.

Cabe mencionar, que gracias a la reproducción masiva ,ya sea por vía fotograbado o fotolitografía, (hoy también por la digital) el uso de la fotografía no quedo solo como de recuerdo familiar.

El término fotografía (del griego fotos, luz y grafos, escritura) empezó a ser usado en ingles y alemán en febrero de 1839.⁸

Estos dos grandes inventos, la fotografía y

la litografía, coexistieron (como lo hacen hasta la fecha) porque mientras en ciertos aspectos un método brindaba resultados admirables, era "pobre" en otros. Y es que la "ilustración" siguió su evolución tomando lo mejor de el grabado, de la litografía y de la fotografía, siempre para sus fines de comunicar de una manera visual.

1.4 Origen y desarrollo de la fotografía digital

Desde que en el año 1827 J. N. Niepce invento la fotografía hasta la reciente aparición de la fotografía digital, las innovaciones técnicas han sido con el objetivo de perfeccionar la calidad de los soportes, la fidelidad de los objetivos y la eficiencia de las cámaras, así como a extender el uso social de la fotografía. Empero, el proceso fotográfico se ha seguido basando en el mismo principio durante más de cientocincuenta años, la obtención de imágenes exponiendo a la luz una película revestida de una emulsión química.

La fotografía digital no es un simple perfeccionamiento más, sino una verdadera revolución en el modo de obtención de imágenes. Pues ahora el principio en que se basa es radicalmente distinto al de la fotografía tradicional; la captación de las imágenes se hace mediante un sensor electrónico , función parecida al de el ojo humano, ya que este sensor "lee" los valores cromáticos de la luz procedentes de los objetos fotografiados y los transforma en información digitalizada, es decir en datos informáticos.

⁸ Véase, si se quiere seguir de cerca toda la historia de los artilugios relacionados con la fotografía, lan Jeffrey, *La Fotografía* (Singapur, ediciones destino,1981).

De hecho la fotografía digital es el resultado de la aplicación de la informática al proceso de obtención, almacenamiento, manipulación y distribución de las imágenes fotográficas.⁹

La fotografía científica es el origen a partir del cual se desarrolló la fotografía digital. Desde que Wilhelm Conrad Roentgen descubriera los rayos X por casualidad en Noviembre de 1895,¹⁰ los científicos no han dejado de experimentar con distintas formas de plasmar imágenes, utilizando toda clase de radiaciones electromagnéticas. {La historia también atribuye el descubrimiento de los rayos x a los Curie, puesto que en su gran descubrimiento de la radioactividad se emitían entre otras partículas, los rayos x.}

Muchos productos químicos son sensibles a un tipo concreto de radiación y se pueden emplear para plasmar de forma permanente imágenes emitidas por rayos infrarrojos o ultravioletas, o por la radiación cósmica y, por supuesto, por la luz visible. Sin embargo, los sensores electrónicos, como los utilizados por las cámaras digitales de hoy día, son el método de captación de imágenes más versátil y sensible.

Gran parte de los mayores acontecimientos visuales de finales del siglo XX se deben a la posibilidad de captar imágenes electrónicas e interpretarlas por computadora.

En el terreno de las primeras imágenes digitales podríamos mencionar a: los prime-

ros planos de Marte y Venus, las alucinantes panorámicas del espacio transmitidas desde el telescopio espacial Hubble y las espectaculares tomas de nuestro planeta Tierra, obtenidas desde los satélites en órbita, todas estas se pudieron ver gracias a la creación de "ojos electrónicos". Estos "ojos", los sensores de los satélites (definitivamente padres de los sensores de las cámaras digitales de hoy) envían sus señales vía radio a antenas de recepción situadas en la Tierra, una vez aquí, las señales se decodifican y se interpretan para dar lugar a las primeras imágenes digitales.¹¹

Dicho de otro modo, si hoy podemos disfrutar de la fotografía digital es gracias a las investigaciones científicas y a las pruebas realizadas para el campo de la astronomía, de los controles remotos, de los satélites y de la robótica, o sea gracias al desarrollo y la relación íntima entre tecnología e imagen.

"En cualquier escala socialmente significativa, las imágenes digitales aparecieron por primera vez en las pantallas de los ordenadores de los televisores, en las páginas de revistas y periódicos, a finales de los ochenta. Surgieron a raíz de una nueva generación de ordenadores personales más potentes, interfaces gráficos y software para la manipulación de imágenes que, en aquel mismo periodo, empezaron a generalizarse en despachos y empresas, academias de arte, medios y diseño, hogares y escuelas."¹²

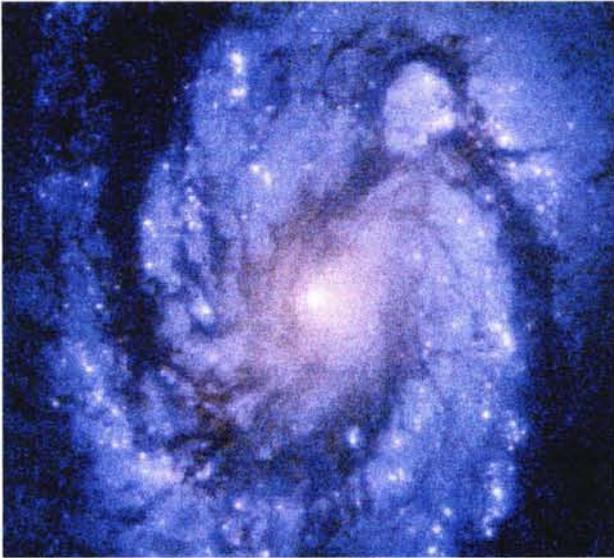
9 Lola Montserrat, Carles Roche, Manel Ubeda, *La fotografía digital. Equipos, técnicas y aplicaciones básicas*, (México, Océano, 2001)

10 Internet, www.cft.go.mx y www.ciencia-hoy.ar.htm el 20 de noviembre de 2003.

11 Tom Ang, *La fotografía digital. Guía para la creación y manipulación de imágenes*, (Hong Kong, Blume, 2001)

12 Véase p.334 de *La imagen fotográfica en la cultura digital* de Martin Lister (Barcelona, Paidós, 1997)

Fotografía Digital



El telescopio espacial Hubble que da vueltas a la Tierra, imagen fechada en 1994

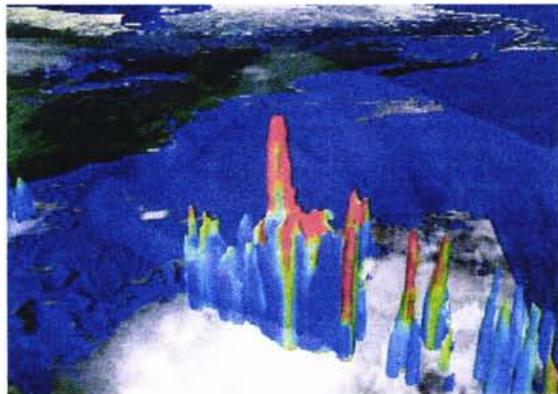
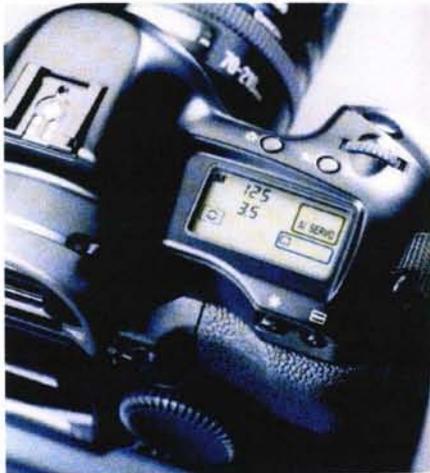


Imagen que muestra una tormenta provocada por el huracán Bonnie, fechada en 1998



Cámara digital



Cámara digital

El desarrollo puntual de la imagen digital (como lo dice Martin Lister) se da a finales de los años ochenta, cuando las empresas de fotografía disminuyeron su crecimiento, las galerías y los espacios alternativos comienzan a cerrarse, se desarrollan computadoras personales y se vuelven más asequibles con programas de diferentes funciones, y todo muy relacionado con la aparición del Internet. Y es que la atención de muchos estudiantes y de muchos artistas estaba volcada en la expansión de esta "red de redes", y no solo como fuente de información sino como galería también.

(Véase origen de Internet)

En 1989 son introducidos al mercado programas de manipulación fotográfica digital, entre los cuales podemos mencionar, Photoshop, Photo deluxe, Photo impact, entre otros. Los programas, como estos, de edición de imágenes digitales son abundantes en estos días, pero para mi el "rey" de todos es el programa Photoshop, de la firma Adobe, no en vano es de los más famosos, vendidos y el más utilizado por profesionales en el campo fotográfico. No obstante, existen ciertos programas que brindan características distintas o a veces muy similares, que están al alcance de cualquier aficionado.

A pesar de su sofisticación y de sus numerosas versiones, Photoshop es un programa avanzado para la edición de imágenes, relativamente fácil de usar y que además, existe tanto para plataforma Pc como para Mac; por si solo o combinado con otros programas, permite modificar creativamente las imágenes, así como crear combinaciones de texto e imagen, entre otras (casi infinitas)

posibilidades.

Un artista que utiliza este tipo de programas, que creo, es pertinente comentar, debido a la relación de su obra (especialmente en el área de producción /manipulación) con mi tema es Pedro Meyer con su trabajo "Verdades y ficciones. Un viaje de lo documental a la fotografía digital."; haciendo el cuestionamiento: "¿Qué debemos esperar o confiar de una imagen en este tiempo de transición entre lo análogo y lo digital?"

Recomendaría observar y detenerse un momento en la obra de Pedro y en especial en este trabajo, donde hace fотомontajes, arreglos de color, entre otros recursos utilizados vía "Photoshop" (programa de edición) de una manera inteligente, con la firme convicción de que el concepto se mantenga en primer plano. Este trabajo de Meyer, se puede encontrar en un libro recientemente editado exclusivamente para esta serie de obras.

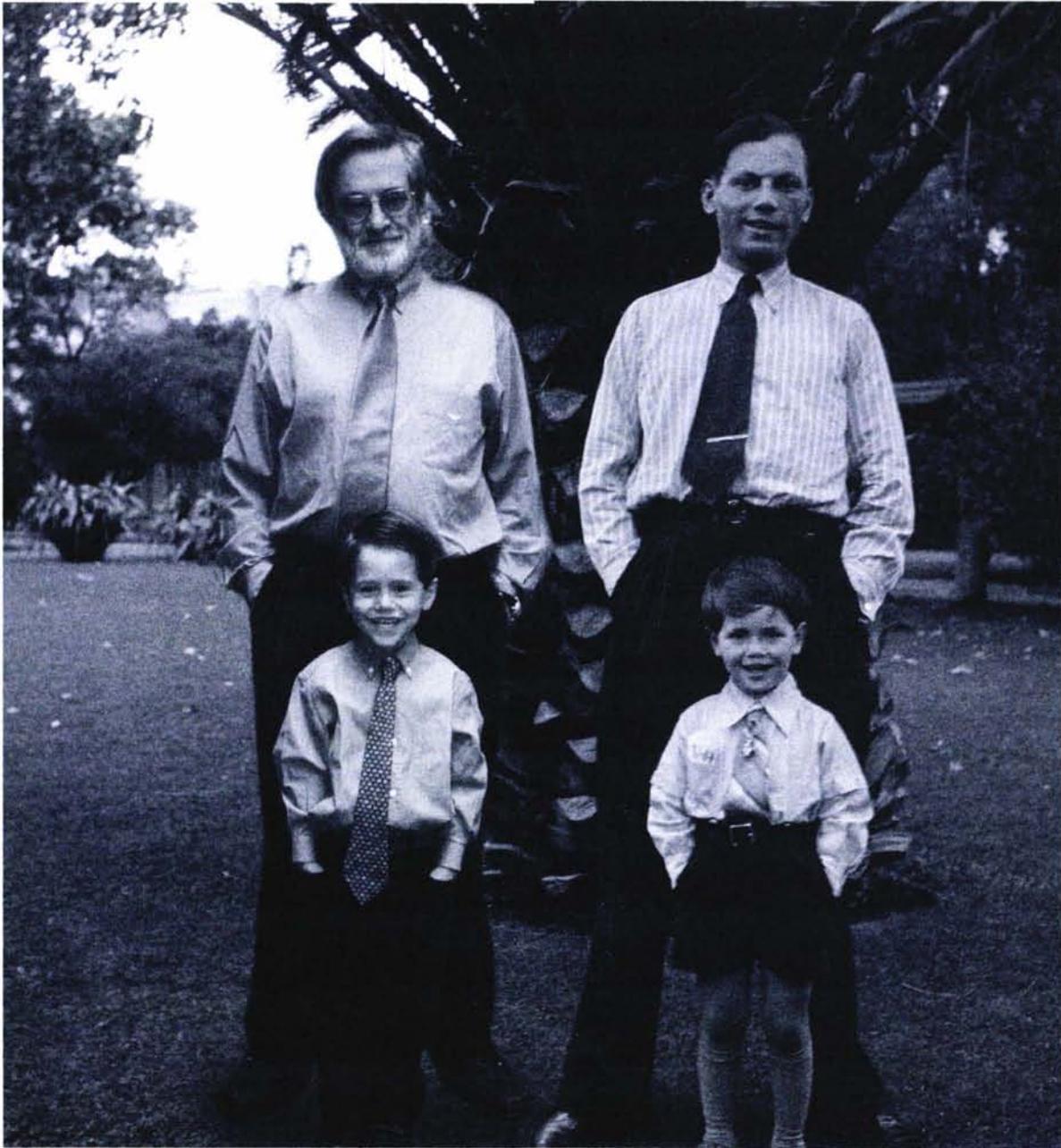
En 1999 Kodak introduce su servicio Picture CD que te da todo lo que necesitas, un paquete completo de fotografías, organizadas y seguramente ubicadas, además de un software interactivo que permite enviar fotografías por e-mail, entre muchas otras cosas.

"...y luego el cuarto oscuro en el que se practicaban otra serie de destrezas artesanales, se ha transformado en la pequeña caja de plástico gris del ordenador personal." ¹³

13 Ibid. p.133

Pedro Meyer

Los Meyer, padres e hijos 1940/2000



La fotografía digital no es, contra lo que muchos creen, una simple caja de plástico o una moda mas o menos efímera, sino una innovación tecnológica muy importante, que ofrece tanto al profesional como al fotógrafo aficionado, la posibilidad de controlar de una forma mucho más fácil todo el proceso (antes de destreza artesanal) de obtención, tratamiento, archivo y difusión de imágenes.

Los modos de obtener imágenes digitales, son dos: a través del escáner (escaneado o digitalización) y a través de la cámara digital.

"¿Qué es la digitalización? Un proceso mediante el cual documentos tradicionales (fotografías, ilustraciones ...) son trasladados a un formato electrónico. De esta manera se puede acceder fácilmente a ellos y manipularlos en una computadora." ¹⁴

A principios de los noventa, era ya posible obtener fotografías digitales desde la toma, sin la ayuda del escáner claro esta, gracias a la aparición y difusión de las cámaras digitales.

La cámara digital usa básicamente la misma óptica y los mismos mecanismos de exposición que la cámara convencional, pero existe una diferencia esencial; en vez de usar película utiliza un chip o sensor electrónico denominado CCD (del inglés charged coupled device) "dispositivo acoplado de carga" cuya función es la de captar la luz y obtener imágenes digitalizadas en soporte magnético, susceptibles de ser procesadas directamente en la computadora.

A diferencia de la fotografía analógica, la digital permite eliminarse las visitas al laboratorio o al cuarto oscuro, y la contaminación del medio ambiente, puesto que no se usan químicos, y sustituir el álbum por un CD, entre muchas cosas.

Una imagen digital se obtiene al "instante" y puede ser tratada y manipulada tan rápido como se tenga a la mano la computadora; cambiar los parámetros de contraste, brillo, color, re encuadrar y desenfocar, todo de una manera fácil y casi instantánea, incluso también, hacer copias sobre papel fotográfico convencional.

La resolución de la imagen digital es un asunto muy importante a tomar en cuenta para la calidad que se quiere obtener.

El termino "resolución" puede tener dos significados. Uno resolución de la cámara (dispositivo de entrada) íntimamente relacionado con el CCD, y el otro, el de la resolución de la imagen final (resolución de salida).

Como regla general, podría recomendar, que cuanto mayor sea la resolución elegida, mejor definición tendrá la imagen impresa, aunque, para visualizar las imágenes en pantalla (para internet o realizar un boceto digital) la mejor opción es una resolución media baja.

Y recuérdese que para obtener imágenes digitales solo hay dos vías, como ya se menciono, pero para procesarlas solo esta la vía del ordenador.

14 Obtenida del texto titulado Viaje al centro de la era digital, escrito por Rafael López, para el periódico el Universal del jueves 30 de octubre de 2003.

Breve origen del Internet.

Debido a la íntima relación que mantiene con la imagen digital, ahora mencionare de manera muy breve, el origen de la llamada "red de redes".

El Internet actualmente no es una sola entidad; esta compuesta por miles de interconexiones de mini redes que están localizados en más de setenta países.

Sus inicios se dan en 1969, cuando el Departamento de Defensa de los Estados Unidos, crea una red llamada ARPANET, que permitía que los científicos que hacían labor de investigación en el departamento, estuvieran en contacto uno con otro.

La original ARPANET conectaba solo cuatro computadoras, pero para 1972, cincuenta universidades diferentes y sitios de investigación ya tenían acceso a ésta.

Hacia finales de los ochenta las restricciones comerciales fueron levantadas y lo que ahora conocemos como Internet, comenzó a crecer enormemente.¹⁵

1.5 Las ventajas de la fotografía digital en algunos géneros fotográficos

Las actuales cámaras digitales ofrecen ventajas y desventajas cuando son utilizadas en los diferentes géneros fotográficos. Los géneros fotográficos que mencionaré son los más populares o al menos los más usados: fotografía de viajes, de retrato y de paisaje.

Fotografía de viajes.

En situaciones de viaje, las cámaras digitales son de utilidad, por su inmediatez y en la mayoría de casos suelen ser razonable-

mente compactas. No utilizan película y así se evita la carga de rollos, y así también, eliminando el problema que los efectos de los rayos x en los aeropuertos, producen al material fotográfico.

En la mayoría de casos no necesitan cambios de objetivos, así que otro aliviane al peso del equipaje. Sin embargo, no hay que olvidar, que exigen cuidados especiales, sobre todo si las condiciones climáticas a donde vamos a ir son extremas.

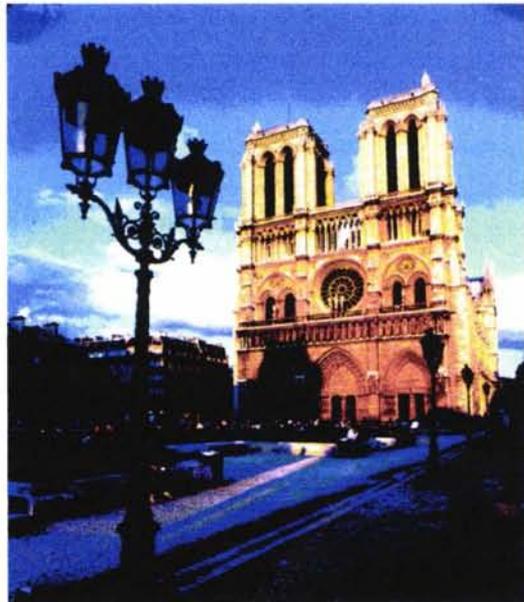
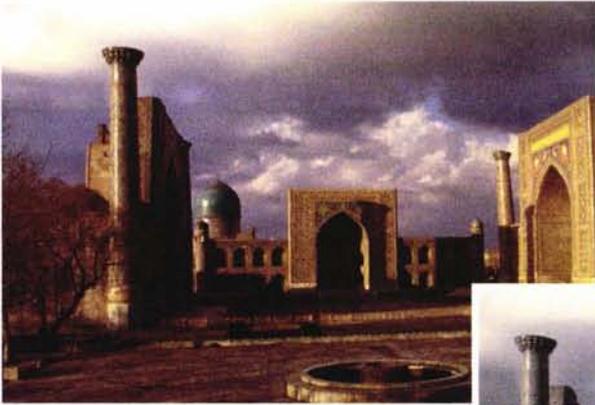
En cuanto a las pilas, es prudente llevar una buena provisión de pilas, ya que las cámaras digitales consumen mucha energía. Las baterías recargables son una buena opción, debido a la economía y al peso, pero hay que tener la seguridad de que en el viaje se podrá disponer de tomas de corriente para recargar, no olvidarse de el cargador y llevar más de un juego.

Uno de los elementos clave de las cámaras digitales, es la tarjeta de memoria, que es la que se encarga de proporcionar la capacidad de almacenamiento de las imágenes y la resolución de las mismas.

Las cámaras ofrecen varias opciones de almacenamiento con resoluciones diferentes, si se utiliza la mínima resolución, se podrá tomar y guardar muchas fotografías, pero si se usa la máxima resolución, las imágenes que se podrán guardar son muy pocas y se tendrá que optar por cargar tarjetas de memoria.

15 Joe Farace, *The Photographers Internet Handbook*, (New York, Allworth Press, 1997)pp. 21-24

Fotografia Digital



Fotografía de retrato.

El retrato es una de las especialidades más practicadas, por la gente aficionada así como por el fotógrafo profesional, y también es una de las más difíciles.

Para los fotógrafos de nivel profesional de estilo artístico el retrato debe mostrar el carácter y la personalidad del modelo escogido, coexistiendo con el estilo del artista. En el caso del retrato comercial, el reto está en que el modelo-cliente, se sienta satisfecho con el resultado, objetivo que a veces es muy difícil conseguir.

Algunas de las ventajas de las cámaras digitales en este género, son que la imagen, gracias a su instantaneidad, nos permite ver lo que estamos fotografiando (obteniendo); muchos fotógrafos profesionales están aprovechando esto y utilizan la cámara digital como una "polaroid", para ver y evaluar la toma, y después fotografiar con seguridad la imagen final ya sea de manera análoga o digital.

Además de las posibilidades que nos brinda la computadora y los programas de edición, como pueden ser el ajustar contraste, color; y corregir imperfecciones en la imagen (retoque cosmético) sería de las ventajas más grandes que nos da la imagen digital en el retrato. Cabe mencionar que para realizar una toma directa digital de buena calidad, se requiere una cámara digital profesional que en estos días es muy costosa.

Fotografía de paisaje.

El paisaje es el tema más antiguo en la fotografía. Los pioneros del medio solo podían

obtener tomas de paisajes debido a las largas exposiciones que exigía la impresión de los primeros soportes sensibles. Con el tiempo, el paisaje se ha convertido en una auténtica especialidad a la que muchos fotógrafos han dedicado su carrera, como el caso de Ansel Adams, intentando capturar el "espíritu" del lugar.

La fotografía de paisaje puede exigir variantes de distancias focales que incluye desde el angular hasta el teleobjetivo. Los zooms incorporados en las cámaras digitales suelen abarcar desde el angular al teleobjetivo moderados.

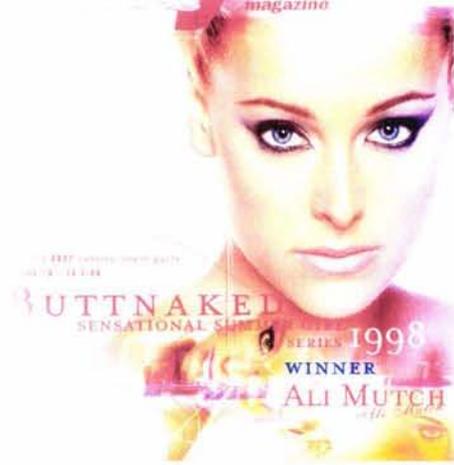
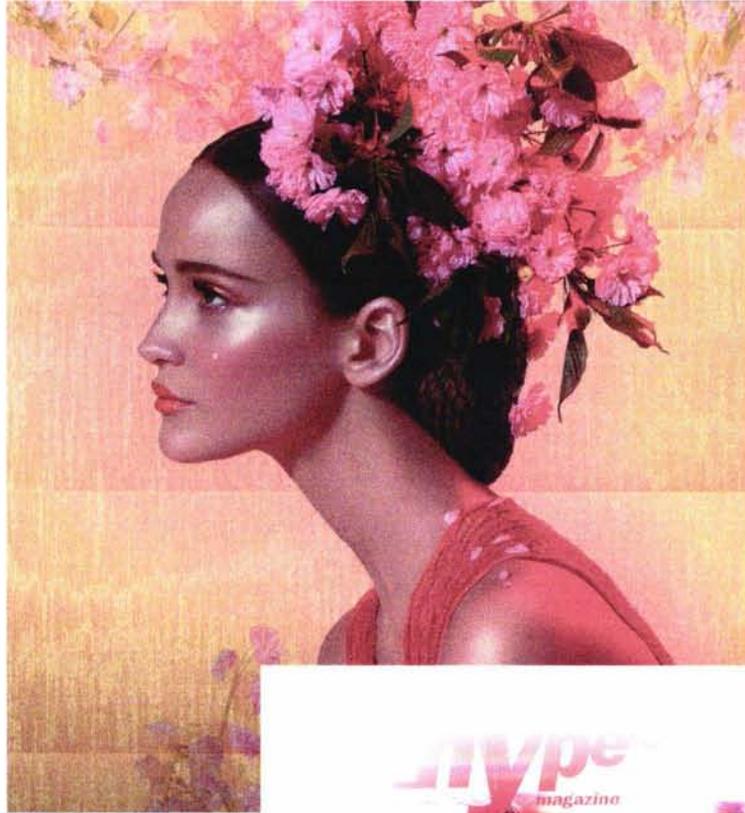
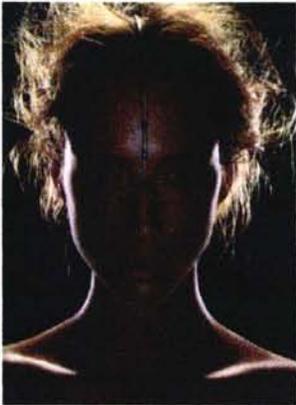
Otra ventaja muy importante, consiste en la posibilidad de alterar el color modificando los ajustes en el "balance de blancos". No es prudente utilizar siempre el automático pues se deja de aprovechar esta función para potenciar o alterar el color del paisaje.¹⁶

En mi opinión, la verdadera ventaja importante de las cámaras digitales sobre las clásicas, es la posibilidad de tener la imagen y poder verla en color o en blanco y negro, y tener la opción de decidir, ya que a veces un paisaje se ve común en color, pero en blanco y negro se ve de maravilla y viceversa.

Otro detalle a tomar en cuenta es el control de la exposición que requiere de un proceso de adaptación, ya que los resultados, no son del todo equivalentes a los de la fotografía química, y es que el dispositivo CCD necesita de una exposición más precisa que la película fotosensible. La ratio de contraste que los sensores son capaces de tolerar se asemeja a la de la película positiva en color,

16 Lola Montserrat, Carles Roche, Manel Ubeda, *La fotografía digital. Equipos, técnicas y aplicaciones básicas*, (México, Océano, 2001)

Fotografia Digital



que es muy inferior a la de un negativo en color. Sin embargo, la mayoría de las cámaras digitales "económicas" permiten poco o ningún control de exposición. La conclusión será que el fotógrafo se acostumbrara a percibir la diferencia tonal de una escena, y pensar que lo que es excesivo para una diapositiva, también lo será para una fotografía digital.

O trabajar de manera tradicional (que muchos fotógrafos, como yo, preferimos) el modo análogo sobre el digital en este terreno de la fotografía de paisaje, y es que la imagen digital con sus limitantes en este aspecto de exposición se queda corto con la calidad de las imágenes.

1.5.1 Infografía

¿Género de la fotografía digital?

No, no puedo afirmar que la infografía es un género de la fotografía digital, tal vez me atrevería a decir que es un estilo de hacer imágenes digitales. Para mí, el estilo infográfico en la fotografía digital (en un plano inmediato) es cuando se maneja texto con la imagen; cuando la fotografía comparte espacios y jerarquías, cuando para alcanzar el concepto se necesitan y se utilizan otros recursos además de la imagen; se combinan flechas, esquemas o en muchas ocasiones pequeños textos.

Las combinaciones de la fotografía, texto e ilustración (entre otras) presentan principales relaciones de características espaciales. Los ejemplos pueden ser: un pequeño

comentario, un titular o un slogan, un bloque de texto y unas ilustraciones con sus leyendas textuales al pie. Todo ello en estructuras que participan en conjuntos dentro del gráfico, por medio de líneas de separación, tramados de fondos, manchas de color, etc., esto es, que este tipo de ejemplos (lo que se pudiera llamar infografías tradicionales) echan mano de las reglas del diseño editorial para organizar estas relaciones de carácter espacial. Pero en un gráfico o en una "fotografía infográfica" mejor dicho, hay más libertad y las reglas son puestas en cuestión.

La infografía es un concepto relativamente nuevo que se intenta establecer como una especialidad más del diseño y básicamente se refiere al ordenamiento gráfico de la información, a la representación objetiva de alguna realidad, desde lo cuantificable hasta la descripción de hechos.

"La infografía es la fusión compleja entre una imagen y un texto." ¹⁷

La infografía coincide de alguna manera con otros conceptos de la comunicación como la señaletica, esquematismo, grafismo, etc.

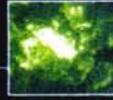
Infografiar o esquematizar se según el comunicólogo y diseñador Joan Costa, el proceso de transformación gráfica de fenómenos no visuales en información decodificable.

En 1842, The Illustrated London News se volvió la primera revista de edición semanal en usar imágenes con texto.

17 Marina Garone, "Infografía o el diseño de la imagen informativa", *DX*, (Num. 17, México, 2002) pp. 20-29

Llamarada del Sol

Una enorme llama que salió de una gran mancha solar el martes, podría afectar a la Tierra durante los próximos días si las ondas expansivas emanadas desde la gran masa de partículas cargadas causan una tormenta geomagnética severa.



- Las llamaradas solares ocurren de manera regular al tiempo que la actividad del Sol varía.
- Son intensos estallidos de energía magnética.
- La superficie solar se calienta hasta alcanzar casi 600 mil grados centígrados.

DISTANCIA ENTRE EL SOL Y LA TIERRA
150 millones de km. Las partículas cargadas demoran de 2 a 4 días para llegar a la Tierra.

EFFECTO EN LA TIERRA
El campo magnético y la atmósfera protegen la superficie terrestre de la mayor parte de la onda energética.

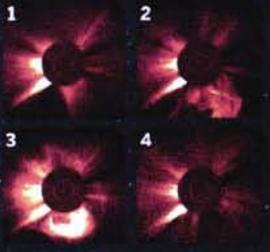
ONDA DE ENERGÍA
Rayos X, partículas cargadas, radiación, luz y fuerza magnética.

Las imágenes del Sol y la Tierra son vistas en escala.

SATELITE SOHO
Lanzado en 1996 para estudiar al Sol, captó una colosal onda de choque en el Sol.

La secuencia de la explosión

Imágenes tomadas por el satélite SOHO.



SUS EFECTOS

Satélites

Los electrones cargan las pizas pequeñas, dañando microchips y paramejando el software.

Comunicaciones

Tormentas ionosféricas. Mejoran comunicaciones de radio en todas las latitudes.

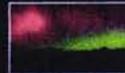
Algunas frecuencias de radio pueden ser absorbidas o reflejadas pero la televisión y la radio comercial sufren poca interrupción.

Aviones

Aviones y tripulantes, volando cerca de los polos, quedan expuestos a altas niveles de radiación.

Sistemas de navegación

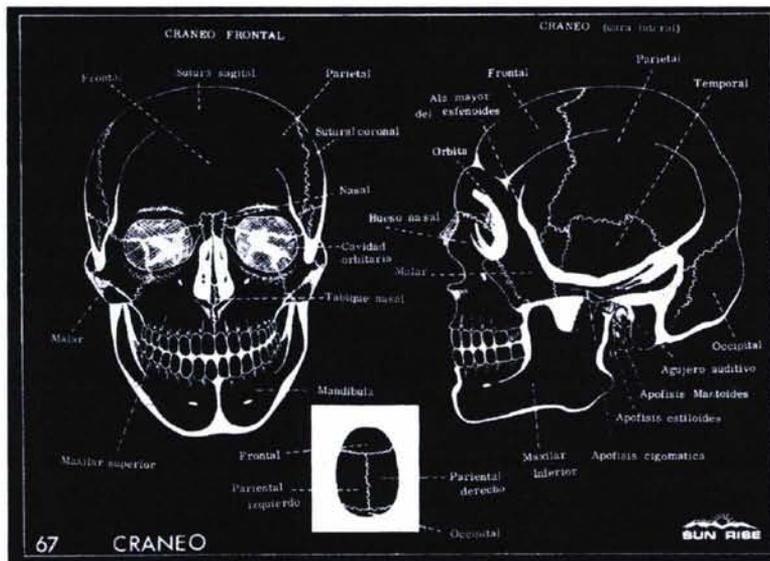
Barcos y aviones obtienen posiciones inexactas por la interrupción de señales.



Redes de energía

Las tormentas geomagnéticas pueden inducir fuertes corrientes en las líneas de energía, provocando sobrecalentamiento y dañando equipos. Una tormenta en Quebec en 1989 dejó sin energía eléctrica a seis millones de personas durante 9 horas.

La aurora, fenómeno polar, se hace visible cerca del ecuador.



Probablemente el ejemplo histórico más conocido de información grafica es el tapiz medieval de Bayeux, que representa una secuencia seguida de sucesos sobre una distancia de 70 metros. El tapiz incorpora subtítulos en latín contenidos dentro del área de la imagen.

Aunque la manifestación más antigua de la información expresada con gráficos fue en la enciclopedia de Diderot, de 1751, en la cual 11 de 14 tomos fueron ilustraciones que mostraban la forma de vida del siglo XVIII.¹⁸

Este puede ser el nacimiento, de lo que hoy conocemos como infografía, aunque siempre podemos mirar atrás y encontrar ejemplos como: los códices mexicanos, las rutas de navegación precolombinos, las cartas astrológicas y mapas celestes, los dibujos de las máquinas de Leonardo, los dibujos anatómicos de Miguel Angel y los de proporciones de Durero, o las tablas cabalísticas, muy relacionadas con la esquemática.

El diseñador infográfico cumple un rol de programador de conocimientos, tiene en sus manos el diseño de la información. El diseño de la información en el sentido más amplio consiste en la selección, organización y presentación con la función primordial de comunicar eficientemente la información para una audiencia determinada.

Una clasificación simplificada de las clases de infografía podría ser la siguiente: graficas estadísticas, de origen (graficas de barras, de pie); los renglones y las columnas, en esos casos hay un plano cartesiano donde el eje de la x es el tiempo y el de la y

es la variable.

Otra rama de la infografía es la planimetría ,que incluye los mapas, los planos y tiene su origen en la arquitectura y geografía.

La cartografía es una de las partes de la infografía más antigua, y esta relacionada con los mapas, con la geografía física y política.

También esta la diagramática que incluye los diagramas de flujo, organigramas y esquemas.

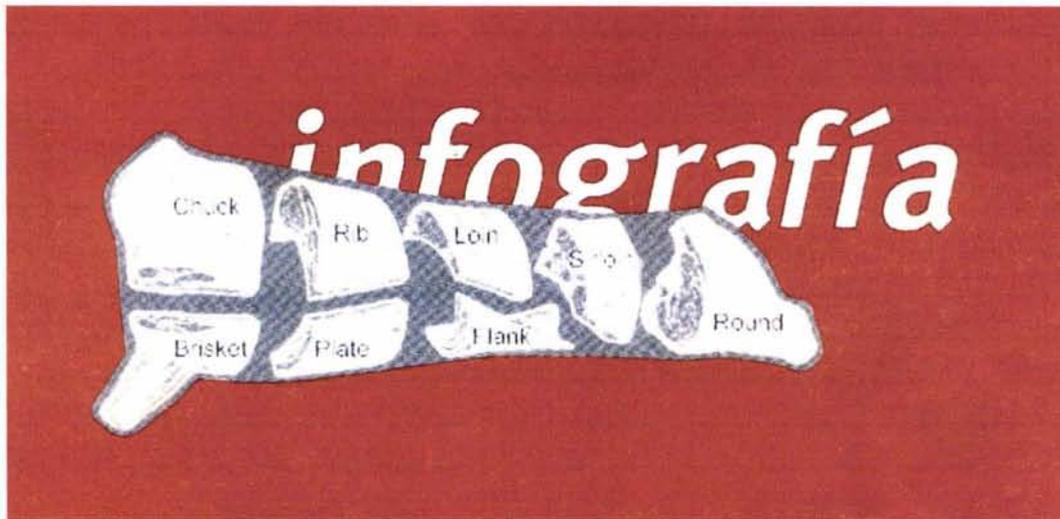
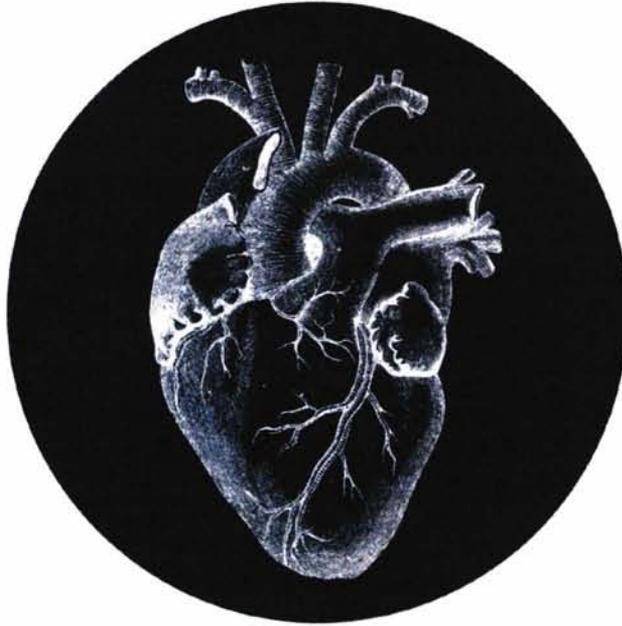
Y finalmente, esta el gráfico complejo, que es una mezcla de todo en la cual se puede incluir una cronología, una tabla o gráficos estadísticos.

Aunque yo me atrevería a sumar tácitamente una nueva rama, la cual se define de un modo lodoso, esta es la infografía "artística" (o la acepción moderna de "gráfico moderno") . Aquí la imagen cobra mucha importancia y el objetivo de que la información sea clara se torna borroso y se vuelve muy subjetivo. Y el punto es, que el mensaje se logre en el mismo espacio donde puede estar una fotografía, una ilustración, texto y otros recursos, todos interactuando y compartiendo relaciones de espacio.

Sin olvidar que, la infografía pretende facilitar el entendimiento de la información basándose en lo que la gente ya conoce, tomándose en cuenta costumbres de ver las cosas y de leer , por ejemplo de arriba abajo, de izquierda a derecha o de acuerdo con las manecillas del reloj. Si dividimos un infografico en texto e imagen, estaríamos obligando al lector a regresar sobre la información, dando brincos entre una parte tex-

18 Ibidem.

Infografía



tual y una gráfica, si existen las dos el reto está en combinarlas y potenciar el entendimiento.

1.5.2 Ventajas y desventajas, digital frente analógico

Ninguno es mejor, son dos medios distintos. Debatir cual es mejor tan solo es perder el tiempo, creo que el punto está en tener en cuenta las ventajas y desventajas que ofrecen cada uno y entonces, elegir el que más convenga dependiendo también de lo que se quiera hacer.

Los encargados de la calidad de la imagen en una toma analógica son: el fotógrafo, la cámara y la película. Obviamente el responsable principal es el fotógrafo, tema en el que no se abordará para enfocarse solo en la cámara y en la película.

La calidad de la cámara reside en gran medida en el perfecto funcionamiento de las laminillas del diafragma y en un buen objetivo; esto generalmente es sinónimo de una buena marca (Hasselblad, Nikon, Minolta, Pentax, entre otras). La otra gran responsable, es la película.

Es por eso que a continuación se mencionarán las ventajas y desventajas de la película (toma analógica) y la toma digital.

Existen dos clases distintas de cada uno.

En cuanto a la "película" esta: la diapositiva y la película negativa, en versión color y blanco y negro. Y respecto a lo "digital" hay una gran cantidad de cámaras digitales con diferentes rangos de calidad de consumidor, que se clasificarán en dos: los que trabajan

con CCD con más ruido y mucha compresión JPG, y otras cámaras profesionales con CCD inmensos limpios y con poca o ninguna compresión JPG.

Película.

En cuanto a calidad olvidémonos de los píxeles, simplemente la película es el resultado de más de cien años de evolución y lo digital está empezando.

Empero, las películas de alta velocidad (1600 ASA) son pobres y normalmente muestran grano. Imágenes de negativo a color tienen calidad aceptable y mejor si se amplía de manera profesional, y en cuanto a la duración de negativos a color, estos pueden desgastarse con los años.

La mejor opción en película es usar las diapositivas, generalmente usadas por profesionales.

La película muestra gran distancia o ventaja en el registro de las altas luces.

Definitivamente la película tiene mucha más ventaja en el tema de resolución, y sin mencionar las maravillas que ofrecen formatos más grandes que el de 35mm, sin embargo esto dependerá sustancialmente de que tan grande se necesite la obra y que tan cerca se observará esta.

En cuanto a la permanencia, la película no tiene problemas de incompatibilidad ni se borra de repente sin razón. Negativos en blanco y negro tradicionales durarán más que muchos vivos.

Siempre se podrá observar la película o los contactos para archivarla y ordenarla,

aunque se necesite de espacio suficiente para colocar anaqueles llenos de carpetas.

El costo del disparo es un tema en el que la película tiene desventaja, es decir, que aquí cada toma o disparo tiene un precio. En suma tenemos que tomar en cuenta la película, el revelado, la impresión, y la ampliación.

El original tiene que mandarse a todos lados, y sufrir si se pierde, puesto que las copias requieren el mismo trabajo y/o costo que el primero.

Digital.

La calidad de la imagen digital en cámaras digitales profesionales como la serie Nikon D1 no tiene pixel "grano", los colores son los mismos con la cámara digital a lo largo de todas las sensibilidades, no siendo así con la película.

La velocidad de trabajo en lo digital es un factor muy a favor de los que nos desenvolvemos en Internet, si usted publica vía computadora, ya conocerá lo cómodo y rápido que es tener los archivos fotográficos listos para ser manipulados y enviados, sin tener que esperar el proceso y el escaneado.

Gracias a esto, lo digital esta substituyendo a la película en los deportes y noticias.

Lo digital tiene una ventaja de una visión inmediata, pero también la gran desventaja que la exposición es más critica. La subexposición es fácil de corregir en la posproducción, pero una sobre exposición deja una imagen inservible.

La permanencia digital se vale de métodos computarizados para hacer copias de

seguridad y almacenar copias exactas de las imágenes originales en distintos lugares para prevenir accidentes como: una falla general en la computadora o un cambio a una nueva y olvidarse de lo que contenía la vieja máquina.

Y para el almacenamiento, con el disco duro de la computadora y algunos discos extras bastara, y la enorme ventaja que ofrece la catalogación por computadora frente a la molesta catalogación manual que requiere la película.

El costo de una cámara digital en estos días es muy elevado, y todo para que en unos años sea casi obsoleta.

El precio de la toma en lo digital es muy reducido en comparación con la película, si consideramos que podemos disparar cuantas imágenes nos pueda almacenar la cámara y después con calma decidir cuales serán impresas y cuales enviadas vía Internet, y si agregamos que la tarjeta de memoria puede ser utilizada muchas veces y nos ahorramos la ida al laboratorio. ¡Que maravilla!

La conclusión es lo que fue la premisa de estas ventajas y desventajas, y es que reitero ninguno es totalmente un vencedor sobre el otro, (porque no son rivales sino aliados) y es que hay que tomar muy en cuenta el análisis sobre el objetivo del trabajo para así decidirse por la opción que más convenga.

La película seguirá reinando en las imágenes de paisaje y cualquier cosa que exija de grandes ampliaciones con gran calidad.

Y específicamente en nuestra área, que es el crear imágenes para portadas de disco,

donde no se necesita de grandes ampliaciones, pero si de disponibilidad casi inmediata de la toma para pasarla al proceso de manipulación, la manera más indicada es la digital, sin lugar a dudas.¹⁹

1.6 Autores y obras relacionadas

A continuación se mencionaran algunos diseñadores que trabajan en el campo de las portadas de discos utilizando la manipulación fotográfica digital. Y se ilustrará el tema con algunas de sus obras, aunque recomiendo analizar el trabajo de cada artista más a fondo y de forma más detenida, ya que las palabras no alcanzan a englobar el concepto de las obras, muchos de los autores tienen mucha obra que era muy difícil incluir así que por eso se agrega (en la mayoría de los casos) su página web.

Autor. Anthony Artiaga.²⁰

Nació en San Diego, California y en la actualidad vive y trabaja en Los Angeles.

Su formación artística tuvo su génesis en la Skowhegan School of Painting and Sculpture de Maine y continuo en la San Diego State University donde obtuvo la diplomatura en arte, en la especialidad de pintura e impresión.

Artiaga experimenta con la mezcla de diferentes medios y técnicas utilizando la pintura, escultura, fotografía y manipulaciones informáticas para crear sus imágenes.

Entre sus clientes a los que les ha trabajado: Sony music, Rolling Stone WarnerBros.

Records, Ray Gun, Paramount pictures, Microsoft, entre otros.

Artiaga también ha dirigido videos musicales y ha rodado un largometraje y un cortometraje en 16mm. Sus fotografías se han expuesto en la Coutourier Gallery y en la Todd Kaplan Gallery, ambas en Los Angeles. En la actualidad, trabaja en su corto autofinanciado a la vez que continúa con la fotografía comercial.

Uno de sus proyectos. Portada del álbum y el CD de Cypress Hill Black Sunday.

Los directores artísticos de Cypress Hill, Pawn Shop Press, entraron en contacto con Artiaga después de ver sus imágenes premiadas en la publicación de diseño "HOW"; lograron localizarlo usando una lupa para aumentar el número de teléfono que aparecía en un diseño autopromocional del impreso en la publicación. Las imágenes que Artiaga ha creado para este proyecto reflejan afirmaciones visuales relacionadas a las consecuencias mortales de la violencia de bandas, sobre lo que canta DJ Muggs de Cypress Hill. Muggs tenía la idea de un cementerio surrealista con un árbol solitario en lo alto de la colina actuando de guardián. Acompañado por Led Zeppelin sonando en la radio del coche, Artiaga se subió a una señal de tráfico de una concurrida autopista de Nueva York para fotografiar el cementerio que Muggs había citado como influencia. En Los Angeles, en el cuarto oscuro, tomó la fotografía del cementerio con los esqueletos que había esculpido e integró elementos fotográficos, como un árbol del cementerio

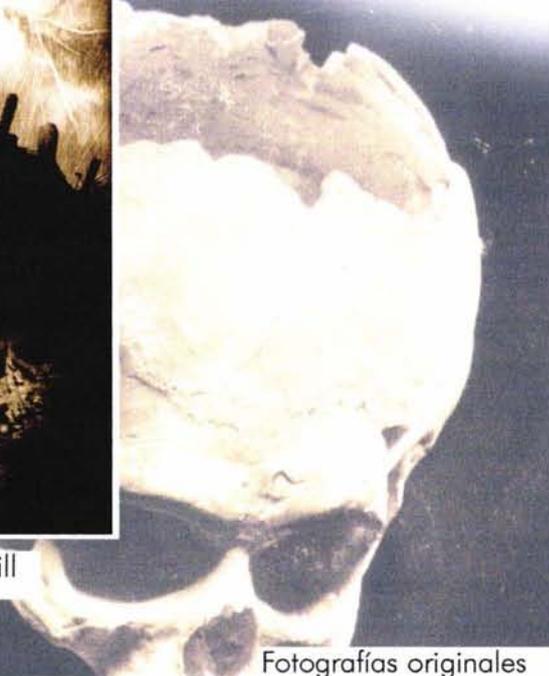
19 Internet, Ken Rockwell, www.kenrockwell.com/tech/filmdig.htm, el 12 de Diciembre de 2003.

20 Véase Ileana Gomez, *Creatividad fotográfica*, (Singapur, Mc Graw Hill, 2001)

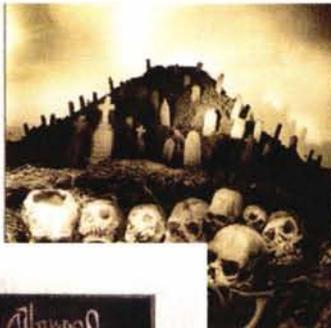
Anthony Artiaga



Portada del CD Black Sunday del grupo Cypress Hill



Fotografías originales



Sencillo Insane in the brain



de Nueva York y un cielo con muchas nubes de Nuevo México.

Además de la principal imagen de la portada, Artiaga también retrato a los miembros del grupo; este cuerpo de trabajo se uso para todo el packaging, publicidad y productos promocionales.

Artiaga construyo un set en miniatura para la portada "Black Sunday" en su estudio de Los Angeles. Su idea original para la portada era una imagen de una mujer enterrada bajo la lápidas, pero cuando la rechazaron por ser demasiado "espeluznante" empezó a esculpir diferentes mini esqueletos y calaveras que acabarían usándose en la portada final.

Técnica-kit.

Arteaga utilizo una cámara Hasselblad 500C/M con un objetivo Zeiss 80mm f/2.8 y película Kodak Tri-X Professional (ISO 320). La exposición fue de f/60 a f/8 segundos con luz natural del cementerio.

De vuelta a su estudio de Los Angeles, hizo el modelo de un cementerio con partes de esqueleto esculpidos con arcilla, entre las que había algunas calaveras. A diferencia de las esculturas de barro enloquecidas de Richard Dreyfuss en Encuentros en la tercera fase, Arteaga hizo una zanja en el jardín para transmitir la sensación de que hay objetos bajo tierra. Añadió tierra, raíces, plantas, y lápidas de cartón piedra envejecidas con pintura y Rembrandt Pastels. Cuando completo la composición, Arteaga coloco su cámara en un trípode, estableció la exposición y tomo la fotografía en una oscuridad total usando solo una luz de flash para iluminar con cuidado las secciones expuestas.

Equipo:

Power Mac G3
Monitor Optiques 19"
Disco duro de 6 gigas
Sistema 8.0
160 MB de RAM
Escáner AGFA Arcus II
Unidad ZIP Iomega
Grabadora de CD Sony Spresra
Epson Stylus Color 800
Cámara Hasselblad 500C/M
Cámara Nikon N2000
Diferentes objetivos
Cámara polaroid 195 Land
Ampliadora Omega Universal Pro Lab

Programas:

(tratamiento de la imagen digital)
Adobe Photoshop 2.5/ 3.5
Macromedia FreeHand 7.0
Adaptec Toast 3.5

Proyecto dos.

El sencillo de Insane In The Brain de Cypress Hill.

La publicación del single Insane in the brain significo más trabajo fotográfico para la portada. Después de haberse ganado el respeto de Cypress Hill con la portada Black Sunday, Artiaga tuvo libertad total para expresar sus ideas en las carátulas del sencillo que acompañaban al álbum.

KM7



Imagen final



Portada del single de 12" Angel de Jam & Spoon

Fotografías originales



Cubierta del single para Stella



Autor. KM-7

Klaus mai-km7: traductor visual de la música electrónica.

"El diseño es un matrimonio entre tipo e imagen. Color, espacio y dimensión se convierten en dibujos. El sonido y las palabras forman la música. El tipo es una herramienta y las líneas, armas en la lucha por el placer óptico. Si no puedes oírlo pero puedes verlo lo has sentido. El diseño gráfico debería suscitar emociones a través de la vista. El diseño no debería ser siempre lo mismo: lo que ves es lo que oyes." ²¹

Cientes:Audi, Swatch, Volkswagen, Universal Music, Sony Music, Nike.

Proyecto. Diseño de la cubierta de los álbumes Tripomatic Fairytales 2001 y Tripomatic Fairytales 2002 para Jam & Spoon, además de varias cubiertas de sencillos, anuncios, posters y flyers.

Los dos productores de Jam & Spoon y Klaus Mai se conocían de las discotecas. Jam & Spoon habían visto algunos flyers (volantes) que Mai había hecho para diversas discotecas y le pidieron que realizara la parte artística de su proyecto. El trabajo de Mai siempre se ha visto influenciado por la música electrónica y acepto encantado el reto. Esto sucedía en 1993 y desde entonces, Mai ha trabajado con ellos. Su proyecto más reciente es la cubierta del "single" para "Stella".

Todo el diseño de los álbumes se basa en " Alicia en el país de las maravillas" de Lewis Carol. Era el paralelismo entre el cuento y las experiencias con las drogas lo que le intere-

saba a Mai y aplico este tema a muchos elementos raros del folleto. Por ejemplo, Mark Spoon es la oruga que fuma en pipa sobre la seta. Y el nombre inventado de "Spoonilum & Jamdidei" es un guiño claro a Humpty Dumpty.

Utilizaron la cabeza de Jano con sus potentes elementos gráficos en ambas portadas por diversas razones, pero sobre todo porque presentaba a los productores Jam & Spoon como personas de carne y hueso (como un grupo) y tenía la doble función de actuar como un logotipo.

"Tripomatic Fairytales 2001" es más un álbum de tecno dance, así que eligieron el motivo con más fuerza de las llamas, mientras que "Tripomatic Fairytales 2002" es un álbum más "ambient" , así que eligieron un fondo más sutil.

También se crearon poemillas para usarlos como elementos gráficos adicionales, como "The cat made us twins with just one eye" (El gato nos hizo gemelos con un solo ojo) que se combinó con una fotografía de Jam & Spoon como siameses. Esto se relaciona con el motivo principal de la cabeza de Jano en la portada. "La mejor medicina que me dio el médico, primero me sentí mal, ahora me siento libre." Es otra frase usada. Había muchos otros poemillas, pero se desecharon porque la compañía de discos los considero apología de las drogas. El grupo reviso todo el trabajo antes de presentarlo al sello discográfico. Al sello le gusto todo lo que presentaron y no cambio nada excepto, por supuesto, los poemas que les incomodaban.

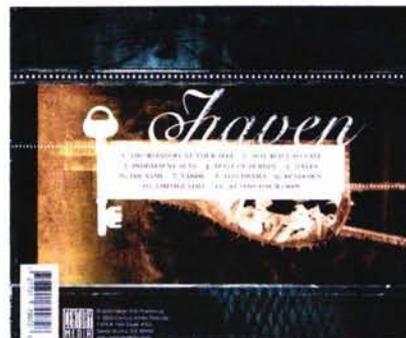
21 Ibid., p. 53

Niklas Sundin



Portada y contraportada del album Projector del grupo Dark Tranquillity

Portada y contraportada del album Haven del grupo de Dark Tranquillity



Técnica-kit.

Se tomaron las fotografías con película E6 y luego se revelaron con proceso cruzado; luego se escanearon los positivos. Al final, se dieron cuenta de que este proceso no era el adecuado para todo el proyecto, pero en aquel momento utilizaron el proceso cruzado para todo.

Se hicieron reseñas de todos los motivos originales antes de transformarlos a diseño basados en ordenador en Free Hand y en Photoshop. Para la cabeza de Jano, el motivo de la llama se esbozo en papel, se escaneo en el ordenador para usarlo como plantilla en Free Hand, de manera que pudiera vectorizarse. Luego se exporto a Photoshop y se combino con las fotografías del grupo para crear el efecto deseado. "Todas las ideas visuales se desarrollaron en papel, no en el monitor", explica Mai.

Equipo:

Power Mac G3

450 Mhz

Macintosh 9500-200 Mhz

Programas: (tratamiento de imagen digital)

Macromedia Free Hand 3.0, 8.1

Adobe Photoshop 3.0, 5.0

Página web: www.km7.de

Autor: Niklas Sundin

Definitivamente mi autor favorito, no se si es porque me gusta desde hace tiempo la música de su banda y así influyeron mucho sus imágenes en mi, o por que me identifico mucho con su trabajo además de que me gusta su música ; su sitio en internet es exce-

lente además recomiendo probar sus links que son grandiosos.

Nació en Suecia.

Edad 27

Estudios: 1994 Literatura,
Universidad de Gutenberg.

1996 Psicología,
Universidad de Gutenberg.

1997 Artes,
Universidad de Gutenberg

Cursos de pintura, acrílico y acuarela.

"He sido un dibujante compulsivo desde pequeño, siempre ocupado con mis manos..."

Ha trabajado en mas de sesenta portadas y realizado algunas de su propio grupo.

Cientes: (disqueras)

Blacksun records, Massacre records,
Nuclear Blas records, Hammerheart records,
Spikefarm records.

(grupos)

Amortis, In flames, Gardenian, Arch
enemy, The crest, entre otros.

Es diseñador e ilustrador, trabaja como freelance y es músico; cinco grabaciones y giras mundiales constantes con el grupo Dark tranquillity.

Página web: www.cabinfevermedia.com

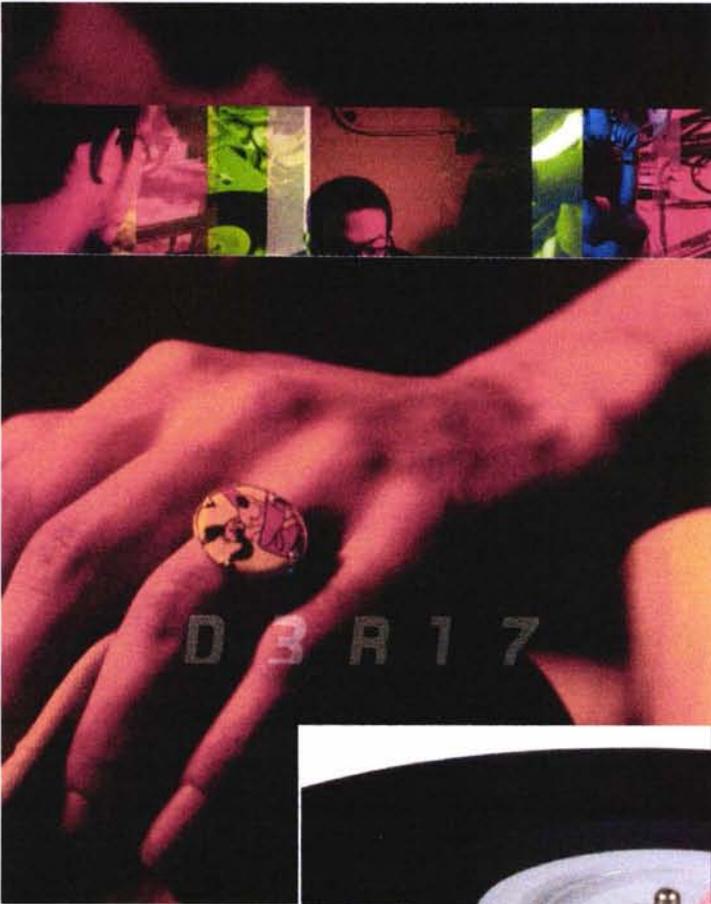
Autor: one9ine.

El estudio de Warren Corbitt y de Matt Owens es one9ine.

Proyecto. Portada del CD Oratai D3R17.

Skooby Laposky, el artista que está detrás del proyecto Oratai, se dirigió a Warren Corbitt para que diseñara su CD, una com-

One Nine



Portada del CD Oratai D3R17

Una imagen del interior



binación de experimentación sonora personal y la aplicación de su trabajo académico para la Cranbrook Academy of Art.

Laposky y Corbitt habían mantenido una relación artística durante los dos años anteriores, con Laposky colaborando en el sonido para las instalaciones basadas en proyecciones de video de Corbitt.

Durante dicho periodo, desarrollaron una estrecha relación de colaboración, por lo que fue de lo mas natural para ellos trabajar juntos en este proyecto.

Desarrollo.

Una de las pasiones que comparten Warren Corbitt y Skooby Laposky es la integración del juguete en la lectura diaria de nuestro mundo o, en este caso, la influencia de los juguetes y su capacidad para codificar y desestabilizar una situación. Además de su pasión compartida, creían que era importante crear un equilibrio entre Skooby como personalidad y como individuo que desea mantener una distancia visual con el trabajo. No quería que esto fuese un escaparate de la persona que había detrás del proyecto, sino del trabajo y de la experiencia que se habían invertido en el proyecto.

Empezaron usando una cinta y un tocadiscos de juguete, "el descubrimiento del mundo de los sonidos", que se fotografiaron para el proyecto. También trabajaron mano a mano con David Crabb en el retrato, con la intención de captar las influencias mecánicas /digitales del trabajo y de proyectar la participación personal en el proceso.

Por último, Corbitt desarrollo la tipografía basada en el objeto e incorporo una letra "a"

ligeramente deformada (el ojal se positivo y se inserto en el cuerpo de la letra; se añadió, además, una forma tridimensional que permitía dotar al lenguaje y al tipo con las características del objeto).

Dichos objetos, como las formas dimensionales con las que suelen convivir, son una parte importante del lenguaje de Warren cuando intenta reflexionar sobre el papel del lenguaje – en concreto palabras que buscan englobar una experiencia mucho mayor que sus escasos caracteres. "Algo tan poderoso parece necesitar un marco ornamental para poder disfrutarlo", dice Corbitt.

Técnica-kit.

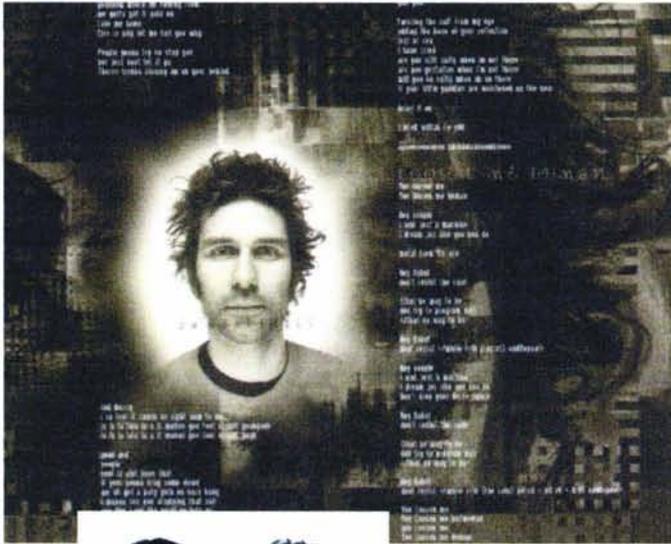
Los juguetes se fotografiaron con una cámara Nikon F3, con un objetivo macro. Los retratos fotográficos se realizaron con una película de diapositivas de alta velocidad. Se escaneo todo con un Polaroid Sprintsan y luego el color se corrigió en Photoshop 4.0. La letra se hizo en Adobe Illustrator 7 y la letra tridimensional se modelo en Strata Studio Pro 2.5. Las composiciones de página finales se crearon en QuarkXPress 3.32 y se filmaron en una matchprint de Kodak.

Pagina web: www.one9ine.com

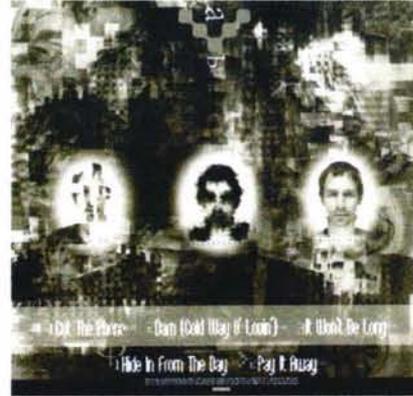
Autor: Red Design.

Es una empresa pequeña y relativamente joven que ha conseguido éxito y notoriedad en el nicho del diseño para la música, un área casi exclusiva en la que se comunica a las grandes masas de audiencia con diseño radical. Sin embargo, Red Design no trabajan solo en este campo y siempre están abiertos a proyectos creativos y que constituyan un

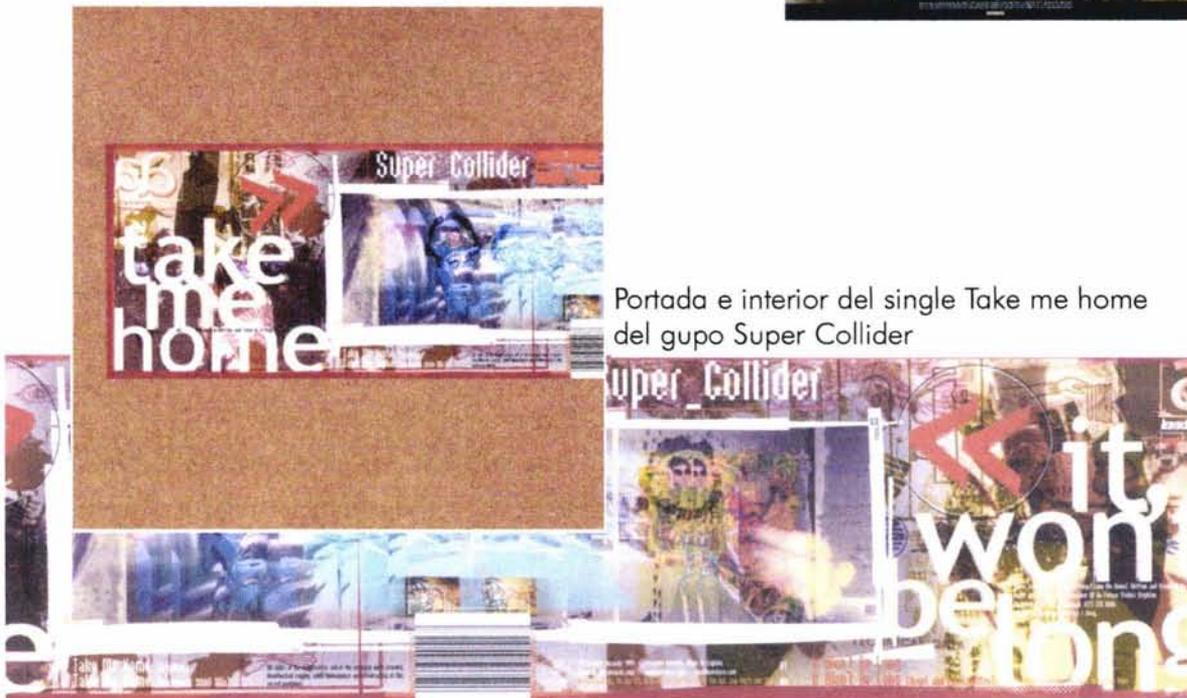
Red Design



Interiores del album Head on del grupo Super Collider



Fotografías originales



Portada e interior del single Take me home del grupo Super Collider

reto de cualquier área. El mundo editorial, las salas de exposiciones y los estadios con imágenes desmontables serán sus próximos objetivos. Red Design comunica actitudes, emociones e ideas en su diseño. Su trabajo es un equilibrio entre respuestas intuitivas y soluciones pensadas.

Cientes: Saint records, Loaded records, Download, Estereo Recording, The End, XL Recordings, Talkin Loud Records, Manifiesto, Mercury Records, Sony, Ultimate Dilemma.

Proyecto. Portada del álbum Head On de Super Collider para Loaded Records.

Los componentes de Red Design trabajan en el mismo edificio que No Future (la productora de Cristian Vogel) y suelen ir a tomar un par de copas juntos después del trabajo. Oyeron los primeros trabajos de Cristian y Jaime Lidell y les recomendaron ir a Loaded Records; desde entonces han estado con Super Collider.

Cuando la publicación del disco era inminente, Red Design entro en contacto con Mat Consume (el artista de las imágenes tridimensionales movibles de No Future), Vogel y Lidell para discutir las ideas.

Página web: [www. red-design.co.uk](http://www.red-design.co.uk)

Autor: Jarno Lahti

Jarno es un artista que fundo su estudio, llamado Kaamos, en el otoño de 1999.

"...cuando inicie mis estudios en 1997 descubrí las posibilidades de la computadora y no hubo vuelta atrás."

Cientes: (grupos)

Wizzard, Final dawn, Ruotomieli, Random star, entre otros.

Página del autor: [www. kaamos.com](http://www.kaamos.com)

Autor. Digital apocalypse.

Este es un estudio que fundo el artista Chad Michael Ward, especializado en horror, erotismo, fantasías oscuras y por supuesto, portadas de disco.

Cientes: New line records, Sony, Dwell vitamina records, W.A.R. Records, Century media, entre otros.

Página del autor:

[www. digitalapocalypse.com](http://www.digitalapocalypse.com)

Autor. Mattias Norén.

Vive en Suecia, Allingsas.

Es ilustrador tradicional y por computadora.

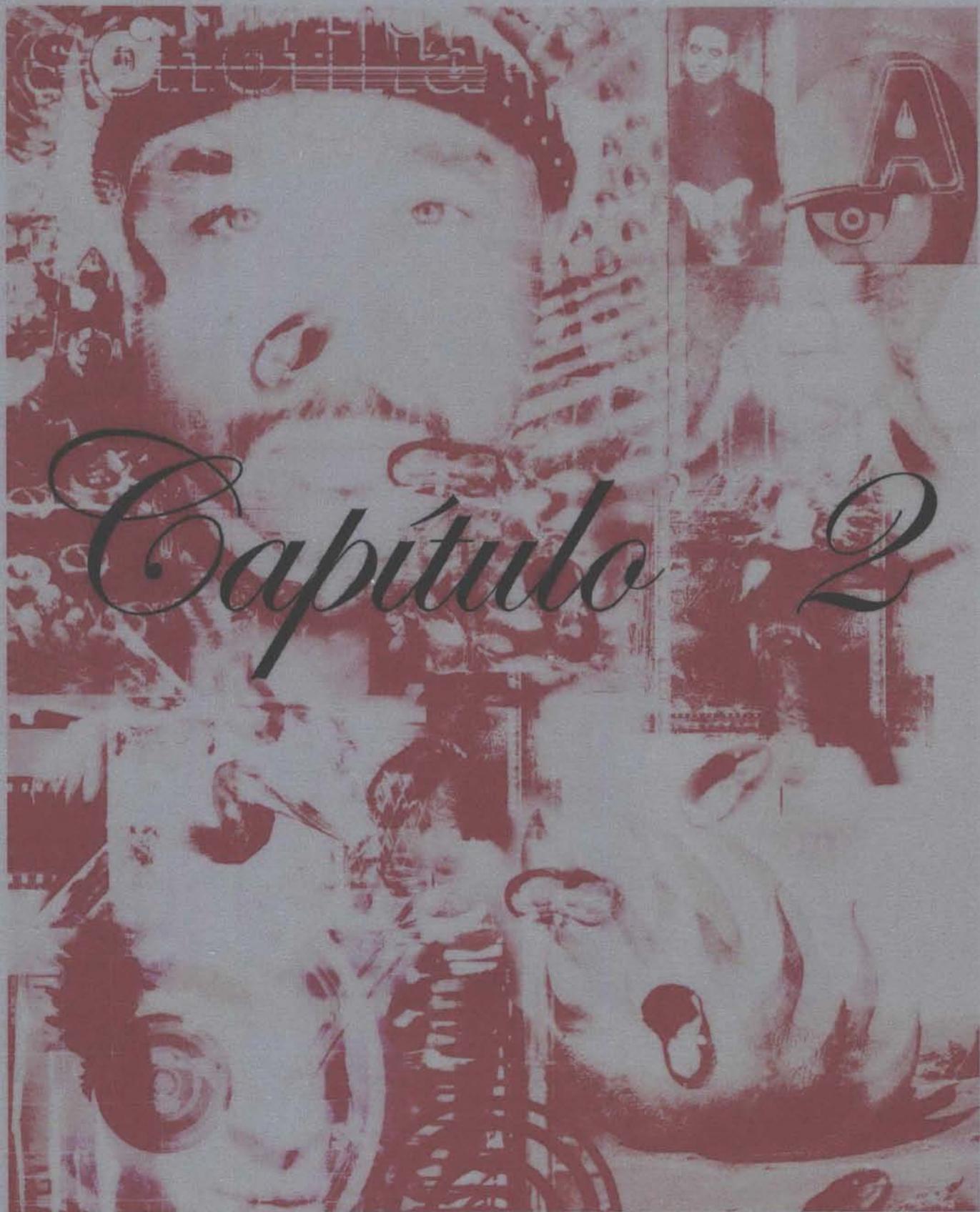
Según la obra de Mattias y según el, lo primero que percibimos de un grupo musical (o cantante) es la imagen, la portada del disco, en este caso, y ya después la calidad de su música.

Página web: [www. progart.com](http://www.progart.com)

Sitios recomendados.

Todos estos sitios son dignos de visitar, (los trabajos pueden ser muy extraños por eso no los incluí) por supuesto todas con WWW y punto com.

theterje, ikkalesonen, ashleywood, hippogرافix, floriasigismondi, joelnakamura, alesandrobavari, dreamles, the horus project, seempieces, spencertunick, toolband.



Capítulo 2

2 Portadas de disco

2.1 Soportes gráficos en el diseño

La cantidad de soportes gráficos que se pueden mencionar en la actualidad es inmensa, así que, aquí solo se hablará brevemente de los más comunes o de los grupos más grandes de donde se derivan los demás. Entre estos soportes están: los catálogos, las cubiertas de libro, las revistas, los folletos y las portadas de disco.

Catálogos.

Entre sus variantes se podría decir que, el objetivo general en los catálogos es reflejar de un manera objetiva el producto. Hay que tener previsto el número de objetos a fotografiar por día o por hora, agrupándolos por características de superficie o condiciones de luz similares.

Es importante revisar que el resultado tenga coherencia en conjunto. El estilo fotográfico dependerá, por supuesto, del sector del mercado al que esta dirigido cuestión que el director de arte hará saber al fotógrafo.¹

Cubiertas de libros.

El diseñador puede encargarse del diseño de una cubierta de libro y además de la dirección fotográfica. Es importante partir desde un boceto en papel para aclarar obje-

tivos y no entrar en problemas por no tener la idea clara.

La preparación del arte final en una cubierta de libro, así como en las portadas de disco, generalmente incluye manipulación fotográfica digital y otros procesos de diseño gráfico para la transición de la fotografía al producto final.

Revistas.

La consideración más importante en el trabajo orientado a revistas es mantener el estilo, que generalmente posee con anterioridad la publicación. Si pertenece a un mercado muy grande o es de un sector más especializado; un análisis a números anteriores de la publicación darán por resultado rutas muy claras de cómo trabajar.

Los objetos o productos deben mostrarse con claridad, tanto en las ideas como en la producción, el fondo debe pasar casi desapercibido y con una iluminación simple, la definición de la forma y los detalles técnicos generales deben de estar muy bien delimitados. El tamaño de la fotografía se define en un boceto, pero el contenido se determina en complicidad con la empresa.

1 Hugh Marshall, *Diseño Fotográfico* (Barcelona, Gustavo Gili, 1990)

Folletos.

Las variantes de folletos es larga, pero entre ellos podemos mencionar los dípticos, trípticos, tetrápticos, folletos montados a caballo y quizás los flyers, entre muchos otros. Muchos folletos comerciales tienden a imitar estilos de revistas, aunque algunos de publicación continua mantienen un estilo.

El folleto requiere de buenas fotografías, como cualquier soporte gráfico de importancia, aunque aquí la cantidad es menor. Es importante tener en cuenta las limitaciones del formato y el estilo que se persigue, en este sentido, el director de arte debe precisar instrucciones claras y por escrito de cómo son las imágenes que necesita.

2.1.2 La portada de disco como soporte gráfico

Las portadas de disco tienen variantes en medidas y estructura (ver sección de diagramas) a las que el diseñador y director de arte deben ceñirse.

Las imágenes utilizadas en portadas de discos "exitosos" deben transmitir la atmósfera del artista y el estilo de la música con tanta fuerza y claridad como sea posible.

En la tendencia de las portadas de estos días es común encontrar un híbrido de la fotografía y "algo más"; puede ser la mezcla de fotografía e ilustración, fotografía y pintura o la fotografía digital, o lo que sería, la fotografía en mezcla con lo tecnológico. Es decir, que un fuerte recurso en estos días es la manipulación fotográfica digital.

El diseñador o director de arte debe mostrarle de alguna manera, quizás en esquemas o bocetos, al fotógrafo las áreas de tipografía y las áreas destinadas para la imagen.

Cuando la fotografía este lista, es conveniente imprimirla para que el diseñador realice un dummy de la portada de disco con tipografía y todo el diseño montado para evaluar detalles antes de la publicación.²

2.2 La fotografía en la portada de disco

La portada de disco requiere que la fotografía tenga ciertas características para que al ser presentada con el diseño la fusión sea perfecta. Este trabajo es del diseñador, mismo que se encargará de comunicar todos estos detalles al fotógrafo. Estas características pueden variar dependiendo del diseñador y del proyecto, pero entre algunas se podrían mencionar: si se necesita a color o blanco y negro, si tiene que cumplir ciertas medidas o proporciones, si se necesita de alguna perspectiva en particular como picada o contra picada, poca o mucha profundidad de campo, encuadre, si se necesita igualar color, etc.

El comunicador visual, diseñador, director de arte o creativo debe tener un conocimiento general de la fotografía, así como de las posibilidades y limitantes de esta, para evaluar las mismas del fotógrafo.

El intercambio de ideas y opiniones entre las dos áreas (diseño o arte creativo y fotografía) involucradas es de vital importancia para el proyecto en cuestión.

2 Ibid.

El papel del diseñador o creativo es muy importante y debe estar muy bien definido en cuanto al objetivo perseguido y al estilo que se busca conseguir. Ya que la fotografía de encargo es cara y el tiempo cuesta.

El fotógrafo debe aclarar todo lo posible en cuanto a la imagen, si la toma necesita de estudio o de exteriores, si necesita modelos, si necesita peluquera o decorador, etc.

En general, el trabajo del fotógrafo seguir paso a paso las ideas expuestas por el diseñador o creativo pero siempre y cuando estas sean posibles. También es importante establecer fechas de entrega y estimaciones de costos, todo esto por escrito.³

Comúnmente las dos áreas trabajan juntos en la realización o construcción de la imagen (labor en estudio o en exteriores) y el fotógrafo se apoya en la inmediatez de la imagen digital o polaroid para mostrar lo que se está captando en el momento.

2.3 Desarrollo de la portada de disco

La época posterior a la segunda guerra mundial es un parte aguas en lo que se refiere al campo de las expresiones artísticas, especialmente en la música; movimientos como el rock, blues, pop y jazz, surgen entre otros, como reflejo de las inquietudes de los jóvenes por participar en cosas importantes con repercusión en la sociedad, aquí se dan vínculos (en estos tiempos ignorados) entre la música y la imagen que se siguen desarrollando hasta nuestros días.⁴

Las portadas de los años cincuenta eran muy parecidas entre sí, básicamente las primeras portadas de los discos estaban "diseñadas" para capturar la "inocencia" de los adolescentes; los intereses de la juventud se limitaban a la diversión y no prestaban mucha atención al diseño. La mayor parte de las "propuestas" gráficas eran ocupadas por fotos de los artistas en las portadas e imágenes que eran intrascendentes y que poco tenían que ver con el concepto del disco.

En esta época se llegó al punto en que los artistas de raza negra no aparecían en las portadas de sus discos, las disqueras y otros personajes con poder se encargaron de ensuciar al rock y este comenzó a ser sinónimo de rebeldía y se asociaba a los músicos con delincuentes juveniles.

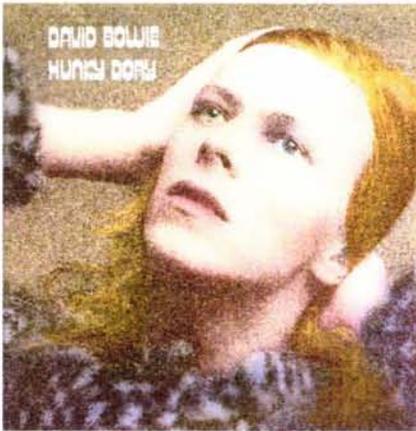
En los años sesenta la conciencia de la juventud despierta y se encuentra más agudizada que nunca, debido en su mayoría a la guerra de Vietnam. Las expresiones musicales toman fuerza y se convierten en movimientos que envuelven tonos de mucha ideología, claro signo de que el pensamiento estaba en un periodo de re-evolución.

La psicodélica se refleja en las portadas de los discos (entre otros soportes) con colores llamativos y estridentes, debido en su mayoría al consumo de drogas y explosión sexual que se vivía en la época.

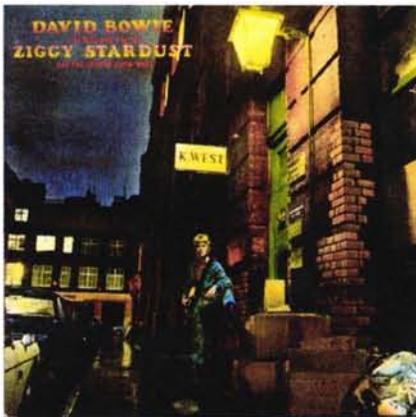
3 Ibid.

4 Véase *Musigraphics, A collection of LP and Cd art* (Tokio, PIE Books, 1991) para ver muchas portadas de discos, sobre todo de diferentes estilos de música, e ir haciendo un archivo visual de importancia.

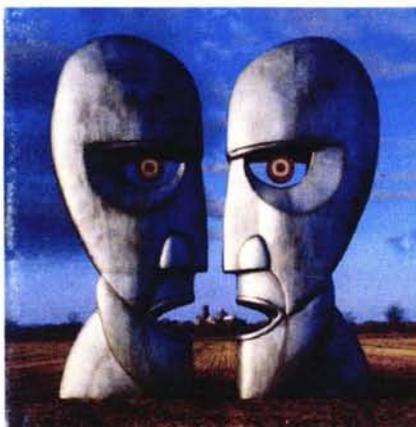
Portadas de Discos



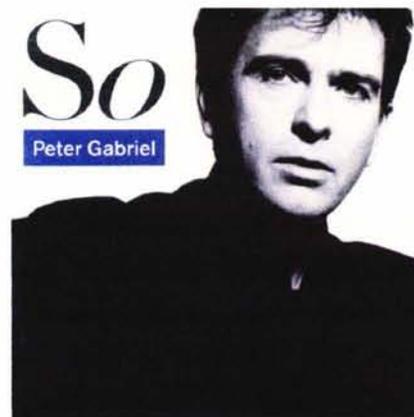
Diseño de G. Underwood, 1971



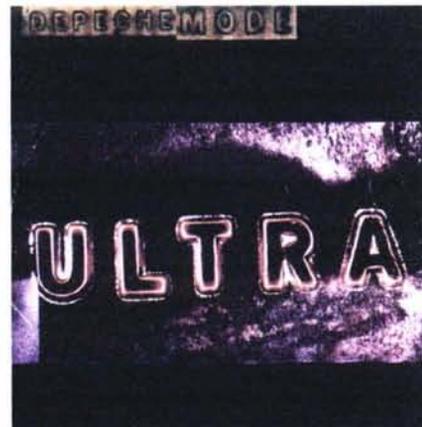
Diseño de Brian Ward, 1972



Diseño de Thorgerson, 1994



Diseño de Trevor Key, 1986



Diseño de Anton Corbijn, 1997

La estética, así como la actitud de los mismos jóvenes, estaba en constante búsqueda por enfrentar a la sociedad conservadora, con una voz en reclamo de libertad de expresión y de atención.

A finales de los sesenta las portadas de los discos comienzan a girar en su lenguaje, buscando nuevos campos expresivos, con un aditivo de experimentación en el campo técnico fotográfico, así como en ilustración dando portadas de discos más interesantes y sobre todo con una nueva intención de expresión.

Los setenta, en esta década previa a la creación del video musical, el papel de las portadas de los discos cobra más importancia, se fragua por fin la idea de que la portada es la única manera de comunicarse con el público y que también se puede dar a conocer el concepto que identifica a la banda.

"Yo creo que una buena portada es importante para la primera impresión. Es casi como las relaciones humanas; es el interior de una persona lo que al final importa, pero es normalmente la apariencia lo que hace que nos interese. ¿O no?"⁵ Definitivamente coincido con que la apariencia del disco debe cautivar y atrapar, y que además (obviamente) la música también lo tiene que hacer, es una especie de primera impresión que es difícil de olvidar.

Los músicos empiezan a relacionarse estrechamente con pintores, fotógrafos, ilustradores, diseñadores, y artistas gráficos en general, para así poder alcanzar el fin que se

establece en común; la cristalización del concepto musical representado en un lenguaje visual, elaborando trabajos más completos, aunque cabe mencionar que muchas portadas son censuradas por las casas disqueras, haciendo notar que la cultura conservadora todavía estaba presente.

En esta década surgen los primeros despachos de diseño especializados en el campo musical, que al ser iniciadores con calidad lograron que el diseño tomara en cuenta este tipo de trabajos como algo serio, como es el caso de Hipgnosis, que impuso un estilo muy particular en sus propuestas logrando un gran éxito, como con trabajos para Pink Floyd, Yes, Genesis, Led Zeppelin, Paul McCartney, por nombrar algunos.

Storm Thorgerson.

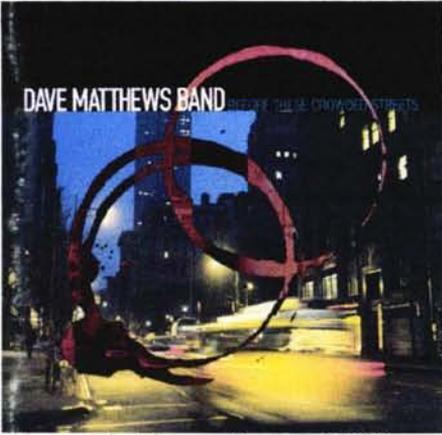
Hipgnosis, uno de los "despachos" de diseño más aclamados y exitosos que surgió en 1968, fue fundado por Storm Thorgerson y Aubrey Powell en la época de la psicodélica donde todo parecía posible.

Thorgerson es fotógrafo y diseñador autodidacta, que diseña todavía para grupos como Catherine Wheel, The Cranberries, Ian Dury, Anthrax, y obviamente, para Pink Floyd.

En los ochenta se dan dos innovaciones muy importantes: el walkman y el video musical. Ya más adelante en la década, es el Compac Disc (CD) que además de la calidad sonora cambió el formato de los discos y por consiguiente, el tamaño de las portadas.

5 Internet, Mattias Norén, www.progart.com (última consulta el 8 de Febrero del 2003)

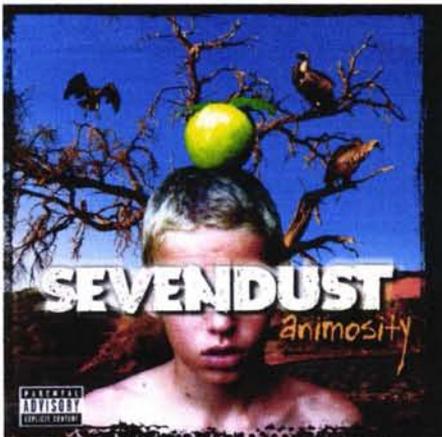
Portadas de Discos



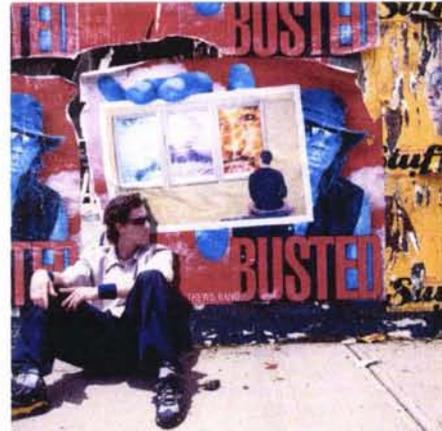
Diseño de Thane Kerner, 1998



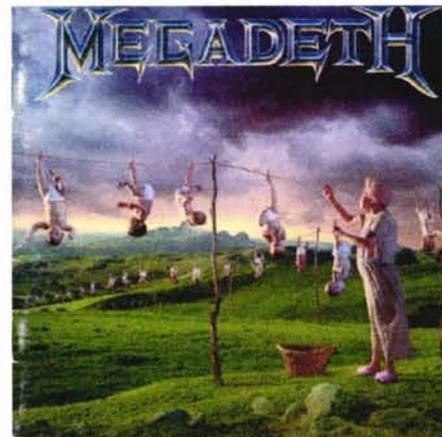
Diseño de Marc Bessant, 2002



Diseño de Dab Tremonti, 2001



Diseño de Thane Kerner, 2003



Diseño de Hugh Syme, 1994

Este paso tuvo impacto en el área de los diseñadores que tuvieron que adaptarse a esta nueva superficie de solo 12x12 cm. y olvidarse de los 31x31cm. (portada, contraportada y a veces esos "libritos" que brindaban un gran espacio).

En estos días (2003) este tipo de estudios o despachos, son sofocados por las grandes casas disqueras aunque existen algunos, como es el caso de el estudio fundado por Javier Ramírez "Cha", (locutor de radio e integrante de un grupo de rock) y Enrique Ollervides que hacen un buen trabajo y se han logrado mantener en el medio, recomendando observar el trabajo de este despacho que se puede consultar en la web hulahula.com.mx

2.4 Características de la portada de disco

La portada de disco compacto es un soporte gráfico que tiene características especiales como: Medidas y formas de presentación, como puede ser desde la más popular, que es la portada sencilla hasta una portada tipo póster de 12 flaps. También es incluyente con otra especialidad del diseño como lo es el diseño editorial.

En esta sección se toca el tema del formato cuadrado, una característica muy particular de la portada de disco compacto. El tipo de sistemas de reproducción también es un asunto que se trata aquí.

En conclusión es un soporte gráfico que involucra cantidad de aspectos que mayormente están ligados al tema universal que es la música.

2.4.1 Formato cuadrado

Para hablar del formato cuadrado empezare por hablar un poco sobre la composición fotográfica que definitivamente influye y esta presente en las imágenes con formato cuadrado.

"El uso del termino composición fotográfica puede ser problemático, ya que nos trae a la mente una serie de reglas que deberían seguirse a fin de conseguir un resultado satisfactorio." ⁶

La composición fotográfica invariablemente esta inmersa en nuestra forma de mirar, creo yo, que la composición fotográfica trata mucho sobre la explotación y valoración de los rasgos visuales de las escenas y en el encuadre final, más que en conocimientos técnicos, la composición debe brotar como un sentimiento y como una manera natural de mirar las cosas y no como un proceso racional ni critico, ni tampoco como un método que es dictado por reglas.

Para obtener esto hay que ser un buen observador y organizador, teniendo en cuenta las técnicas y reglas claro esta, como pueden ser: perspectiva, exposición, profundidad de campo, etc. (no dicen que para romper las reglas hay que conocerlas).

Casi siempre componer significa simplificar el caos, conseguir armonía en la imagen y que la imagen este equilibrada, aunque a veces se pueda necesitar lo contrario.

⁶ Véase p.160 del *El retrato fotográfico. Una guía del retrato fotográfico clásico*, de Jonathan Hilton (Argentina, 1997)

En la composición de la imagen están presentes las cualidades básicas del sujeto, como ya lo había dicho, como pueden ser la silueta o perfil, elemento muy significativo para saber del sujeto u objeto, la textura que se refiere a la superficie (una incitación táctil), la forma relacionada con el volumen y solidez del objeto, persona y/o escena, también esta el color y tonalidad que pueden enfatizar la intención y por ultimo, el movimiento que puede ser la acción del sujeto.

Ya hablando de los formatos o podría decir encuadres, el horizontal es la primera elección de muchos, será por que nuestros ojos se encuentran muy familiarizados con esta forma de percibir las cosas o será que las cámaras en su mayoría captan de forma rectangular (horizontal) , yo creo que es la suma de estos dos factores, más nuestra cultura, más la constante presencia de la televisión y el cine.

○ bien una toma vertical, que normalmente es dictada por las proporciones del objeto o sujeto, o quizás por un uso en particular que se le dará a la imagen.

El formato cuadrado ⁷ tal vez el menos utilizado, es por obligación en muchos casos, como el de las portadas de disco, (que invariablemente nos proponen 12x12cm) o el formato de las cámaras profesionales, como la de 6x6cm.

El formato horizontal parece dar intensidad a los movimientos horizontales y especialmente cuando el formato es largo y estrecho.

En los paisajes éste ayuda a dar importancia a la línea del horizonte y produce una sensación de armonía y estabilidad.

Las fotografías con formato vertical brindan mas dimensión a los elementos verticales que las componen, se produce una sensación de menor sujeción al suelo, tal vez por la relación que hacemos de los elementos de arriba con los de abajo en lugar de comparar los de los lados.

Y las imágenes de formato cuadrado ejercen una influencia menor, producen un efecto de armonía debido en su mayoría a su simetría, también contiene una atmósfera de equilibrio ya que cada esquina se separa del centro en igual proporción.

"Este formato funciona muy bien con las composiciones simétricas formalmente estructuradas, sin embargo, muchos fotógrafos encuentran que este formato de entre otras opciones es el mas difícil." ⁸

Para conseguir un buen resultado en una composición dentro del formato cuadrado habrá que tomar en cuenta muchos factores entre los cuales podríamos mencionar: la ubicación del motivo principal, la intensidad de las tonalidades, la forma y el color entre otros.

Por ejemplo, si un sujeto esta ubicado centralmente normalmente se tiende a provocar una sensación de falta de movimiento y es la decisión que provocara más estática que ninguna otra.

⁷ Véase Bruno Munari, *El cuadrado*. (Gustavo Gili, 1999) para profundizar en ideas originales sobre las composiciones en base al cuadrado y en esencia ,sobre los orígenes y funciones del cuadro.

⁸ Véase p.161 del *Fotografía básica*, de Michael Langford (España, ediciones Omega, 1997)

En cambio si colocamos al sujeto cargado hacia uno de los lados del cuadro, o más hacia arriba o abajo, se da la sensación de movimiento y algo de tensión. El recurso de líneas diagonales como contraposición a las verticales u horizontales, es otra manera de lograr tensión y movimiento aparente. ⁹

El color puede ser otro instrumento de composición. Los colores "cálidos" (rojos, amarillos y naranjas) tienden a acercarse en el marco hacia el observador mientras que los "fríos" (azules y verdes) proponen sensación de alejamiento. También el color puede afectar nuestra percepción sobre el espacio de los sujetos u objetos; con algunos colores pueden parecer más grandes o pequeños.

Esto también aplica para el blanco y negro, donde los tonos oscuros aparentan ocupar más espacio que los tonos claros.

2.5 Diseño editorial

El diseño editorial es la rama del diseño, que se encarga de crear una "imagen" armónica de una pagina, organizando todos los elementos contenidos en ella, como son la tipografía adecuada e imágenes (fotografía o ilustración).

En el diseño editorial están incluidos (entre muchos otros): el folleto, el manual, el catalogo, el periódico, las revistas, y por supuesto el booklet o librito de los discos compactos (CD).

Los diseños actuales puede ser que sean más innovadores que los anteriores, pero siempre deben cumplir ciertas normas para que el trabajo logre transmitir exactamente lo que se necesita.

Como antecedentes del diseño editorial podemos mencionar a el abecedario, ya que éste es la base de toda comunicación escrita. Al conjunto de letras se le llama palabra, y desde las primeras palabras ya se presentaban relaciones de espacio importantes, como el espacio adecuado entre cada palabra y entre cada letra. Y los creadores de estos textos tenían que decidir el espacio adecuado para ubicar las primeras ilustraciones.

El diseño editorial en todas sus aplicaciones cuenta con reglas básicas para su mejor elaboración. A continuación se mencionan los elementos mas importantes sin tomar en cuenta sus múltiples variantes.

El interlineado.

Se le conoce como interlineado, a la separación que existe entre un renglón y otro, este ayuda a la legibilidad del texto. El adecuado manejo del interlineado, causa que la información que se esta percibiendo se mantenga en la memoria del receptor mas fácilmente. Un aspecto que se debe considerar en el momento de crear el interlineado, es la cantidad de información que se quiere incluir en determinado espacio.

Entre mayor sea el interlineado, menor es la cantidad de renglones que ocuparan el espacio de la página.

9 Ibid. Consúltese para ahondar en ideas sobre la composición fotográfica.

Las columnas.

Son las divisiones que se hacen de un texto dentro de una misma página. El ancho de las columnas y la cantidad de ellas, además de cuestión de diseño, también tiene que ver con la legibilidad y la facilidad para retener la información.

En ocasiones es más sencillo de leer textos que tengan dos o más columnas, sin excederse, para que la lectura no sea aburrida ni cansada, pero esto depende del espacio designado.

Medianil.

Para el diseño editorial, el medianil es el espacio en blanco que existe entre columna y columna, el medianil es importante para evitar que parezca que esta corrido a lo ancho de la hoja, normalmente el medianil va de cinco milímetros a un centímetro.¹⁰

Disposición del texto

Esto significa el acomodo, la manera en que se va a disponer el texto, puede ser justificado, o alineado a la derecha o alineado a la izquierda, o centrado. La disposición del texto, también significa dirección.

Los textos también se pueden colocar de forma vertical, que se lean de arriba hacia abajo, o de abajo hacia arriba, claro que en estos casos los textos deben ser cortos ya que son una forma de resaltar, pero son más difíciles de leer. La disposición del texto también incluye el tamaño de títulos o encabezados.

Redes.

Las redes se van formando por medio de triángulos, cuadrados, polígonos, círculos que cuando se repiten a lo largo del formato, van creando una base uniforme, se utilizan principalmente para crear retículas y formatos sobre los cuales se pueden ordenar los elementos que se van a acomodar logrando una armonía.

Otros elementos del diseño editorial, también de gran importancia: el formato, las retículas, caja tipográfica, capitulares, sangría, callejones, apostillas, etc.

Dentro del diseño editorial se deben considerar algunas características básicas del diseño en sí, para que la distribución de las páginas sea armónica. Dentro de estas características se encuentran:

Punto. Es la unidad mínima, señalizador y enmarcador del espacio.

Línea. Es una sucesión de puntos.

Contorno. También es conocido como forma y se refiere al conjunto de líneas.

Tono. Intensidad de luz.

Color. Se trata de un elemento visual emotivo y expresivo.

Dirección. Canaliza el movimiento y refleja el carácter de los contornos.

Textura. Proporciona el carácter superficial de materias visuales.

Proporción. Tamaño relativo de los elementos.

Dimensión. Magnitud de los elementos incluidos.

¹⁰ Véase Joseph Muller, *Sistema de Retículas*. (Gustavo Gili, 1989) para ahondar en temas relacionados directamente con diseño editorial.

Movimiento. Animación u vivacidad de los objetos en la página. ¹¹

2.6 Tipos de cuadernillo

Ahora toca hablar acerca del librito o booklet del disco compacto, solo mencionare algunos modelos , los más comunes, ya que si intentáramos mencionar todos los tipos, la lista sería muy extensa y se tomaría aburrida. También tienen algunas características que no importando el modelo se tienen que presentar y otras que si pueden variar.

El librito o booklet del disco compacto CD es el sucesor de los grandes espacios que brindaban o brindan (todavía muy usados hoy día por los DJ,s) los discos de acetato (31X31cm) o llamados discos de 12", que a veces también presentaban los originales libritos o booklets, que contenían el acetato y en ocasiones eran de más de un flap.

El librito nació para ser el portador de información que el artista necesita o quiere agregar a su obra musical, puede contener muchas cosas como pueden ser: fotografías, ilustraciones, letras de las canciones, agradecimientos, leyendas de la disquera, información de marketing, y hasta elementos en 3D.

El "booklet" o librito más utilizado es el que denominaremos portada sencilla, normalmente en papel couché de dos caras, de 150 gms., este tipo de portada es la más común pero recordemos que la cantidad de grupos y géneros musicales es vastísima, así como los formatos y los materiales a los que se puede recurrir.

Además del papel, se puede recurrir a: cartón, acetato, plástico, metal, piel, entre muchos otros.

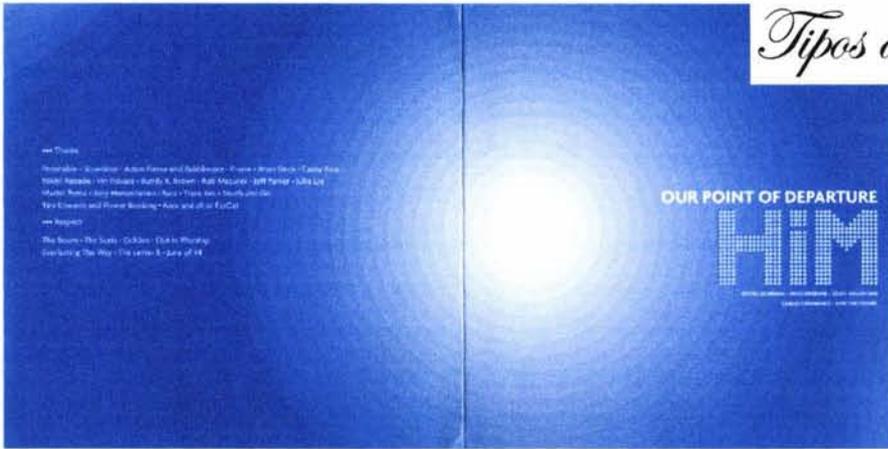
Al librito o booklet se le puede llamar o ir subdividiendo en portada sencilla, como ya mencione, la portada con un flap, dos flaps, tres flaps, portada tipo póster (con 12 flaps normalmente), libro engrapado o booklet de paginas ya sea con una o dos grapas, que va desde 8,12,18,24,28 y hasta 32 paginas como máximo.

En esta área de las portadas, hay que sumar definitivamente al sencillo tipo sobre y el sencillo tipo slim case, que además de ser la portada y la contraportada son el mismo contenedor del CD y brindan ciertas particularidades que pueden ser aprovechadas por el diseñador. Normalmente de cartón, estos "sobres" que contienen el disco o CD, no tienen ningún booklet en su interior y se mueven mucho entre disqueras y estaciones de radio; en la sección de diagramas ahondaremos en medidas.

También es importante hablar del área de impresión sobre el mismo CD o cliché, normalmente en serigrafía y en forma circular, es un espacio más que tiene el diseñador para extender su concepto visual sobre el tema que ha tratado desde la caja, en la portada, en la contraportada y a todos estos soportes también se agrega el "diseño" de la charola.

11 Olivia Tello, *Tipografía*, (Universidad Autónoma Mexicana, 1990)

Tipos de Cuadernillo



Potada de tipo sencilla



Portada con un flap

Portada de tipo libro engrapado



Tipos de Cuadernillo



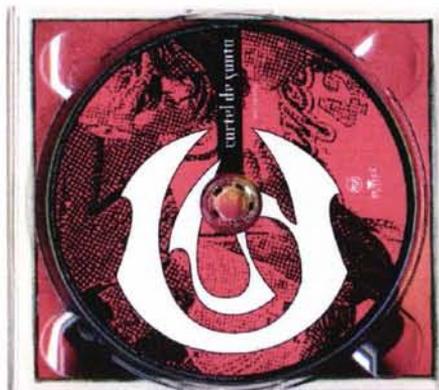
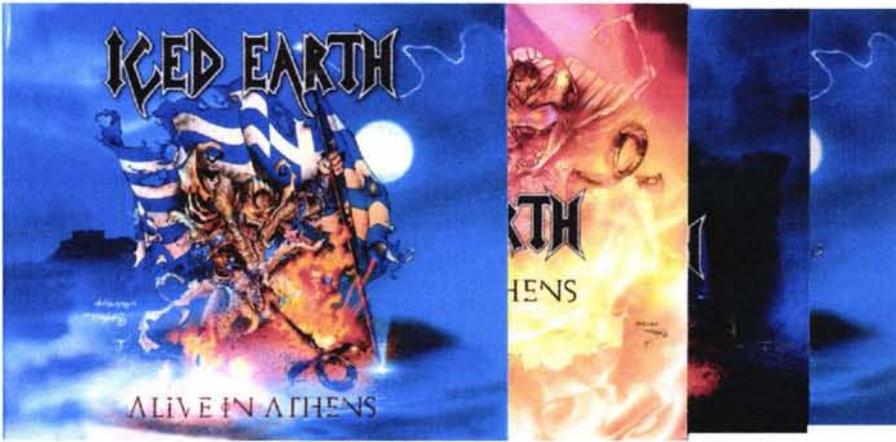
Libro tipo poster de 12 flaps

Libro tipo poster de 4 flaps

Sencillo tipo sobre



Otros Formatos



La charola en si, pudiendo ser transparente u opaca, es la parte plástica que sostiene el disco dentro de la caja, pero el soporte que es utilizado por los diseñadores es la otra cara de la contraportada de la caja pero que tiene una estrecha relación con la charola para saber las áreas libres a diseñar, si solo será la costilla o el centro del disco por ejemplo, o si será toda el área puesto que la charola es transparente o nada puesto que será opaca.

Esquemas y medidas en la sección de Diagramas.

2.6.1 Diagramas ¹²

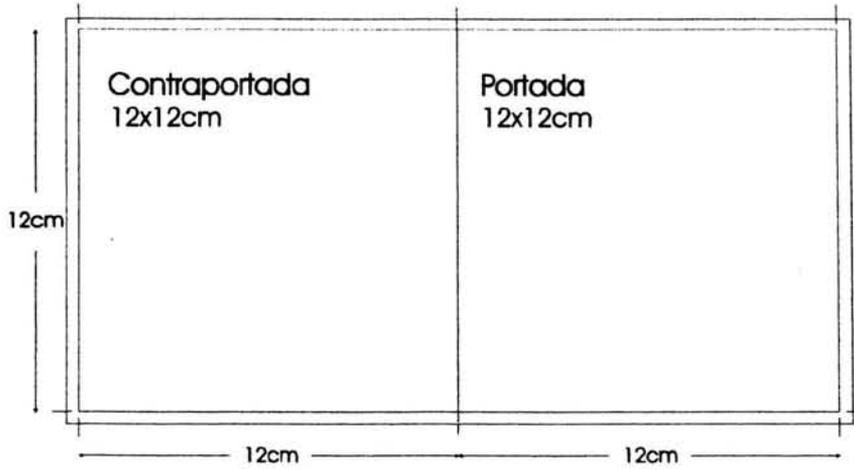
En esta sección mostrare los tipos de librito o booklet de los que hablé anteriormente, en forma de diagramas donde señalare sus medidas y aspectos importantes de cada uno y sume algunos logos necesarios y comunes, como el logo de Phillips, de BMG (los logotipos originales generalmente se obtienen con las casas disqueras), y el código de barras pero antes uno de los datos que no debe faltar:

MUY IMPORTANTE: Este fonograma es un producto intelectual protegido a favor de su productor P) y C) 1999 BMG ENTERTAINMENT MEXICO S.A. de C.V. La titularidad de los derechos del fonograma se encuentran reconocidos por la Ley Federal de Derechos de Autor. Se prohíbe su producción, reproducción, importación, almacenamiento, transporte, distribución, comercialización, venta o arrendamiento, así como su adaptación o transformación y comunicación directa al público, sin la previa autorización por escrito del titular. La violación a esta prohibición constituye un delito y una infracción, sancionados conforme a los artículos 424 fracción III del Código Penal para el D.F. en materia de fuero común y para toda la República en materia del fuero federal: 23 fracción III y 232 fracción I de la Ley Federal del Derecho de Autor. Hecho en México y distribuido por BMG ENTERTAINMENT MEXICO S.A. De C.V. Con domicilio en Av. Cuitlahuac 2519, Colonia Salvador Xochimanca, México, D.F., C.P. 02870.

12 Vid. *Manual de especificaciones de los materiales utilizados en la fabricación de CD's*. Sonopress/ BMG, gracias a este manual que conseguí en la casa disquera BMG obtuve la mayoría de los diagramas.

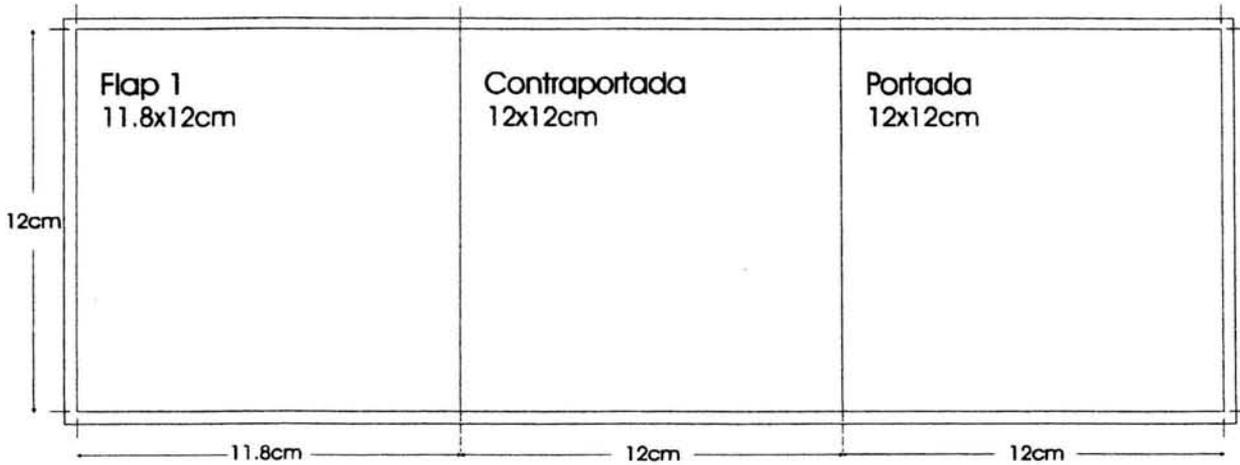
Portada Sencilla

4 flaps



Portada con un Flap

6 flaps



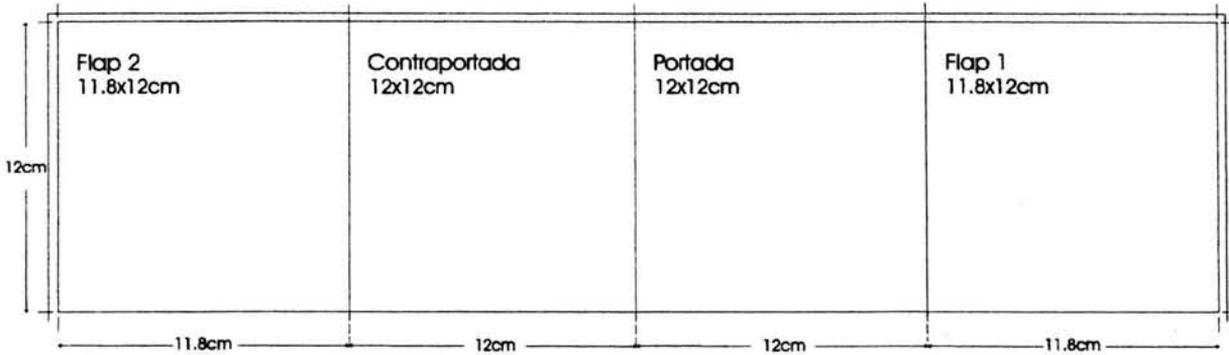
Doblado



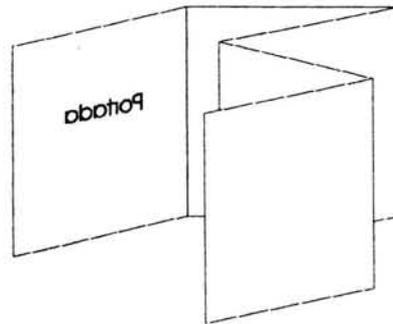
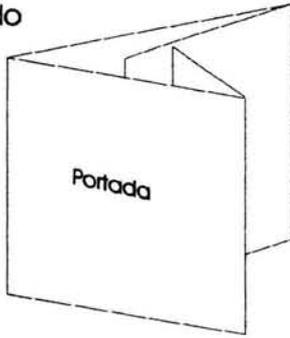
 Rebase de 3mm

Portada con Dos Flaps

8 flaps



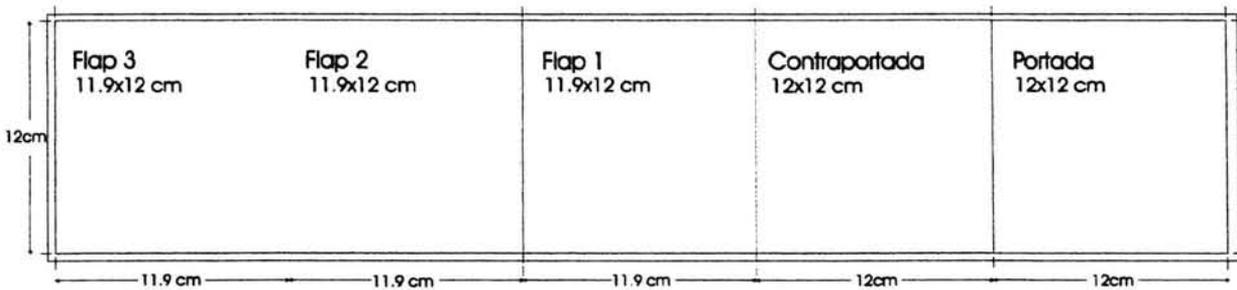
Doblado



Doblado

Portada con Tres Flaps

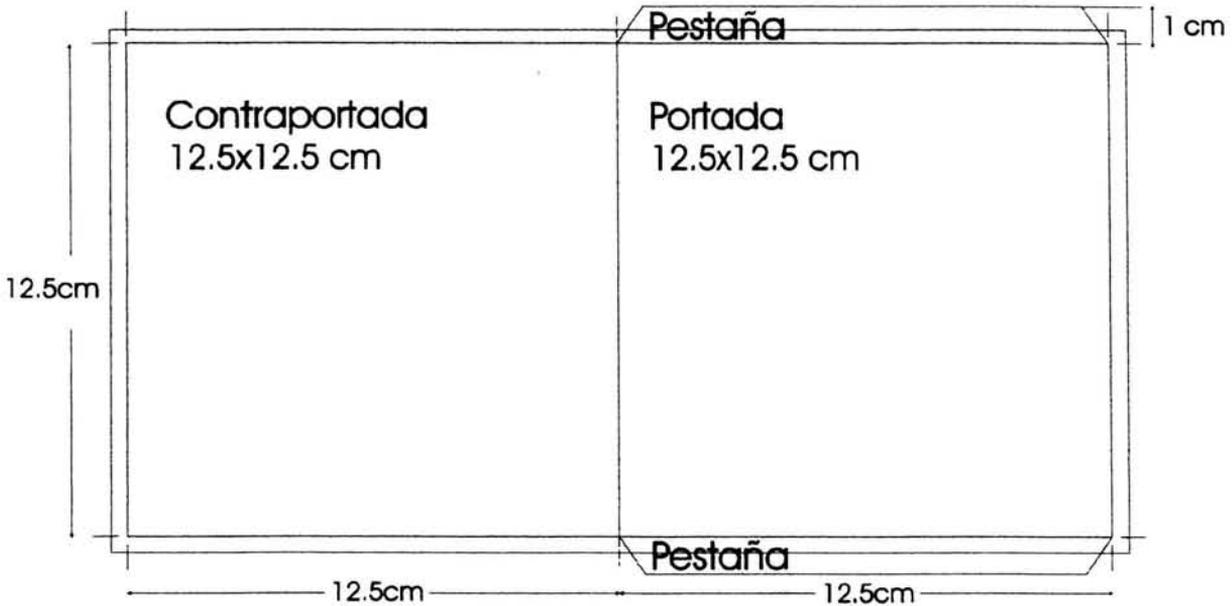
10 flaps



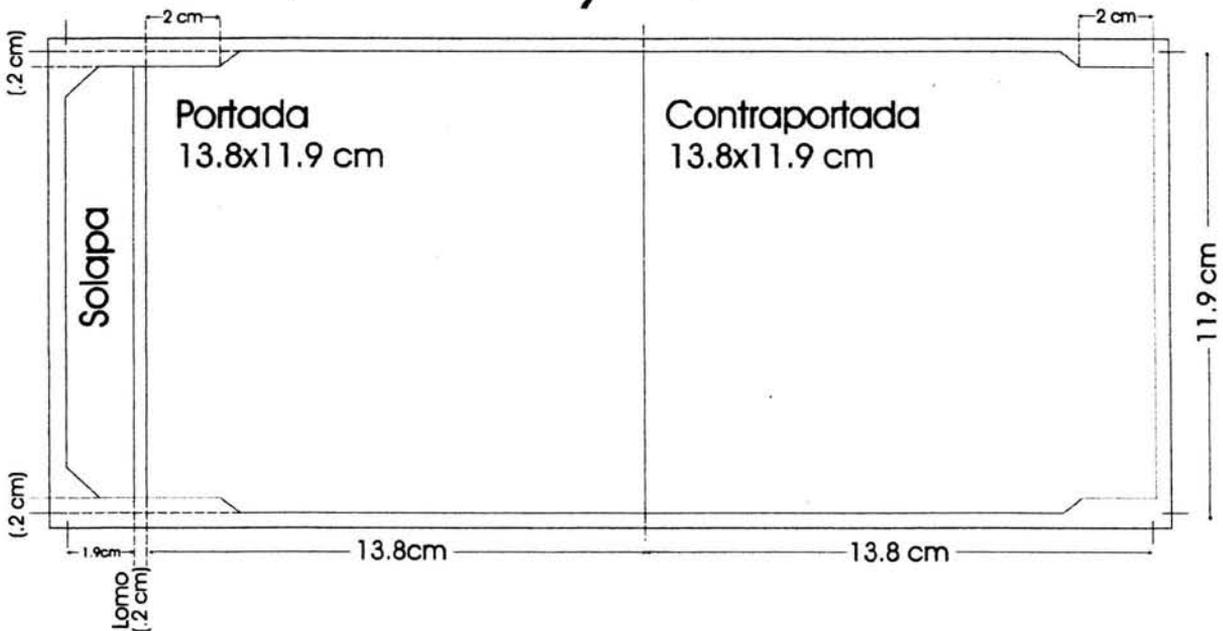
Máxima número de flaps: Portada + 4 (12flaps)

 Rebase de 3mm

Sencillo Tipo Sobre



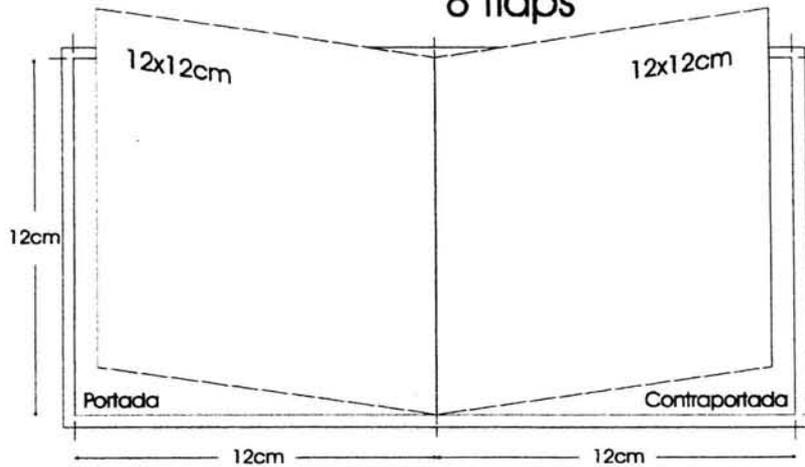
Sencillo Tipo Slim Case



 Rebase de 3mm

Libro engrapado

8 flaps

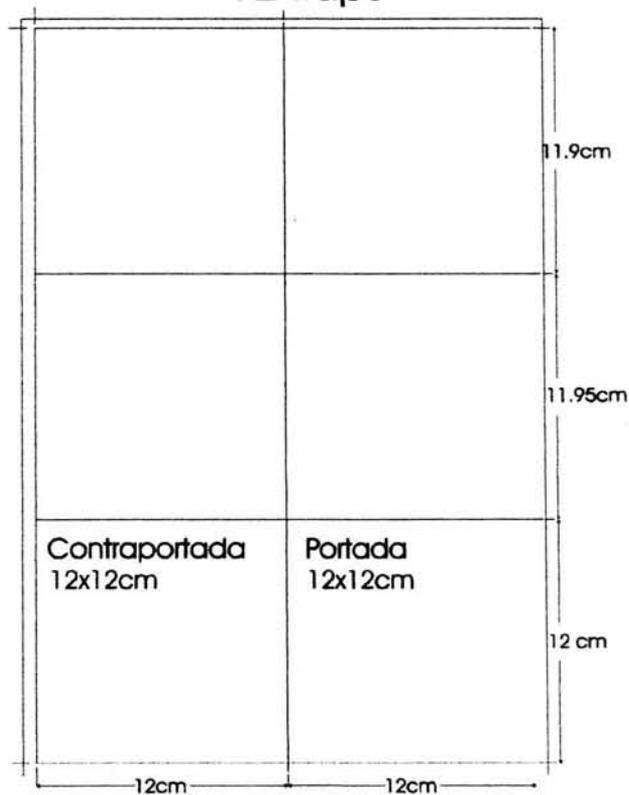


Engrapado manual.
Estandar 1 grapa.
Opcional 2 grapas.

Grosor máximo del
booklet 1.8 mm.
(32 páginas)

Libro tipo Poster

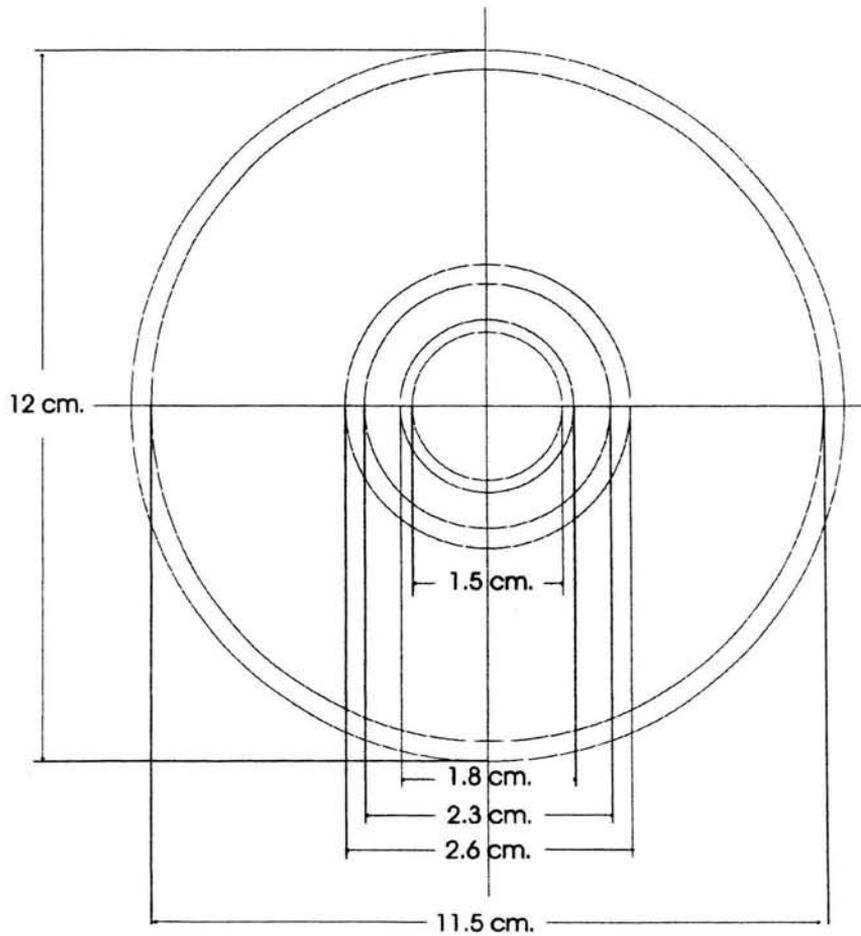
12 flaps



Rebase de 3mm

Área de impresión en CD o Cliché

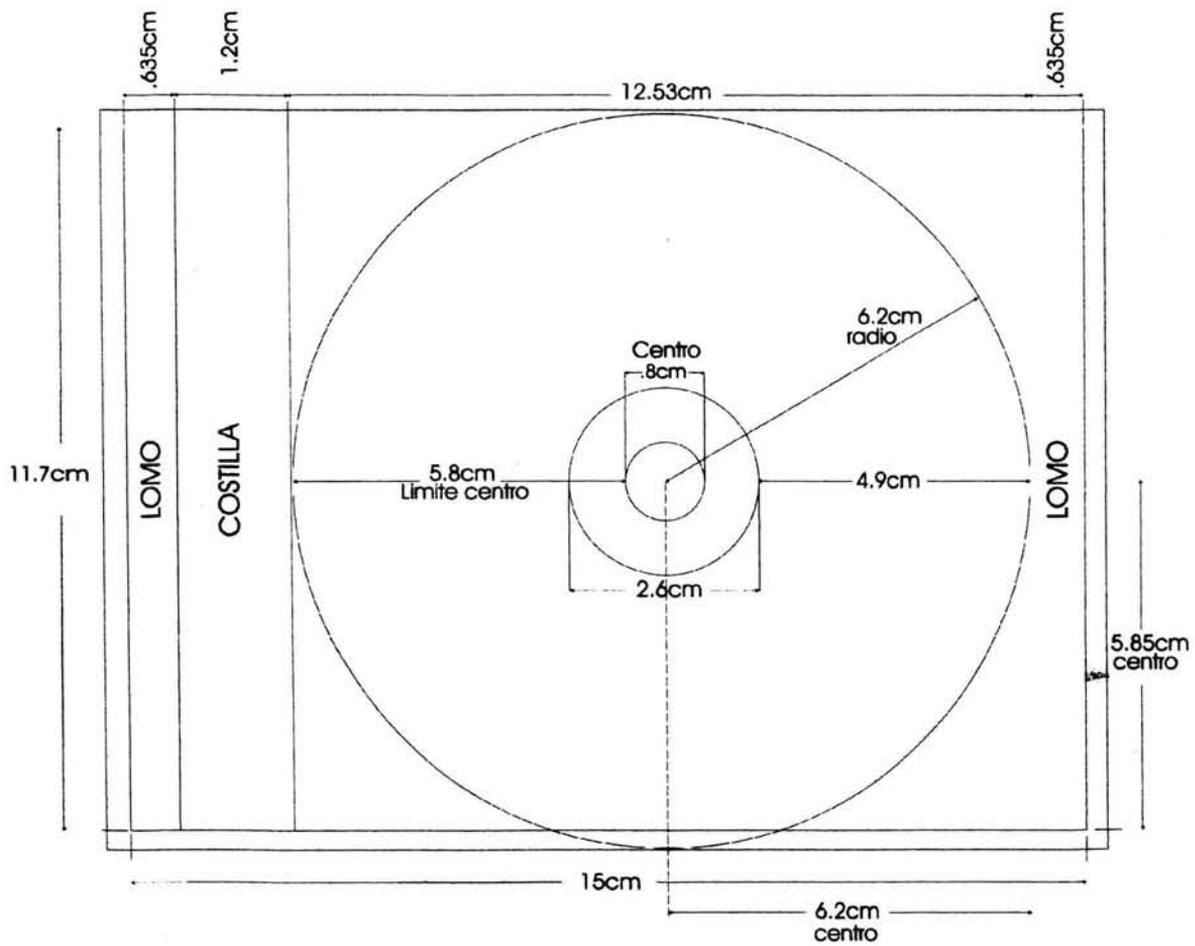
Área de impresión en CD.



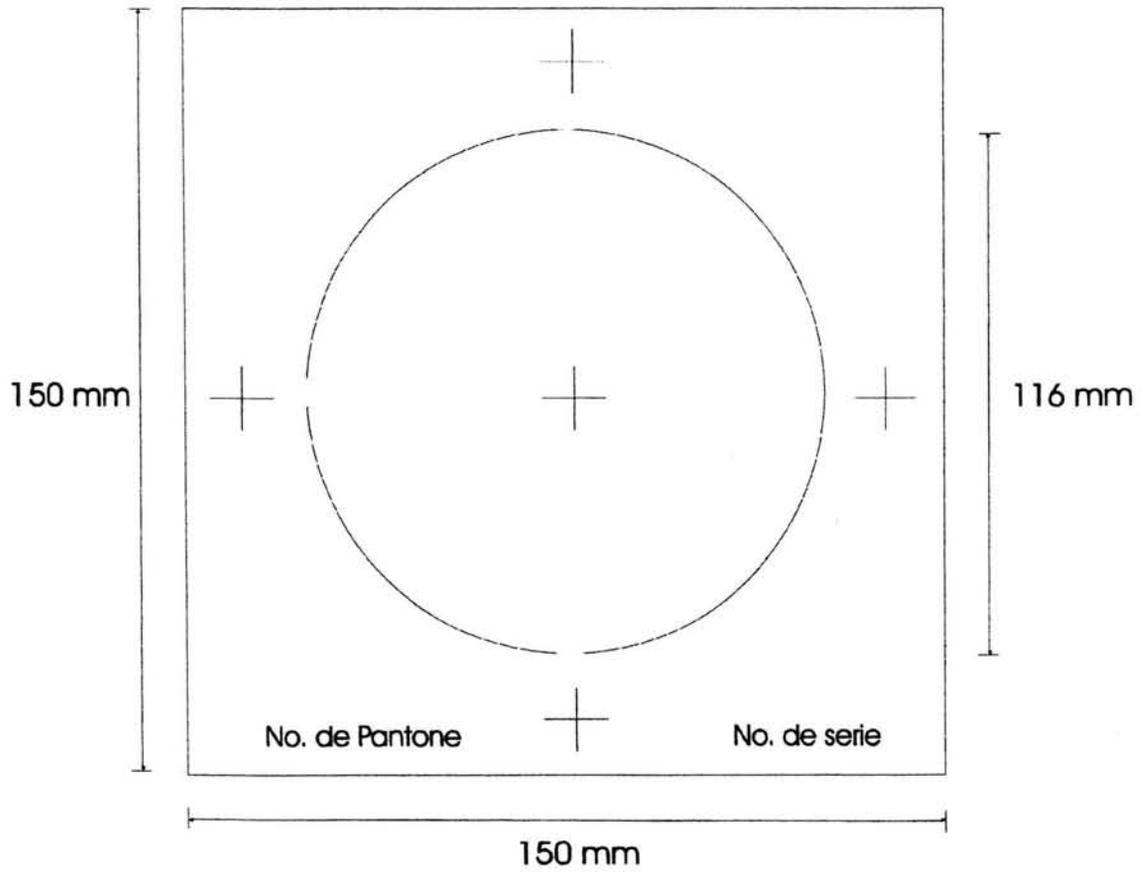
Nota

Como se muestra en el esquema, la impresión no debe exceder del límite máximo de impresión. (11.5cm.)

Medidas de la Charola



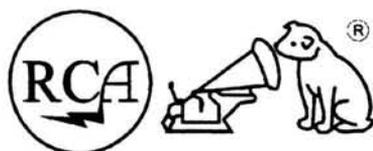
Dimensión del Positivo



Logos



Logotipo de
BMG.



Logotipo de
RCA Victor.



Código de Barras.



Logotipo autorizado
por Phillips.

2.7 Sistemas de reproducción

Existen diferentes sistemas de impresión como pueden ser la serigrafía, el offset (digital o tradicional), fotograbado, impresión digital, xilografía, huecograbado, entre otros; el sistema a utilizar depende de ciertos factores como lo pueden ser: la cantidad, el papel, número de tintas, calidad, modelo, entre otros.

2.7.1 Impresión

A continuación mencionaré brevemente los sistemas de impresión más usados por el mercado disquero. El offset es un sistema en el cual ahondaré un poco más, ya que es uno de los métodos más utilizados, aunque no hay que olvidar que muchos sistemas de impresión pueden ser aplicados para la creación de discos "únicos", esto dependerá mucho del concepto musical del artista(s) y de las empresas, que normalmente son casas disqueras pequeñas o producciones independientes las que hacen este tipo de trabajos.

La **serigrafía** es muy recurrida en la industria del disco, aunque es un proceso muy laborioso y algo antiguo, se sigue utilizando gracias a sus bondades, como por ejemplo la adaptación hacia diferentes superficies como lo son el disco en sí, o los llaveros, estampas y vasos entre otros artículos publicitarios. Es recomendable para tirajes cortos y para pocas tintas.

La **impresión digital** es también un sistema muy utilizado ya que es un método que nos permite ir directo del archivo al papel (muy usado para la elaboración de las portadas, contraportadas y los libritos). La única desventaja que se le puede encontrar, es que es costoso para tirajes muy grandes o muy pequeños ya que los consumibles son muy caros.

El **offset** es el medio de impresión más recomendable, es muy utilizado para la elaboración de muchas revistas así como gran parte de portadas de CDs; esto es diseñado para aquellos impresos que requieren colores y cantidad pero sin perder calidad.

El offset se basa en el proceso químico de que el agua y el aceite no se mezclan. Para la elaboración de las placas de impresión se requieren de positivos o negativos que se hacen en la pre prensa de cada uno de los colores que se van a imprimir. En el caso de impresiones en selección a color, se requiere de un negativo por color (cyan, magenta, amarillo y negro) en estos casos se realiza una separación de colores que al momento de unirlos dan imágenes con la combinación de estos colores.

Las placas de aluminio son fotográficamente expuestas con los negativos y son tratadas para que la imagen reciba tinta grasa y la zona sin imagen reciba agua. Ya en la prensa, la placa nunca toca el papel, pues ésta es calcada sobre una superficie de caucho que imprime la tinta sobre el papel.

2.7.2 Requerimientos de impresión

Requerimientos en los positivos para la impresión del CD.

El positivo para la elaboración de la malla debe cumplir con las siguientes especificaciones:

1 Para asegurar una impresión de calidad, el positivo debe ser de 85 a 100 líneas por pulgada (lpp) si la impresión es de cuatro colores se recomienda que sea máximo de 90 lpp.

2 El positivo debe ser preparado con la emulsión hacia arriba y el texto derecho.

3 El color que llevara cada positivo, debe indicarse con el número de pantone.

4 Cada positivo debe traer las marcas de registro.

5 El logo correspondiente que debe aparecer en el CD impreso (ver logo de Phillips que viene en la sección de Diagramas).

6 El positivo debe incluir el número de serie o el número de código de barras con el que será identificado el CD.

7 Separación de tintas (por lo general dos tintas), después de dos colores, proporcionar guía de color (cromalín, color key, etc.).

El tamaño de letra y ancho de línea deben cumplir con las siguientes especificaciones:

Para un color.

El tamaño de letra en el positivo debe ser mínimo de 5 puntos.

El ancho de línea en el positivo debe ser mínimo de 0.15 mm.

Para mas de dos colores y textos calados.

El tamaño de letra en el posiivo debe ser mínimo de 7 puntos.

El tamaño de línea en el positivo debe ser mínimo de 0.30 mm.

El esquema muestra de la dimensión del positivo esta en la sección pasada de Diagramas.

Requerimientos en los negativos para impresos.

Los negativos para la elaboración de impresos, deben cumplir las siguientes especificaciones.

1 Para asegurar una impresión de calidad, los negativos deben estar a 150 lpp.

2 Los negativos deben estar preparados con la emulsión hacia abajo y el texto derecho.

3 Para selección de color se utiliza el negro, cyan, magenta, y amarillo, en el caso de algún color especial se debe de señalar el número de pantone en el negativo.

4 Cada negativo debe traer las marcas de registro, corte y dobléz.

5 Los negativos deben tener un rebase o sangrado de trabajo mínimo de 3 mm, en el contorno de cualquier diseño de impresos.

6 Indicar el número de serie o el número de código de barras, con el que serán identificados los negativos.

7 Para cumplir con los tonos requeridos y el armado correcto de los impresos, se debe entregar una guía de color como puede ser color key, cromalín (correspondiente a los negativos) y también se requiere un ejemplo o dummy que muestre la manera de armar, doblar o compaginar el impreso.

Especificaciones para los archivos digitales.

Los medios físicos más comunes en los que se suelen recibir los archivos son: Zip 100MB, Jazz 2, 1GB, CD-R, CD-RW.

1 Todas las imágenes deben estar a 300 dpi y al tamaño al cual se van a utilizar, respetando las especificaciones que se muestran en los esquemas.

2 Enviar todas las fuentes que se utilizaron para los diseños o guardar los textos como curvas.

3 Preferentemente guardar los archivos como "EPS o PDF".

4 En caso de tratarse de un producto especial enviar el esquema con sus medidas respectivas y armado.

Nota: los requerimientos o especificaciones pueden variar según la disquera o lugar de impresión o casa disquera.

2.7.3 Acabados

Los acabados son la última etapa en el proceso de producción de impresos, y los que más nos interesan son los aplicados en portadas de CD, como pueden ser el montado a caballo, el suaje y el barniz uv.

El montado a caballo es muy utilizado en revistas, de pocas páginas, en catálogos, y en otros muchos impresos; en este acabado las páginas llevan un doblado en el centro y se van montando una dentro de la otra, generalmente llevan una o dos grapas para evitar que se desacomoden.

El suaje se puede diseñar para que vaya en acuerdo con el concepto del impreso, pudiendo recortar, doblar o puntear y así lograr diferentes efectos y usos en los impresos.

El barniz uv es una sustancia medio espesa que se aplica al final de la impresión para dar un acabado de brillo y que además brinda durabilidad al trabajo.

2.8 Esquema general del proceso

(Ver hoja siguiente)

Problema o necesidad.

Hacer una portada de disco compacto de tipo portada sencilla para el cliente.

Cliente.

Sonofilia.

Grupo de música estilo alternativo.

Mercadotecnia.

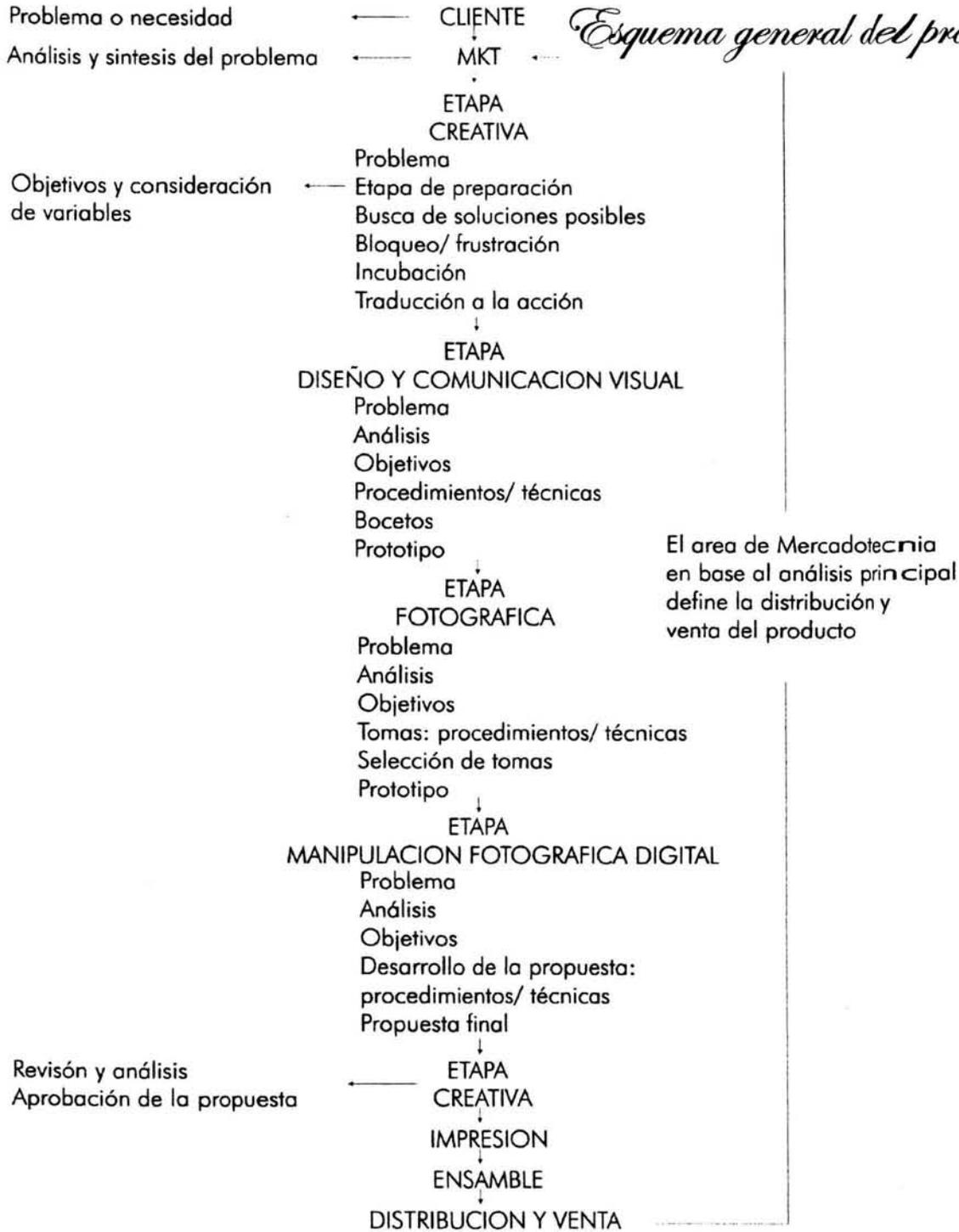
Análisis y síntesis del problema.

Producir y diseñar un plan de mercadotecnia para un producto como lo es un disco compacto de corte alternativo y titulado Sonofilia.

El plan de mercadotecnia para la promoción de un disco compacto es un documento por escrito detallando la organización del trabajo, especificando acciones a seguir dentro de un tiempo determinado y apoyándose de objetivos específicos.

Estos objetivos podrán ser evaluados y ver si se cumplió con lo planeado.

Esquema general del proceso



El producto en este caso es un disco compacto; los mercadólogos deben "descubrir" las necesidades escondidas bajo el producto y explotar sus beneficios y cualidades.

Un ejemplo de secuencia de campaña para promover el disco compacto, podría ser:

Elaboración de campaña para medios.

Producción spot para televisión.

Producción spot para radio.

Anuncios de prensa/ revistas.

Lanzamiento de promoción del grupo/ disco.

Cocktail de presentación a los medios, etc.

2.8.1 Etapa creativa

La etapa creativa es una parte muy importante dentro del proceso de producción de portadas de disco compacto (CD). Es una de las grandes responsables de que el producto tenga éxito. Aquí se desarrollan las ideas en el sentido conceptual de una forma creativa trabajando sobre el problema o necesidad del cliente.

Para que algo sea realmente creativo, de alguna forma debe ser útil, original, valioso y exitoso (que llegue a su público) y no puede ser simplemente extravagante o excéntrico.

Los tres principales ingredientes para la creatividad son: habilidades en la actividad específica, habilidades de pensamiento y, elemento primordial, pasión "motivación intrínseca".

Problema.

Crear una portada de disco compacto de tipo portada sencilla para el grupo Sonofilia.

Etapa de preparación.

Objetivos y consideración de variables.

De alguna manera el cliente y el creativo se ponen en contacto con (generalmente) ciertos antecedentes, que cambian en cada situación, pero ciertamente aquí se aterrizan los objetivos y a partir de los cuales se proyectarán diferentes soluciones o propuestas.

En este caso, la entrevista con el grupo "Sonofilia" arrojó ciertos límites que no se pudieron rebasar. Por ejemplo, en cuanto a una bocina como imagen principal, la idea del grupo siempre fija (cabe asentarse que no se estuvo de acuerdo y se les hizo saber, también se propusieron alternativas que no fueron aceptadas).

Entre algunas de las ideas propuestas, se mencionará una que proponía la imagen de un sujeto con una bocina insertada en la parte de atrás de su cabeza rapada, por costos y algunas discrepancias en el grupo no se aceptó.

Así que, la idea de donde partía todo, era representar una bocina que simbolizara conceptos de energía, coraje y melancolía, con detalles que representaran originalidad; todo esto sumergido en un ambiente de tensión y aspereza.

El interior tenía que jugar como respuesta, es decir como una resolución a la tensión de la portada. Englobando el concepto de la música del grupo que juega mucho con este tipo de técnicas musicales, donde se recurre a la tensión y luego resolución, y un ir y venir en dinámicas.

Antecedentes/briefing.

La relación con Pierre, el baterista de la banda ya es de algunos años pues es hermano de Samuel (uno de mis mejores amigos) y habíamos platicado ya hace algún tiempo de trabajar juntos, sobre todo cuando él tenía otro proyecto el cual creíamos que iba a funcionar pero tuvieron que pasar algunos años, así como otros proyectos para que se diera la oportunidad. Y en cuanto a Ernesto también ya lo conocía pues era vecino y amigo de Samuel y Pierre.

Entre las cosas que los llevaron a mi fue, que ya habían visto mi trabajo en un portafolios que les había mostrado, y me habían dicho que querían algo parecido para su demo y próxima portada del CD (LP).

Busca de soluciones posibles.

Existen diferentes técnicas para mejorar los resultados en el proceso creativo, ya sea a base de pensamiento lineal o lateral.

El pensamiento lineal es secuencial, es decir, cada paso es justificado y el orden de las ideas esta determinado por la cadena de razonamiento.

El pensamiento lateral puede darse en saltos no secuenciados y la información se organiza de manera no convencional produciendo resultados que rompen lo establecido.

Entre las diferentes técnicas están: introducción de discontinuidades, uso de palabras activadoras, reto de ideas y la técnica de Trampolín.

Esta es una alternativa que aumenta las posibilidades de utilizar la información de una manera diferente. Consiste en utilizar ideas intermedias como estimulantes del pensamiento para facilitar la solución de problemas y considerar situaciones convencionales con una perspectiva original y creativa.¹³

En esta fase de búsqueda, una de las ideas que rápidamente se intento aterrizar fue la de agregarle agua a la imagen de la portada, y es que se quería algo que no fuera muy lógico al relacionarlo con la bocina y que a la vez tuviera cierto sentido con la banda.

Después de cierto análisis y de buscar soluciones el resultado era que la unión de agua y una bocina real, era la de un cortocircuito así simbolizando lo contrastante, atrevido y extremo de las letras de "Sonofilia" y así también fundir la idea de energía que ya se tenía. En relación con la banda, se pensó en simbolizar el esfuerzo y el empeño al crear su música.

Y entonces la imagen que finalmente se uso para captar este concepto, fue la de un vaso con refresco y hielos, enfocándose en ese sudor que se produce en el vaso.

Bloqueo/frustración.

La etapa de bloqueo o frustración es una etapa más del proceso creativo.

Cuando se siente que ya no se puede más y que no surgen ideas nuevas, se esta enfrentando la fase de bloqueo. Claro que ésta, surge después de días y horas de trabajo, no al primer obstáculo. Entre los obstáculos que

13 Véase para profundizar en el tema, Margarita Sanchez. *Desarrollo de la habilidad del pensamiento. Creatividad* (Trillas, México, 1991)

impiden el continuar con la labor creativa pueden estar las horas excesivas de trabajo (ya que la mente necesita descansar de los problemas) y además, otra barrera que impide absorber información nueva es la autocensura.

En este proceso de "preparación", la frustración surge cuando la parte racional o la mente analítica en esa búsqueda por la solución llega a un límite, y es aquí donde el inconsciente fluye. Cuando se descansa la mente dejando de pensar en el problema es cuando, generalmente, surge de repente la solución.

En el trabajo de Sonofilia, creo que la etapa de bloqueo se da en el momento que se buscaba representar de alguna manera en la imagen, la idea esencial de el logotipo, que es la adicción enfermiza por el sonido o la música. Se analizaron muchas formas, hasta que el problema se dejó en el tintero por unas semanas hasta que la solución llegó.

La imagen de la loseta intenta representar esa adicción por el sonido, esencia de el logotipo. En este proceso creativo, fue sumada casi al final. Se buscó representar la expansión de las ondas sonoras por medio de la repetición de los círculos realzados en la textura de la loseta de tachón.

Incubación.

Esta fase de incubación se encuentra muy ligada con la anterior. En esta fase donde se entienden y asimilan todos los datos ya estudiados hasta el cansancio, es donde se gesta la idea.

La incubación es un trabajo más pasivo, donde el inconsciente es de gran ayuda.

"A menudo subestimamos el poder del inconsciente, pero éste es mucho más fértil para las iluminaciones creativas que el consciente. En el inconsciente no existen juicios de autocensura " 14

En el caso de la portada de Sonofilia y en la misma línea de la imagen de la loseta. Se analizaron opciones de ubicar la loseta con diferentes ángulos con diferentes tamaños y con variantes de intensidad, así como otros diseños, entre los cuales figuraban círculos concéntricos y antenas de radio.

Traducción a la acción.

Es el vaciado de la información que forman esa idea que se ha estado gestando desde fases anteriores. Traducción a la acción es la fase donde se aterrizan las ideas en una forma ya más activa y de forma más consciente.

En el trabajo de la realización de la portada, la imagen de la loseta de tachón, juega un papel de textura visual en un tercer o hasta cuarto plano después de el título y la bocina. Por eso la imagen de la loseta fue reducida en intensidad y solo mostrada en el cono de la bocina. Pero en la contraportada la intención es de más intensidad, por eso es más clara y más amplia, ya que se redujo en escala pero se agregó intensidad y cantidad.

14 Véase p.28 de *El espíritu creativo*, de Daniel Goleman (Ed. Javier Vergara, México)

2.8.2 Etapa de diseño y comunicación visual

En esta etapa el comunicador visual debe diseñar una solución a un problema basándose en un método que le permita elegir la materia adecuada y las técnicas precisas. Aquí se desarrollan todas las ideas de sentido compositivo y formal.

Es la gran responsable de que el mensaje emitido tenga éxito.

Metodología.

(Ver hoja siguiente)

Ciente/enunciación del problema.

El problema a resolver es el diseñar una portada de disco compacto de tipo sencilla, que represente a un grupo llamado Sonofilia

Se quería un logotipo de tipografía sobria, pero con detalles que sobresalieran representando el concepto de "Sonofilia" (la representación de una adicción o una referencia al sonido).

Procesos de diseño. Etapa 1, Fase 0 Planeación y organización.

Los objetivos son crear un diseño que proyecte una banda musical de corte alternativo, que le da importancia a sus letras y que tiene poder en sus acordes.

Los objetivos del diseño en la parte interior son, nombrar a los integrantes del grupo, el nombre de las canciones y otros datos en un ambiente de cierta armonía.

Primero se procederá a diseñar las posibles portadas (3 variantes) y ya con una propuesta aceptada, se procederá con el diseño del interior de la portada.

Procesos de diseño. Etapa 2.

Fase 1 a Fase 11.

Fase 1 Recopilación de la información.

El grupo musical de "Sonofilia" se mueve en un genero de rock estilo alternativo.

Fase 2 Auditoría y análisis de la información.

Un tema que se necesito investigar y analizar detenidamente fue: ¿qué es el rock alternantivo? El rock alternativo es una etiqueta más para tratar de ubicarse en el tema tan enorme que es la música. Para entender esta división o etiqueta es importante saber lo que se puede localizar y lo que no, dentro de ésta.

Principalmente como su nombre lo indica se encontrará "rock", la diferencia es, que en el "rock alternativo" se encontrará lo que todos los puristas del "rock" catalogarían como fuera estos limites. Las diferencias generales están basadas en lo que se refiere a "up beats y down beats" o lo que es lo mismo, pulsos fuertes y pulsos débiles. Y la métrica de la música en cuestión, que es otra diferencia muy importante, ya que todo el "rock puro" o tradicional esta en cuatro cuartos y cualquier otra métrica distinta define que debe estar en otra categoría.

Siendo así, es más fácil decir que, todo el rock que no es "puro" debe ubicarse bajo la etiqueta de rock alternativo.

Fase 3 Diseños preliminares.

El logotipo final fue aprobado entre otras cosas puesto que las letras "S" la "O", pero sobre todo la "I" con sus pequeñas modificaciones las proponían de una manera auténtica y reticente.

Metodología de diseño

Cliente / Enunciación del problema

Etapa 1 / Fase 0
Planeación y organización

Etapa 2
Procesos de Diseño

- | | | |
|-------------------|---------|--|
| | Fase 1 | Recopilación de la información. |
| | Fase 2 | Auditoría y análisis de la información. |
| | Fase 3 | Diseños preliminares. |
| | Fase 4 | Desarrollo del diseño gráfico. |
| | Fase 5 | Refinamiento del diseño seleccionado. |
| | Fase 6 | Optimización del diseño definitivo. |
| (Si es necesario) | Fase 7 | Adaptación para distintas presentaciones. |
| (Si es necesario) | Fase 8 | Fotografía, banco de imágenes y/o ilustraciones. |
| | Fase 9 | Diagramación (en el caso) y producción de originales electrónicos. |
| (Opcional) | Fase 10 | Preprensa. |
| (Opcional) | Fase 11 | Impresión y producción. |

Etapa 3
Evaluación del Proyecto.

Los círculos a lo largo de todo el logotipo sugieren ondas sonoras y la tipografía, con solo algunos cambios, completaban la propuesta más sobria y adecuada. Con un color cálido, como el rojo, se pretendió darle una sensación de acercamiento y a la vez separarlo del fondo.

La propuesta #1 es la que finalmente se aceptó.

La propuesta #2 con su tipografía más tosca y manipulada que la primera, sugiere una música de tintes más pesados y agresivos

Y la propuesta #3 con una tipografía demasiado fina y elegante nos refiere a una música de tonos más agudos y de matices más melancólicos y/ o depresivos, así que también se desechó.

Fase 4 Desarrollo del diseño gráfico.

El primer paso del desarrollo del diseño gráfico de la portada del disco compacto del grupo llamado Sonofilia, involucra las dos tomas principales (de la etapa fotográfica), la bocina frontal y posterior. Además, se hizo el formato del disco (en este caso portada sencilla) con su rebase (3mm), este es, para que al momento del corte, después de la impresión no aparezcan espacios en blanco.

Al principio del proyecto la idea de la imagen era la bocina completa y centrada, pero después de buscar otro tipo de propuestas, se decidió por un acercamiento, para sacar provecho a la textura que tenía el cono, y un encuadre cargado hacia la izquierda para que no se percibiera tan simétrica.

La contraportada tiene el mismo encuadre, pero la imagen es la parte trasera de la

bocina, con una intención muy lógica creo yo, de que se perciba en la portada el frente de la bocina y en la contraportada pues la parte de atrás, es decir, como si se le diera vuelta a la bocina en realidad.

Equipo:

Hewlet Packard Pavilion 790k

Disco duro de 120 GB

Sistema Windows XP

Monitor f50 de 16"

Escáner Canon D660V

Corel Draw 7

Illustrator

Fase 5 Refinamiento del diseño seleccionado.

Entre algunos detalles que se fueron puliendo esta el tema de los "rayones" tanto en la portada como en el interior. Cabe señalar que los rayones fueron el último toque a la imagen. Estos fueron creados con pincel y pintura, la idea original era toda una especie de marco, así que en una cartulina se hicieron unos rayones que simulaban un marco en forma de rectángulo, luego se escanearon para introducirlo a la computadora de manera digital.

El archivo requería de modificaciones en contraste y limpiar la imagen de algunas basuritas, el archivo al pegarlo con la imagen era mucho más grande que la portada así que solo se veía una parte de el marco pero como no era esa la idea principal se redujo para ver como lucía como se había imaginado y finalmente se decidió por dejar ver solo algunas partes de el marco aumentándolo de escala y dándole un toque de transparencia con un efecto de capa.

La intención de esta última adición es la de crear una atmósfera de ruido y de un poco de agresividad, para completar la personalidad de la imagen y para que se apegara al concepto de "Sonofilia" que la banda quería representar.

Fase 6 Optimización del diseño definitivo

En esta fase se agregaron detalles para mejorar el diseño. El título (logotipo) está ubicado en la parte superior un poco cargado a la izquierda, para equilibrar la percepción de la imagen. Si se ubicara en la parte derecha, la imagen tendría demasiado peso en un lado. En este caso, el título es de mucha importancia, pues no existe subtítulo (nombre del disco) y como el disco es un demo, el nombre del grupo tiene que gozar de gran jerarquía.

Ahora, en la composición en la imagen final en cuanto al elemento principal (que es la bocina) está cargada hacia la parte inferior derecha, para sugerir movimiento y algo de tensión. No se colocó en el centro, pues no se quería una imagen que se percibiera simétrica.

El color de la imagen en sus tonos azules, proponen una sensación de alejamiento, dejando en primer plano el título del disco. Con matices melancólicos, en un ambiente de música donde la lírica es importante, y con detalles en la parte formal que recuerdan los tintes agresivos del metal que existen en la música del grupo, se compone el concepto general de "Sonofilia" plasmado en la portada de su demo.

Fase 7 Adaptación para distintas presentaciones. (Si es necesario)

En este caso no fue necesario esta fase, pues solo se necesitaba la portada del demo.

Fase 8 Fotografía.

(Etapa Fotográfica)

Fase 9 Diagramación y producción de originales electrónicos.

(Ver imágenes en capítulo 3.4 Desarrollo de la propuesta.)

Fase 10 Preprensa.

El trabajo de preprensa el cliente lo ejecutó.

FASE 11 IMPRESIÓN Y PRODUCCION.

La impresión y producción quedó a cargo de el cliente.

EVALUACION DEL PROYECTO.

La evaluación del proyecto se hace con el grupo de diseñadores o colaboradores para revisar que se puede mejorar en los siguientes proyectos, en base a un análisis del reciente proyecto.

2.8.3 Etapa fotográfica

El fotógrafo profesional está encargado de hacer las imágenes con excelente calidad sobre especificaciones que le son indicadas por el diseñador o por el creativo.

Antes de proceder a ejecutar las tomas de la manera que el fotógrafo crea más pertinentes, naturalmente se debe llevar a cabo un análisis desde su particular perspectiva.

El resultado del análisis indicará el tipo de película y el tipo de iluminación ,entre otras cosas.

Problema.

El problema a resolver es el obtener imágenes para una portada de disco compacto de tipo sencilla, que represente a un grupo llamado Sonofilia.

Las imágenes que se requieren son la de una bocina (vista frontal, vista posterior)

Y la de un vaso con hielos.

Análisis.

Las imágenes que se requieren son la de una bocina (vista frontal, vista posterior)

Y la de un vaso con hielos.

Objetivos.

Entregar una imagen de una bocina en particular, de su vista frontal y de la parte trasera. Obtener la imagen de un vaso con hielos, enfocándose en las gotas de agua.

Hacer braqueteado de las dos imágenes y posteriormente hacer una selección de la más adecuada.

Tomas. Procesos/técnicas.

Para las tomas fotográficas el grupo "Sonofilia" dispuso una bocina en especial para la toma. La toma se realizó con luz de día; se colocaron telas blancas en las ventanas de el cuarto para difuminar y reducir la luz; así eliminando algunos brillos excesivos.

Se colocó un rebotador en la parte de arriba un poco hacia la izquierda, en dirección al cono de la bocina, para resaltar la textura y que no se percibiera plana.

Las tomas fueron realizadas con una cámara digital Fine Pix de Fuji, con diferentes exposiciones, (braqueteado) capturando la parte superior y la parte posterior de la bocina.

La toma del vaso con refresco y hielos, fue tomada con la cámara Fine Pix de Fuji y otras pruebas fueron hechas con la cámara digital Creative Pc-cam 880. El ángulo de la toma es frontal, ubicado sobre una mesa de cristal el vaso fue iluminado por debajo y por detrás, para dar cierta iluminación desde el centro del liquido. Se ubicó una fuente de luz principal por arriba con cierta inclinación y rebotadores por los lados. Además, de el agua natural se agregaron unas gotas de miel para lograr más tamaño en el rocío.

Equipo:

Cámara Fine Pix de Fuji

Cámara digital Creative Pc-cam 880

Selección de tomas.

Se opto por las imágenes de mejor exposición, donde se apreciaban más detalles.

Prototipo.

Las tomas seleccionadas se presentan al creativo o directamente al diseñador, el cual después de aprobarlas las mandará a la siguiente etapa que es la de manipulación fotográfica.

2.8.4 Etapa de manipulación fotográfica digital

El encargado de realizar la manipulación, generalmente familiarizado con los avances tecnológicos en el campo y con fundamentos fotográficos, es el encargado de terminar de dar forma a la parte visual del proyecto. En realidad, en esta etapa es donde se ensamblan todas las imágenes que captó el fotógrafo, también el trabajo del diseñador es presentado y fusionado con todos las ideas de la etapa creativa.

Problema.

Realizar la manipulación digital de la toma fotográfica de una bocina, la imagen de una reja, unas gotas de agua, una loseta de tachón y unos trazos que fueron escaneados.

Editando imágenes finales con el logotipo y los textos, todo en un formato de portada sencilla.

Análisis.

Revisar instrucciones del diseñador o creativo y si estas son posibles, establecer los procesos que se adapten mejor al proyecto.

Objetivos.

Ensamblar la imagen principal con la imagen de una reja, crear una sensación de rocío, con la imagen de las gotas de agua, en la zona de la bocina y finalmente, crear una sensación de rayos o electricidad basándose en la imagen de una hoja esférica.

Editar la imagen con los textos.

Desarrollo de la propuesta:

Procesos/técnicas.

Proceso

(Capítulo 3.4 Desarrollo de la propuesta)

Equipo:

Hewlet Packard Pavilion 790k

Disco duro de 120 GB

Sistema Windows XP

Monitor f50 de 16"

Escáner Canon D660V

Adobe Photoshop 7

Corel Draw 7

Illustrator

Propuesta final.

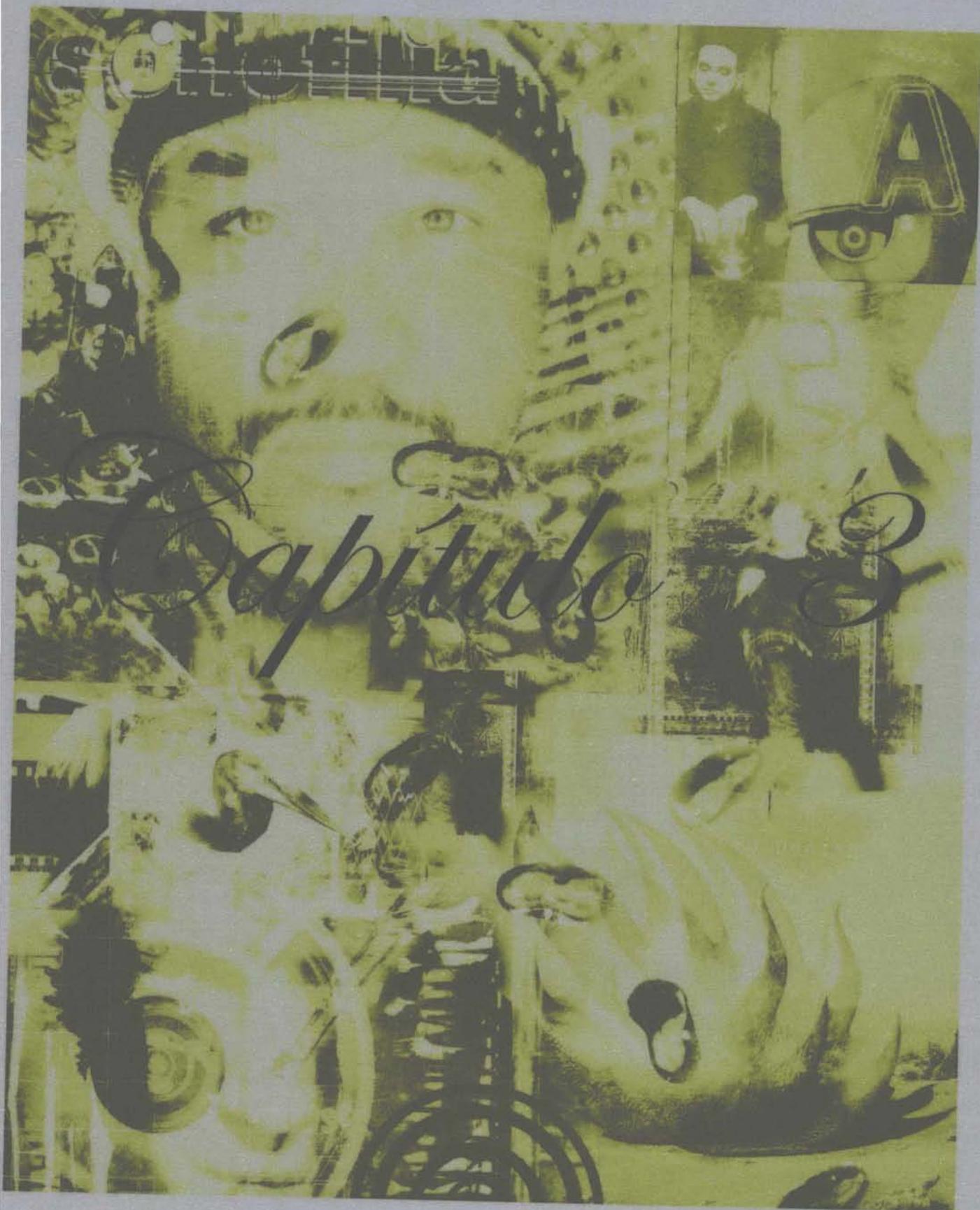
En este último paso es preciso terminar los pendientes y repasar visualmente si la imagen necesita arreglos finales en contraste (el contraste excesivo tiende a emplastar la imagen), en color, y sobre todo en detalles que a veces se escapan por revisar la obra después de largas horas de trabajo.

Para ver detenidamente paso por paso todo el proceso, ver cap. 3.4.1 Desarrollo de la propuesta.

Etapa creativa.

Revisión, análisis y aprobación de la propuesta.

Por último el grupo creativo revisa la propuesta, y si ésta tiene los objetivos que se habían establecido al principio, se aprueba y se continua con la impresión, ensamble y venta.



Capítulo S

3 Proyecto: Sonofilia

3.1 Costos. A la hora de cobrar

Al ser el diseño algo supuestamente intangible, puede parecerle al cliente que lo que esta invirtiendo es mucho más de lo que debería o quiere invertir, pero que a la hora de cobrar es algo que se tiene que tomar en cuenta.

Cualesquiera de otras profesiones como el diseño grafico o el diseño en la comunicación visual definitivamente tienen un valor. Implican conocimientos, la inversión en una carrera, experiencia y trabajo; desde la perspectiva de el cliente, lo anterior se reflejará en un beneficio no muy tangible, pero que de algún modo existe. Este valor sin duda se debe sumar en la parte del precio.

3.1.2 Componentes del costo

En cualquier proyecto de diseño se invertirá tiempo y dinero.

Entre los componentes de un costo se pueden mencionar: ¹

La inversión de tiempo intangible.

Es el tiempo invertido en los estudios, en cursos de capacitación y actualizaciones, así como la experiencia que se ha adquirido.

No hay una fórmula establecida para calcular este valor, pero es algo que se tiene que tener en mente.

La inversión de tiempo tangible.

La inversión de tiempo que se puede medir y valorar con más facilidad es la que se usa en un proyecto en específico. Esto incluye desde el principio de el proyecto, hasta la entrega, pasando por todos los procesos o fases de diseño.

(Fases mencionadas en Etapa de Diseño)

La inversión económica intangible.

Muy ligada a la inversión de tiempo intangible, es algo para lo que no existe fórmula, pero que también tiene un valor que hay que tomar en cuenta de alguna manera en el costo final.

La inversión económica intangible es básicamente el costo de la carrera, los útiles, los materiales, el equipo y hasta las exposiciones y conferencias.

Los gastos fijos.

Estos son los gastos que con trabajo (proyectos) o no, se tienen que realizar. Como la renta o predial, teléfono, luz, agua, sueldos, equipo, entre otras cosas.

¹ Sergio Cuevas, *Guía Básica de costos y procedimientos. Como y cuanto cobrar diseño gráfico en México.* (Segunda edición, México, ed. Grupo manuscrito, 2001)

Los gastos directos inmediatos.

Son los que tienen una relación directa con el proyecto y que se pueden cuantificar.

Y los gastos directos adicionales.

Los que tienen, también, una estrecha relación con el proyecto en cuestión pero que surgen en el camino y se cuantifican al final.

3.1.3 La elaboración del presupuesto o costo

Un presupuesto es algo que se presupone y por lo tanto, esta sujeto a variaciones.

En el mismo se debe incluir las consecuencias derivadas de cambios, cancelaciones o rechazos.

A la hora de presupuestar, además de lo ya mencionado, se debe considerar:

- * La complejidad del trabajo o proyecto.
- * El tiempo involucrado. (Las horas que se necesitarán de inversión)
- * El beneficio que el cliente obtiene con el proyecto.
- * El volumen de trabajo que el cliente ha asignado al diseñador.
- * Posibles colaboradores. (Fotógrafos, ilustradores, impresores, etc.)

Es muy recomendable plasmar esto en un contrato elaborado por un abogado. ²

Si el proyecto requiere de fotografía, renta de imágenes, ilustración y/o la supervisión de los procesos de impresión y producción, el diseñador podrá realizar el trabajo y sumarlo en el precio, o sugerir la contratación de los proveedores que juzgue adecuados y dirigir y/o supervisar la correcta ejecución de dichos servicios.

En el caso de el proyecto: Sonofilia.

Se tomo en cuenta la antes mencionado. En cuanto a la complejidad del proyecto, se catalogó como simple, por ser una portada sencilla y no de otro tipo más complicado, como lo hubiera sido una portada de tipo póster.

Se pacto en un adelanto del 50% y el resto, a la entrega del proyecto terminado. (Dummy en alta resolución a color.) La impresión correría a cargo de proveedores que ellos contratarían.

3.2 Antecedentes (Briefing)

La relación con Pierre, el baterista de la banda ya es de algunos años pues es hermano de Samuel (uno de mis mejores amigos) y habíamos platicado ya hace algún tiempo de trabajar juntos, sobre todo cuando él tenia otro proyecto el cual creíamos que iba a funcionar pero tuvieron que pasar algunos años, así como otros proyectos para que se diera la oportunidad. Y en cuanto a Ernesto también ya lo conocía pues era vecino y amigo de Samuel y Pierre.

Entre las cosas que los llevaron a mi fue, que ya habían visto mi trabajo en un portafolios que les había mostrado, y me habían dicho que querían algo parecido para su demo y próxima portada del CD (LP).

2 Ibid.

3.3 Bitácora

19 de Marzo del 2003. Primera entrevista con Pierre Sánchez Tual (baterista) y Ernesto Avilez (guitarrista).

La charla incluye temas como, la forma en la que se va a trabajar, un concepto general de la banda "Sonofilia" y también me comparten ideas que han tenido sobre la posible portada, además me entregan un CD que es su demo, para poder escucharlos con calma y seguir conceptualizando sobre eso.

Desde el principio puntualizan que necesitan el trabajo en el menor tiempo posible por compromisos que le esperan a la banda.

23 de Marzo. El domingo se recoge un CD con la idea principal que tuvo la banda sobre la posible portada, la idea es algo inmediata a mi parecer, es una bocina y simplemente el nombre del grupo sobrepuesto. Y también incluye otras ideas creadas por el vocalista (Galo González).

24 de Marzo. El lunes comienza la etapa de bocetaje, partiendo de la esencia de la que es la banda, surgen imágenes para la portada, la contraportada, el interior y el logo.

30 de Marzo. Se entregan las tres ideas o propuestas de la portada, le comento a Pierre y a Ernesto que la contraportada y el interior dependerán mucho de la portada así que esas las afinamos luego; también se revisan algunos bocetos sobre el logo de "Sonofilia".

14 de Abril. El lunes por la tarde me encuentro con Pierre para que me indique las opiniones de la banda, la idea que les agrado fue una que no se alejó mucho de lo que ellos querían, pero ciertamente había que trabajar mucho sobre esta misma idea, puesto que la imagen todavía no tenía la personalidad que yo quería. Una propuesta en especial, ya hablando sobre el logo, les agrado bastante y casi no requería de más trabajo.

22 de Abril. Se le manda a Pierre por correo electrónico los bocetos casi finales para que observen los ajustes de este y las nuevas imágenes de la contraportada y del interior.

27 de Abril. Una reunión más con Pierre y con Ernesto para afinar detalles, sobre todo de el interior. Algunos de las observaciones que me hacen: el lugar donde está el correo electrónico de la banda no les convence, y que Pierre no quiere que uno de sus apellidos aparezca.

Me comentan que también quieren el "sticker" (diseño del CD o cliché), "algo muy sencillo"- me comenta Ernesto.

2 de Mayo. Se entrega el archivo final, ya visualizado en pantalla y aceptado por Pierre y Ernesto; la impresión correrá a cargo de ellos.

31 de Mayo. El sábado por la tarde nos vemos y me entregan un original del demo terminado.

3.4 Proceso creativo-conceptual

Sobre el trabajo de la imagen, se mencionaran algunos aspectos importantes de como se fue desarrollando la imagen hasta llegar al producto final, y se agregaran algunos detalles de como surgieron las ideas sobre algunas imágenes. Y al final, se mostrará imagen por imagen y se explicará su proceso ya de una manera más técnica, (desarrollo de la propuesta) para concluir en la imagen final.

La imagen de la bocina que aparece en la portada y en la contraportada envuelve una circunstancia no muy normal de la toma fotográfica, y es que sucede que la banda quería esa en especial; su tamaño y otras características mas, les indicaban que esa tenía que ser la bocina para la portada del demo.

El día de la toma fue improvisado, ya que el dueño de la bocina llegó por ella para llevársela, así que se tuvo que tomar en esos instantes, en una difícil situación de luz, con una cámara digital Olympus Camedia, y con cierta prisa por que al dueño le urgía.

El resultado es una toma imperfecta, el archivo requería algunos ajustes de contraste y en balance de color, pero en realidad la imagen no necesitaba tanta perfección ya que mi idea era la de una bocina que se sobre entendiera, más que la de una bocina totalmente clara y sobria; lo cual hacía que la toma funcionara, además del tiempo que había que tomar en cuenta.

Profundizando en la idea sobre la portada, se trataba de un acercamiento a una bocina que incluyera factores no muy lógicos, como unas gotas de agua, algo que simbolizara energía, una reja, quizás algo de

tierra, con la intención de crear ruido y un poco de tensión para darle una personalidad mas "ruda", podría decirse, a esta bocina de Sonofilia.

Al principio del proyecto la idea de la imagen era la bocina completa y centrada, pero después de buscar otro tipo de propuestas, se decidió por un acercamiento, para sacar provecho a la textura que tenía el cono, y un encuadre cargado hacia la izquierda para que no se percibiera tan simétrica.

La contraportada tiene el mismo encuadre, pero la imagen es la parte trasera de la bocina, con una intención muy lógica creo yo, de que se perciba en la portada el frente de la bocina y en la contraportada pues la parte de atrás, es decir, como si se le diera vuelta a la bocina en realidad.

Una de las ideas que rápidamente se intento aterrizar fue la de agregarle agua a la imagen de la portada, y es que yo quería algo que no fuera muy lógico al relacionarlo con la bocina y que a la vez tuviera cierto sentido con la banda.

Después de cierto análisis, el resultado era que la unión de agua y una bocina real, era la de un cortocircuito así simbolizando lo contrastante, atrevido y extremo de las letras de "Sonofilia" y así también fundir la idea de energía que ya tenía. En relación con la banda, se pensó en simbolizar el esfuerzo y el empeño al crear su música, esto se me ocurrió al ver el sudor en la frente de la banda un día después de un ensayo, de los muchos a los que asistí.

Y entonces la imagen que finalmente se uso para captar este concepto, fue la de un vaso con refresco y hielos, enfocándose en ese sudor que se produce en el vaso.

El vaso fue iluminado por debajo, con una luz principal por arriba y muchos rebotores, colocado sobre una mesa de cristal y tomado con una cámara digital Olympus Camedia, además de el agua natural se agregaron unas gotas de miel para lograr mas tamaño en el rocío.

La otra adición en el proceso fue materializar ese concepto de energía, ahora en forma más concreta como un cortocircuito. Se utilizó una especie de hoja redonda que yo hace tiempo había escaneado y que tenia en mi archivo, el otro objetivo de esta idea era la de sumarle personalidad a la imagen. La hoja da la impresión de un destello de luz o una especie de irradiación de electricidad, que englobaba el concepto; después de buscar acomodarla con variantes de tamaño y de efectos, se decidió colocarla en el centro de la bocina con un tamaño pequeño pero con un efecto que diera fuerza a la imagen principal.

La imagen de la loseta, en este proceso creativo, fue sumada casi al final, donde el nombre de la banda termino de convencer, ya que la idea esencial de el logo es la adición enfermiza por el sonido, y la expansión de las ondas sonoras, entonces, la loseta de tachón era una imagen perfecta ya que con la repetición de círculos realzados brinda una textura repetitiva causando un poco de tensión, y por otro sentido los mismos círculos, nos remiten a las ondas sonoras y juegan con los círculos de el logo de "Sonofilia".

La imagen de la loseta de tachón en la portada juega un papel de textura visual, en un tercer o hasta en un cuarto lugar, después de el logo y la bocina, por eso la imagen fue reducida en su intensidad y solo mostrada en el cono de la bocina, pero en la contraportada la trama es más clara y más general, ya que se redujo el tamaño pero se agrego intensidad y cantidad.

La idea de la tierra (de ruido visual) de alguna manera se transformo en introducir una especie de rayones. Cabe señalar que los rayones fueron el último toque a la imagen.

Estos fueron creados con pincel y pintura, la idea original era toda una especie de marco, así que en una cartulina se hicieron unos rayones que simulaban un marco en forma de rectángulo, luego se escanearon para introducirlo a la computadora de manera digital y poderlo manipular.

El archivo requería de modificaciones en contraste y limpiar la imagen de algunas basuritas, el archivo al pegarlo con la imagen era mucho mas grande que la portada así que solo se veía una parte de el marco y me gusto como se veía, pero como no era esa la idea principal se redujo para ver como lucía como lo había imaginado y finalmente se decidió por dejar ver solo algunas partes de el marco aumentándolo de escala y dándole un toque de transparencia con un efecto de capa.

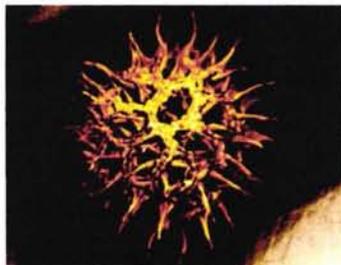
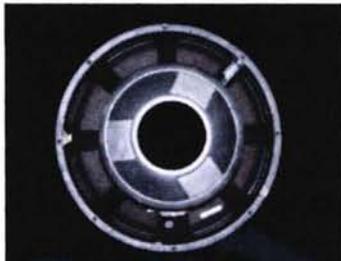
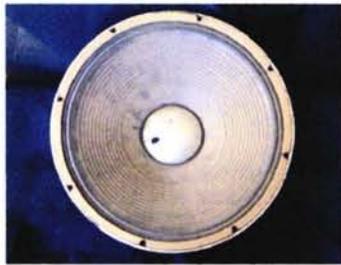
La intención de esta última adición es la de crear una atmósfera de ruido y de un poco de agresividad, lo que siento que completaba la personalidad de la imagen para que se apegara al concepto de "Sonofilia" que yo, y también finalmente la banda, quería representar.

En esta misma línea de proceso creativo-conceptual; desde el principio se tuvo en mente, la imagen con una reja, quizás por la costumbre de percibir un amplificador o bocina siempre con una malla o reja.

Se hizo la toma de una reja de un amplificador y se probó en varias etapas de la imagen pero nunca convenció del todo, así que en lugar de que fuera una reja muy clara y en primer plano, se decidió por solo dejarla ver de una forma transparente y en el fondo de algunas partes de la imagen como una textura más.

3.4.1 Desarrollo de la propuesta

Antes del desarrollo de la propuesta, e ir avanzando imagen por imagen hasta los resultados finales aqui se muestra la materia prima utilizada en el proceso.



Materia Prima

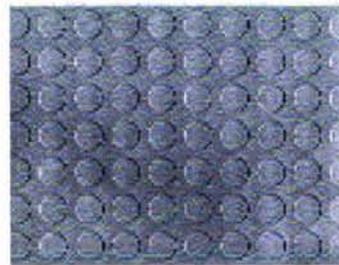
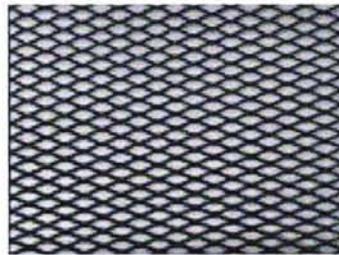
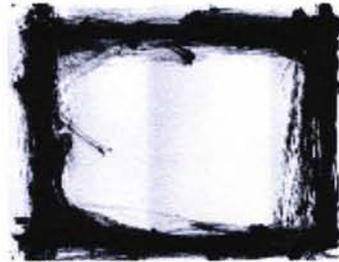


Imagen 1

Imagen no.1 Se trabajo en un formato de 12x 24 cm. Es el primer paso en el cual se presentaron las dos tomas principales, la bocina frontal y posterior. Se hizo el formato del disco (en este caso portada sencilla) con su rebase (3mm), este es, para que al momento del corte, después de la impresión no aparezcan espacios en blanco. Para esta imagen primera los archivos se manipularon en contraste, en balance de color y se pusieron al mismo tamaño (escala).

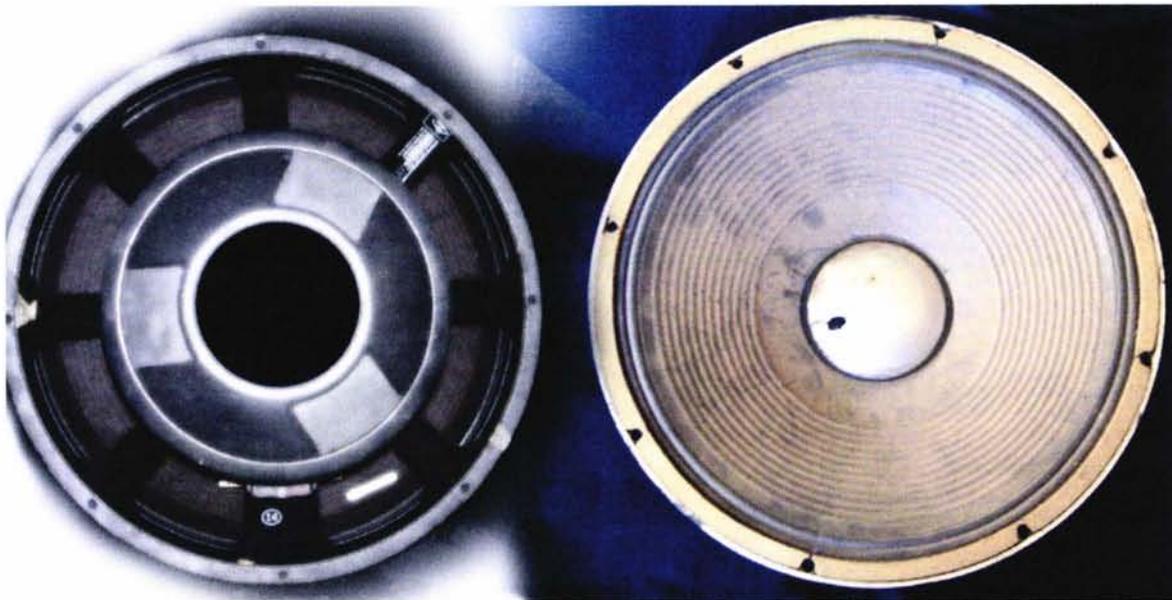


Imagen no.2 Se agregó la imagen de la reja, a la cual se le aplicó un efecto de capa, algo de transparencia, se modificó en tamaño y finalmente se ubicó entre la portada y la contraportada (en medio de la imagen).

Imagen 2



Imagen no.3 Se ubicó la imagen de las gotas de agua (vaso con hielos) encima de la bocina y exaltándolas especialmente en el cono de esta con un efecto de capa. Se arreglo en tamaño y se toco un poco el balance de color.

Imagen 3

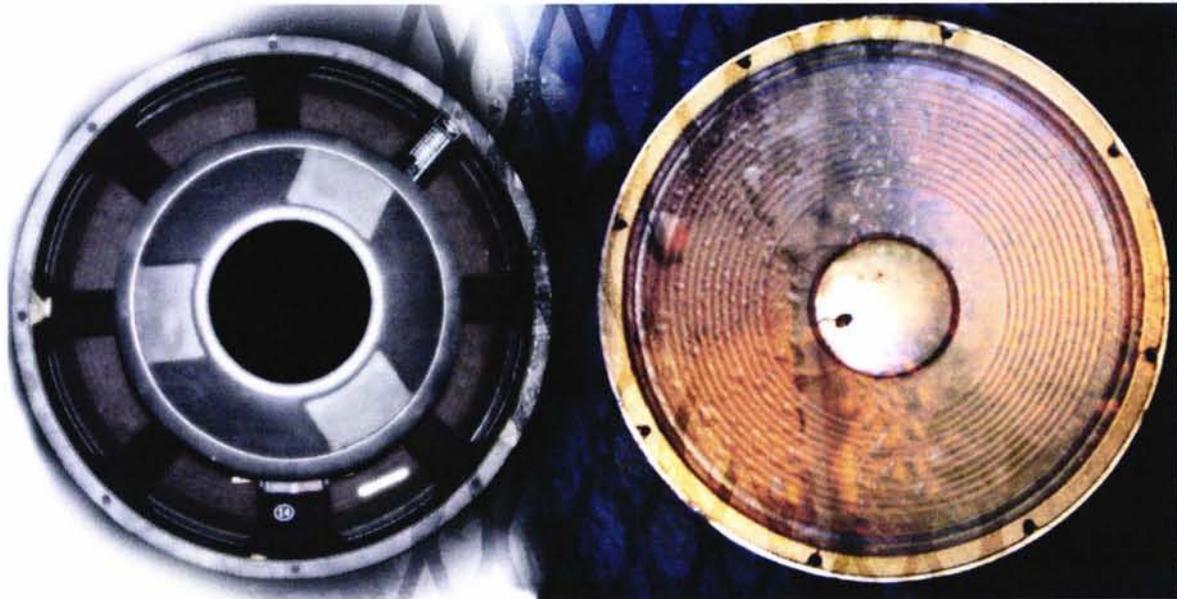


Imagen no.4 Se colocó la hoja en el centro de la bocina con una transparencia y un efecto de capa. El archivo de la hoja tuvo que ser manipulado en su balance de color para que tuviera relación, en términos de color, con la bocina.

Imagen 4

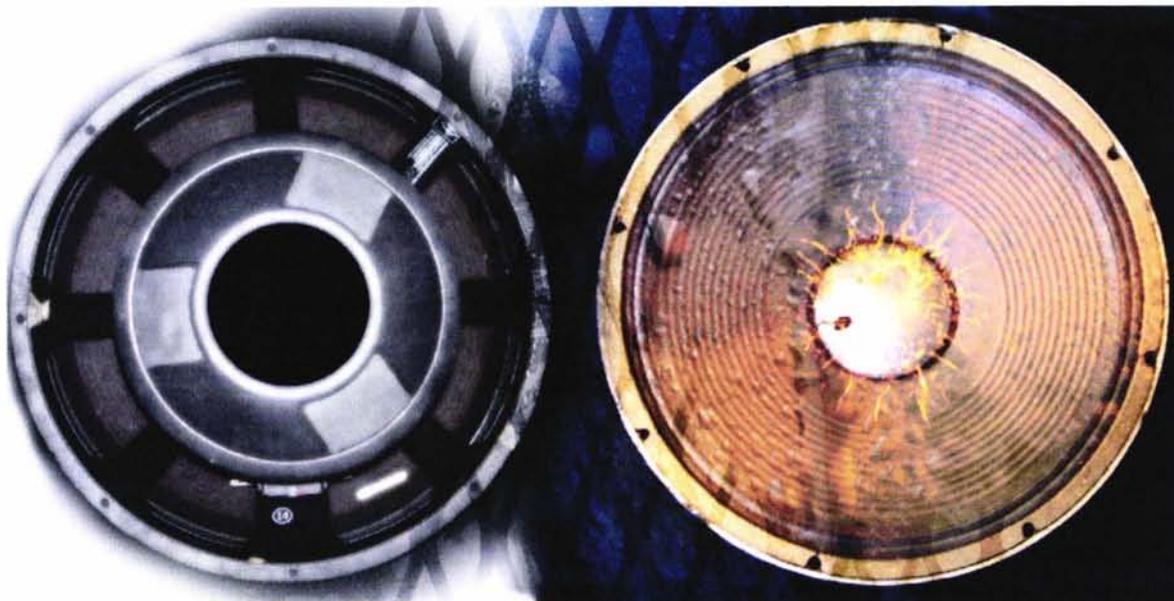


Imagen 5

Imagen no.5 En este paso se sumó el marco de rayones.

Este archivo requirió de mucha limpieza y de conversión, primero de "line art" a escala de grises y después a canales de color, para que pudiera ser manipulado con el resto de la imagen. Primero se probó como se trasladó el archivo, después como lo había imaginado, es decir enmarcando toda la imagen, pero después de varias pruebas me decidí por que solo se viera en la esquina derecha. El archivo también pasó por un enmascari-llado, por transparencias y finalmente un efecto de capa.

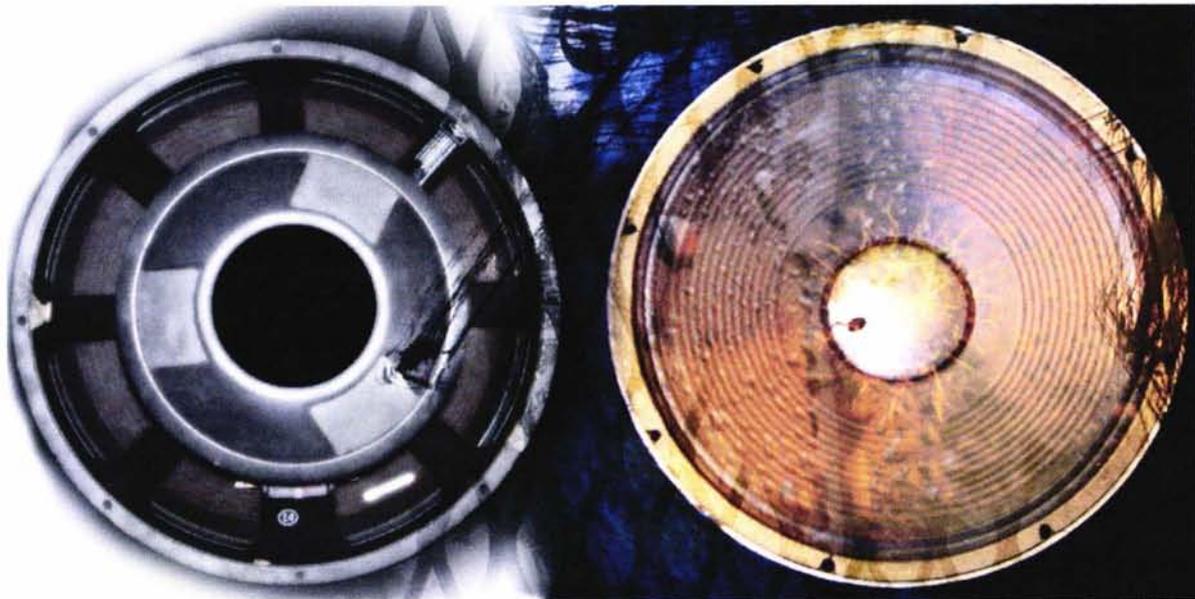


Imagen 6

Imagen no.6 y 7 Entre estas dos imágenes sucede un paso muy ligado, de cómo fue la adición de la imagen de la loseta de tachón.

El archivo de la loseta fue retocado y presentado para solo la portada (bocina frontal) pero gracias a momentos de experimentación, también la agregue en la contraportada (bocina trasera) pero ahora como una textura mas general.

La suma de la loseta en la imagen invadió la idea de tonos grises-azules, los cuales me dieron la idea de probar la imagen en dúo tono azul-blanco.

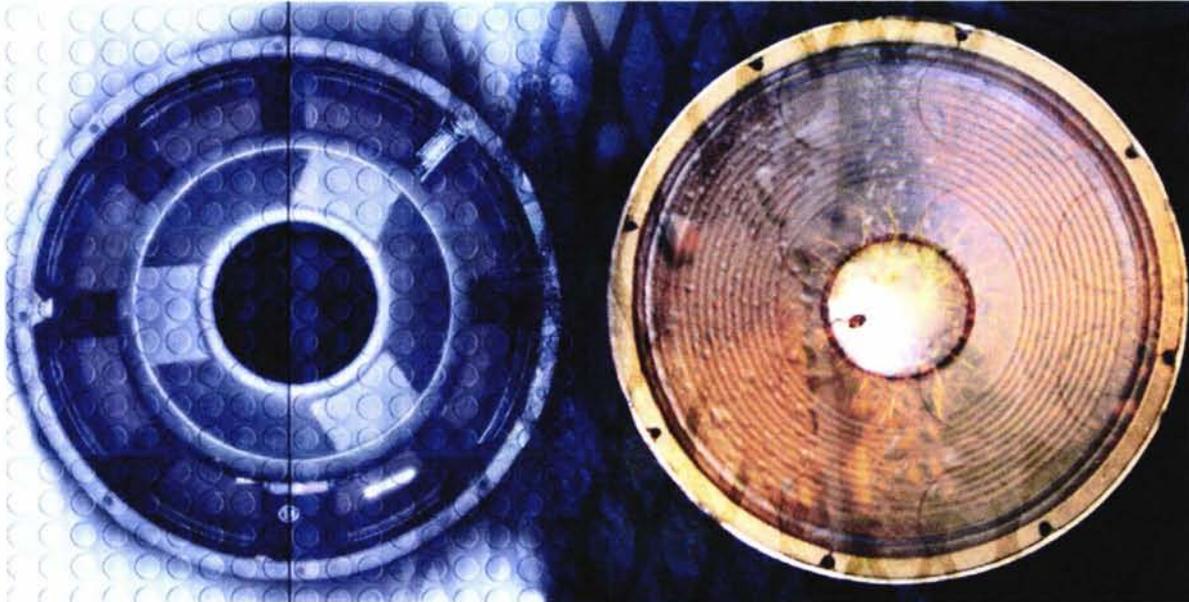


Imagen 7

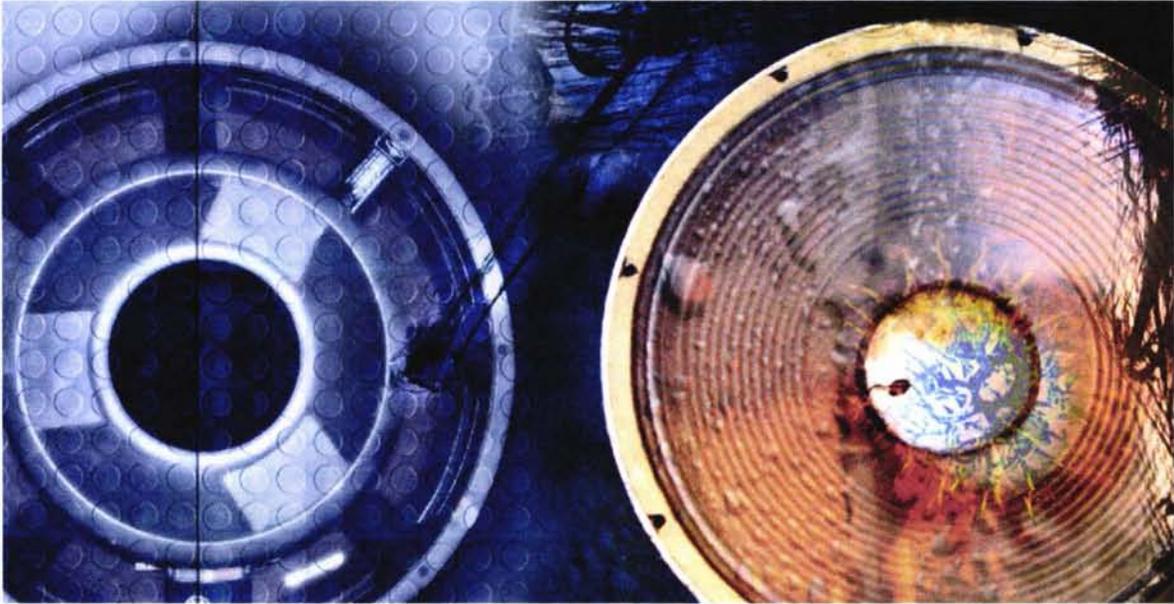


Imagen 8

Imagen no.8 Me decidí probar el concepto en azul; el centro de la bocina con el efecto de la hoja disminuyo mucho así que necesite duplicar la intensidad por medio de una repetición de capa y ajustes en contraste y efectos de capa.

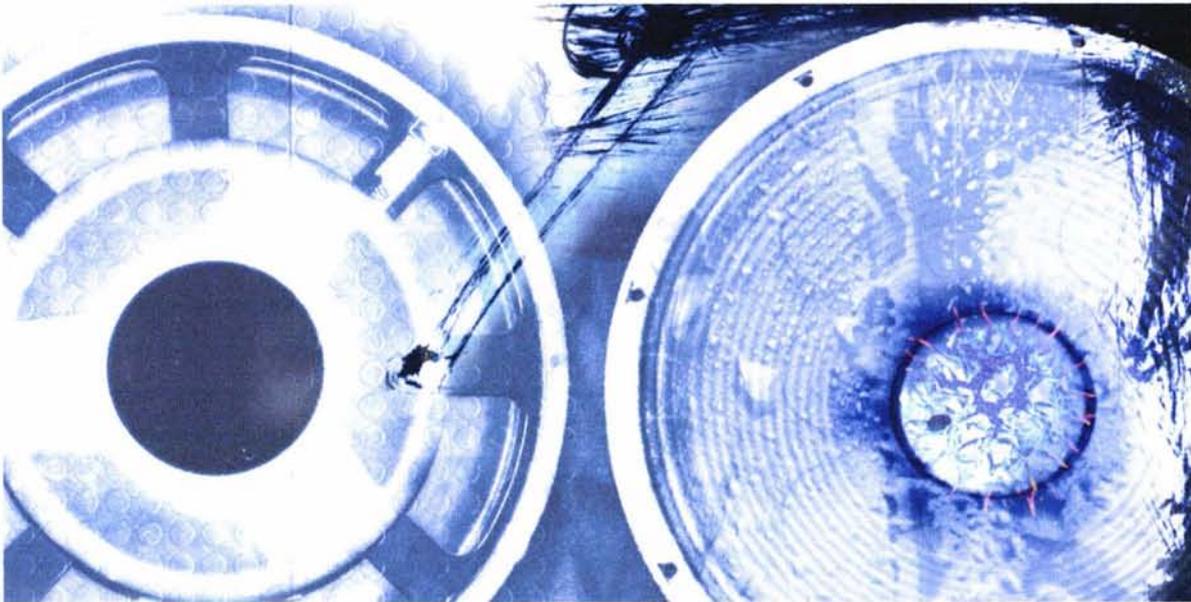


Imagen no.9 Este paso estuvo dedicado a justificar las canciones que debían ir en la contraportada.

La imagen resultaba muy blanca y sobre todo en la contraportada, así que necesitaba ajustar niveles generales. Otra vez, en procesos de experimentación me decidí por agregar un rayón que enmarcara las canciones y contrastara con el blanco. El rayón fue trazado en una cartulina y después escaneado. Definí el rayón en negro sólido y las canciones en blanco y en yuxtaposición con este.

Imagen 9

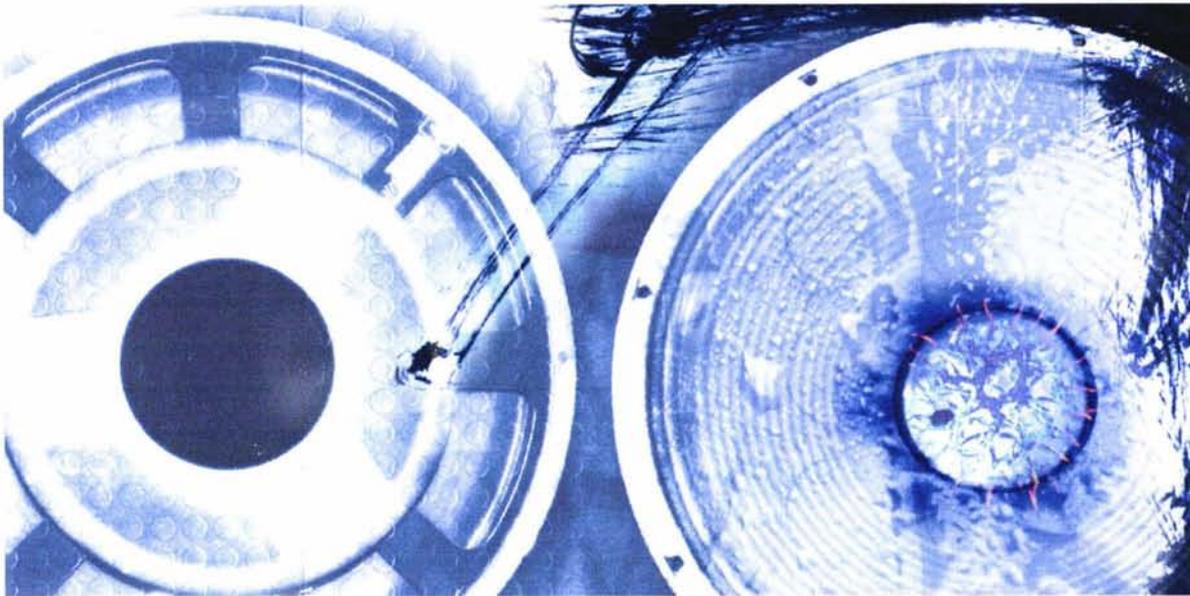


Imagen 10

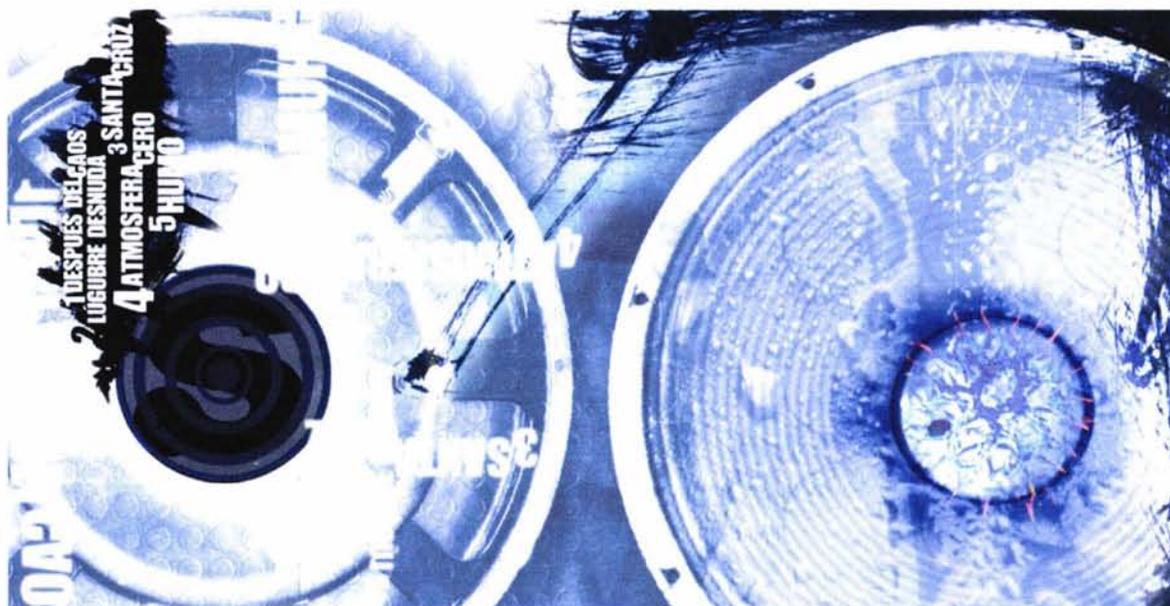
Imagen no.10 Paso casi final, en donde se eligió la forma de colocar las canciones y otros detalles nimios.

El ubicar las canciones tenía que seguir mi idea de lo alocado y extremo en el concepto de Sonofilia, así que no podían ir en una forma "tradicional".

Imagen final. Ultimo paso donde se agregó el logo en la portada, con una especie de sombra blanca para que se separara del fondo.

En este último paso es preciso terminar los pendientes y repasar visualmente si la imagen necesita arreglos finales en contraste (el contraste excesivo tiende a emplastar la imagen), en color, y sobre todo en detalles que a veces se escapan por revisar la obra después de largas horas de trabajo.

(ver imágenes finales)



3.5 Proceso creativo-conceptual (interior)

La imagen del interior del disco (cuarto) fue tomada en una exposición de instalación realizada en Colegio de San Ildefonso en Febrero de 2003, con la intención de integrarla a un proyecto de obra personal en el que estaba trabajando en ese momento.

Cuando estaba conceptualizando el interior, se tenían ciertas ideas en mente como: una, el interior de una bocina (¿como sería?), el centro/ origen del sonido (representar una atmósfera llena de música), otra idea, era crear un lugar donde se percibieran muchas bocinas. Esta idea final, la que se sintió más concreta.

Rápidamente se busco en el archivo de imágenes, donde yo ubicaba un material (la toma del cuarto de la exposición) que podía servir para probar la idea. Solo se copio la imagen de la bocina frontal para empezar a experimentar.

El primer intento era crear un lugar donde hubiera muchas bocinas, de diferentes tamaños, colocadas en las paredes y en el techo.

Después de algunas pruebas, se eligió el solo ubicar dos pequeñas bocinas en las esquinas superiores de la pared derecha del cuarto azul, e intentar reforzar esta idea del sonido de alguna otra manera.

La otra manera en la que se intento reforzar la idea de representar el sonido, era con círculos repetidos (simulando ondas sonoras) y con fragmentos de las letras de Sonofilia en las paredes. Después de probar ambas, se

frago mejor, esta última, solo que en lugar de partes de letra, se utilizaron los mismos nombres de las canciones.

Para que las letras no llamaran mucho la atención (se quedaran como parte de la imagen de el fondo) se proyectaron en blanco, de una manera borrosa, se encimaron algunas y otras se colocaron de manera inversa.

Después como un vinculo con la portada, se presento el marco de los rayones en la parte inferior y en el lado izquierdo de la imagen.

El siguiente movimiento, era presentar el logotipo de Sonofilia y tratar de ubicarlo en el mejor lugar, que se percibiera con sus muchos detalles.

Lo siguiente era solo vaciar información, de una manera legible y "ordenada", tal como: integrantes del grupo, productor del disco, lugar de grabación, autor de mezcla, contactos, etc. Para esto se trazo una red de cuadros y triángulos, y así, ubicar zonas importantes.

Se decidió que las canciones ocuparan el cuadrante izquierdo y los demás datos en el cuadrante derecho.

El nombre de las canciones, se antojaba (como en la contraportada) en una forma no muy tradicional (como en cierto desorden, podría decirse). Y para resaltar este cuadrante, el otro se decidió de una manera más ordenada. En este cuadrante, el derecho, los integrantes de la banda tenían que proyectar un peso visual importante.

Los siguientes pasos estuvieron encaminados a resaltar las ideas ya mencionadas, o para resolver problemas de orden de datos.

Al final se hizo un repaso visual y se evaluó la imagen en niveles de contraste, en porcentajes, en efectos de capa y en color.

3.5.1 Desarrollo de la propuesta (interior)

Antes del desarrollo de la propuesta, e ir avanzando imagen por imagen hasta los resultados finales aquí se muestra la materia prima utilizada en el proceso.

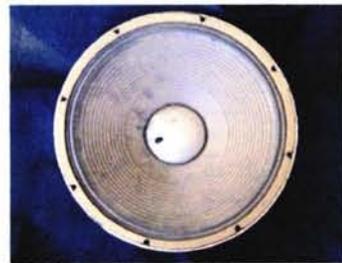
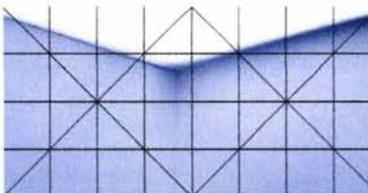
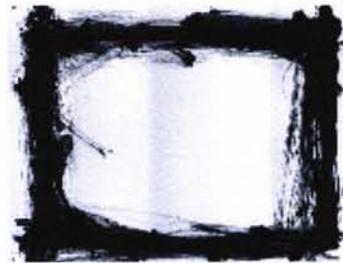
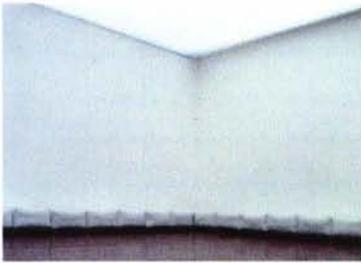


Imagen no.1 Primer paso en el desarrollo de la propuesta en la etapa del interior. Aquí se ubicó la toma del cuarto y se le modificó a dúo tono para que coincidiera con la portada. Se copio el formato que se había utilizado en el archivo de la portada, es decir, listo para la impresión.

El archivo del cuarto se modificó en escala, y se reencuadro para eliminar los sillones que originalmente tiene la toma, se retoco, se arreglo en niveles de brillo y contraste.

Antes de continuar, se trazo una red (de cuadros) y se ubicó un margen: en la parte superior e inferior tiene 5 mm, y en el lado izquierdo así como en el derecho tiene 10 mm; el espacio se divido en dos cuadrados iguales.

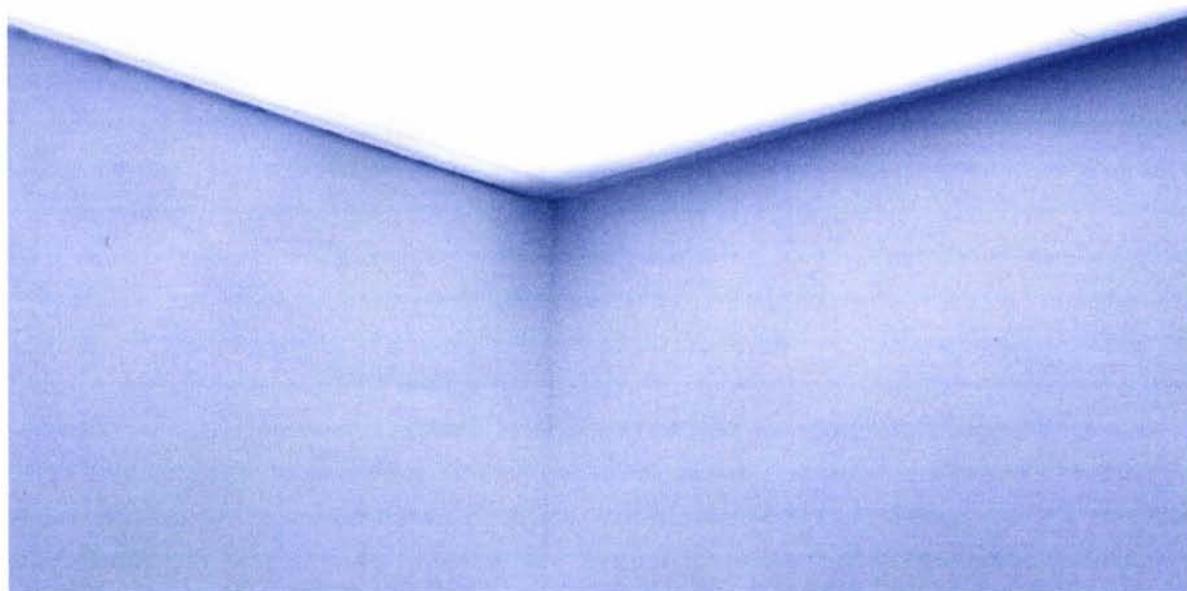


Imagen no.2 Se sumó la imagen de la bocina frontal para ubicarla en la pared derecha del cuarto. Se modificó en escala, en perspectiva (para igualar la de la pared) y finalmente, se le dió un efecto de capa, para que se mezclara de mejor manera con la pared.

Interior 2

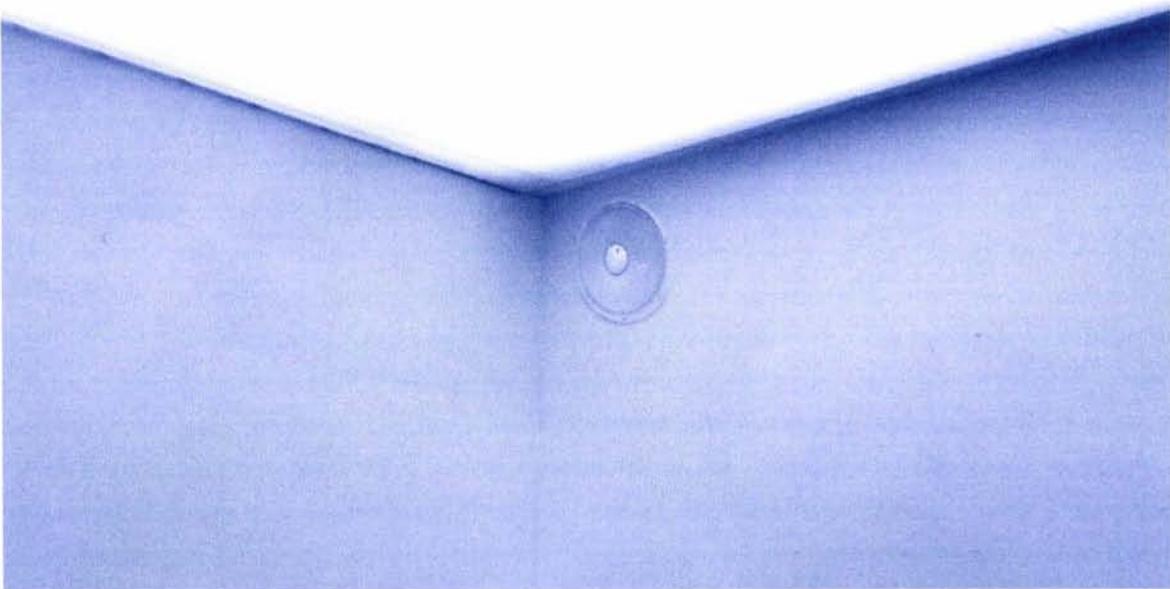


Imagen no.3 Se repitió el procedimiento para la bocina de la esquina superior derecha, con una diferencia en la escala.

Interior 3

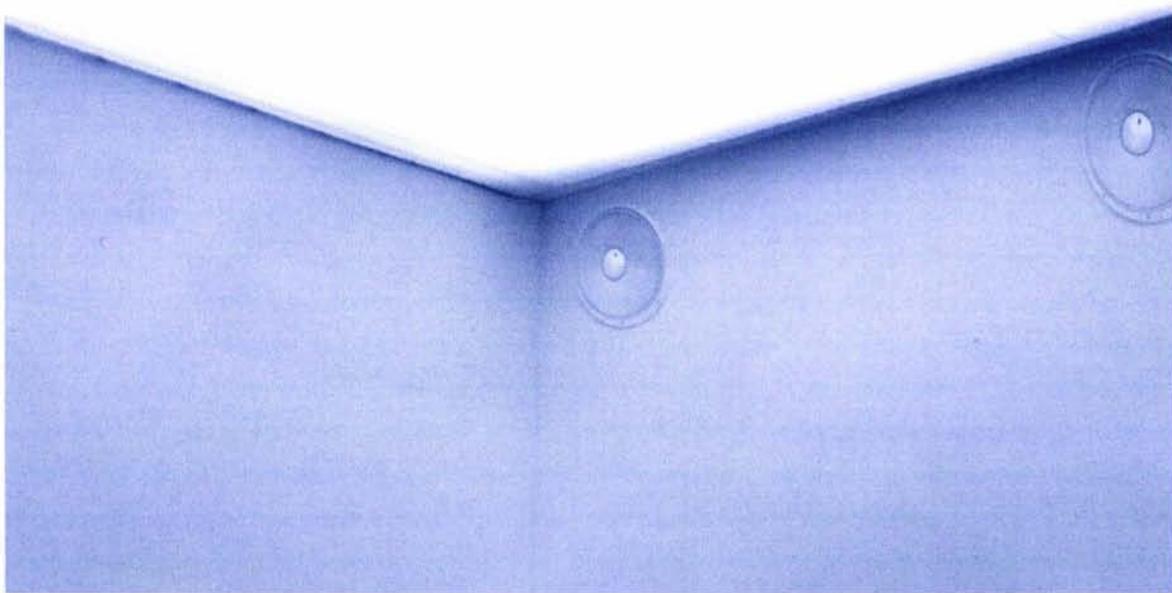


Imagen no.4 En este paso, se sumo una parte de el marco hecho a base de rayones, con un toque de transparencia , manipulado en contraste y un efecto de capa.

Interior 4

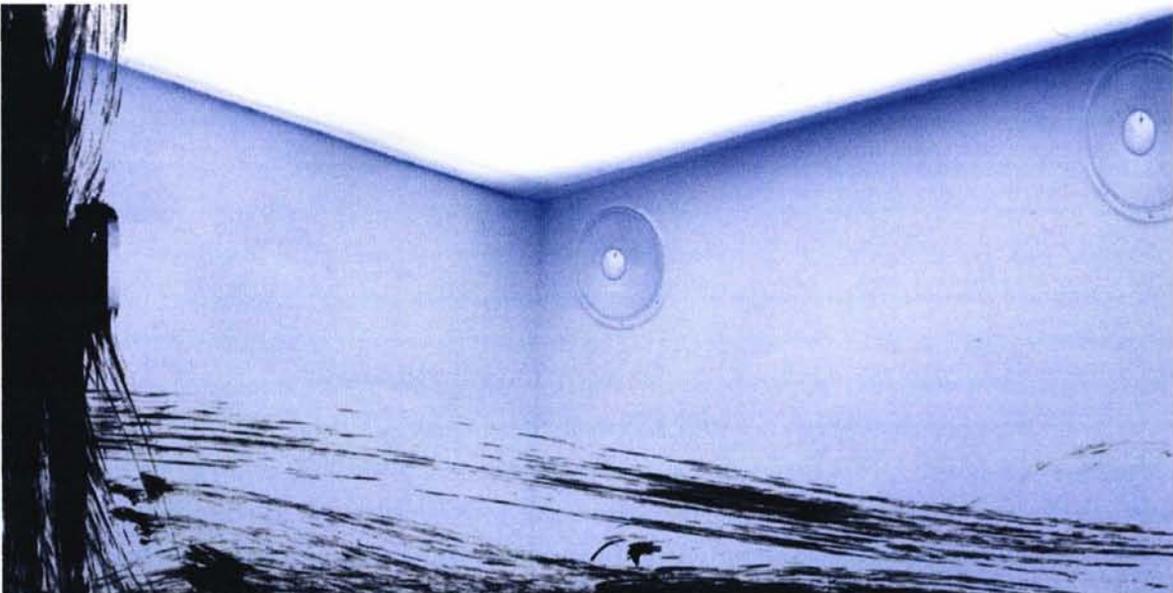


Imagen no.5 Se reubico el marco, para limpiar la imagen y dejar más espacio libre para los textos.

Se colocaron los logotipos de Sonofilia en la parte superior de cada cuadrante.

Interior 5



Imagen no.6 En este paso se agregaron los nombres de las 5 canciones, con una tipografía negra y variando la escala o puntaje.

Interior 6

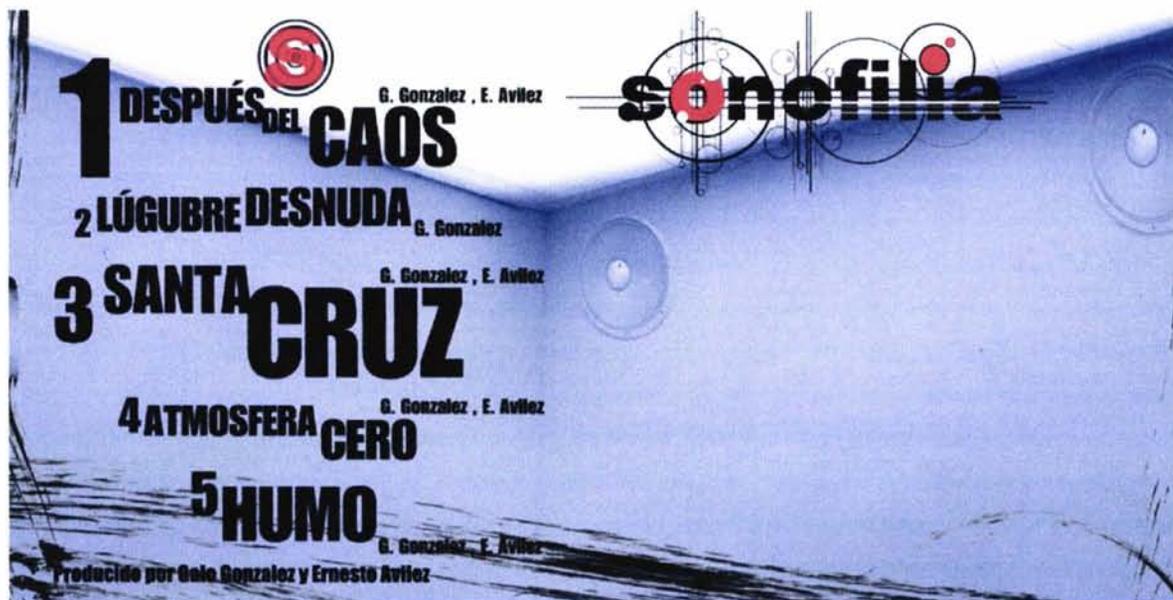


Imagen no.7 Este paso fue largo y tuvo muchas pruebas antes de darse por terminado. Las letras tienen un desenfoque y fueron manipuladas en su perspectiva, para que se percibieran de una forma lógica.

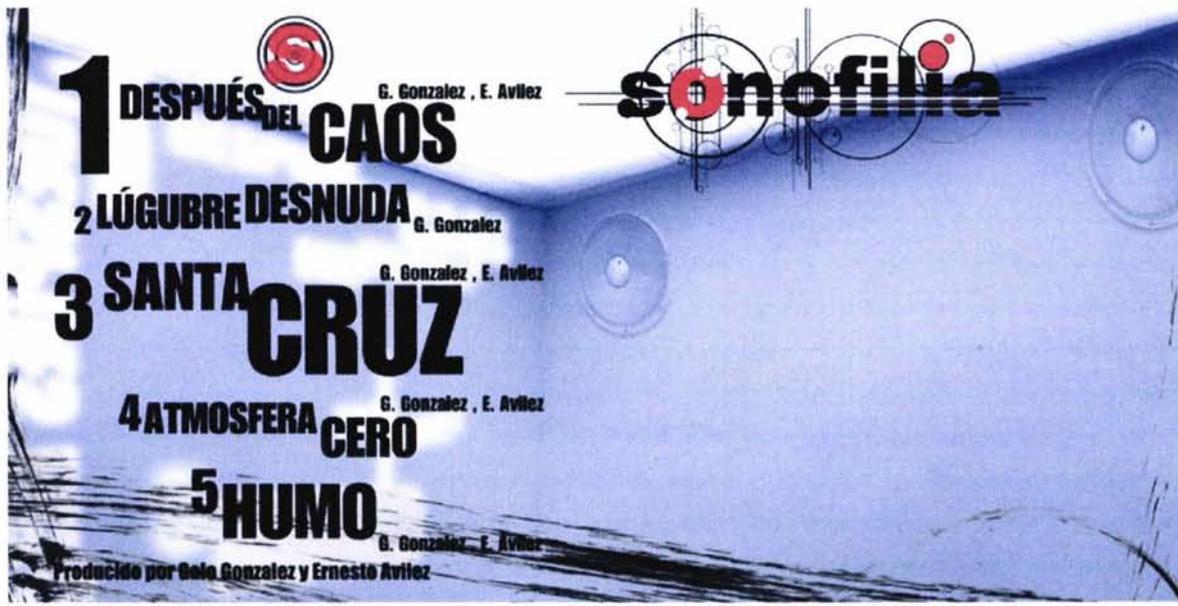


Imagen no.8 Un paso muy ligado al anterior. Los pasos a seguir fueron los mismos, la diferencia solo fue el momento en que fueron creados, y que el desenfoco es un poco más delicado.

Se creo la palabra Sonofilia, se invirtió y se le dio perspectiva (esta vez respecto a la pared derecha)

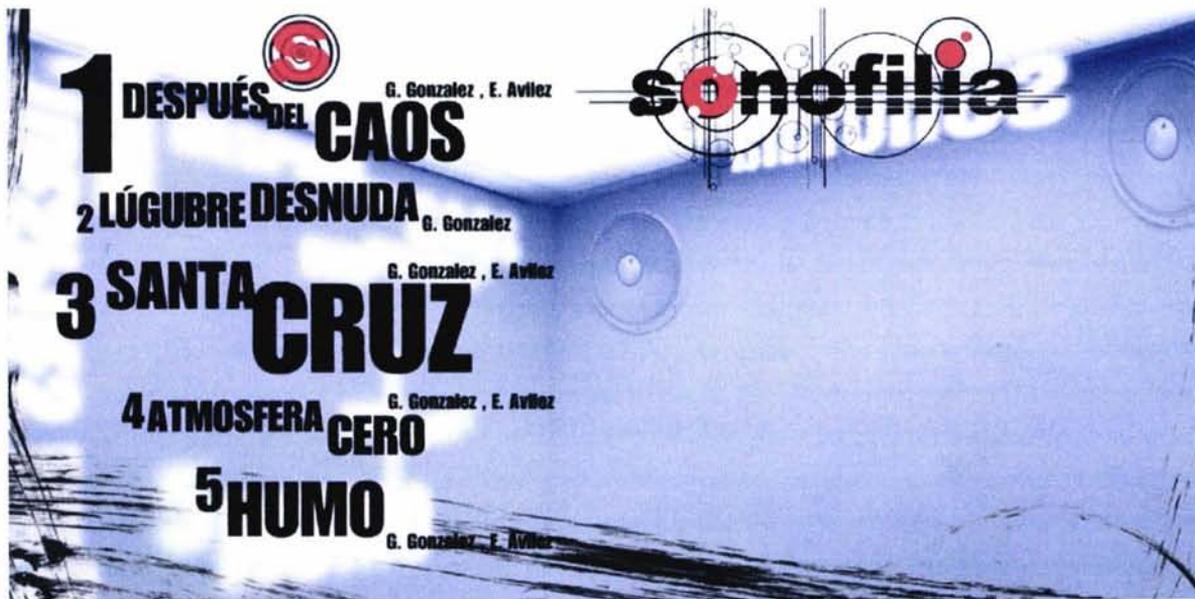


Imagen no.9 Se agregaron los nombres de los integrantes en el cuadrante derecho, así como (en tipografía blanca) su función dentro del grupo.

Se continuó jugando solo con el blanco y negro en los textos, para que la atmósfera del dúo tono no se perdiera.



Imagen no.10 Paso casi final, donde se agregó un pequeño detalle pero importante; una tipografía en blanco del lado derecho. La intención visual era crear una especie de marco blanco, que se percibiera detrás de las letras negras separándolas del fondo. La tipografía fue rayoneada con un enmascari-llado, para lograr los arañazos. Sufrió un pequeño desenfoco y se copio la capa y se colocó una en la parte inferior derecha y la otra en la parte de arriba.

El criterio de desenfoco sobre la tipografía blanca, fue que mientras más cercanas estuvieran, este sería más suave y mientras más lejos estuvieran, pues sería más intenso.

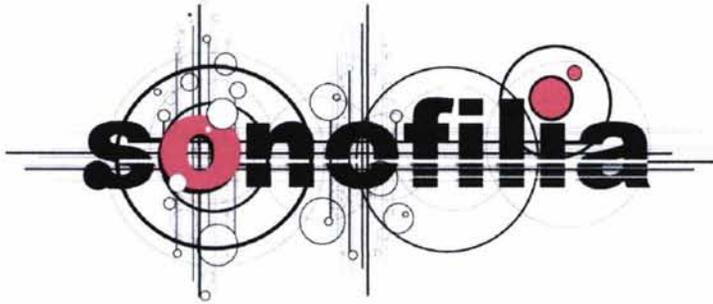
Imagen final. Solo se agregó texto debajo de los integrantes (en la parte inferior del cuadrante derecho) en una forma muy tradi-cional.

El texto incluye datos importantes como: el contacto con la banda, lugar de grabación, y por supuesto el nombre del diseñador. (ver imágenes finales)



Logotipo

Logotipo y propuestas



Propuesta 1



Propuesta 2



Imágenes finales

Portada y contraportada del demo de Sonofilia.



Imágenes finales

Interior del demo de Sonofilia

1 DESPUÉS DEL CAOS G. Gonzalez , E. Avilez

2 LÚGUBRE DESNUDA G. Gonzalez

3 SANTA CRUZ G. Gonzalez , E. Avilez

4 ATMOSFERA CERO G. Gonzalez , E. Avilez

5 HUMO G. Gonzalez , E. Avilez

sonofilia *es:*

Galo Gonzalez *voz, guitarra y teclados*

Ernesto Avilez *guitarra y coros*

Pierre Tual *Batería*

musicista invitado

Israel Moreno *Bajo*

SONOFILIA contacto: sono_filia@hotmail.com
Grabado y mezclado por Jose Luis Dominguez
en MULA PRODUCCIONES, enero y febrero del 2003
www.mulaproducciones.com
Diseño por Rodrigo Uparto R. para **STUDIO VISUAL**
rockaga69@yahoo.com

Producido por Galo Gonzalez y Ernesto Avilez



Conclusiones

Los objetivos fueron cumplidos en el sentido más estricto aunque cabe agregar que en algunos temas el lector quizás tenga que ir más a fondo para resultados más particulares.

En el caso del objetivo general de esta investigación, que era el de conjuntar la información necesaria para la producción de portadas de disco compactos, se aglutinaron temas desde los procesos históricos de algunos tópicos principales hasta temas muy técnicos pero de suma importancia como los diagramas de la tipología de portadas.

Como tema corto, pero no por eso menos importante, se trató el inicio de la ilustración como un antecedente de la fotografía. La fotografía digital se abordó desde su origen, pasando por sus características y sus ventajas en ciertas ramas específicas. Las ventajas de la manipulación fotográfica en una imagen digital fueron mencionadas y comparadas con la fotografía tradicional.

En el último capítulo se realizó la producción de una portada de disco, presentada de la manera más profunda en información y paso a paso hasta el final en su construcción.

Ahora, es importante abordar la cuestión del diseño en relación con el tema de esta investigación pero un plan laboral de actualidad. Creo que el devenir de el diseño en este campo íntimamente relacionado con la música es muy alentador, ya que promete larga vida (el hombre sin música se ahogaría poco a poco) y de lo que puede suceder es que las dimensiones de la portada del disco pudieran cambiar pero ciertamente sobrevivirá evolucionando en otro tipo de presentación puesto que es de vital necesidad que el artista tenga una imagen. La piratería es un fuerte enemigo contra la industria de la música y por ende del diseño de portadas de disco, pero creo firmemente que la música encontrará paso de alguna forma.

Es parte del trabajo del comunicador encontrar campos donde ejercer su labor que no estén muy explotados y tengan la capacidad de absorber las grandes ramas que abraza la comunicación visual.

En esta investigación del diseño de portadas de disco, los subtemas quizás podrían ser muy interesantes, como: las imágenes más utilizadas para representar música de jazz o de un género en particular, o estudiar todos los libritos y materiales alternativos utilizados a través de la historia del disco, o el desarrollo del diseño editorial en la portada del disco.

Por lo tanto, pienso que la investigación puede extenderse en temas tanto técnicos como conceptuales, solo el hecho de mencionar que la ilustración y el diseño editorial podrían ser la continuación de otra interesante investigación, así como un trabajo más conceptual y extenso sería centrarse solo en el tema de imagen con su relación hacia el concepto musical. Que interesante sería otra investigación acerca de la representación gráfica de temas totalmente conceptuales.

La investigación me dejó entrever tópicos que al final me llevaron a realizar ciertos cuestionamientos, como:

¿Qué se debe esperar de aquel, que se dice un comunicador visual profesional?, ¿es siempre diseñador formal de un mensaje?, ¿y el mensaje siempre debe presentarse en un formato de originalidad y vanguardia?, ¿el comunicador visual es un artista o es un fiel lacayo sin criterio a merced de quien paga?, ¿cómo debe ser la formación profesional de un comunicador visual de estos días?

Y como algunas respuestas a estos:

Es menester del que cree ser buen comunicador visual, estudiar e involucrarse en zonas que la "academia" ha dejado fuera, puesto que para proyectar o, mejor dicho, comunicar de manera impactante y con éxito, el bagaje y/o trasfondo de donde se emite el mensaje debe estar bien estructurado. Ya que los mensajes suelen ser disparados de distintas trincheras, así requiriendo de una mayor cultura para acertar realmente en el blanco.

Es decir, la carrera (formación académica) de un comunicador visual debería ser más larga, profundizando en materias como el diseño, tipografía y geometría, con tiempo para incluir un poco más de, lo que es ahora otras especializaciones, diseño editorial, ilustración, multimedia, y sobre todo afianzar el fondo de historia del arte, y paquetería (programas de computadora) sobretodo para futuros días.

El diseñador o comunicador visual en su sentido más académico siempre va a ser diseñador de un mensaje, aunque el mensaje pueda ser muy complicado y elaborado. La presentación del mensaje siempre estará ligado al contexto del comunicador y la originalidad y búsqueda por la vanguardia estarán inmersos de alguna u otra manera.

La música es una de las bellas artes; la portada de un disco debe reflejar la esencia de cierto tipo de música, ¿es ésta, una obra artística en sí? Entonces, ¿el creador de la portada (comunicador visual, en este caso) es un artista? ¡Sí!, yo creo en que, el comunicador puede ser realmente un artista, ¿acaso un Miguel Ángel Buonarroti no hacía trabajos por encargo? Debe ser un artista con criterio propio, convicciones firmes y con proyección de ideas de una manera diferente, que aporte frescura a la visión del mundo y sobre todo que defienda valores de trascendencia y no solo intereses monetarios.

Fuentes de Información

LIBROS.

Ang Tom, La fotografía digital. Guía para creación y manipulación de imágenes, Hong Kong, Blume, 2001, 159pp.

Baque Dominique, La fotografía plástica: un arte paradójico, Barcelona, G. Gili, 1998.

Bavister Steve, Digital photography, Londres, Collins and Brown, 2000.

Burke Michael, Wildbur Peter, Infográfica. soluciones innovadoras en el diseño contemporáneo, Barcelona, Gustavo Gili, 1998, 176pp.

Costa Joan, Fontcuberta Joan, Fotodiseño, España, ediciones ceac, 1990, 260pp.

Cuevas Sergio, Peypoch Joan, Salinas Daniel, Guía básica de costos y procedimientos. Como y cuanto cobrar diseño gráfico en México, México, Grupo Manuscrito, 2001.

Farace Joe, The photographers internet handbook, New York, Allworth press, 1997, 222pp.

Gallego Julián, El cuadro dentro del cuadro, España, ediciones Cátedra, 1991, 186pp.

Goleman Daniel, Kaufman Paul, Ray Michael, El espíritu creativo, México, Vergara.

Harthon John, The history of the illustrated book, Londres, Thames and Hudson, 1997.

Hilton Jonathan, El retrato fotográfico. Una guía del retrato fotográfico clásico, Argentina, Samohano ediciones, 1997, 160pp.

Hirsch Robert, Seizing the Light. A history of photography,
Mc. Graw hill, 528pp.

Ian Jeffrey, La fotografía.
Singapur, ediciones Destino, 1981, 246pp.

Ileana Gómez Marín (gerente de división), Creatividad fotográfica.
Singapur, Mc Graw Hill, 2001, 159pp.

Langford Michael, Fotografía básica,
España, ediciones Omega, 1997, 345pp.

Marshall Hugh, Diseño fotográfico.
Barcelona, G. Gili, 1990.

Montserrat Lola, Roche Carles, Ubeda Manel,
La fotografía digital. Equipos, técnicas y aplicaciones básicas,
México, Océano, 2001, 95pp.

Muller Joseph, Sistema de retículas.
Gustavo Gili, 1989.

Munari Bruno, Diseño y comunicación visual,
Barcelona, Gustavo Gili, 1987.

Munari Bruno, El cuadrado.
México, Gustavo Gili, 1999, 154pp.

Musigraphics, A collection of LP and CD art,
Tokio, Japón, P.I.E. Books, 1991.

Sánchez Margarita, Desarrollo de habilidades del pensamiento. Creatividad.
México, Trillas, 1991.

Susperregui José Manuel, Fundamentos de la fotografía.
España, Servicio editorial de la universidad del país vasco, 2000.

Tello Olivia, Duran Catalina, Ballesteros Constanza, Tipografía.
Universidad Autónoma Mexicana, 1990.

Wright Terence , The photography handbook,
Londres, Routledge, 1999,198pp.

Zucherman Jim, Digital effects,
Writer's Digest Books.

REVISTAS.

Garone Marina, Infografía o el diseño de la imagen informativa,
"DX", México, num. 17, 2002, 20-29pp.

PÁGINAS DE INTERNET.

Gómez Islas Jose, "Texto, imagen, digital." www.ucm.es/info/univfoto/num1/fhibridas.htm
Fecha de consulta 2/10/03.

Mattias Noren, www.progart.com
Fecha de consulta 6/11/02.

Niklas Sundin, www.cabinfevermedia.com
Fecha de consulta 6/11/02.

Ramirez, Javier y Ollervides, Enrique, www.hulahula.com.mx
Fecha de consulta 7/02/03.

Rockwell, Kenneth, "Digital vs película.", www.esrecfotografía.org/ocasión/digital
Fecha de consulta 2/10/02.

www.cft.gob.mx
Fecha de consulta 20/11/03

OTROS.

Manual de especificaciones de los materiales utilizados en la fabricación de CD's.
Sonopress/BMG.