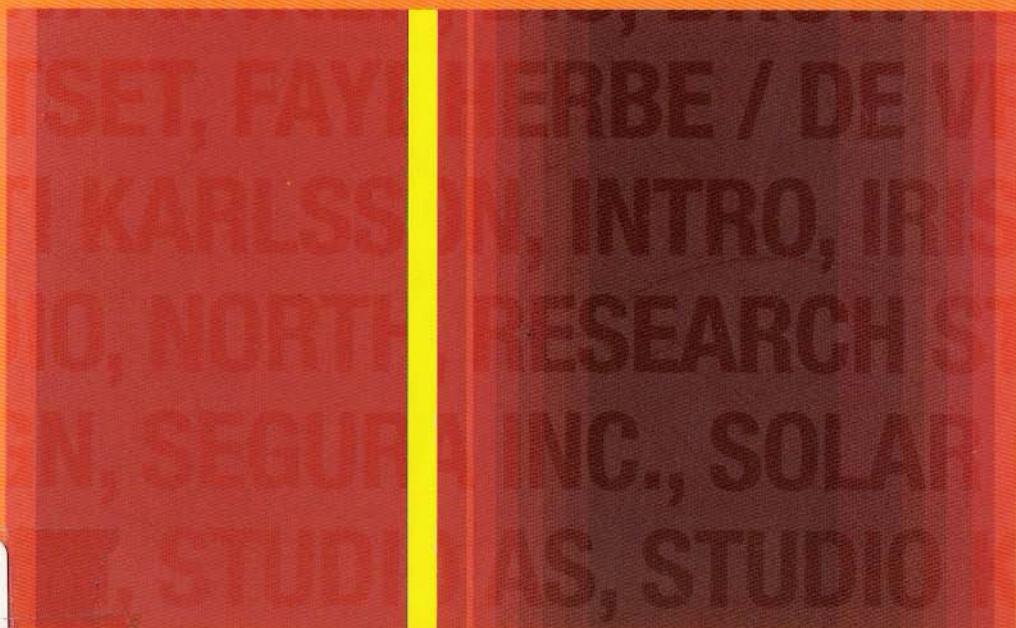


Ambrose - Harris

# COLOR

*m.* Sensación producida por los rayos luminosos que impresionan los órganos visuales y que depende de la longitud de onda.

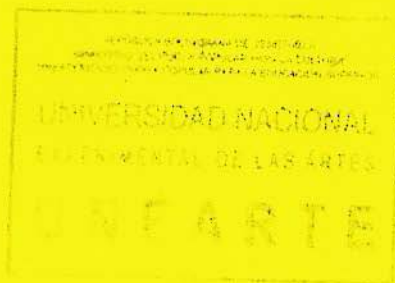


42  
424

Ambrose / Harris

# COLOR

*m.* Sensación producida por los rayos luminosos que impresionan los órganos visuales y que depende de la longitud de onda.



 Parramón

Donación Artes  
Fecha: 6/09

**Color**

Título original: *Colour*

Traducción: Martí Mas

Edición y redacción final: Lluís Borràs, Anna Ubach, Tal Levy y Núria Barba

© 2005 AVA Publishing

© 2005 Parramón Ediciones, S.A.

Ronda de Sant Pere, 5, 4ª planta

08010 Barcelona – España

Empresa del Grupo Editorial Norma, S.A.

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

Derechos exclusivos de edición en castellano

Primera edición: enero 2006

ISBN: 84-342-2855-6

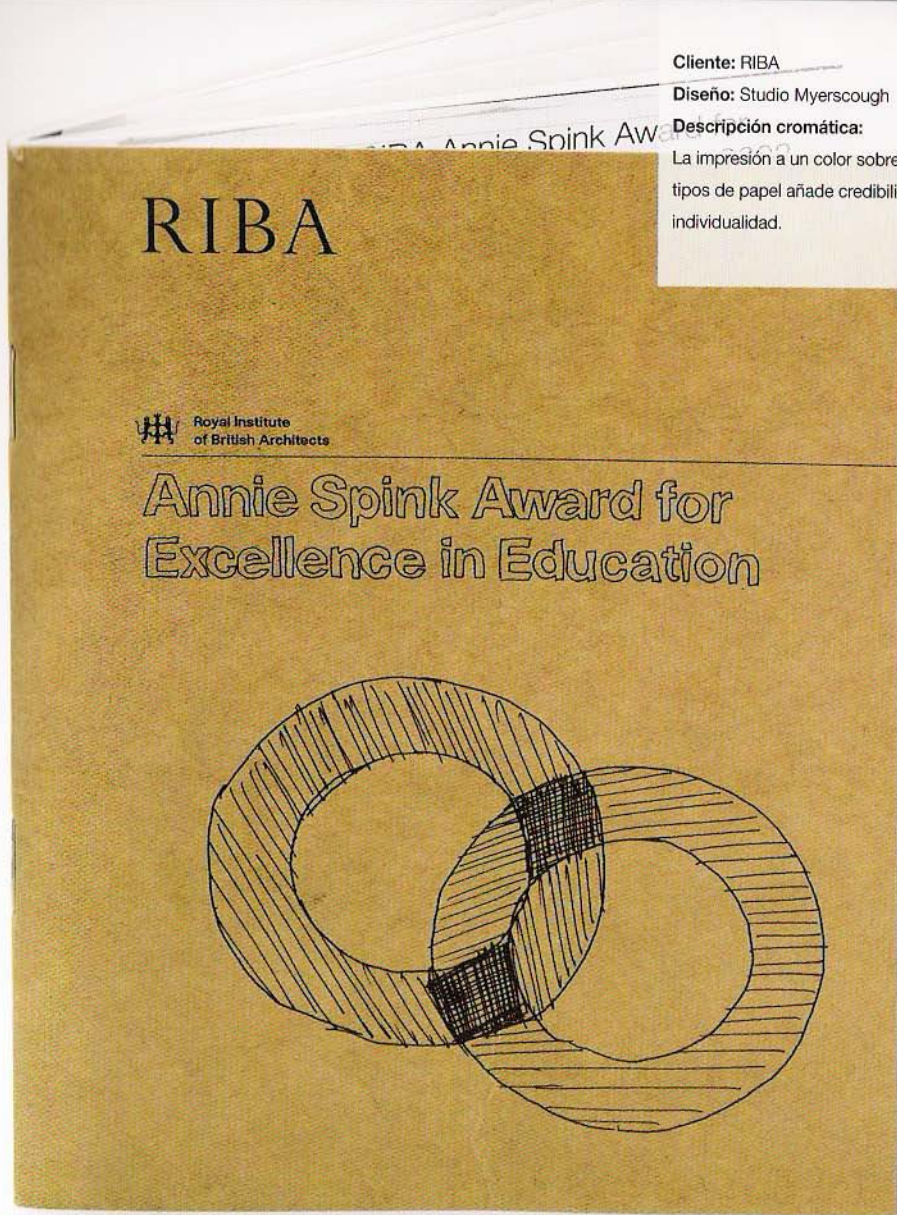
Impreso en Singapur

Prohibida la reproducción total o parcial de esta obra mediante cualquier recurso o procedimiento, comprendidos la impresión, la reprografía, el microfilm, el tratamiento informático o cualquier otro sistema, sin permiso escrito de la editorial.

Diseño y texto: Gavin Ambrose y Paul Harris

Fotografía: Xavier Young ([www.xavieryoung.co.uk](http://www.xavieryoung.co.uk))

Diseño de la colección: Natalia Price-Cabrera



**Ciente:** RIBA

**Diseño:** Studio Myerscough

**Descripción cromática:**

La impresión a un color sobre dos tipos de papel añade credibilidad e individualidad.

### **RIBA: Premio Annie Spink a la Excelencia en la Educación**

Este folleto lo creó el estudio de diseño Studio Myerscough para la Royal Institution of British Architecture (Real Instituto de Arquitectura Británica). Está impreso a un color sobre papel blanco, pero la adición de una cubierta de papel manila le añade variedad e interés. El diseño monocolor de la cubierta refuerza la sensación de que la tipografía y las imágenes se han trazado a lápiz.

Introducción	6
Cómo sacar el máximo partido a este libro	8



Research Studios



North



Gavin Ambrose

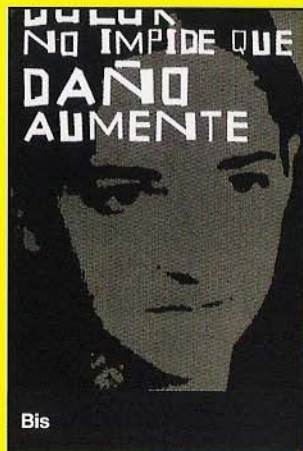
<b>Aspectos básicos</b>	<b>10</b>	<b>Sistemas cromáticos</b>	<b>28</b>	<b>El uso del color</b>	<b>48</b>
Connotaciones de los colores	12	Gama	30	Imposición	50
Terminología básica	16	CMYK	32	Distribución del color	56
La descripción de los colores	18	RGB	34	Tipos de papel	60
Selecciones del círculo cromático	20	Colores de procesos especiales	36	Detalles en color	68
Combinaciones cromáticas	24	Fluorescentes	40	Capas de color	72
		Metálicos	46	Matices	74
				Sobreimpresión	76



Form Design



Intro



Bis

<b>Técnicas</b>	<b>82</b>
Coloreado de imágenes	84
Imágenes tonales	86
Manipulación del color	88
Degradado	92
Adición de colores de fondo	94
Jerarquía	96

<b>El simbolismo del color</b>	<b>104</b>
Reacciones emocionales	106
Rojo	108
Rosa	110
Naranja	112
Amarillo	114
Marrón	116
Azul	118
Verde	120
Púrpura	122
Neutros	124
Blanco	126
Negro	128

<b>El color en la práctica</b>	<b>130</b>
Codificación por colores	132
El color como advertencia	138
Efectos de color	140
Creación de identidad	144

<b>Glosario</b>	<b>160</b>
<b>Conclusión</b>	<b>172</b>
<b>Agradecimientos</b>	<b>174</b>
<b>Contactos</b>	<b>176</b>

El color es la forma más inmediata de comunicación no verbal. Hemos desarrollado una cierta comprensión del color que nos lleva a reaccionar ante él de forma instintiva, en parte porque de ello dependía la supervivencia de nuestros antepasados, que a partir del color sabían qué debían comer o evitar. Ningún otro elemento del diseño permite representar ideas y emociones como el color, que sirve para llamar la atención inmediatamente, ya sea sobre el papel, en una pantalla o en las estanterías de un supermercado. Por todo ello, el color es un aspecto importante del diseño contemporáneo. Todos tenemos preferencias innatas que afectan a nuestras decisiones relativas al color, y estamos sujetos a las normas culturales y a las connotaciones del uso del color a nuestro alrededor.

Gracias al precio relativamente asequible de la cuatricromía, el color se emplea incluso en las impresiones más sencillas. Junto a su función decorativa, ayuda a aislar y a distinguir los diferentes elementos informativos, por lo que se considera una herramienta clave en el proceso inicial de la información. El color puede usarse para presentar mensajes gráficos y contundentes o bien como un complemento más sutil. Sea cual sea la finalidad, un buen uso del color requiere el conocimiento de los sistemas cromáticos, sus aplicaciones y las connotaciones que puede llevar asociado. Este libro presenta los fundamentos de estos aspectos para que el diseñador cuente con toda la información al decidir qué colores usa.

## Aspectos básicos

Este capítulo presenta una introducción a los principios y la terminología básicos de la teoría del color, explicando cómo funciona el color, el círculo cromático y las diferentes combinaciones cromáticas.

## Sistemas cromáticos

Aquí presentamos y explicamos los sistemas cromáticos que empleará el diseñador, así como las diferencias entre el RGB y el CMYK y los diferentes requisitos de los diseños para pantalla, páginas web y papel.

## Uso del color

El color puede emplearse de muchas formas en el diseño gráfico. Este capítulo explora los métodos básicos de uso del color, como la impresión en cuatricromía, el uso de matices y sobreimpresiones, el reventado, los tonos y degradados y los colores especiales.

## Técnicas

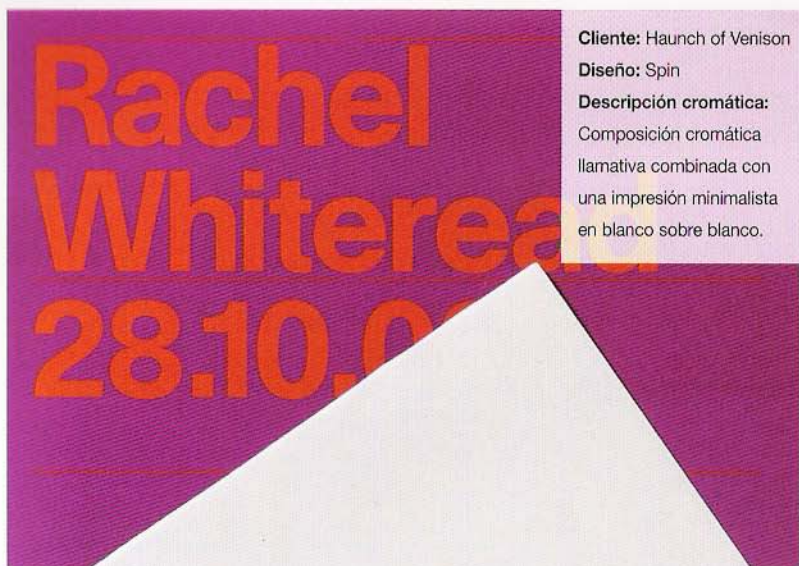
El color puede usarse de forma más experimental mediante una serie de técnicas. Este capítulo muestra cómo colorear imágenes mediante la alteración de valores como el tono, la saturación y el contraste y la manipulación de las curvas cromáticas.

## Simbolismo del color

Los colores tienen diferentes connotaciones culturales y emocionales en cada continente. Este capítulo explora el significado de cada color y sus connotaciones emocionales, que permiten al diseñador codificar la información mediante los colores.

## El color en la práctica

El color puede emplearse para transmitir información concreta. Este capítulo explora algunas de las connotaciones culturales y los simbolismos que hacen del color un gran comunicador de contenidos importantes.



**Ciente:** Haunch of Venison

**Diseño:** Spin

**Descripción cromática:**

Composición cromática llamativa combinada con una impresión minimalista en blanco sobre blanco.

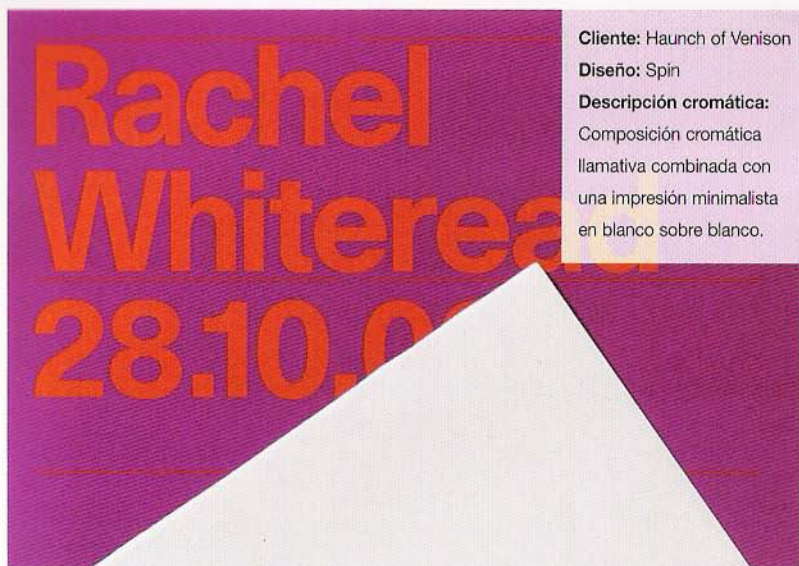
### Haunch of Venison

Esta invitación del estudio de diseño Spin para una exposición de Rachel Whiteread, en la galería Haunch of Venison, tiene un tono simple y alegre gracias a un uso inteligente del color. El tratamiento estridente del nombre de la artista, con letras naranja que contrastan sobre el fondo rosa, atrae la atención hacia el mensaje escueto, que consta de un nombre y una fecha. El carácter llamativo de la invitación contrasta con el sobre exterior minimalista, en el que la palabra "invitación" es apenas visible, al estar impresa en blanco sobre blanco.

### Minimalismo

El minimalismo fue una escuela pictórica y escultórica que tuvo relevancia a finales de la década de 1960 y que propugnaba una simplificación extrema en las formas. No es figurativo y se caracteriza por un uso muy limitado de elementos visuales como el color.





**Ciente:** Haunch of Venison

**Diseño:** Spin

**Descripción cromática:**

Composición cromática llamativa combinada con una impresión minimalista en blanco sobre blanco.

### Haunch of Venison

Esta invitación del estudio de diseño Spin para una exposición de Rachel Whiteread, en la galería Haunch of Venison, tiene un tono simple y alegre gracias a un uso inteligente del color. El tratamiento estridente del nombre de la artista, con letras naranjas que contrastan sobre el fondo rosa, atrae la atención hacia el mensaje escueto, que consta de un nombre y una fecha. El carácter llamativo de la invitación contrasta con el sobre exterior minimalista, en el que la palabra "invitación" es apenas visible, al estar impresa en blanco sobre blanco.

### Minimalismo

El minimalismo fue una escuela pictórica y escultórica que tuvo relevancia a finales de la década de 1960 y que propugnaba una simplificación extrema en las formas. No es figurativo y se caracteriza por un uso muy limitado de elementos visuales como el color.

Este libro presenta varios aspectos del color en el diseño mediante capítulos referidos a cada tema. Cada capítulo ofrece numerosos ejemplos de uso creativo del color procedentes de los principales estudios de diseño actuales, acompañados de anotaciones que explican los motivos por los que se ha optado por cierto diseño.

Se destacan los principios de diseño fundamentales para que el lector observe cómo se aplican en la práctica.

## Fácil localización

Cada capítulo tiene una banda claramente visible para que los lectores localicen rápidamente los capítulos de su interés.

## Introducciones

Las introducciones de cada capítulo describen los conceptos básicos que se tratarán.



### Negro

El negro es sencillamente la negación del color. En Europa y Norteamérica, el negro ha sido tradicionalmente el color más asociado a la muerte y el luto. Es conservador y serio, pero al mismo tiempo sexy, sofisticado y elegante. El esmoquin negro es la indumentaria elegante por excelencia, y los dignatarios importantes suelen desplazarse casi siempre en limusinas negras.

El negro sugiere opulencia y exclusividad más que cualquier otro color, por lo que se asocia a una gama de artículos de lujo y se emplea profusamente en su promoción. La gravedad del negro suele asociarse también a peso y la solidez, ya que es un color con una presencia imponente y poderosa. En el sector automovilístico, tiene la ventaja de que los coches negros se perciben como más sólidos y, por tanto, más seguros. En cambio, las compañías aéreas no pletan de negro sus aviones porque la gente considera que son demasiado pesados para volar.

La combinación de negro con el blanco o amarillo es la que más contraste presenta, por lo que es una de las más poderosas. El negro funciona bien con casi todos los colores, a excepción de los que son muy oscuros.

Color Cómo sacar el máximo partido a este libro

#### Solid Air (derecha)

Esta invitación fue creada por el estudio de diseño Carriage Levene para una exposición organizada por el Crafts Council de Londres. El primer es una metáfora visual simple que representa la luz, el color, la reflexión y la refracción. La información sobre el acto está grabada en el sustrato negro para crear un fuerte gancho visual y dar una sensación de exclusividad. La combinación de exclusividad se potencia mediante la superficie lujosamente brillante de la invitación y la singularidad de su presentación.

Cliente: The Crafts Council  
Diseño: Carriage Levene  
Descripción cromática:  
Sustrato negro-grisado para  
sugerir lujo y exclusividad.

## Explicaciones

En el contexto de cada ejemplo se explican sus puntos clave.

## Ejemplos

Los proyectos comerciales de diseñadores actuales proporcionan una visión práctica de los principios que se tratan.

## Información adicional

Se especifican los clientes, los diseñadores y los aspectos cromáticos.

## Diagramas


Los diagramas dan sentido a la teoría mostrando una aplicación de los principios básicos.

RGB

El rojo, el verde y el azul son los primarios aditivos que corresponden a uno de los colores primarios de la luz. La reproducción del color en una pantalla de televisor o en un monitor de ordenador se consigue mediante el sistema cromático RGB.

Por el general, el diseñador trabaja, diseña y muestra la imagen directamente en pantalla RGB. Si el diseñador es experto, el convertidor (CMYK) usa los tres colores primarios con el añadido de los colores secundarios. Como se ilustra, CMYK tiene cuatro canales (un azul, un verde, un amarillo y un magenta). Por el mismo motivo, los diseñadores que trabajan directamente en sistemas de reproducción usan cuatro canales. Si se diseñó en color en una pantalla o en una forma de reproducción vectorial, se usa el sistema RGB.

Para garantizar que el color se reproduce como se pretende, los diseñadores y editores de texto usan un diseñador colorimétrico calibrado cuidadosamente.



Este libro se especializa, tanto en color como en otros aspectos, que están en constante evolución y cambio. Como se ilustra, el diseñador colorimétrico calibrado cuidadosamente es esencial para garantizar la reproducción de color en un sistema de reproducción vectorial.

Este libro es una guía práctica para diseñadores y editores de texto que quieren saber más sobre el color en un sistema de reproducción vectorial. Este libro incluye un capítulo sobre el color en un sistema de reproducción vectorial. Este libro incluye un capítulo sobre el color en un sistema de reproducción vectorial.

**Xavier Young**  
Cada vez que se crea un nuevo papel, se genera una paleta de colores que se usa para crear un libro negro en el que se le ha añadido el color del libro. Los colores web y otros publicaciones electrónicas crearon procesos en el sistema cromático RGB.

## Tipos de papel

60 61

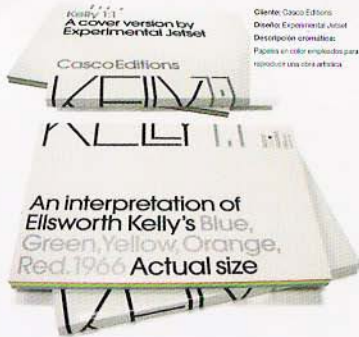
### Tipos de papel

El uso de diferentes tipos de papel de color es un método a menudo olvidado que añade color a los diseños, especialmente a los que de otro modo serían monocromáticos.

Existen papeles en numerosos colores que ofrecen al diseñador una gran versatilidad y el potencial creativo de combinarlos. Al imprimirse, todos estos papeles, salvo los de colores más oscuros, mantienen la legibilidad del texto.

La elección del papel puede afectar radicalmente a la reproducción del color. Algunos papeles son más absorbentes y producen colores apagados, mientras que otros tienen tratamientos concebidos para una mayor calidad en la reproducción de color. Es más fácil, en un papel satinado, offset y kraft, y cada uno de ellos reproduce los colores con resultados distintos. La siguiente tabla muestra la velocidad de cada tipo de papel para la impresión en color.

Tipo de papel	Características	Reproducción del color	Uso
Offset	Alta absorción, por lo que permite reproducir imágenes en color de alta definición.	Excelente, pero limitada si se quieren imprimir imágenes con líneas definidas.	Revistas
Mate	Papel satinado con una superficie mate.	Excelente, colores planos con buen detalle. Ideal para imágenes fotográficas.	Revistas, folletos, prospectos, catálogos
Satinado	Más absorbente que el mate, pero menos que el kraft.	Excelente, bajo detalle, ideal para imágenes fotográficas.	Revistas, folletos, prospectos
Kraft	Papel satinado con una superficie lisa y de alto brillo.	Excelente, mejor para reproducir colores brillantes.	Folletos, el interior impreso en revistas
Estampado de alto brillo	Papel de mucho gramaje recubierto con partículas minerales. Cuando, con esta mezcla, se prensa con un equipo mecánico buido, caliente que le da un acabado de alto brillo, normalmente por un lado de la hoja.	Excelente reproducción del color.	Revistas, folletos, prospectos
Papel de seda	Papel translúcido con poco espesor entre las fibras. Baja absorción de la tinta y efecto de espejo.	Pasable, pero limitada.	Proyectos creativos
Papel fino	Papel fino y muy absorbente.	Inadecuado.	No aplicable



**Elsworth Kelly**  
Este libro, creado por Experimental Jetset, está concebido específicamente para presentar una interpretación de la obra Blue, Green, Yellow, Orange (Asa), verso amarillo, (naranja) de la artista minimalista americana Elsworth Kelly. La obra de Kelly consta de cinco paneles monocromos; tres son de colores primarios y los otros dos de sus colores intermedios, el verde y el naranja. El libro contiene una réplica a escala natural del cuadro, que se reproduce mediante diferentes papeles de colores encadenados en un solo volumen.

Color 7000 de papel

## Información relacionada

Se destacan y explican informaciones relacionadas, por ejemplo, definiciones.

**Cliente:**

Imperial Records, Japan

**Diseño:** Form Design

**Descripción cromática:**

La paleta limitada de degradados de colores crea una alegre sensación de movimiento.



**COIL**



**New Single**  
**Loveless**

2003.8.6 release  
TECI-51  
1,000yen (tax out)



**New Album**  
**LOVE**

2003.9.3 release  
TECI-1047  
2,900yen (tax out)

**COIL Tour**  
**"LOVE LIVE"**

2003.9.14 @ Shinsaibashi  
Club Quattro  
info. Greens 06-6882-1224

2003.9.18 @ Shibuya  
Club Quattro  
info. Flip Side 03-3470-9999

COIL official web  
<http://www.office-augusta.com/coil/>

Imperial Records web  
<http://www.teichiku.co.jp/imp/>



## Aspectos básicos

**El color es quizás el primer elemento que registramos cuando vemos algo por primera vez. Nuestro condicionamiento y desarrollo cultural nos llevan a realizar asociaciones instintivas según los colores que vemos, lo que nos da una idea de cómo debemos reaccionar ante un objeto o un diseño que los incorpore. Los colores tienen ciertas connotaciones, y nuestra reacción ante ellas depende del esquema cultural, las modas, la edad y las preferencias personales.**

El color es un elemento clave del diseño gráfico, una herramienta que puede emplearse para llamar la atención, orientar y dirigir al observador, además de informarle del tipo de reacción que debe tener ante la información presentada. Este libro muestra una serie de conceptos básicos sobre el uso del color en el diseño gráfico, y enseña cómo emplean el color los diseñadores actuales para dar vida a su trabajo. Entre estos conceptos se halla la combinación de colores en composiciones concretas para generar diferentes estados de ánimo.

En esta obra se emplea terminología concreta relativa a la teoría del color. Es importante comprender estos términos, ya que facilitan la comunicación eficaz entre diseñadores, impresores y clientes. Términos en ocasiones complejos, como valor, tono y saturación, se definen de forma clara y simple.

### Coil (izquierda)

Este material promocional es obra de Form Design. Presenta un motivo circular que emplea una paleta donde predomina el azul y dos rellenos de color degradado que rodean el nombre del grupo: Coil. Una mitad del relleno combina el azul con el amarillo, y la otra con el magenta.

## Connotaciones de los colores

Los colores pueden tener varios significados implícitos, que pueden asociarse a diferentes emociones y estados de ánimo.

Por consiguiente, los colores pueden emplearse para provocar una reacción emocional concreta en el observador. Esta lista resume algunos de los significados más habituales asociados a los diferentes colores, si bien no es una guía exhaustiva, ya que los significados varían dependiendo de los países y de las culturas. Las connotaciones que se presentan a continuación son un punto de partida para asociar los colores a emociones, pero la creatividad puede trascender muchas de estas asociaciones, dependiendo del uso del color.



**Rojo escarlata**

Excitante, agresivo, dramático y dinámico.



**Rojo ladrillo**

Seguro, natural y fuerte.



**Rojo cálido**

Seductor, provocativo y sensual.



**Rosa intenso / magenta**

Apasionado, extravagante y llamativo.



**Rosa claro**

Dulce, delicado y femenino.



**Rosa grisáceo**

Romántico, exquisito, tierno y sentimental.



**Malva**

Sereno, sutil y meloso.



**Borgoña**

Opulento, rico, intenso y suntuoso.



**Fucsia**

Voluptuoso, energético, teatral y divertido.



**Terracota**

Picante, cálido, étnico y saludable.



**Naranja**

Divertido, radiante y vital; el más cálido de los colores.



**Melocotón**

Sano, suave, delicado, táctil y aterciopelado.



**Amarillo canario**

Esperanza, alegría, pero también cobardía y engaño.



**Amarillo claro**

Inspirador, cálido, relajante, brumoso y veraniego.



**Amarillo dorado**

Soleado, otoñal, cocido, pero también advierte.



**Amarillo verdoso**

Limón, ácido, frutal, picante y agudo.



**Crema**

Denso, rico, limpio, clásico y simple.



**Beige**

Responsable, flexible, suave y atemporal.



**Marrón**

Saludable, terrenal, responsable y cordial.



**Café / chocolate**

Suculento, duradero y delicioso.

**Pardo**

Seguro, práctico, orgánico y rústico.

**Lila**

Femenino, refinado, elegante y grácil.

**Lavanda**

Floral, aromático, nostálgico y excéntrico.

**Púrpura**

Sensual, futurista y acogedor.

**Púrpura oscuro**

Majestuoso, caro y regio.

**Ciruela**

Con cuerpo, orondo, sofisticado y singular.

**Violeta**

Misterioso, fantasía, espiritual y floral.

**Verde azulado**

Fresco, caro, seguro de sí mismo, moderno.

**Azul eléctrico**

Dinámico, atractivo, audaz y estimulante.

**Azul marino**

Uniforme, fiable, seguro, tradicional y constante.

**Ultramar**

Comprometido, dramático, profesional y vivo.

**Azul celeste**

Relajante, alegre y de confianza.

**Turquesa**

Sanador, espiritual, místico y exótico.

**Azul claro**

Bonito, juvenil, sereno, tranquilo, acogedor y tenue.

**Verdemar**

Fluido, refrescante, purificador y energizante.

**Verde oscuro**

Natural, orgánico, abundante y exquisito.

**Verde claro**

Juvenil, comestible, o nauseabundo.

**Verde oliva**

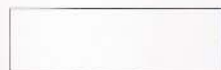
Clásico, apagado, turbio y duradero.

**Caqui**

Uniforme, camuflaje, militar y con iniciativa.

**Lima**

Ácido, cítrico, refrescante, jugoso y entusiasta.

**Blanco**

Puro, inocente, bueno y clínico.

**Dorado**

Riqueza, lujo, exceso, suerte y tradición.

**Plateado**

Prestigioso, suntuoso, fresco y metálico.

**Bronce**

Cálido, tradición, perdurable y rústico.

**Negro**

Mágico, dramático, elegante, siniestro y audaz.

**Carbón**

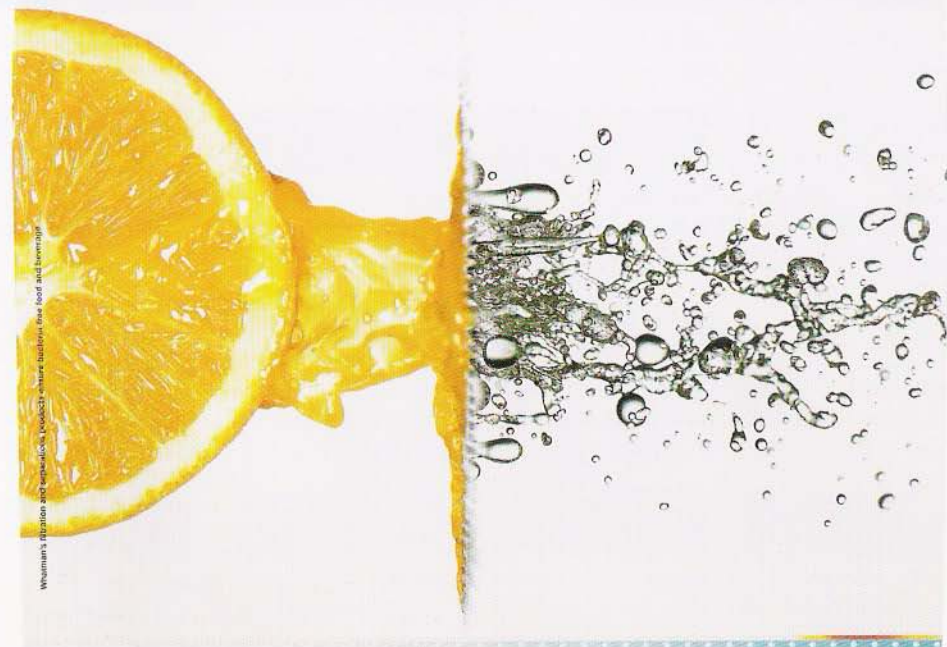
Sofisticado, sobrio y profesional.

**Gris frío**

Austero, reputado y triste.

**Gris cálido**

Contemplativo, experimentado y sobrio.



Whitman's vibrant and energetic, energetic citrus, bubbling sea food and beverage

Analytical Chemistry

Whitman is one of the best known brands in the

**Cliente:** Whatman  
**Diseño:** Still Waters Run Deep  
**Descripción cromática:**  
El naranja vivo sobre blanco  
transmite calidez y bondad.

## Where's Whatman?

The Laboratory  
Whatman has a superior position in the  
Laboratory.

- In Education
- In Healthcare
- In the Chemical Industry
- In Industry (chemical and pharmaceutical)
- In Food and Beverage
- In Water Treatment
- In Air Pollution Control, Trace and Environmental
- In Cleanroom

The requirements for membrane filtration and the other products are increasing steadily and rapidly. Whatman has the know-how to meet these requirements. In many laboratories, membranes are essential for the separation and purification of samples.

**Analytical Chemistry:**  
Whatman is one of the best known brands in the analytical chemistry market. The broad and varied range of products offered includes: chromatography, environmental protection, water and air filtration, laboratory and industrial filtration, etc. Each of these products is designed and manufactured to meet the specific requirements of the user. The products are designed and manufactured to meet the specific requirements of the user. The products are designed and manufactured to meet the specific requirements of the user. The products are designed and manufactured to meet the specific requirements of the user. The products are designed and manufactured to meet the specific requirements of the user.



**Ciente:** British Council

**Diseño:** Intro

**Descripción cromática:**

El verde se utiliza para dar más calidez al azul conservador, produciendo un resultado fresco.

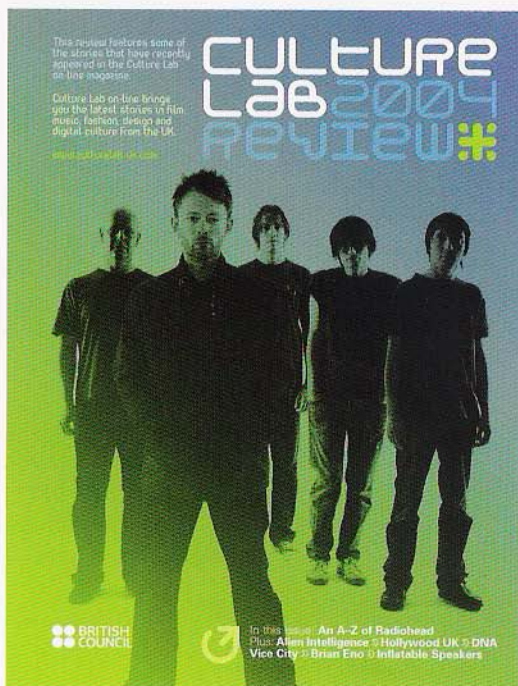


## Culture Lab (en esta página)

Estos carteles los creó el estudio Intro Design para una campaña de sensibilización del British Council llamada Culture Lab ("laboratorio de la cultura"). El British Council es una entidad que promueve la ciencia, la educación y la cultura contemporáneas del Reino Unido. Aunque el azul suele considerarse un color algo conservador, aquí se le da mayor calidez con el verde. De este modo se transmite una sensación fresca y juvenil que complementa la fotografía en tricromía del grupo Radiohead.

## Inside Out (izquierda)

Esta página pertenece a un folleto creado por Still Waters Run Deep para la compañía de productos de laboratorio Whatman. El naranja vivo aporta una sensación de vitalidad que, junto con la salpicadura de agua, transmite salud y bondad. El toque naranja proporciona una calidez instantánea al diseño y es un contraste especialmente atractivo sobre el fondo principalmente blanco.



## Terminología básica

Existe mucha terminología compleja sobre el color y su uso. A continuación expondremos de forma clara la teoría básica del color y explicaremos los términos relacionados.

### Colores primarios

En realidad, existen dos tipos de colores primarios: los aditivos y los sustractivos. Los primarios aditivos son colores que se obtienen de la emisión de luz. Son el rojo, el verde y el azul, y los tres combinados producen el blanco. Los primarios sustractivos son los asociados a la sustracción de luz. El cian, el magenta y el amarillo, los colores empleados en la impresión en cuatricromía, son los primarios sustractivos. Si se combinan los tres producen el negro.

### Colores secundarios

A partir de cada grupo de colores primarios puede producirse un grupo secundario. Los colores secundarios se obtienen combinando dos colores primarios cualesquiera en la misma proporción. En el ámbito de los colores sustractivos, los secundarios obtenidos son el rojo, el verde y el azul. En el ámbito de los colores aditivos, los secundarios obtenidos son el cian, el magenta y el amarillo.

### Colores terciarios

Se producen combinando un color secundario con el primario restante, es decir, que no se halla presente en el secundario. Equivale a mezclar los primarios sustractivos en las proporciones 2:1 o 1:2.



He aquí los tres primarios sustractivos. En este ejemplo empleamos el cian.



+



=



Combinando el cian con otro primario sustractivo (magenta) se obtiene un color secundario sustractivo (azul).



+



=



El color secundario (azul) se combina con el primario sustractivo que no está presente en la mezcla (amarillo) y se obtiene un color terciario (azul violáceo).



En este ejemplo volvemos a emplear el cian como primario sustractivo.



+



=



Combinando el cian con otro primario sustractivo (amarillo) se obtiene un color secundario sustractivo (verde).



+

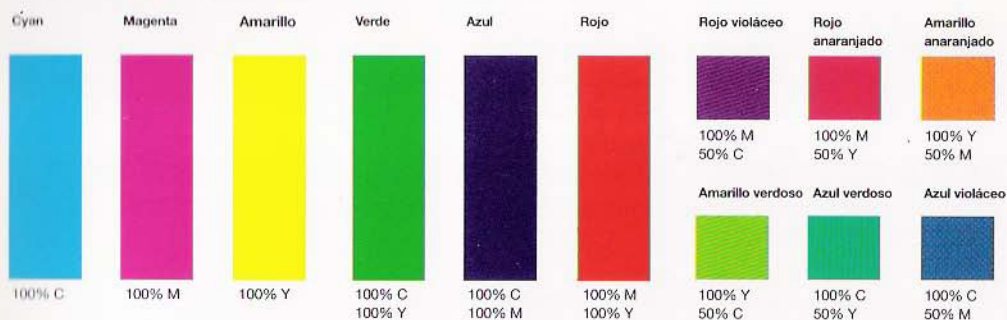


=



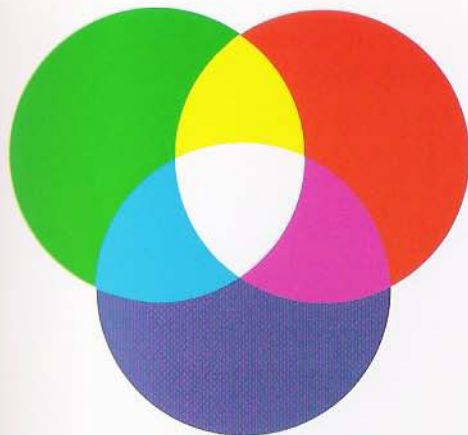
El secundario (verde) se combina con el primario sustractivo que no está presente en la mezcla (magenta) y se obtiene un color terciario (amarillo verdoso).

### Primarios sustractivos y asimilación de colores



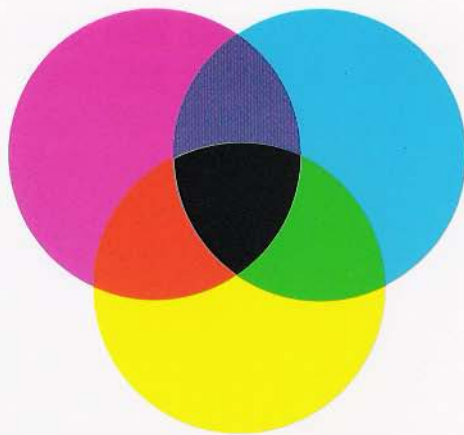
En los ejemplos de la página anterior, los colores secundarios azul y verde se mezclan con los primarios amarillo y magenta. Sin embargo, esta página está impresa mediante el proceso de cuatricromía (CMYK, siglas en inglés de cian, magenta, amarillo y negro), en el que no es posible mezclar primarios aditivos y sustractivos. Por tanto, el color terciario correcto debe crearse mezclando diferentes proporciones y combinaciones de primarios aditivos. Por ejemplo, mezclando 100% cian (C) y 50% magenta (M) se asimila el azul violáceo, produciéndose el mismo efecto que mezclando el secundario azul con el primario amarillo, como se muestra en el primer ejemplo de la página anterior.

### Primarios aditivos



Este diagrama muestra los primarios aditivos. La superposición del rojo y el verde produce el color amarillo. El magenta se obtiene de la superposición del rojo y el azul, y el cian, de la superposición del azul y el verde. Estos secundarios son los primarios sustractivos. Cada primario aditivo representa un componente del blanco, por lo que, cuando se superponen todos los colores, se produce blanco, ya que se hallan presentes todos los componentes.

### Primarios sustractivos

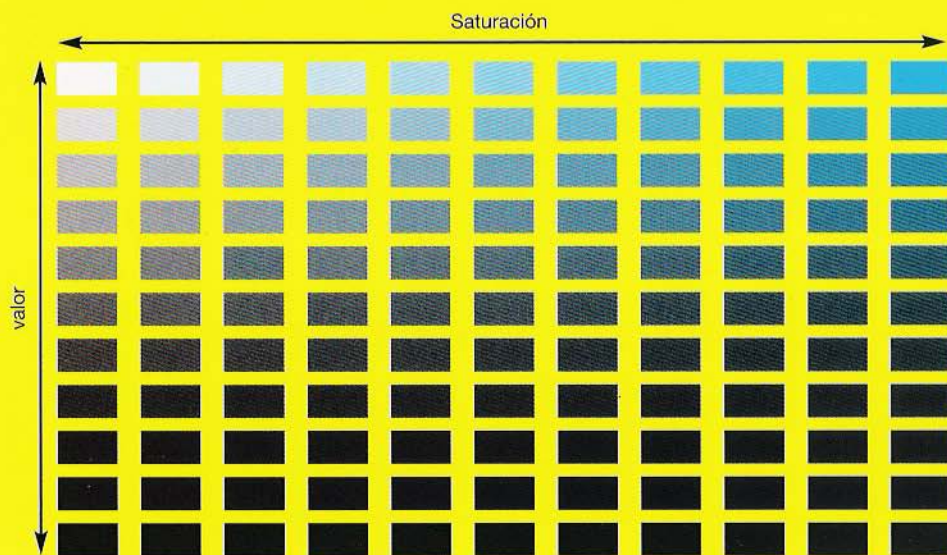


Este diagrama muestra los primarios sustractivos. A cada uno de ellos le falta uno de los primarios aditivos. La superposición de dos primarios sustractivos deja visible un solo primario aditivo. El azul resulta de la superposición del cian y el magenta. El cian y el amarillo superpuestos generan el verde. El magenta y el amarillo combinados producen el rojo. La superposición de los tres colores sustractivos produce el negro, puesto que no se refleja la luz.

## La descripción de los colores

Cada color corresponde a una longitud de onda lumínica única, pero una lista de longitudes de onda no resulta una descripción demasiado útil de los colores.

Del mismo modo, los nombres de los diferentes colores tienen limitaciones descriptivas: ¿qué significa en realidad “rojo oscuro”? El tono, la saturación y el brillo son valores empleados con frecuencia para describir el color de forma más detallada.



### Tono / color

El tono o color es la característica única de cada color que nos permite distinguirlo visualmente de los demás. Los tonos o colores están formados por luz de diferentes longitudes de onda.

### Saturación / croma

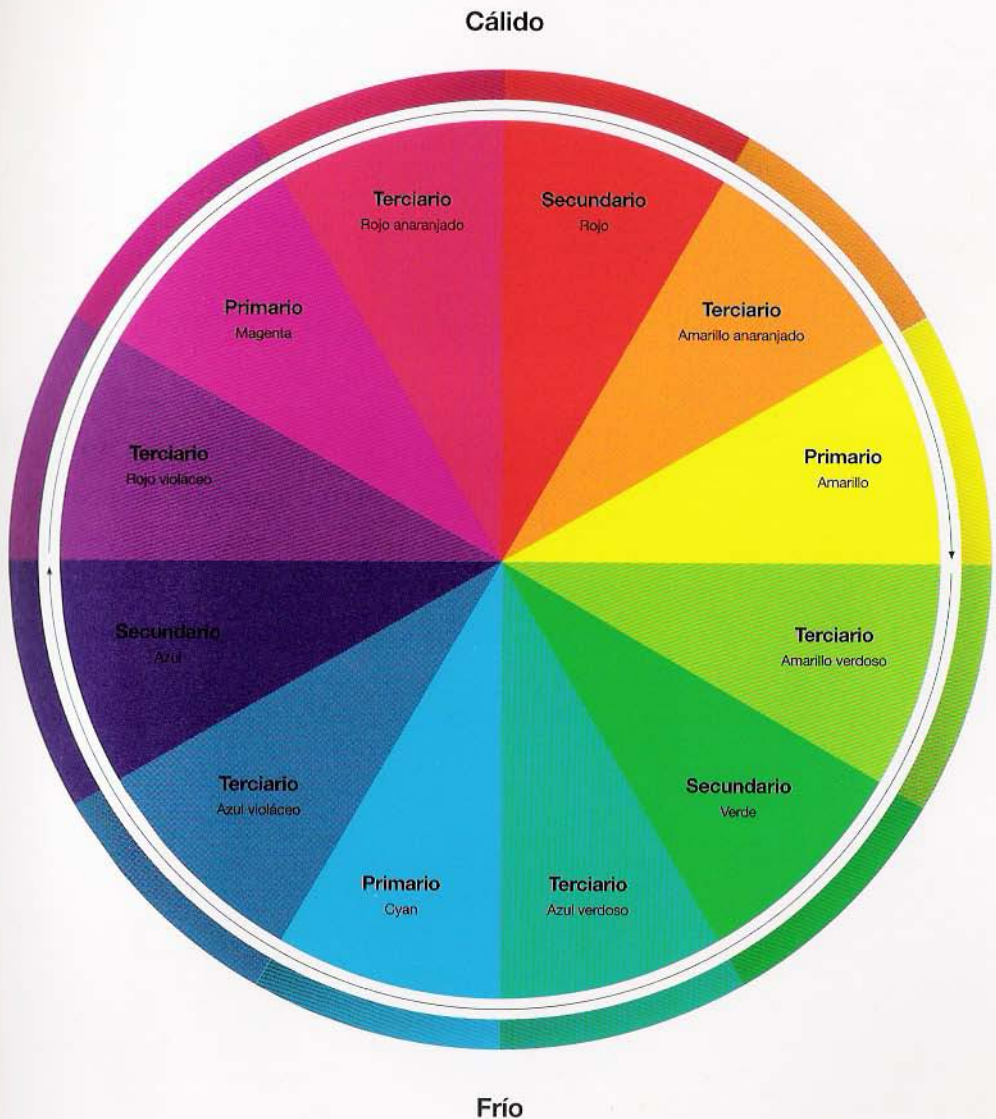
La saturación o croma es la pureza del color. Como muestra el diagrama superior, los niveles de saturación describen la tendencia del color a acercarse o a alejarse del gris. En su máxima saturación, el color no contiene gris: se describe como vivo, brillante, rico, intenso, etcétera. A medida que desciende la saturación, los colores contienen una cantidad cada vez mayor de gris, lo que produce tonalidades más tenues y apagadas.

### Valor / brillo

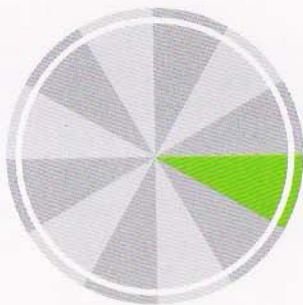
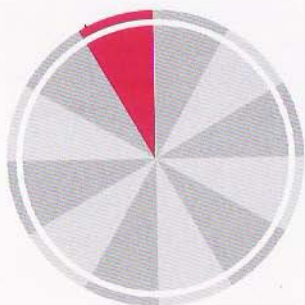
El valor corresponde a la luminosidad u oscuridad del color. El valor se modifica añadiendo diferentes proporciones de blanco o negro al color. Los colores mezclados con blanco se denominan matices (véase la pág. 72), mientras que los mezclados con negro se denominan sombras. El valor no debe confundirse con la saturación, ya que ambos son independientes.

### El círculo cromático

A continuación se muestra una representación circular del espectro cromático, conocida como círculo cromático. Sirve para explicar la relación entre los colores y es una parte fundamental de la teoría del color. Asimismo, el círculo cromático ilustra la clasificación de los colores, ofreciendo una referencia rápida para los tonos primarios, secundarios y terciarios, lo que puede ayudar al diseñador a seleccionar combinaciones sistemáticas adecuadas a sus propósitos. Los colores pueden describirse como cálidos o fríos, lo que permite al diseñador crear un estado de ánimo concreto. La siguiente página muestra con más detalle el uso del círculo cromático.

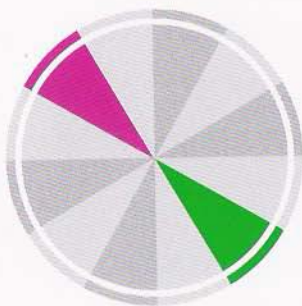
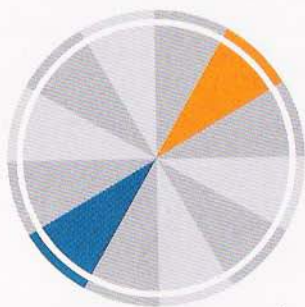


# Selecciones del círculo cromático



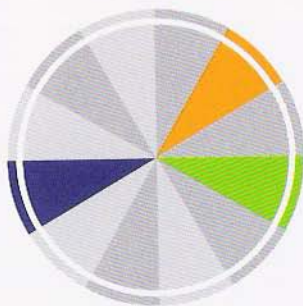
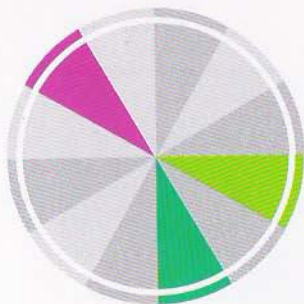
## Monocromo

Un color monocromo es cualquier color individual del círculo.



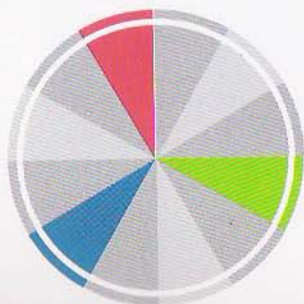
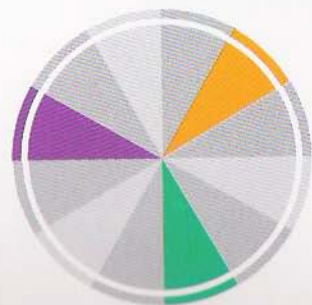
## Complementario

Los colores complementarios son los que se hallan frente a frente en el círculo cromático. Los complementarios proporcionan un fuerte contraste, por lo que su uso genera un diseño más vivo.



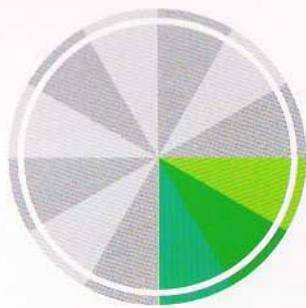
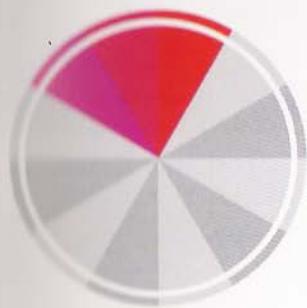
## Complementarios divididos

Los complementarios divididos comprenden tres colores: el color principal seleccionado y los dos colores adyacentes a su complementario.



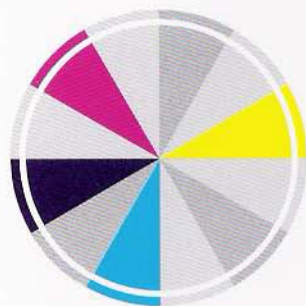
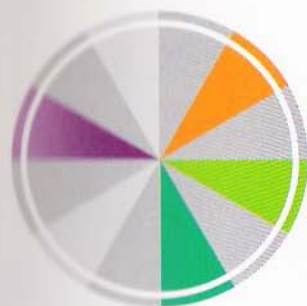
## Triadas

Una triada consiste en tres colores cualesquiera equidistantes en el círculo cromático. Puesto que los tres colores contrastan entre sí, las combinaciones basadas en triadas transmiten tensión al observador. Los colores primarios y secundarios son triadas.



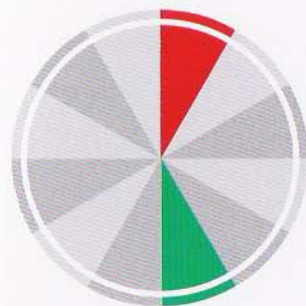
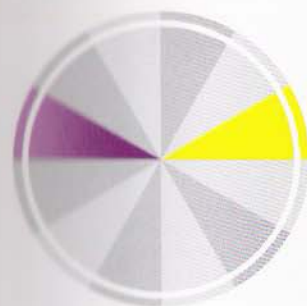
### Análogos

Los colores análogos son los dos colores situados a ambos lados del color principal seleccionado, es decir, que esencialmente consisten en cualquier segmento de tres colores consecutivos. Las combinaciones basadas en colores análogos proporcionan una mezcla armoniosa y natural.



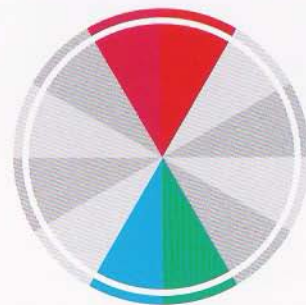
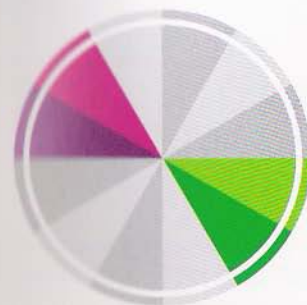
### Complementarios mutuos

Los complementarios mutuos comprenden una tríada de colores equidistantes y el complementario del color central.



### Complementarios cercanos

El complementario cercano es uno de los adyacentes al complementario del color principal seleccionado.



### Dobles complementarios

Los dobles complementarios son dos colores adyacentes y sus dos complementarios situados frente a frente en el círculo cromático.

## TWO YEARS EXBERLINER

THE ENGLISH-LANGUAGE PAPER FOR BERLIN

live **JIM AVIGNON** world premiere  
of the 25-minute musical  
"funny disaster"

**DIE TÜREN** berlin electrorock

djs **MILK IT** anti-modern

**STARFISH** house, hip hop, electro

visuals **UMEDULA PRISMATIC**

**PROJECTIONS** melbourne

Thursday June 10, 2004, 22:00,  
6 Euros, Roter Salon, Volksbühne,  
Rosa-Luxemburg-Platz,  
Berlin Mitte, [www.exberliner.com](http://www.exberliner.com)  
tel: 473 729 66

### Exberliner

Estos carteles fueron creados por Research Studios para un proyecto de rediseño en ocasión del segundo aniversario del periódico en lengua inglesa *Exberliner*. En cada cartel predomina una combinación cromática contemporánea a partir de



**Ciente:** Exberliner

**Diseño:** Research Studios

**Descripción cromática:**

Combinación cromática  
degradada sobre la base de un  
solo color.

## TWO YEARS EXBERLINER

THE ENGLISH LANGUAGE PAPER FOR BERLIN

live **JIM AVIGNON** world premiere  
of the 25-minute musical  
"funny disaster"

**DIE TÜREN** berlin electrorock

djs **MILK IT** anti-modern

**STARFISH** house, hip hop, electro

visuals **UMEDULA PRISMATIC**

**PROJECTIONS** melbourne

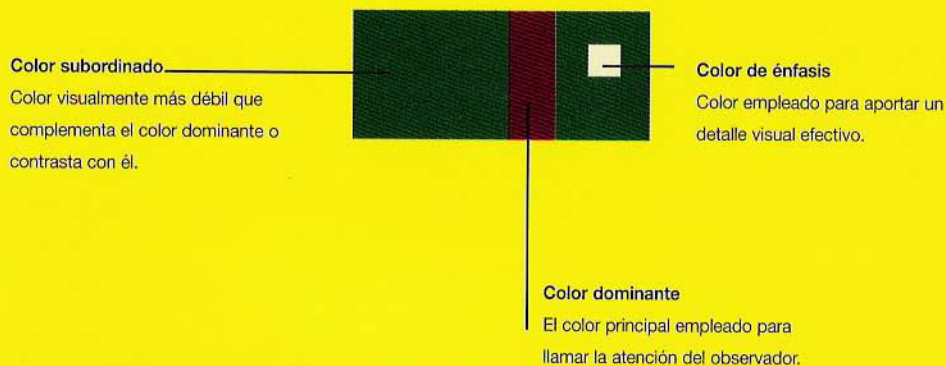
Thursday June 10, 2004, 22:00,  
6 Euros, Roter Salon, Volksbühne,  
Rosa-Luxemburg-Platz,  
Berlin Mitte, [www.exberliner.com](http://www.exberliner.com)  
tel: 473 729 66

complementarios de ambos lados del círculo cromático. La aplicación graduada del color se combina con el tono más claro del "2" que domina la composición, lo que produce un efecto muy armonioso.

## Combinaciones cromáticas

El círculo cromático es una herramienta que permite seleccionar combinaciones de colores armoniosas para un diseño concreto. Los colores seleccionados de diferentes puntos del círculo proporcionan una variedad de complementarios, análogos o complementarios mutuos (una tríada de colores equidistantes y el complementario del central).

La selección de una combinación cromática eficaz depende en gran medida del mensaje que se desee transmitir. Por lo general, todo diseño contiene un color dominante acompañado por otros subordinados y de énfasis. Los colores suelen generar una respuesta o asociación concreta en el observador, por lo que el conocimiento de estas reacciones ayuda al diseñador a crear combinaciones cromáticas eficaces que refuercen el mensaje que pretende transmitir.



### Becks Futures (derecha)

Research Studios diseñó este envoltorio para la documentación del premio de arte Becks Futures. En este diseño se emplea el marrón como color dominante, el amarillo como subordinado y el blanco y el naranja como colores de énfasis. Es una gama sutil y natural de colores suaves que no incomodan al observador.

**Ciente:** Becks Futures

**Diseño:** Research Studios

**Descripción cromática:**

Combinación cromática con marrón (dominante), amarillo (subordinado) y blanco y naranja (de énfasis).

Michael Anthony  
Partner and Vice President, New York  
New York, New York

© 2008

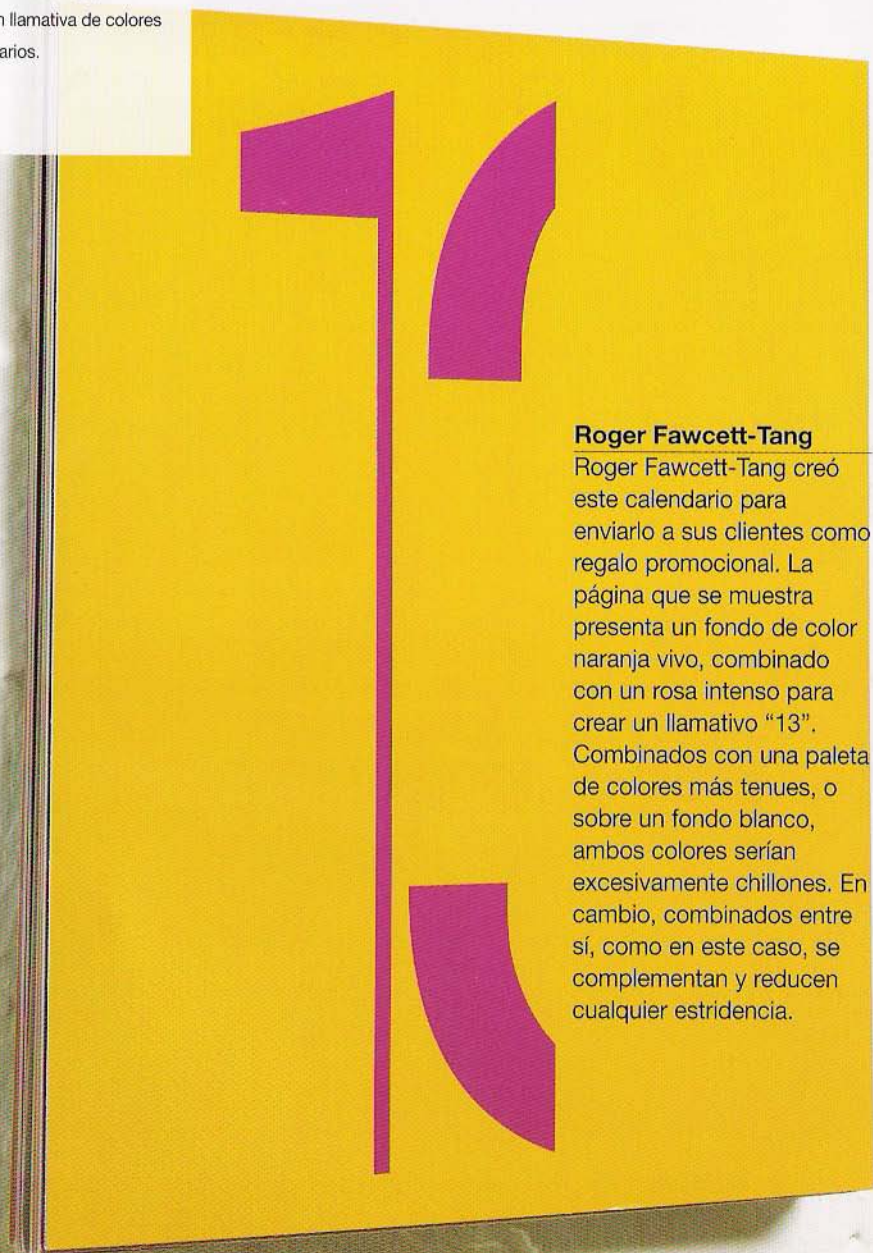
www.becksfutures.com  
1-800-855-8555

**Ciente:** Roger Fawcett-Tang

**Disño:** Struktur Design

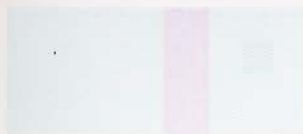
**Descripción cromática:**

Combinación llamativa de colores complementarios.



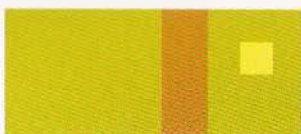
### **Roger Fawcett-Tang**

Roger Fawcett-Tang creó este calendario para enviarlo a sus clientes como regalo promocional. La página que se muestra presenta un fondo de color naranja vivo, combinado con un rosa intenso para crear un llamativo "13". Combinados con una paleta de colores más tenues, o sobre un fondo blanco, ambos colores serían excesivamente chillones. En cambio, combinados entre sí, como en este caso, se complementan y reducen cualquier estridencia.



### Tranquila

Esta paleta utiliza tonos claros y medios de azul, verde y lavanda, que pueden usarse en contraste con el blanco o el color hueso. Evoca el cielo azul y el suave vaivén del agua cristalina en una orilla, y transmite paz y tranquilidad. Los colores son suaves, discretos y serenos.



### Natural

Estos colores cálidos, terrosos, ricos y otoñales representan la naturaleza. Los verdes hoja, los marrones madera, los rojos frutales y los naranjas componen esta paleta, que también utiliza dorados y violetas para reforzar su encanto rural.



### Mística

Llena de intensidad y misterio, esta paleta tiene un carácter enigmático. Los azules, púrpuras y grises trascienden la realidad y llegan a los dominios más lejanos de la imaginación. Son colores que irradian energía y sugieren diferentes formas de magia, espiritualidad y religión.



### Pastel

Los colores pastel son difusos, sutiles y delicados, lo que permite experimentar con varias combinaciones y mezclar fácilmente matices fríos y cálidos. Esta paleta puede expresar inocencia de juventud, inmadurez, vulnerabilidad y romanticismo.



### Audaz

Esta impactante paleta emplea el negro combinado con uno o dos colores autoritarios como el naranja o el amarillo intenso. Al igual que las marcas de advertencia de animales e insectos, estas combinaciones cromáticas transmiten un mensaje contundente.



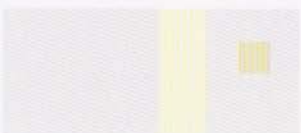
### Vistoso

Imagínese un carnaval e intente reproducirlo en colores. Seguramente el resultado será llamativo y pintoresco. Esta paleta transmite energía y actividad utilizando tonos brillantes y vivos, que le dan un carácter infantil.



### Refinada

Estos tonos evocan el buen vino y los tejidos delicados a través de una paleta de colores tradicionales que se asocian a la riqueza. Sus matices están inspirados en la decoración de interiores de la clase media victoriana. Los colores intensos que tienden al negro pueden combinarse con color crema, grises o tonos metálicos para obtener contraste.



### Neutra

Esta paleta emplea colores naturales y primitivos con un toque orgánico que evoca la naturaleza. El gris y el color crema, a veces monótonos, pueden realizarse con el pardo o el verde. Esta paleta ofrece una simplicidad eficaz en muchas aplicaciones, y puede combinarse con éxito con otros colores apagados.



### Revitalizante

Esta paleta nítida y fresca contiene pinceladas de color precisas que refrescan, regeneran, purifican y revitalizan. Imagínese una brisa fresca de verano o una salpicadura de agua helada. Los azules intensos, del color del mar espumoso, pueden ponerse en contraste con el blanco puro. Un toque de azul verdoso añade calidez a los colores primarios.

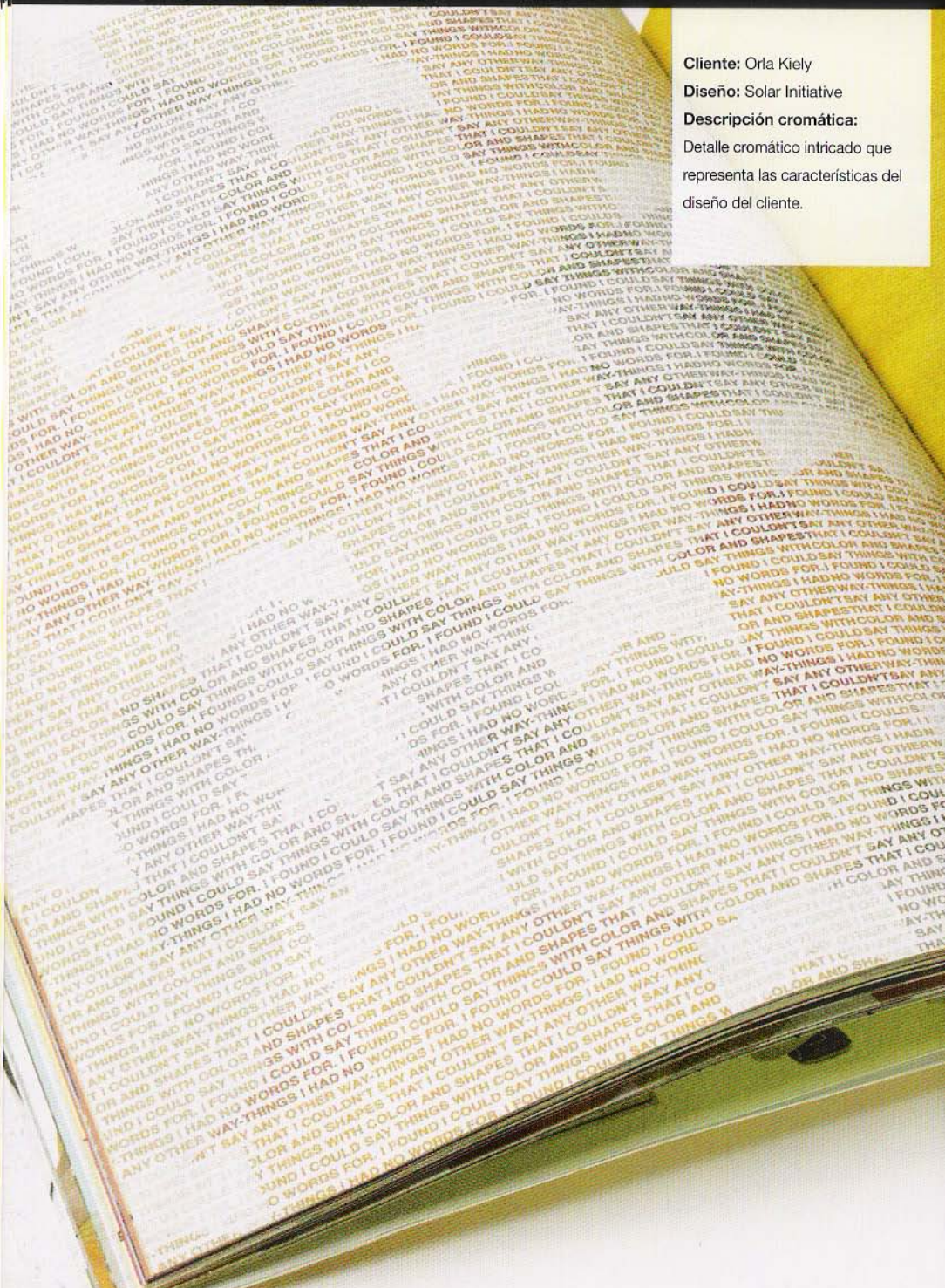
# Sistemas cromáticos

Cliente: Orla Kiely

Diseño: Solar Initiative

Descripción cromática:

Detalle cromático intrincado que representa las características del diseño del cliente.



## Sistemas cromáticos

Los diseñadores pueden elegir entre varios sistemas cromáticos con los que trabajar. La selección de un sistema concreto suele depender de la presentación y producción del diseño final, ya que cada sistema conlleva determinadas limitaciones y opciones. Es importante ser consciente de que el diseño final debe incorporar el sistema cromático adecuado a su uso previsto.

Dos de los sistemas cromáticos más difundidos y usados son el RGB (siglas en inglés de rojo, verde y azul) y el CMYK (siglas en inglés de cyan, magenta, amarillo y negro). El RGB suele usarse para la edición digital y el diseño inicial, mientras que el CMYK se utiliza para la edición impresa. El conocimiento de las limitaciones de cada sistema cromático permite al diseñador crear su trabajo sabiendo que quedará reproducido exactamente tal como se concibió.

Otro sistema es el Hexachrome, también llamado hexacromía, que incorpora dos colores adicionales, el naranja y el verde, trabajando con un total de seis. De este modo, se consigue una mayor gama que con el sistema de impresión a cuatro colores, o cuatricromía, del CMYK.

Los colores especiales pueden emplearse para un control preciso del color y para otros efectos, por ejemplo, mediante el uso de colores fluorescentes y metálicos. Los colores especiales pueden aplicarse en una plancha de impresión diferente o bien sustituyendo uno de los colores de proceso estándar. Además de garantizar la reproducción precisa de un color determinado, los colores especiales modifican la gama general que se puede producir.

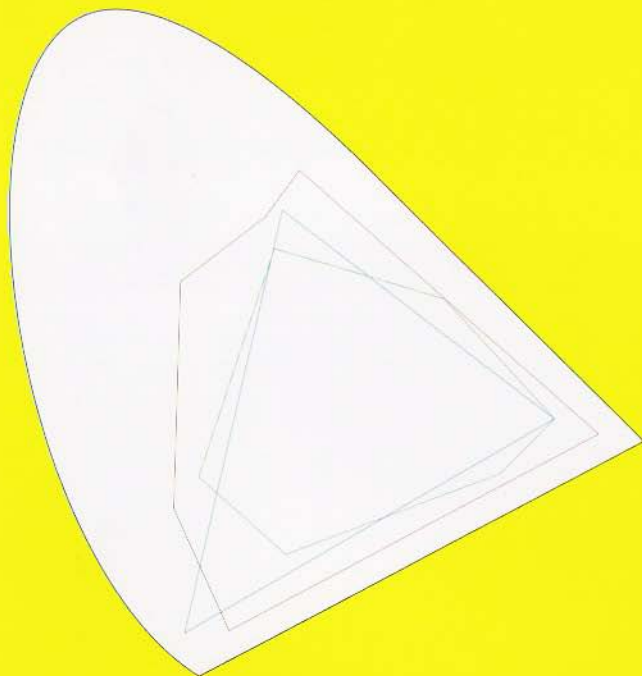
### Folleto de Orla Kiely (izquierda)

Este folleto de la colección de moda Primavera / Verano 2005 de Orla Kiely fue creado por Solar Initiative. Orla Kiely es conocida por su excepcional uso del color, lo que se ha reflejado en el diseño del folleto. En la página que se muestra puede apreciarse un detalle cromático intrincado; las líneas de texto están impresas en varios colores apagados y en bloques que crean un motivo de casas. La traducción del texto es: "Me he dado cuenta de que con el color y la forma puedo decir cosas que no puedo decir de ningún otro modo; cosas para las que no tengo palabras". Los elementos de la página resumen la línea de prendas y accesorios de la diseñadora y al mismo tiempo imitan un estampado que ésta usa a menudo.

## Gama

La gama se refiere al espectro de colores que puede reproducir un determinado sistema, dispositivo o proceso.

Las herramientas de diseño como escáneres, monitores, aplicaciones informáticas y procesos de impresión trabajan con diferentes sistemas cromáticos, los cuales definen el rango o gama de colores de los que dispone el diseñador. Si se emplean colores no incluidos en la gama, será difícil garantizar que se mantengan fieles al diseño original al transferirlos de un dispositivo a otro.



En este diagrama, la línea roja representa la gama Hexachrome, la azul representa la gama RGB y la verde representa el sistema CMYK. La línea negra representa la gama del espectro cromático. El sistema RGB muestra aproximadamente un 70% de los colores percibidos por la vista humana, y el CMYK menos aún. El sistema de seis colores Hexachrome incorpora el naranja y el verde, lo que enriquece la gama.

### Hexachrome

El sistema cromático Hexachrome es un proceso de separación de seis colores desarrollado por Pantone en 1994, que produce púrpuras, verdes, naranjas y tonos carne más eficientes y ofrece unos colores precisos, vivos y saturados. El sistema Hexachrome incorpora el naranja y el verde a los colores de proceso del sistema CMYK. El Hexachrome puede reproducir el 90% de los colores Pantone PMS, en marcado contraste con el CMYK, que puede reproducir aproximadamente un 50% de los mismos.

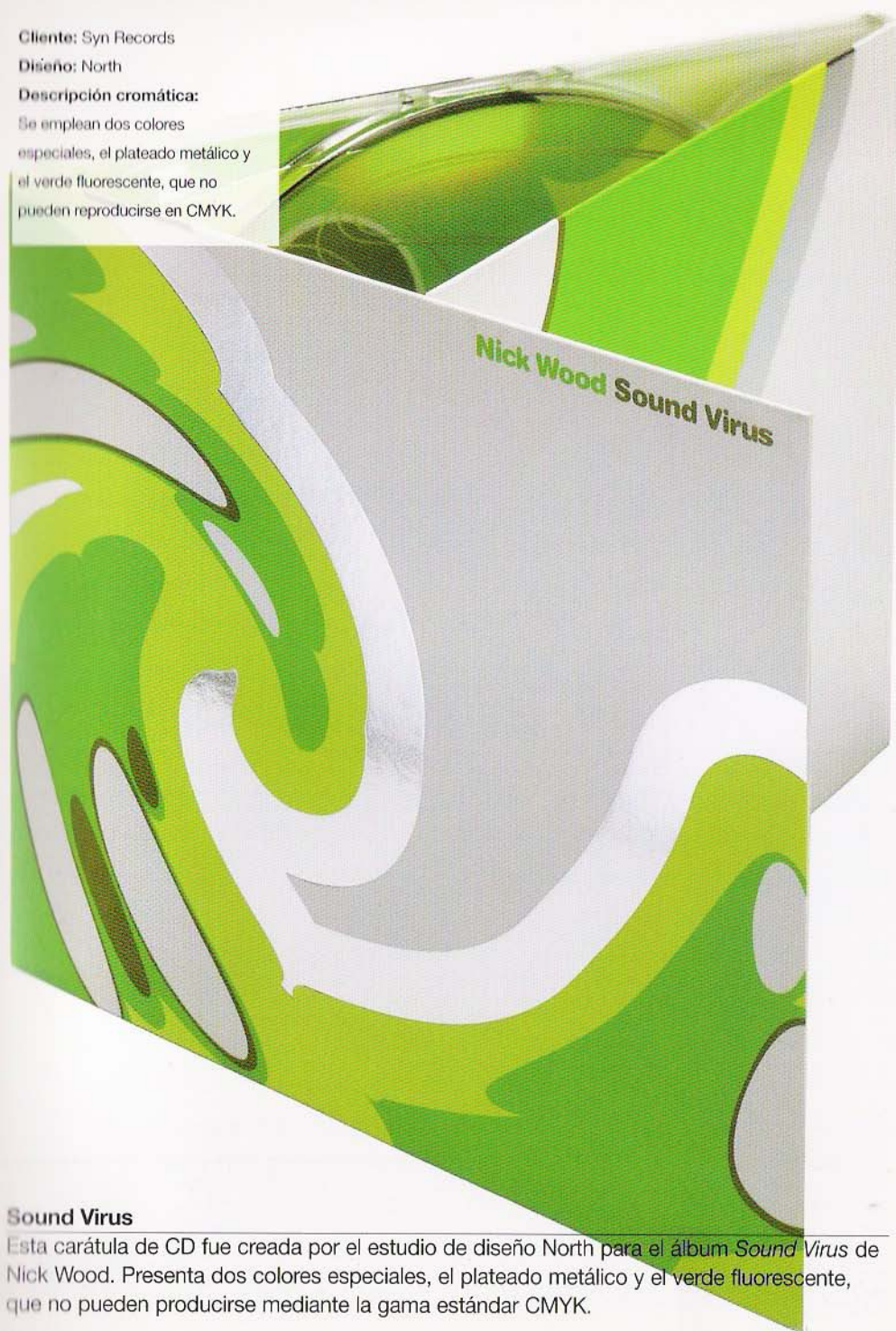


**Cliente:** Syn Records

**Diseño:** North

**Descripción cromática:**

Se emplean dos colores especiales, el plateado metálico y el verde fluorescente, que no pueden reproducirse en CMYK.



### **Sound Virus**

Esta carátula de CD fue creada por el estudio de diseño North para el álbum *Sound Virus* de Nick Wood. Presenta dos colores especiales, el plateado metálico y el verde fluorescente, que no pueden producirse mediante la gama estándar CMYK.

## CMYK

**Las imágenes impresas en color suelen producirse con cuatro tintas de impresión diferentes: cyan, magenta, amarilla y negra.**

Estas tintas corresponden a los tres colores tricromáticos, que se producen mediante el proceso de separación de color y son necesarios para reproducir imágenes en color, además del negro. El negro se representa con una K porque es la sigla en inglés de "key" ("clave"). Combinando estos tres primarios sustractivos en el proceso de cuatricromía pueden imprimirse casi todos los colores. Teóricamente, las tintas CMY pueden producir el negro, pero en la práctica se emplea otra tinta "realmente" negra para dar más profundidad a los elementos como las sombras.



Las tintas de cuatricromía se aplican en planchas de impresión independientes en la secuencia C, M, Y y K para construir la imagen. En el ejemplo superior se observa el efecto de la plancha negra final sobre las sombras y el contraste.

Los colores de proceso CMYK no pueden reproducir todos los colores. Este bloque verde se ha creado mediante los colores CMYK, pero carece de la vivacidad del color especial empleado en la impresión de la página siguiente. Si examina de cerca este bloque verá que está compuesto de puntos de semitonos, a diferencia del color sólido empleado en la página siguiente. Esta mayor vivacidad es uno de los principales motivos por los que se utilizan colores especiales cuando el color tiene una importancia fundamental.



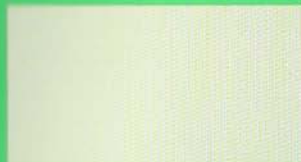
Empleando 100% cyan se obtiene un color plano, sin ganancia de punto.



Empleando 100% magenta también se obtiene un color plano, sin ganancia de punto.



Los valores 16% cyan, 79% magenta, 59% amarillo y 0% negro producen un color plano sólido.



Los valores 18% cyan, 8% magenta, 82% amarillo y 0% negro producen un color más claro y sutil.



Puede obtenerse un rojo primario sólido imprimiendo magenta sólido y amarillo.



El color aparece limpio si los valores son lo bastante altos para producir un color sólido. Aquí, 50% cyan y 50% magenta dan un púrpura limpio.



Los valores 62% cyan, 85% magenta, 64% amarillo y 39% negro producen un color turbio.



Los valores totales elevados dan colores similares. Esta impresión con un color similar se obtiene con los valores 80% cyan, 86% magenta, 86% amarillo y 0% negro.



Los valores 5% cyan, 5% magenta y 5% amarillo producen un tono claro.

El proceso de cuatricromía puede producir una gran variedad de colores, pero hay que tener en cuenta varios aspectos. Cada tinta CMYK puede aplicarse con un valor de 0 a 100%. Por tanto, cada color se expresa con el porcentaje de cada tinta. Por ejemplo, el cyan es 100% cyan, 0% magenta, 0% amarillo y 0% negro.

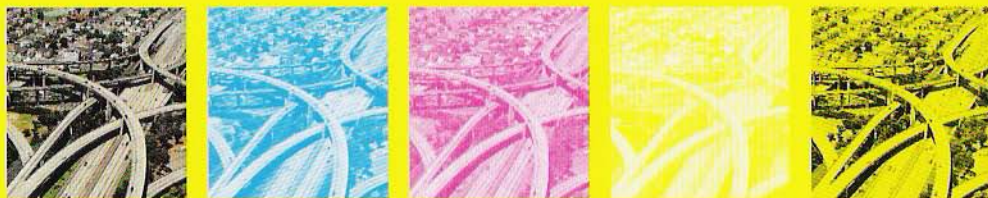
El total de los porcentajes no debe superar 240, ya que de lo contrario se obtendrán colores turbios (como se observa sobre estas líneas, en la línea inferior). Por otro lado, es difícil conseguir matices muy claros, ya que los colores "se caen" o no se registran al imprimir. Normalmente, los colores se reproducen mejor cuando contienen una cantidad razonablemente alta de alguno de sus componentes.

## RGB

El rojo, el verde y el azul son los primarios aditivos que corresponden a uno de los colores primarios de la luz. La reproducción del color en una pantalla de televisor o en un monitor de ordenador se consigue mediante el sistema cromático RGB.

Por lo general, el diseñador captura, diseña y manipula la imagen empleando el sistema RGB. Si el diseño debe ser impreso, se convierte al sistema CMYK una vez finalizado, puesto que es necesario para su impresión en cuatricromía. Como el sistema CMYK tiene cuatro colores (en vez de tres), el tamaño del archivo aumenta. Por el mismo motivo, los diseños que deban imprimirse mediante el sistema Hexachrome serán aún más grandes. Si el diseño es para una página web u otra forma de publicación electrónica, se deja en el sistema RGB.

Para garantizar que el color se reproducirá como se pretende, los monitores y dispositivos de salida que emplee el diseñador deben estar calibrados cromáticamente.



Estas hileras de imágenes muestran los cuatro canales del sistema CMYK (arriba), que trabajan con un fondo blanco, y los tres canales del sistema RGB (abajo), que trabajan con un fondo negro. Ambos sistemas preservan los colores de la imagen original (extremo izquierdo), lo que significa que la conversión de RGB a CMYK necesaria para la impresión en cuatricromía no conllevará ninguna pérdida apreciable de la calidad del color.

Xavier Young  
Photography

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10  
11 12 13 14 15 16 17 18  
19 20 21

www.xavieryoung.co.uk

5 Torrens Street  
Angel  
London  
EC1V 1HQ  
020 7713 5502  
07966 296731  
info@xavieryoung.co.uk



Cliente: Xavier Young  
Diseño: Gavin Ambrose  
Descripción cromática:  
Páginas web reproducidas en el sistema RGB que reduce el tamaño de los archivos y mejora el contraste entre los colores.

Xavier Young  
Photography

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10  
11 12 13 14 15 16 17 18  
19 20 21

www.xavieryoung.co.uk

5 Torrens Street  
Angel  
London  
EC1V 1HQ  
020 7713 5502  
07966 296731  
info@xavieryoung.co.uk



Xavier Young  
Photography

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10  
11 12 13 14 15 16 17 18  
19 20 21

www.xavieryoung.co.uk

5 Torrens Street  
Angel  
London  
EC1V 1HQ  
020 7713 5502  
07966 296731  
info@xavieryoung.co.uk



Xavier Young  
Photography

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10  
11 12 13 14 15 16 17 18  
19 20 21

www.xavieryoung.co.uk

5 Torrens Street  
Angel  
London  
EC1V 1HQ  
020 7713 5502  
07966 296731  
info@xavieryoung.co.uk



Xavier Young  
Photography

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10  
11 12 13 14 15 16 17 18  
19 20 21

www.xavieryoung.co.uk

5 Torrens Street  
Angel  
London  
EC1V 1HQ  
020 7713 5502  
07966 296731  
info@xavieryoung.co.uk



Xavier Young  
Photography

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10  
11 12 13 14 15 16 17 18  
19 20 21

www.xavieryoung.co.uk

5 Torrens Street  
Angel  
London  
EC1V 1HQ  
020 7713 5502  
07966 296731  
info@xavieryoung.co.uk



Xavier Young  
Photography

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10  
11 12 13 14 15 16 17 18  
19 20 21

www.xavieryoung.co.uk

5 Torrens Street  
Angel  
London  
EC1V 1HQ  
020 7713 5502  
07966 296731  
info@xavieryoung.co.uk



Xavier Young  
Photography

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10  
11 12 13 14 15 16 17 18  
19 20 21

www.xavieryoung.co.uk

5 Torrens Street  
Angel  
London  
EC1V 1HQ  
020 7713 5502  
07966 296731  
info@xavieryoung.co.uk




## Xavier Young

Cada una de estas páginas web presenta una fotografía a todo color sobre un fondo negro en el que se ha invertido el color del texto. Las páginas web y otras publicaciones electrónicas deben producirse en el sistema cromático RGB.

### Colores de procesos especiales

Aunque la cuatricromía puede producir una amplia gama de colores, a veces es deseable emplear un color de proceso especial (o directo), una tinta preparada especialmente.

Un color especial es uno que es sólido, en lugar de estar compuesto por puntos, con lo cual es más rico y vivo que la mezcla de colores de proceso más cercana correspondiente, como puede verse más abajo. Los colores especiales también se emplean para producir tonos metálicos y colores fluorescentes, que se hallan fuera de la gama de la cuatricromía estándar. Estos colores se utilizan cuando es absolutamente fundamental reproducir un color fuerte y preciso. Una aplicación habitual son los logotipos de las empresas.



**Color especial**  
Pantone 802



**Color CMYK**  
C 51,8% M 0% Y 80,4% K 0%

El rectángulo izquierdo está impreso con un verde fluorescente especial, y a la derecha está impresa su versión CMYK más cercana. El rectángulo en cuatricromía es mucho más apagado, ya que está compuesto de puntos de color en semitonos, mientras que la versión en color especial se aplica como un color plano.

#### **Land Registry (derecha y página siguiente)**

Se trata de una guía de identidad corporativa del Land Registry, el registro de la propiedad británico, creada por el estudio de diseño North. Es un folleto impreso a cuatro colores, pero que utiliza colores especiales en lugar de los colores de proceso estándar CMYK para obtener una paleta de tonos naturales que refleja la función de la entidad. Los cuatro colores especiales usados son el PMS 377, el PMS 396, el plateado y el negro.

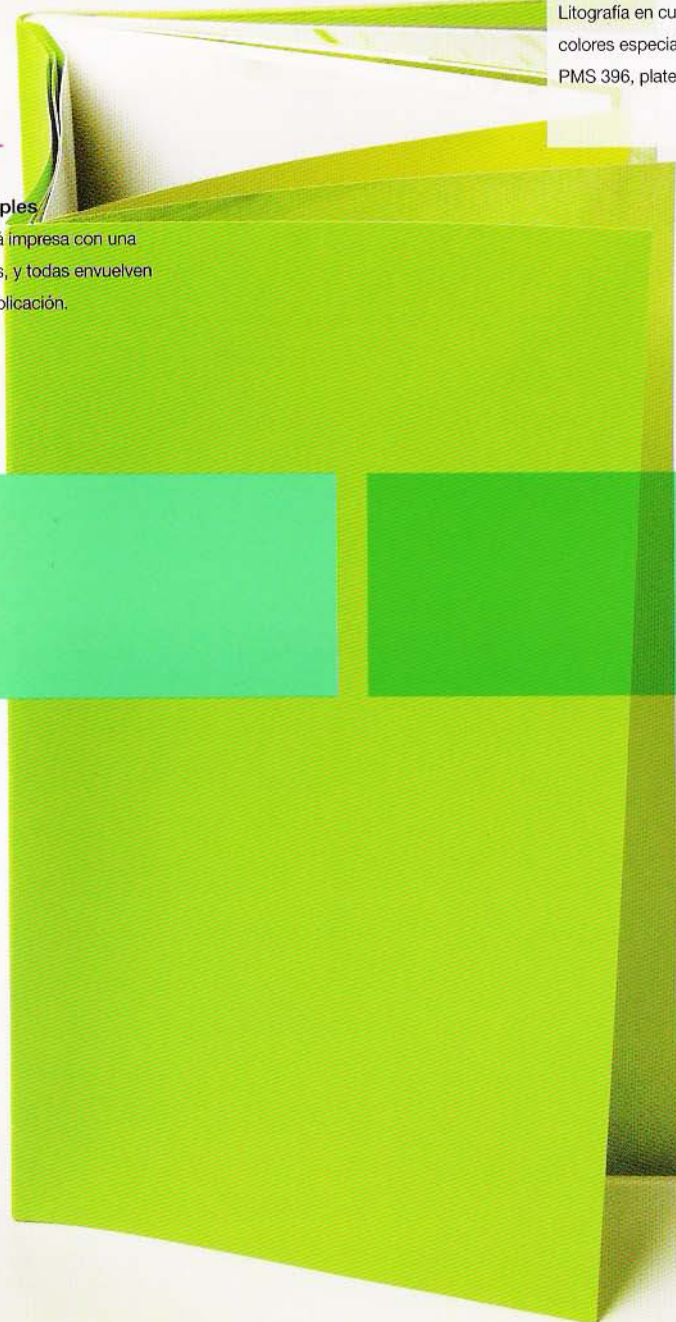
El uso de estos colores requirió la modificación de todas las imágenes del folleto (véase la página siguiente) para que se imprimieran correctamente con esta paleta cromática. La sustitución de los colores de proceso por colores especiales es algo más complejo que simplemente intercambiarlos. Los niveles de color (la intensidad de cada color) de las imágenes deben ajustarse individualmente para que se reproduzcan con precisión y tal como lo pretende el diseñador.

**Ciente:** Land Registry

**Diseño:** North

**Descripción cromática:**

Litografía en cuatricromía con los colores especiales PMS 377, PMS 396, plateado y negro.



**Cubiertas múltiples**

Cada cubierta está impresa con una de las cuatro tintas, y todas envuelven el bloque de la publicación.

### Códigos de colores

Los índices con códigos de colores maximizan el uso de cada color.

28 Basic Elements  
Aerial Symbol  
Information System  
Geo Typeface  
Photos, Print, Resource  
Color, Style

34-91  
Implementation  
Roll Out

92-93  
Roll Out

42 Implementation  
Print Collateral  
- ID Cards/Passes  
Offices  
Vehicle Livery  
Clothing  
Digital Media

Land Registry  
Land Surveyor

App: \_\_\_\_\_  
Registration Number: \_\_\_\_\_  
Department: \_\_\_\_\_



Land Registry  
Visitor

Site: \_\_\_\_\_  
Name: \_\_\_\_\_  
Company: \_\_\_\_\_  
Visiting: \_\_\_\_\_  
Visiting Contract: \_\_\_\_\_  
Date to: \_\_\_\_\_

Valid on  
Pass No.  
88987

Elizabeth Smith  
Pass No HQ1166L  
Exp. Date 01/12/2004

Signature

www  
Yy Zz Geo  
H



**Semitono**

Simulación de un tono continuo mediante una trama de puntos.

**Semitonos**

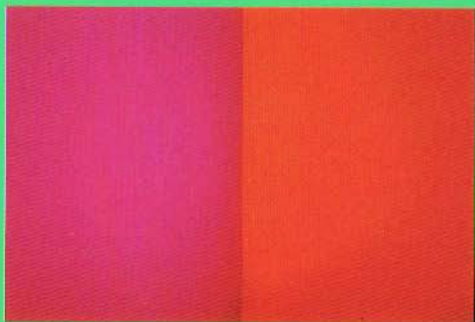
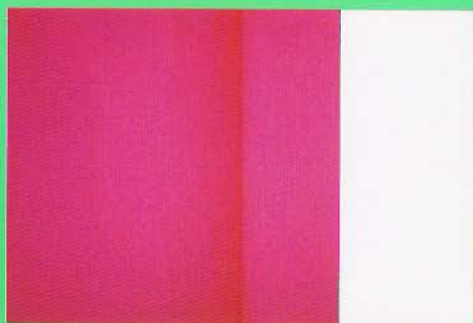
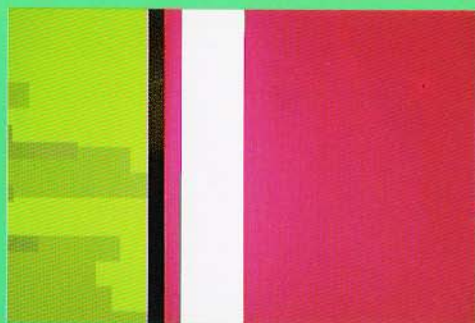
Las imágenes se reproducen como semitonos gruesos, empleando una trama de líneas en lugar de puntos.

## Fluorescentes

Los fluorescentes son colores especiales con un brillo especial, que no pueden producirse mediante las tintas de cuatricromía estándar.

Los colores fluorescentes llaman la atención, aunque su uso en los diseños puede fatigar la vista.

Los colores especiales, como los fluorescentes, se aplican normalmente con una plancha adicional e independiente cuando se emplea la cuatricromía. De todos modos, si un diseño utiliza una paleta de colores limitada, el especial puede sustituir una de las demás planchas de impresión.



**Cliente:** G&B Printers

**Diseño:** North

**Descripción cromática:**

Tintas fluorescentes y CMYK  
impresas sobre un papel de color  
dorado metálico.

### **Not Just CMYK (“No sólo CMYK”) (arriba e izquierda)**

Este folleto fue creado por el estudio de diseño North para la imprenta G&B Printers, para mostrar algunas de las posibilidades de impresión que ofrece. Presenta varios colores fluorescentes, además de los colores de proceso CMYK, que están impresos sobre una cubierta de papel dorado metálico.

El folleto incluye varias páginas llamativas y vistosas con hojas añadidas que usan colores fluorescentes. Por ejemplo, la página impresa a sangre con rosa fluorescente y naranja inferior (izquierda en la página anterior) proporciona una sensación dinámica de movimiento.

## **Fourth Estate (esta página)**

La cubierta de este catálogo, creado por Rose Design para la editorial Fourth Estate, está impresa con un color verde directo. En las páginas interiores, el color directo se emplea para resaltar ciertos elementos del texto, como los títulos de libros, con lo que se obtienen dos resultados: se destaca la información importante y se evoca la organización de un libro de texto, que es el tipo de libro que promociona el catálogo.

## **Beaux Arts (página siguiente)**

Este libro fue diseñado por Studio AS para Beaux Arts. Contiene ejemplos de la obra de doce pintores y escultores. Incluye texto impreso en un llamativo color especial, el naranja fluorescente, sobre una cubierta de cartón gris, junto con unos números de página fluorescentes y en negrita que contrastan fuertemente con el papel blanco. Además, incorpora detrás una página de índice fluorescente, impresa a sangre.

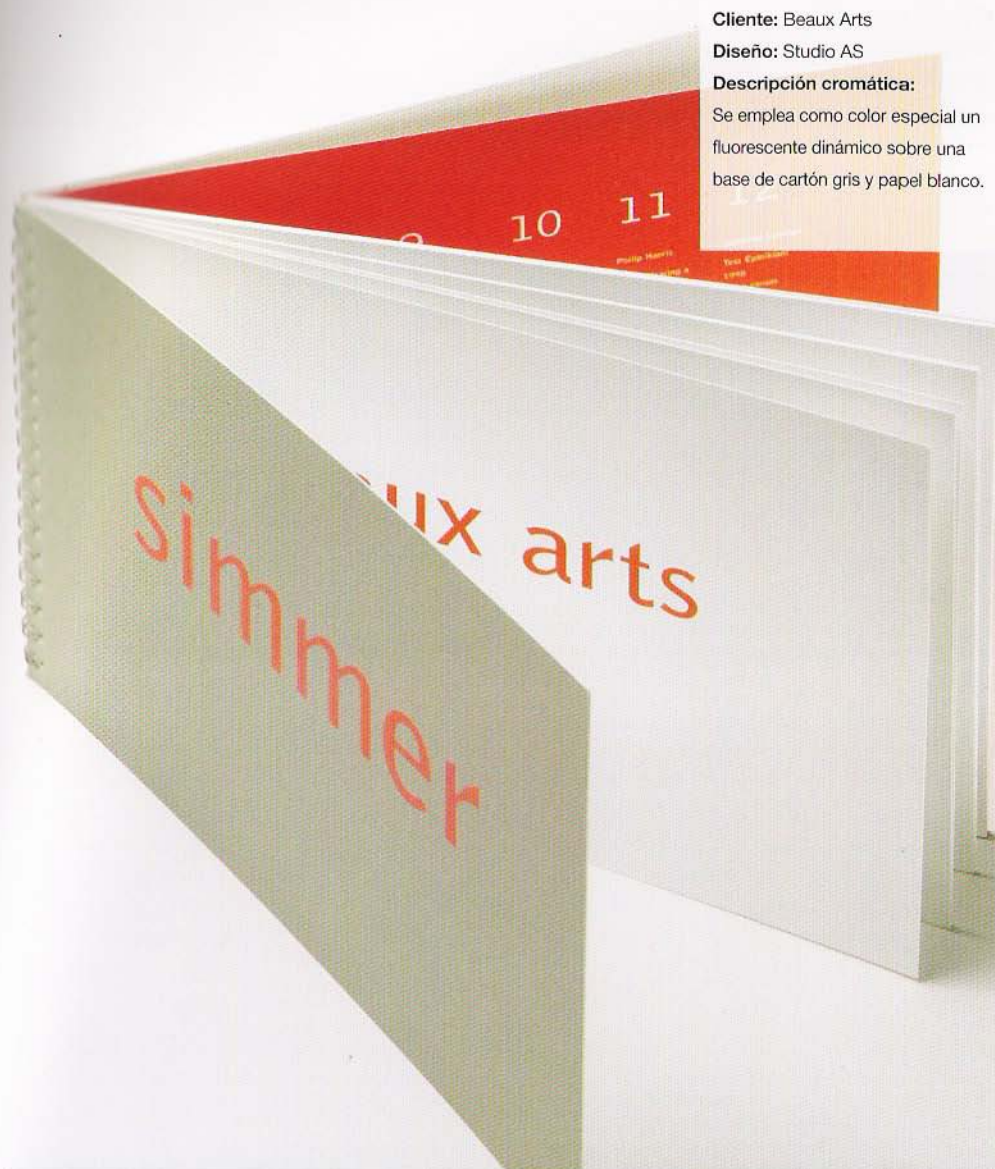
**Cliente:** Fourth Estate

**Diseño:** Rose Design

**Descripción cromática:**

El color especial verde fluorescente se emplea para destacar partes del texto.





**Ciente:** Beaux Arts

**Diseño:** Studio AS

**Descripción cromática:**

Se emplea como color especial un fluorescente dinámico sobre una base de cartón gris y papel blanco.

#### **Color directo**

Color elaborado especialmente, como los fluorescentes, los metálicos o cualquier otro fuera de la gama del sistema CMYK. Los colores del sistema CMYK también pueden aplicarse como directos cuando es imprescindible una reproducción precisa de los colores.

#### **Cartón gris**

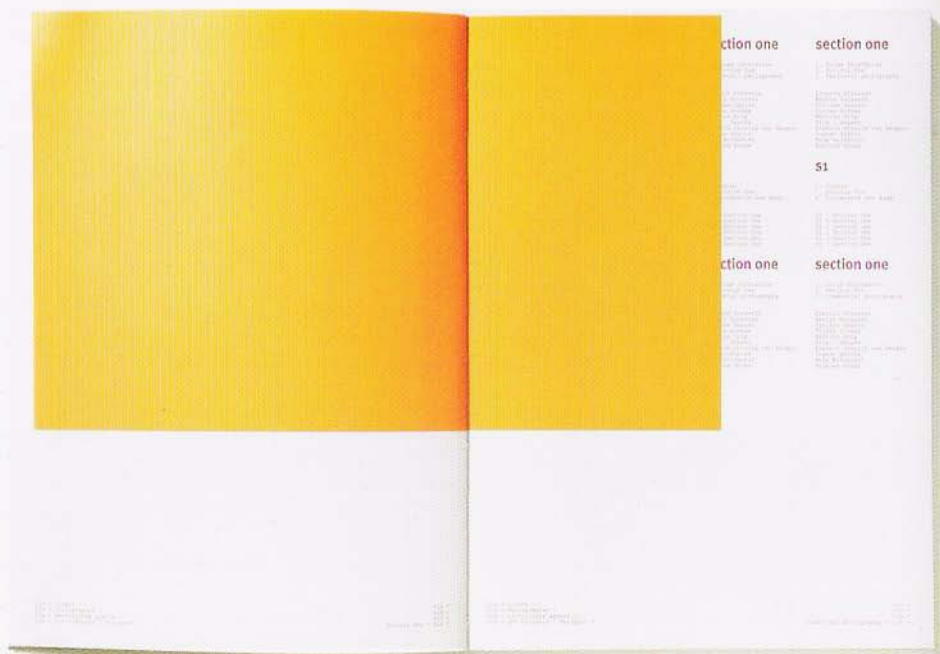
Papel elaborado a partir de fibras recicladas que se emplea en encuadernación, como papel de cubierta y en briks, cajas y otro tipo de envases. El cartón gris puede laminarse con otros tipos de papel.

**Ciente:** Section One

**Diseño:** Solar Initiative

**Descripción cromática:**

Color especial naranja  
fluorescente, controlado por un  
espacio blanco.





Elspeth Diederix  
(Nairobi, 1972)

Gerrit Rietveld Academie,  
Amsterdam (1990 – 1995)  
Bezalel Academy of Fine Arts,  
Jerusalem (1994)  
Rijksakademie van Beeldende  
Kunsten,  
Amsterdam (1998 – 1999)

In her work, Elspeth Diederix often explores the relationship between the individual and the collective, and the role of the artist in society. Her work is characterized by a strong sense of social and political commitment, and a focus on the human condition. Her work is often characterized by a strong sense of social and political commitment, and a focus on the human condition.

Diederix began her career in photography, and her work is characterized by a strong sense of social and political commitment, and a focus on the human condition. Her work is often characterized by a strong sense of social and political commitment, and a focus on the human condition.



Elspeth Diederix  
(Nairobi, 1972)

Gerrit Rietveld Academy,  
Amsterdam (1990 – 1995)  
Bezalel Academy of Fine Arts,  
Jerusalem (1994)  
Royal Academy of Fine Art,  
Amsterdam (1998 – 1999)

In her work, Elspeth Diederix often explores the relationship between the individual and the collective, and the role of the artist in society. Her work is characterized by a strong sense of social and political commitment, and a focus on the human condition. Her work is often characterized by a strong sense of social and political commitment, and a focus on the human condition.

Diederix began her career in photography, and her work is characterized by a strong sense of social and political commitment, and a focus on the human condition. Her work is often characterized by a strong sense of social and political commitment, and a focus on the human condition.

## Section One

Estas páginas pertenecen a un catálogo creado por el estudio de diseño Solar Initiative para Section One, basado en una exposición de la obra de diez jóvenes promesas de la fotografía. Las páginas presentan un color especial, el naranja fluorescente, añadido a los colores de proceso CMYK. El espacio blanco que rodea los bloques naranjas ayuda a evitar que el color especial resulte demasiado chillón en el diseño.

### Colores de proceso

Los primarios sustractivos cian, magenta, amarillo y negro que se emplean en la cuatricromía.

Abajo a la izquierda se muestran los cuatro colores de proceso. Abajo a la derecha se muestran estos cuatro colores impresos sobre una base fluorescente.



## Metálicos

Para embellecer un diseño pueden emplearse efectos metálicos decorativos de dos formas: mediante técnicas de estampado metálico o mediante tintas metálicas. Tanto las tintas metálicas como los estampados metálicos suelen ser muy reflectantes, por lo que añaden un elemento visual llamativo al diseño. Los colores metálicos suelen usarse para dar un toque lujoso.

La técnica de estampado metálico es un proceso de impresión especializado en el que se emplean planchas metálicas grabadas para estampar una lámina fina de metal sobre una superficie. Una vez calentada, la lámina se aplica sobre la superficie con una presión suficiente para que quede adherida a las zonas deseadas.

Las tintas de impresión metálicas se utilizan del mismo modo que las tintas estándar. Están compuestas de pigmentos de cobre, zinc y aluminio y producen colores cobre, plateados y dorados que no pueden reproducirse mediante las tintas convencionales. Suelen aplicarse como un color especial mediante una quinta plancha de impresión. Sin embargo, si el diseño incorpora una paleta de colores limitada, las tintas metálicas pueden aplicarse en la cuarta plancha.

### Five (derecha)

Este folleto fue creado por SEA Design para la productora de televisión británica Five. La cubierta minimalista incluye solamente el logotipo de la empresa, estampado en plateado sobre el cartón gris mate. El plateado refleja la luz y crea una cubierta dinámica y llamativa por su contraste con el papel, además de aportar un contraste de texturas.

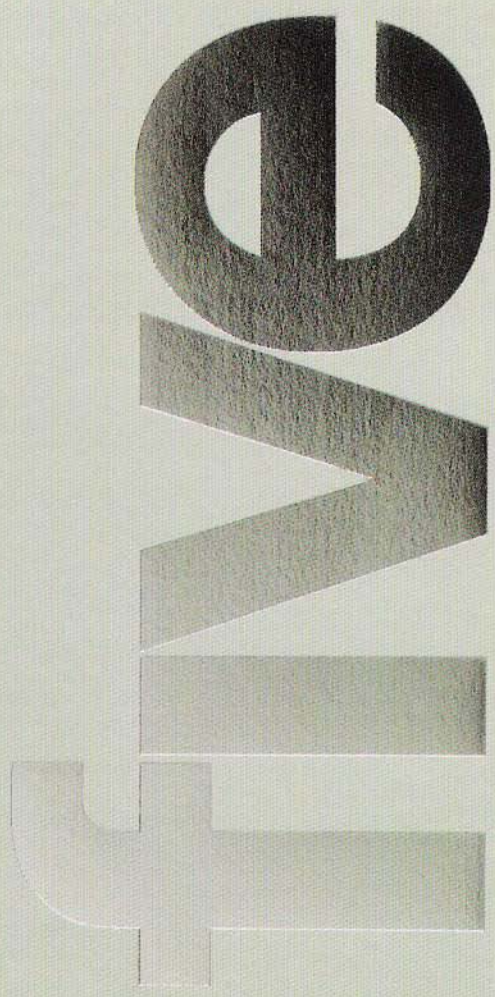


**Ciente:** Five

**Diseño:** SEA Design

**Descripción cromática**

Logotipo estampado en plateado reflectante.



Cliente: Lesley Spencer

Diseño: Segura Inc.

Descripción cromática:

Cartel impreso en cuatricromía.



**AUTHENTIC FLAVORS**  
**LESLEY SPENCER**  
AND THE LATIN CHAMBER POP ENSEMBLE  
**FEATURING FAREED HAQUE**

## El uso del color

**El color puede emplearse de muchas formas en un diseño. Puede destacar información concreta que de otro modo pasaría desapercibida, llamar la atención, provocar compasión, amor u odio en el observador, sugerir feminidad o masculinidad y dar una clave cultural para interpretar y recibir la información. El color ofrece un sinfín de posibilidades al diseñador.**

El uso del color en un diseño suele requerir una planificación meticulosa. Las publicaciones impresas suelen producirse en secciones de 8 o 16 páginas. Si no se imprime en cuatricromía, el uso de los colores suele restringirse a determinadas secciones para minimizar los costes. El esquema de imposición permite al diseñador determinar la distribución del color y la ubicación de los colores o barnices especiales en la publicación impresa.

Existen varios métodos de creación de detalles en color a los que puede recurrir el diseñador para mejorar su trabajo. Van desde el uso de superposiciones, sobreimpresiones, matices y colores especiales hasta el empleo de diferentes tipos de papel y técnicas de acabado, como la impresión de cantos. En este capítulo se muestra cómo utilizar eficazmente el color en los diseños.

### **Authentic (izquierda)**

Este cartel, diseñado por Segura Inc. para Lesley Spencer y el Latin Chamber Pop Ensemble, presenta un arco iris de colores translúcidos que asciende y adopta la forma de un cucurucho de helado, como metáfora visual de los sabores de la música.

## Imposición

La imposición es la organización de las páginas en el orden y la posición en que aparecerán al imprimirse, antes de ser cortadas, dobladas y ajustadas. Junto con la codificación del color, el esquema de imposición sirve para determinar la distribución del color y el uso de diferentes tipos de papel o barnices.

Por razones de economía, los colores especiales no suelen imprimirse en todas las secciones de la publicación, a menos que sean esenciales en el diseño. Normalmente se minimiza el número de secciones en que se imprimirá el color especial para reducir los costes de producción. La planificación de la distribución del color permite al diseñador localizar las páginas que no requieren colores especiales para embellecer el diseño y colocarlas en la sección correcta.

El esquema de imposición también permite al diseñador maximizar el uso de colores especiales en una sección determinada, cambiando las páginas en las que pretendía usarlos en un principio, puesto que en esa sección ya están disponibles esos colores. Por ejemplo, una publicación impresa en secciones de 16 páginas en la que se haya presupuestado el uso de un color especial en una página puede emplear ese mismo color en otras páginas de la sección por un coste adicional menor.

La planificación de la imposición y de los colores es menos crítica en un trabajo que requiera el mismo número de colores en su totalidad, ya que todas las páginas emplean los mismos tonos y, por tanto, no hay ahorro posible.

### Paginación

Ordenación y numeración de las páginas de una publicación.

## El esquema de imposición

El siguiente diagrama ilustra la paginación de este volumen empleando cuatro tipos de papel distintos para variar la reproducción del color y las cualidades táctiles.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32
33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48
49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64
65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80
81	82	83	84	85	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96
97	98	99	100	101	102	103	104	105	106	107	108	109	110	111	112
113	114	115	116	117	118	119	120	121	122	123	124	125	126	127	128
129	130	131	132	133	134	135	136	137	138	139	140	141	142	143	144
145	146	147	148	149	150	151	152	153	154	155	156	157	158	159	160
161	162	163	164	165	166	167	168	169	170	171	172	173	174	175	176

Un esquema de imposición es esencialmente una serie de reproducciones en miniatura de todas las páginas de una publicación. Muestra la disposición del libro y permite al diseñador tomar decisiones sobre la distribución del color, los tipos de papel, etcétera.

Este esquema de imposición muestra que hay ocho páginas (destacadas en verde) impresas con Pantone 802; fíjese en que el uso de este color especial se ha limitado a una sola sección. La sección cuarta (destacada en azul) está impresa en papel satinado, mientras que la sección quinta (destacada en naranja) está impresa en papel mate. La última sección está impresa en papel kraft. Esta página está impresa en papel satinado, por lo que los colores son más vivos que los reproducidos en papel mate.



Los diferentes tipos de papel de este libro hacen que las páginas 64 y 65 tengan unas características de impresión muy diferentes. Los colores impresos en papel satinado (página 64) son más brillantes que los tonos apagados que aparecen en el papel mate (página 65). Hay que tener en cuenta el efecto que tendrá la selección del papel en el producto final.

Cliente: ModoVanGelder

Diseño: Solar Initiative

Descripción cromática:

Colores especiales rojo y verde

incorporados a una publicación

en monotono.

▶ ongestreken papier

Alf één hoeveelheid cyaan, magenta en yellow, ten dele wordt vervangen door een gelijk  
hoeveelheid zwart. Hierdoor wordt dezelfde kleurint van het origineel behouden.

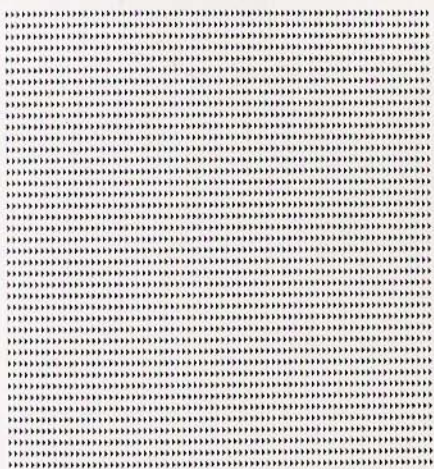
## Aandacht besteden aan de technische eigenschappen van papiersoorten betaalt zich terug.

Het werken met ongestreken papieren biedt nog de mogelijkheid van het aantonen van echt  
vakmanschap. Een zeer goed druk- en bindresultaat vertegenwoordigen zowel een materiaal als  
inmateels meerwaarde voor de ontvanger en de opdrachtgever.

▶ De kracht van eenvoud

hoofddruk 2  
papier  
pag. 19

zwart offset  
papier: losvrij roosendruk



het konijn speelt  
03 februari 2004  
in de tennishof van  
amsterdam

het konijn speelt  
04 februari 2004  
in de tennishof van  
Dierenhof

het konijn speelt  
25 februari 2004  
op de Bult van  
Overhagen

het konijn speelt  
05 februari 2004  
in de la Mer  
Málaga

het konijn speelt  
27 februari 2004  
in Goed Zicht  
Rotterdam

het konijn speelt  
04 februari 2004  
in de Dieren  
Stadrecht

het konijn speelt  
05 februari 2004  
in de Kruis  
Den Haag

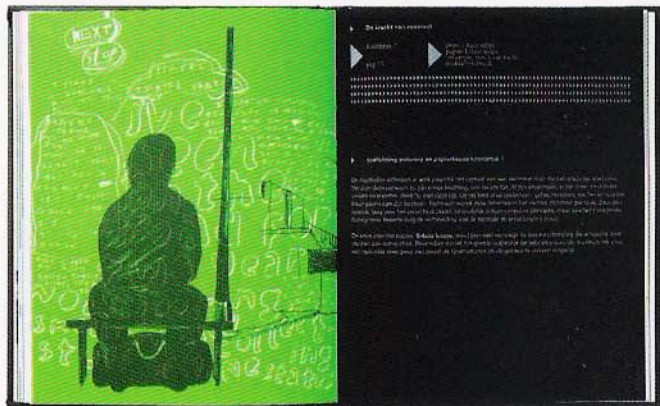
het konijn speelt  
10 februari 2004  
in Hoofdstad  
Zwageningen

het konijn speelt  
11 februari 2004  
in Westland  
Hrode/Vaan

het konijn speelt  
12 februari 2004  
in de City  
Balearen



Las nueve secciones de la publicación de ModoVanGelder incluyen varios tratamientos del color. La primera sección está impresa en negro sobre papel blanco (arriba, izquierda). La segunda está impresa en negro sobre papel crema, con un plateado superpuesto al negro (arriba, derecha). La tercera está impresa en negro sobre papel blanco mate. La cuarta está impresa en rojo y negro con una serie de sobreimpresiones (abajo, izquierda). La quinta está impresa a dos colores con un barnizado adicional. La sexta está impresa con una serie de negros. La séptima está impresa con un color especial verde fluorescente (abajo, derecha). La octava contiene una serie de serigrafías. Por último, la novena vuelve a estar impresa en negro sobre blanco.



## ModoVanGelder

Este libro fue creado por el estudio de diseño Solar Initiative para la empresa papelera holandesa ModoVanGelder. Cada una de las nueve secciones de ocho páginas del libro emplea diferentes papeles y técnicas de impresión, pero mantiene una combinación de dos colores en todo momento: negro con otro color o lacado. La restricción del uso del color simplifica la presentación, que permite que destaquen los diferentes tratamientos.

### Monotono

Un solo color aplicado a una imagen, a determinadas secciones o a toda una publicación. El uso de monotonos puede aportar una dinámica visual interesante o transmitir una sensación de monotonía y reiteración.

**Ciente:** Fundació  
Gala-Salvador Dalí

**Diseño:** Bis

**Descripción cromática:**

La mezcla de tipos de papel y la  
imposición aleatoria de los colores  
crea un efecto ecléctico.



El primer capítulo del libro trata sobre el arte de Dalí y su relación con el surrealismo. El autor describe cómo Dalí utilizó el lenguaje del arte para expresar sus ideas y sentimientos. El texto es claro y conciso, facilitando la comprensión del lector.

El segundo capítulo se centra en el análisis de las obras de Dalí, explorando los temas recurrentes y los estilos utilizados. El autor proporciona ejemplos de obras y explica cómo se relacionan con el movimiento surrealista.

El tercer capítulo trata sobre el legado de Dalí en el mundo del arte y la cultura. El autor discute cómo su obra ha influido en otros artistas y cómo se ha mantenido relevante a lo largo de los años.

El cuarto capítulo se dedica a un estudio de las técnicas de Dalí, como el uso del collage y el automatismo. El autor describe cómo Dalí combinó diferentes medios para crear obras únicas y sorprendentes.

El quinto capítulo trata sobre el impacto de Dalí en la cultura popular y el cine. El autor explica cómo su obra ha sido adaptada a películas y cómo ha influenciado la moda y el diseño.



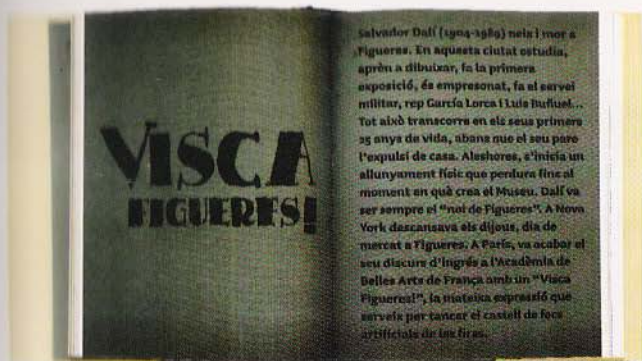
De este modo se añade brillo a las  
imágenes reproducidas en  
cuatricromía.



La tipografía mantiene un aspecto  
nítido y legible.

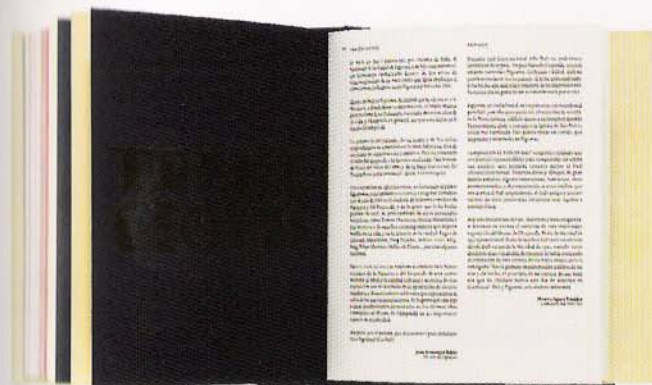
Color El uso del color



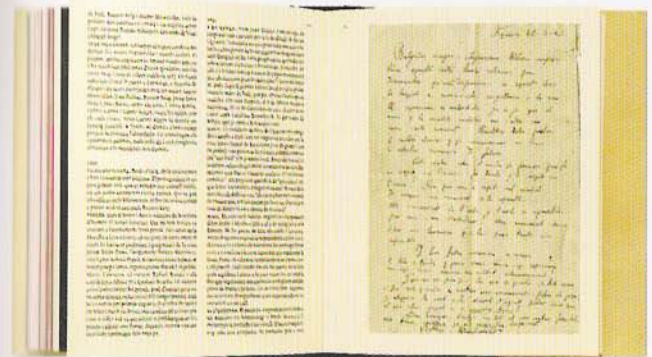


## El País de Dalí

Este libro emplea varios de tipos de papel, imposiciones de color aleatorias y diferentes tratamientos tipográficos para crear un diseño ecléctico. La reproducción del contenido sobre papel mate recuerda un álbum de recortes, una sensación potenciada por la inclusión de un tipo caligráfico.



Los capítulos posteriores del libro están impresos en una serie de papeles de colores. En el papel gris (izquierda) los títulos están en azul y el texto principal en negro. Esta secuencia de colores se invierte al imprimir sobre el papel crema (abajo).



El papel crema y la reproducción de imágenes en escala de grises sirven para normalizar la presentación del material de archivo.

### **Distribución del color**

Existen varias formas de planificar la incorporación del color en una publicación impresa. Lo más habitual es establecer el uso del color en toda la publicación (en lugar de centrarse en páginas concretas) en la fase de planificación. A este fin se realiza un esquema de imposición y de distribución del color que muestra qué páginas se imprimirán con los diferentes colores. Por ejemplo, las páginas 33, 36-37, 40-41, 44-45 y 48 de este libro están impresas con tinta fluorescente, algo que se detalló en nuestro esquema de imposición durante la fase de planificación y el proceso de diseño.

El tipo de papel influye sobre la reproducción del color. El color del papel seleccionado, su absorción de la tinta, sus cualidades como superficie y otros aspectos afectarán los colores del producto final.

La distribución del color de una publicación impresa está supeditado a varias limitaciones a las que debe adaptarse el diseñador en la fase de planificación del proyecto.

#### **Photonica (derecha y página siguiente)**

Este catálogo de la distribuidora de imágenes Photonica fue creado por el estudio de diseño Browns y se basa en los principios del sistema cromático RGB. El catálogo presenta matices rojos, verdes y azules de las diferentes imágenes, que se emplean para crear una serie de páginas que recorren de forma fluida el espectro cromático.

**Cliente:** Photonica

**Diseño:** Browns

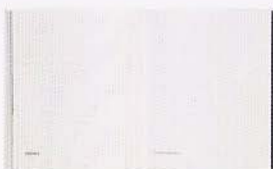
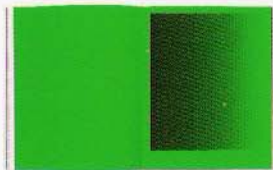
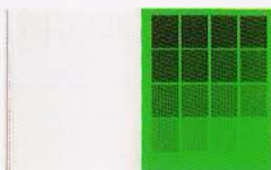
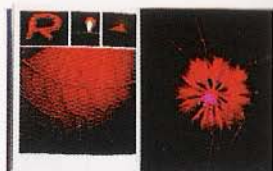
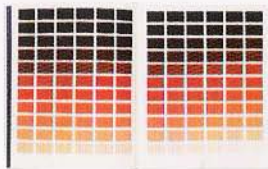
**Descripción cromática:**

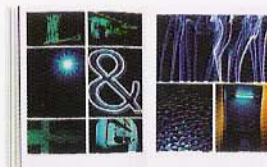
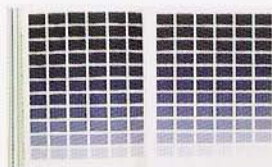
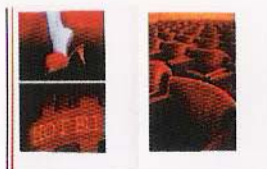
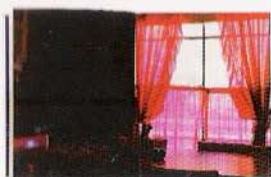
A lo largo del libro, el contenido de las páginas pasa del rojo al verde y al azul para reflejar el sistema RGB.

YOU'VE JUST OPENED THE  
BOOK THAT'S THE GUIDE  
ONE. FIRSTLY, A GUIDE  
LIKE WHAT YOU SEE,  
WEBSITE AT WWW.PHONICA.COM  
WHERE YOU WILL FIND MORE  
BY EMINENT PHOTOGRAPHERS  
TO STIMULATE YOUR CULTURAL  
AND COMMERCIAL WITH IMAGES  
A SWATCHBOOK IN ORDER OF COLOUR  
ARRANGED IN ORDER OF COLOUR  
AND SATURATED EACH COLOUR LEADS  
SCRAPBOOK. EACH COLOUR LEADS  
INTO SIXTEEN PAGES FOR YOU  
TO WORK IN. WRITE IN, SCRIBBLE  
IN AND STICK STUFF IN.

**Distribución del color**

Determinación de las páginas de la publicación, representadas en el esquema de imposición, que recibirán un color especial o un barniz, o que se imprimirán en un tipo de papel distinto.





Estas páginas del catálogo de Photonica muestran la presentación de las imágenes en franjas de color rojo, verde y azul. Los diagramas de tonalidades se emplean para separar los capítulos y anuncian qué colores se presentarán en la siguiente secuencia. Las imágenes empleadas presentan objetos del color correspondiente al capítulo al que pertenecen, pero se han teñido o manipulado para adaptarlas al mismo.

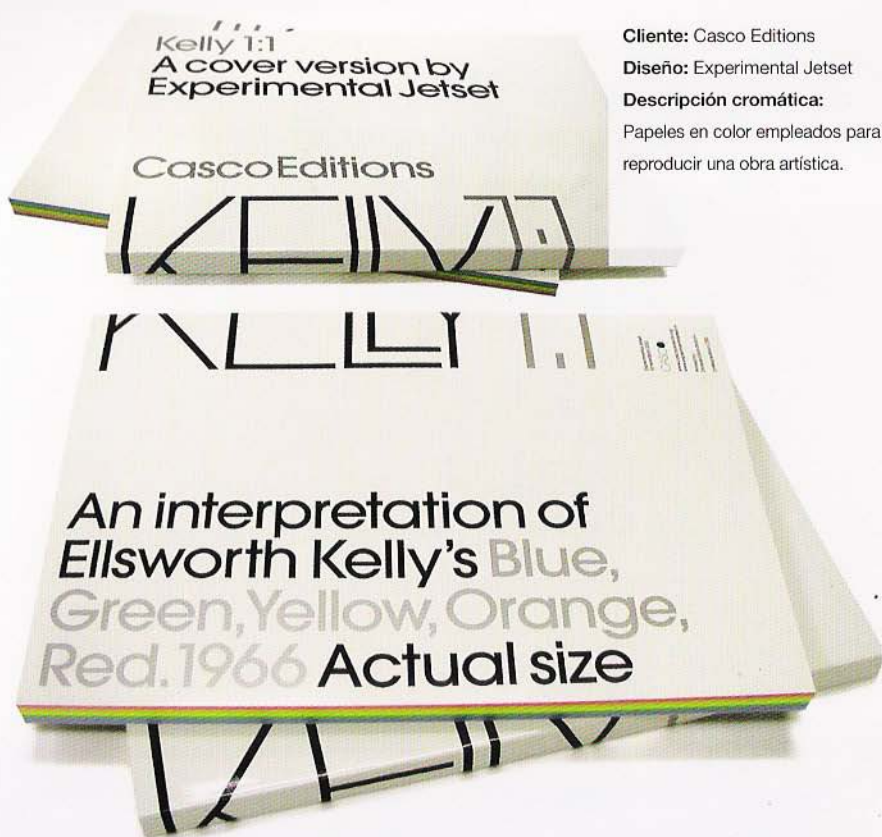
## Tipos de papel

**El uso de diferentes tipos de papel de color es un método a menudo olvidado que añade color a los diseños, especialmente a los que de otro modo serían monocromáticos.**

Existen papeles en numerosos colores que ofrecen al diseñador una gran versatilidad y el potencial creativo de combinarlos. Al imprimirse, todos estos papeles, salvo los de colores más oscuros, mantienen la legibilidad del texto.

La selección del papel puede afectar radicalmente a la reproducción del color. Algunos papeles son muy absorbentes y producen colores apagados, mientras que otros tienen tratamientos concebidos para una mayor calidad en la reproducción del color. En este libro se emplea papel satinado, offset y kraft, y cada uno de ellos reproduce los colores con resultados diferentes. La siguiente tabla indica la idoneidad de cada tipo de papel para la impresión en color.

Tipo de papel	Características	Reproducción del color	Uso
Offset	Alta absorbencia, por lo que cuesta reproducir imágenes en color de alta definición.	Buena, pero limitada si se quieren imprimir imágenes con mucha definición.	Revistas
Mate	Papel estucado con una superficie mate	Excelente, colores planos con bajo destello. Ideal para imágenes fotorrealistas	Revistas, folletos, prospectos, catálogos
Satinado	Más estucado que el mate, pero menos que el cuché	Excelente, bajo destello, ideal para imágenes fotorrealistas	Revistas, folletos, prospectos
Cuché	Papel estucado con una superficie lisa y de alto brillo	Excelente, ideal para reproducir colores brillantes	Folletos, el más empleado en revistas
Estucado de alto brillo	Papel de mucho gramaje revestido con partículas minerales. Cuando aún está mojado, se prensa con un rodillo metálico, pulido, caliente, que le da un acabado de alto brillo, normalmente por un lado de la hoja.	Excelente reproducción del color	Revistas, folletos, prospectos
Papel de calco	Papel translúcido con poco espacio entre las fibras. Baja absorción de la tinta y difícil de imprimir	Posible, pero limitada	Proyectos especiales
Papel tisú	Papel fino y muy absorbente	Inadecuado	No aplicable

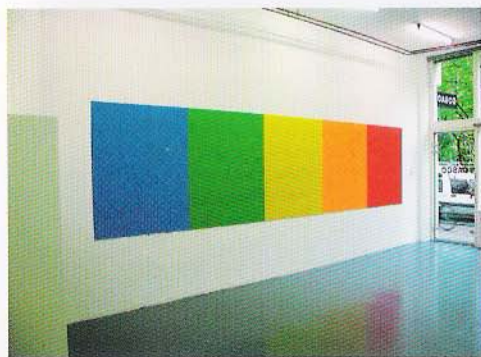


**Ciente:** Casco Editions

**Diseño:** Experimental Jetset

**Descripción cromática:**

Papeles en color empleados para reproducir una obra artística.



### Ellsworth Kelly

Este libro, creado por Experimental Jetset, está concebido específicamente para presentar una interpretación de la obra *Blue, Green, Yellow, Orange* ("Azul, verde, amarillo, naranja") de la artista minimalista americana Ellsworth Kelly. La obra de Kelly consta de cinco paneles monocromos: tres son de colores primarios y los otros dos de sus colores intermedios, el verde y el naranja. El libro contiene una réplica a escala natural del cuadro, que se reproduce mediante diferentes papeles de colores encuadernados en un solo volumen.

**Ciente:** GF Smith

**Diseño:** SEA Design

**Descripción cromática:**

La impresión del canto y los múltiples papeles de colores crean un efecto gráfico.







### Folleto (arriba) e invitación (izquierda) de Colorplan

Se trata de un libro promocional producido por SEA Design para el lanzamiento de la gama de papeles de color Colorplan de GF Smith. Contiene los 52 papeles de color disponibles en la gama. El canto del libro muestra el logotipo tipográfico de Colorplan en negativo (véase la pág. 70), dejando ver los colores del papel. Gracias a esta técnica de impresión, el logotipo y los papeles de colores se combinan creando un efecto de arco iris. Al abrir el libro, los diferentes papeles de colores generan un efecto de espectro cromático. La portada presenta un estampado plateado (véase la pág. 69) del mismo logotipo.

La invitación a la presentación se produjo con múltiples hojas de diferentes colores, unidas para formar varias combinaciones cromáticas armoniosas.

#### Impresión del canto

La impresión del canto se realiza con una máquina especial que normalmente se usa para dorar o platear los cantos de las páginas. Este procedimiento servía en un principio para proteger las páginas de los libros, pero actualmente la técnica se emplea para teñir las páginas de las publicaciones del mismo color que la cubierta, o para conseguir efectos decorativos.

**Ciente:** Paul Smith

**Diseño:** Aboud Sodano

**Descripción cromática:**

El color vivo de la portadilla se atenúa con papel de calco.

*decora  
these  
ties!*



*Paul Smith*



### Paul Smith

Este material fue creado por Aboud Sodano para la marca de moda Paul Smith. Contiene una guarda con un fondo de rojo vivo en la que se intercalan formas blancas. El color vivo se atenúa con una hoja de papel de calco en la que se han impreso a todo color varias imágenes de las prendas y accesorios que se presentan.

Cliente: Zanders

Diseño: Roundel

Descripción cromática:

Papeles de colores empleados como elementos clave del diseño.

bewegen  
kombinieren  
hinzufügen  
ändern  
focussieren  
hervorheben  
verstecken  
enthüllen

Licht ist Farbe, eingefangen von ZANDERS Spectral.

Mit Licht spielen, seine Farben entdecken, von intensiv über pastell, hin zu weiß. Licht zum Anlassen, mit transparentem Reflex und changierender Wirkung. Licht das Schatten oder neues Licht wirft.

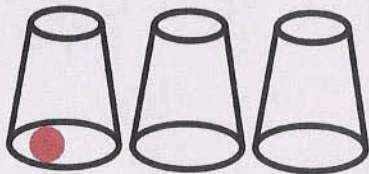
Licht zum Bedrucken in 100 und 200 g/m<sup>2</sup>, in 18 Stufen des Farbspektrums. Mit passenden Briefhüllen in DL, C5 und quadratisch (160 x 160 mm). Dieses Farbsortiment umschließt das Licht.

ZANDERS Spectral  
The colour of light



bewegen

hinzufügen  
focussieren  
hervorheben  
enthüllen



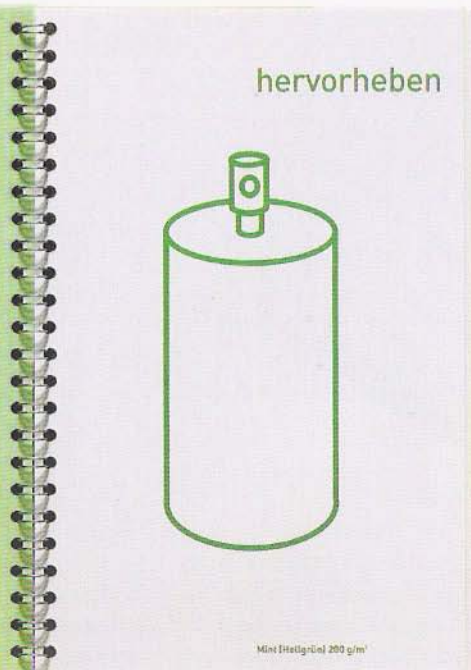
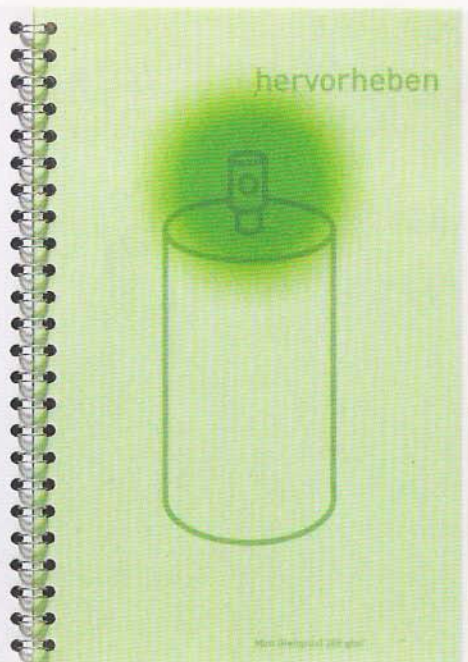
Cherry (Roll 200 g/m<sup>2</sup>)

## Zanders

Este folleto fue creado para el fabricante de papel Zanders por el estudio de diseño Roundel, y se basa en la idea de que "tú puedes". Demuestra los diferentes resultados que se pueden obtener empleando los papeles coloreados y semitransparentes de la gama espectral de Zanders.

La página izquierda muestra el uso de un papel rojo específicamente para oscurecer un objeto rojo, mientras que en la página derecha se ve cómo un papel verde añade movimiento al esbozo de un spray de pintura. Este proyecto ilustra que la incorporación del color en un diseño no se limita a la impresión, sino que también puede intervenir en la selección del papel.

El folleto se distribuyó a una serie de clientes europeos, por lo que se imprimieron varias ediciones en lenguas diferentes. Cada edición se imprimió con una plancha negra diferente que contenía los elementos específicos de cada lengua, pero usando colores comunes.



## Detalles en color

El color puede ser eficaz para mejorar un diseño porque capta la atención del observador. Pueden añadirse detalles en color en el formato o en las especificaciones técnicas de las publicaciones.



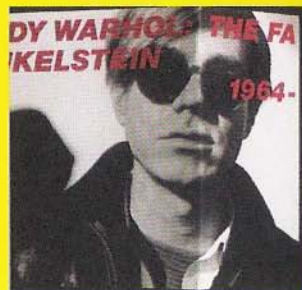
### Cabezadas

Las cabezadas son cintas de tela decorativas, a menudo coloreadas, que protegen los extremos superior e inferior del lomo.



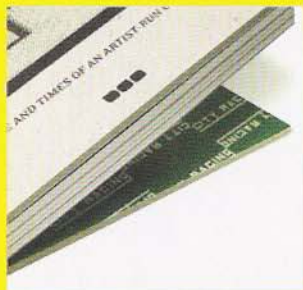
### Impresión del canto

Históricamente, los cantos de las páginas se imprimían en dorado o plateado para proteger las obras importantes. Actualmente pueden imprimirse en una gran variedad de colores decorativos.



### Solapas

Son las extensiones de la cubierta que a menudo dan un aire más importante al libro. Las solapas permiten incluir muchos detalles en color.



### Guardas

Suelen emplearse papeles coloreados o impresos para las hojas que se encuentran al principio y al final del libro, pegadas a la cubierta y contracubierta, llamadas guardas.



### Tipos de papel

La impresión de los capítulos en diferentes tipos de papel coloreado el canto del libro. Los diferentes tipos de papel pueden servir como índice visual que facilite al lector el acceso a cada capítulo.



### Fajas

Las fajas son bandas de papel o de material plástico que envuelven el libro por su parte media. Pueden colorearse para llamar la atención sobre alguna información importante.

**Cliente:** Black Dog Publishing  
**Diseño:** Studio Myerscough  
**Descripción cromática:**  
La impresión del canto crea un efecto de homogeneidad con el color de la cubierta.

MAK ARCHITECTS

### **MAK Architects**

Este libro, creado por Studio Myerscough para la editorial Black Dog Publishing, tiene impresos los cantos de las páginas perfectamente encuadernadas, lo que crea una homogeneidad con el color de la cubierta. Unido a la tipografía exigua, este efecto transforma el libro en un objeto sólido.

**Cliente:** Syn records

**Diseño:** North

**Descripción cromática:**

Dibujos en estampados metálicos de diferentes colores sobre un fondo pastel.



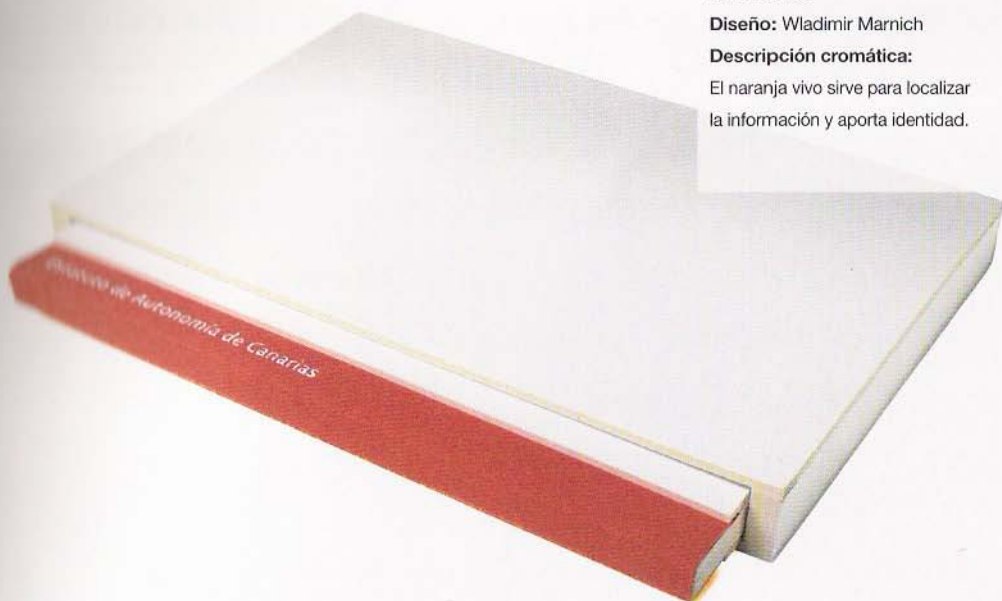


**Ciente:** Parlamento y Gobierno de Canarias

**Diseño:** Wladimir Marnich

**Descripción cromática:**

El naranja vivo sirve para localizar la información y aporta identidad.



### **Estatuto de las Islas Canarias (arriba)**

Esta publicación, de edición limitada, fue creada por Wladimir Marnich para conmemorar el vigésimo aniversario del Estatuto de Autonomía de las Islas Canarias. El naranja se utiliza para aportar un detalle de color a las hojas de separación, las cabeceras y la encuadernación, y para colorear la páginas desplegadas interiores. El uso del color también ayuda al lector a localizar la información y aporta identidad.

### **Lovely World (izquierda)**

Esta ilustración fue producida por el estudio de diseño North para el single *Lovely World* de la cantante japonesa Norico, bajo el sello discográfico Syn Records. Las mariposas, que representan el "mundo encantador" al que se refiere el título en inglés, están trazadas con líneas aumentadas mediante estampados metálicos de diferentes colores, sobre un fondo de color lavanda.

#### **Estampado metalizado**

Técnica de impresión en la que se presiona una lámina metalizada o cinta de color sobre un sustrato, y se aplica calor y presión.

### Capas de color

Existen tres técnicas para combinar o distribuir por capas los elementos del primer plano y del fondo, por ejemplo, el texto y las imágenes: la superposición, el negativo y la sobreimpresión. Estas técnicas pueden emplearse para optimizar el aspecto visual y la claridad en puntos donde se superponen los elementos, o bien para producir interesantes efectos gráficos.

#### Superposición

La impresión de dos elementos con matices del mismo color, uno encima de otro.

#### Negativo

Espacio en el color de fondo que deja un espacio blanco en forma de diseños, caracteres o letras.

#### Sobreimpresión

La impresión de dos elementos uno encima de otro; normalmente se imprime un color más oscuro sobre otro más claro.



Superposición

Negativo

Sobreimpresión

#### Metis-Urban Cartographies (derecha)

Este libro es una producción de Gavin Ambrose para Black Dog Publishing que combina tipografía superpuesta y en negativo en las hojas de separación de cada capítulo. En este caso, la superposición tiene un matiz más claro que el color sólido, mientras que el negativo destaca por la ausencia de color.

En las páginas de separación aparecen los títulos de los cinco capítulos para que el lector sepa dónde están dentro del libro. De este modo, las superposiciones y negativos facilitan la localización de la información.

**Ciente:** Black Dog Publishing

**Diseño:** Gavin Ambrose

**Descripción cromática:**

Uso de superposiciones y negativos en las hojas de separación.

met  
urba  
cart  
Mio

Longitude and Longitude Resolved  
Basin - Manchester  
Urbanism - Verona  
Micro Urbanism - Ottawa  
Cabinet of the City - Rome

micro urbanism

## Matices

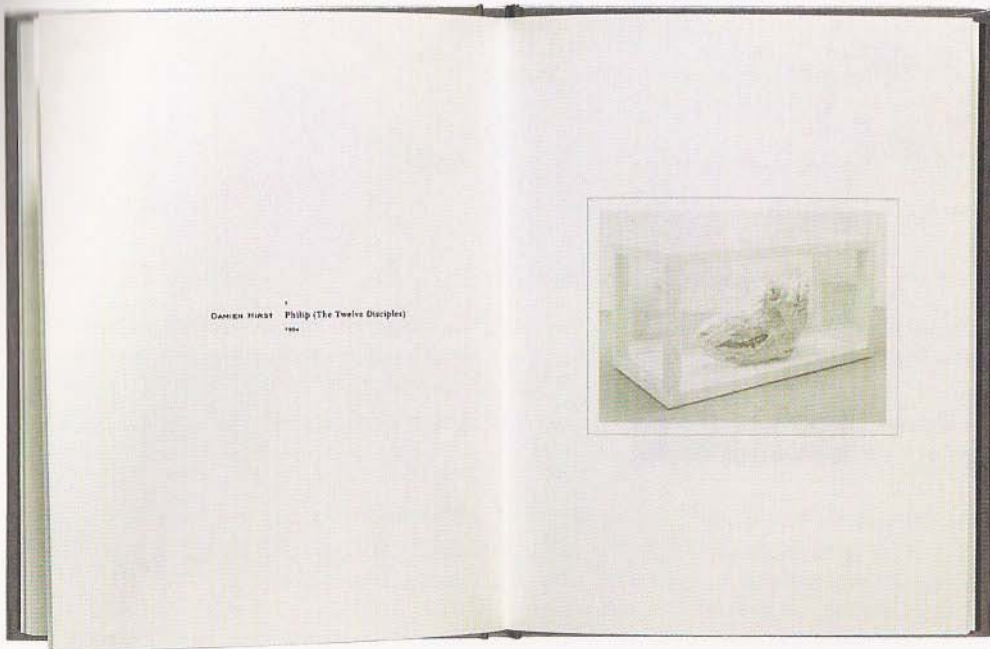
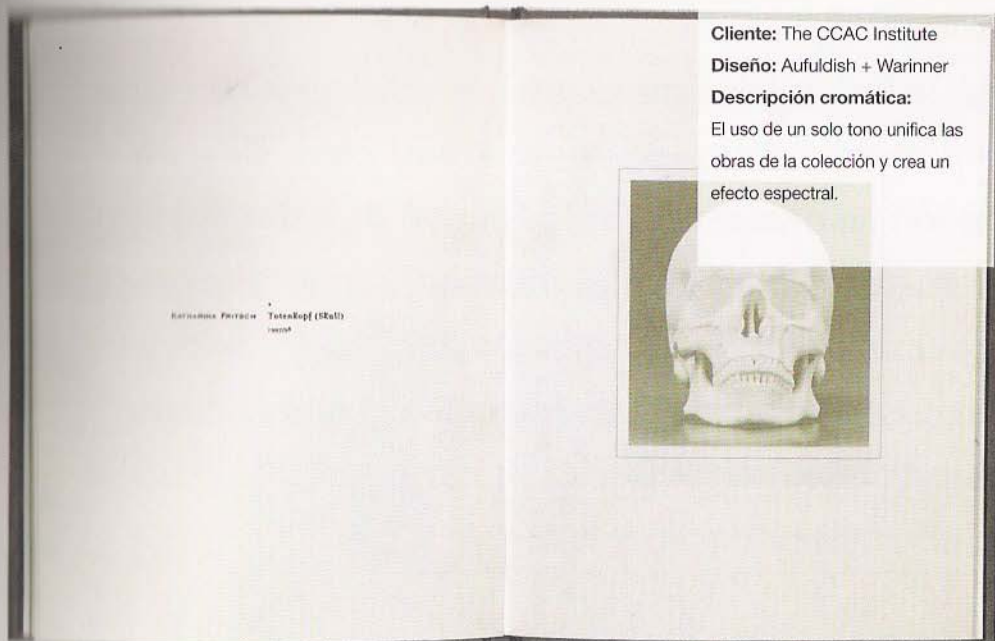
La reproducción del color se obtiene mediante la combinación de los tres colores de la tricromía, el cian, el magenta y el amarillo, normalmente en incrementos del 10%. A partir de estos tres colores pueden obtenerse 1.330 matices, y muchos más (casi 15.000) incorporando el negro.

Los dos grupos de barras de colores muestran incrementos del 10% de cada uno de los tres colores de proceso. Generalmente, los matices de colores más fuertes son más distinguibles, incluso en concentraciones menores, que los de colores más claros. Esta distinción se ve afectada por los colores circundantes del diseño, y también por el color del papel sobre el que se imprima. Como se observa, la barra amarilla se funde en el color de la página en concentraciones elevadas; y, en cambio, es visible a concentraciones menores.



### **A Contemporary Cabinet of Curiosities: Selections from the Vicki and Kent Logan Collection (derecha)**

*A Contemporary Cabinet of Curiosities: Selections from the Vicki and Kent Logan Collection* (Una moderna vitrina de curiosidades: selecciones de la colección de Vicki y Kent Logan) es un libro producido por el estudio de diseño Aufuldish + Warinner para el Californian College of Arts and Crafts (Escuela Superior de Artes y Oficios de California). En él se reproducen obras de diferentes artistas en un único matiz gris cálido que crea reproducciones tenues y espectrales de las imágenes originales. La aplicación del mismo tratamiento cromático a todas las imágenes unifica las obras como una sola colección.



## Sobreimpresión

La sobreimpresión es una técnica que consiste en imprimir un elemento sobre otro. De este modo se crean múltiples capas de información y se aporta textura al diseño. La sobreimpresión de diferentes tintas genera diferentes colores; a menudo, para preservar las características del diseño, se requerirá el reventado de la tinta o el calado de colores.



El reventado de la tinta se refiere al solapamiento de partes de objetos coloreados para evitar un registro incorrecto en la imprenta. El proceso es necesario porque los puntos de semitonos que forman las imágenes impresas son de diferentes tamaños y están dispuestos en ángulos diferentes. Si los elementos coloreados se solapan, se evita la aparición de puntos blancos en el lugar donde coinciden.

Un calado es un hueco que se deja en la capa de tinta del fondo para que las imágenes impresas encima (solapadas) no sufran una modificación del color por la otra tinta. El color del fondo se suprime de la zona sobre la que se imprime el otro color.



Estos cuatro cuadrados muestran el comportamiento de las tintas de impresión clásicas de la cuatricromía, cyan (C) magenta (M), amarilla (Y) y negra (K) al reproducirse por separado.



Aquí se imprimen los cuatro colores por orden, del cyan al negro, pero "sobreimpresos", el uno sobre el otro.



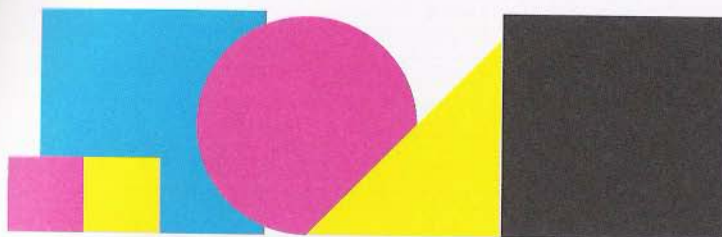
Cuando los bloques se imprimen como color sólido, como aquí, el resultado es un color muy rico y sin puntos de semitonos. En este caso, el magenta se imprime sobre el cyan para crear un azul oscuro intenso.



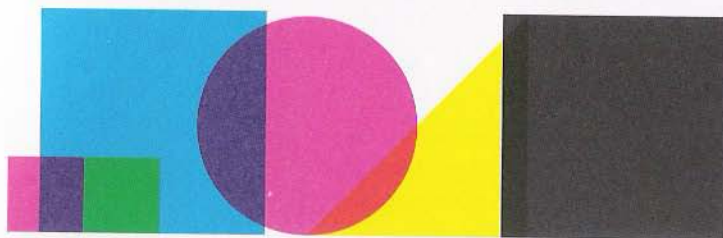
La sobreimpresión del amarillo sobre el magenta y el cyan produce un negro intenso, mucho más oscuro que la tinta negra.



El negro más oscuro, el de cuatricromía, se obtiene sobreimprimiendo los cuatro colores, uno encima del otro.



Todos los colores se ponen a cero para crear un calado, es decir, para que no se imprimen las intersecciones entre las figuras.



Al sobreimprimir todos los colores en el orden CMYK se crean colores adicionales en los puntos donde se superponen las figuras.







**Ciente:** Gobierno del Estado de Victoria (Australia)

**Diseño:** 3 Deep Design

**Descripción cromática:**

Impresión por capas que da una mayor profundidad a la superposición de colores.

### The State of Design

Este proyecto es una producción de 3 Deep Design para el Gobierno del Estado de Victoria, Australia. La combinación de tipografía en color y la marca de círculos de colores entrelazados se crearon para satisfacer una serie de especificidades del diseño, determinadas por los requisitos de la impresión y la visualización en medios electrónicos. Los círculos de colores de la marca (abajo) y el diseño (arriba) emplean un efecto de impresión por capas que combina los colores pálidos de cada uno de los círculos para crear colores más intensos allí donde se solapan.



**Cliente:** CBK Dordrecht  
**Diseño:** Solar Initiative  
**Descripción cromática:**  
Calados y sobreimpresiones de tintas de color para generar efectos visuales.



## Proeftuin

Este catálogo fue creado por Solar Initiative para el centro de arte holandés CBK Dordrecht. Incluye varios calados y sobreimpresiones para obtener efectos visuales concretos. La doble página superior tiene un calado amarillo. La siguiente también tiene un calado amarillo, aunque da la impresión de que se ha sobreimpreso. La doble página inferior (ampliada en la página anterior) tiene una sobreimpresión de cian y magenta en la página izquierda. Asimismo, el catálogo presenta una sobreimpresión de cian y amarillo en el margen interior.

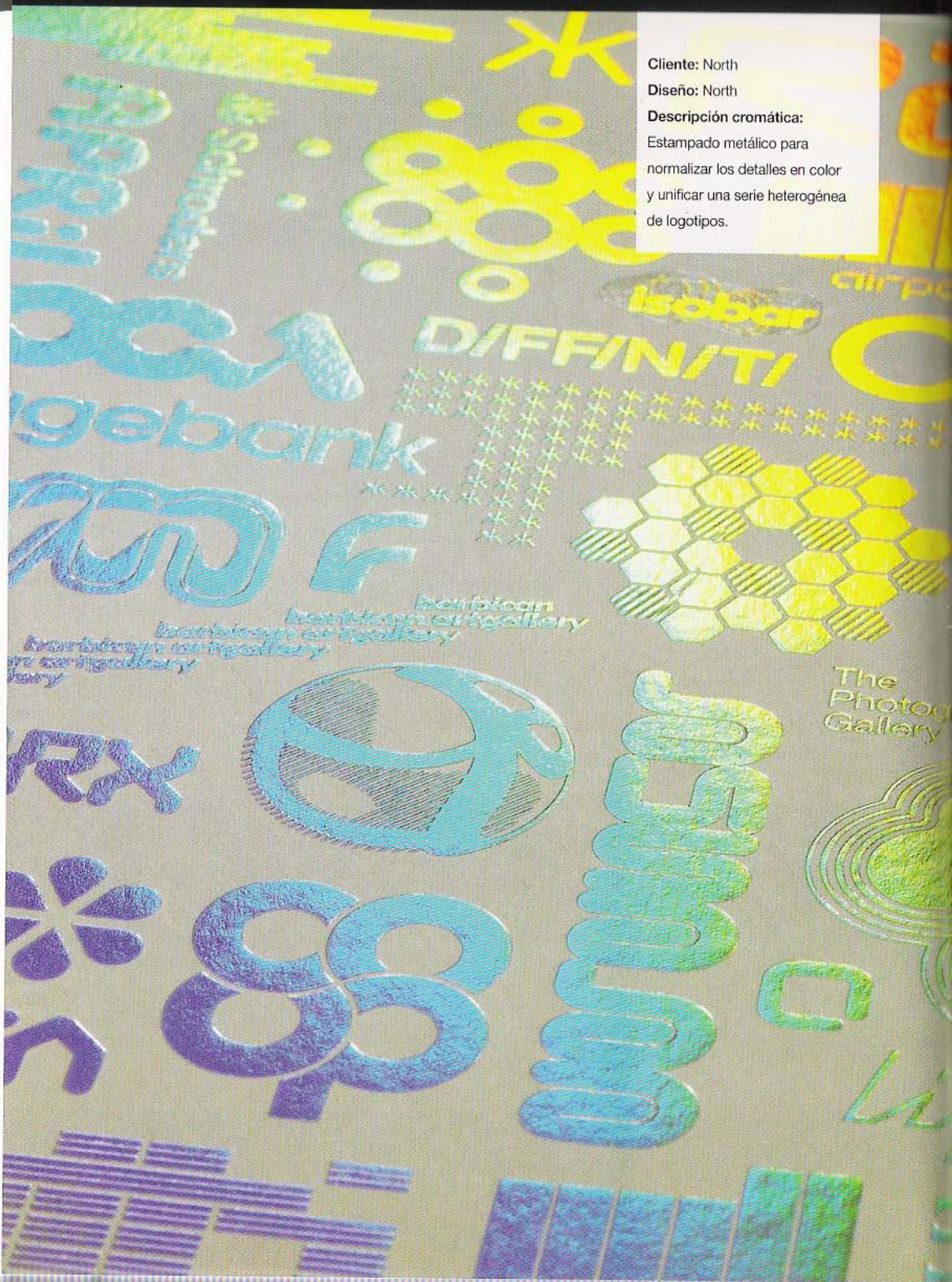


Ciente: North

Diseño: North

Descripción cromática:

Estampado metálico para normalizar los detalles en color y unificar una serie heterogénea de logotipos.



## Técnicas

Hasta ahora hemos tratado de la selección, clasificación y reproducción de los colores. Sin embargo, el color no sólo se utiliza por sus valores culturales o simbólicos, sino que a menudo se aplica para embellecer diferentes componentes, homogeneizar un conjunto de imágenes dispares u otorgar una jerarquía a los elementos textuales de los diseños. El conocimiento de algunas de las técnicas de coloreado básicas, como los tonos, el contraste, los degradados, la manipulación y la jerarquía, permite al diseñador incorporar una cohesión y una estructura inteligente al diseño que de otro modo no tendría.

En este capítulo examinamos algunos de los múltiples sistemas de coloreado de imágenes y texto para producir resultados más vistosos, significativos y coherentes. La capacidad de manipular los elementos del diseño mediante el color permite al diseñador transmitir mejor el mensaje deseado.

### **North Mailer (izquierda)**

Se trata de un material publicitario creado por el estudio de diseño North para su propia promoción. Presenta un diseño en estampado metálico e incorpora una selección de logotipos creados por North para sus numerosos clientes. Los logotipos fueron diseñados originalmente en colores distintos a los mostrados, pero en este proyecto se han unificado y normalizado mediante estampado metálico y detalles en color para que ninguno destaque sobre el resto.

## Coloreado de imágenes

Los diseñadores pueden colorear las imágenes mediante bitonos, filtros y otras técnicas.

El coloreado de las imágenes puede dar espectacularidad al diseño o sugerir un estilo determinado, en ocasiones modificándolo radicalmente acentuando o atenuando detalles específicos, como en este ejemplo.



**Cliente:** Caveri / You Young

**Diseño:** Studio KA

**Descripción cromática:**

Imágenes de colores intensos y planos que producen un efecto fresco y dinámico.



### **You Young (arriba e izquierda)**

Este folleto fue producido por el estudio de diseño Studio KA para la marca You Young del diseñador de moda italiano Enrico Coveri. Una mezcla de fotografías, imágenes tratadas, ilustraciones a trazos y zonas de color plano crean escenas urbanas hiperrealistas, con un aire casi de cómic. Las imágenes están impresas en papel de alto brillo para mantener la intensidad de los colores, y algunos elementos, como el pelo de la chica, están destacados en naranja fluorescente. El efecto global es fresco y dinámico, concebido especialmente para atraer a las chicas.

## Imágenes tonales

Una imagen tonal puede compararse a una fotografía en blanco y negro en la que los tonos blancos se han sustituido por uno o más colores. Normalmente se sustituye uno de los colores de proceso, pero puede emplearse cualquiera. Un bitono es una imagen tonal a dos colores.

El uso de tonos da uniformidad a las distintas imágenes, ya que todos los detalles coloreados se reproducen en matices de un solo color que se aplica globalmente. De este modo se simplifica el trabajo de impresión al reducirse el número de colores que se han de imprimir.



De izquierda a derecha: la imagen original en blanco y negro; un bitono en negro y cian en cantidades iguales genera una imagen equilibrada; bitono en negro y magenta; bitono coloreado con cian sólido para crear una imagen más gráfica; bitono en negro y magenta en cantidades iguales; bitono coloreado con magenta.



En la parte superior izquierda aparece la imagen original, y a su derecha una versión en tonos sepia. A continuación aparecen versiones más claras y oscuras de la imagen en sepia, creadas ajustando los valores del brillo. Las cuatro últimas versiones de la imagen (en la fila inferior) se han coloreado con granate, verde, púrpura y amarillo.





**Ciente:** The California College of the Arts

**Diseño:** Aufuldish + Warinner

**Descripción cromática:**

Imágenes bitonales que aportan profundidad cromática reduciendo costes.

### California College of the Arts

Esta serie de prospectos fueron producidos por Aufuldish + Warinner para el California College of Arts (Escuela Superior de Arte de California). Los prospectos están impresos a dos colores e incorporan imágenes bitonales. El tratamiento bitonal les da más profundidad cromática y reduce los costes de producción limitando la gama de colores usados.

## Manipulación del color

El aspecto de las imágenes puede modificarse mediante una serie limitada de controles, que van desde sutiles ajustes de color hasta intervenciones gráficas más llamativas.



### Niveles

Los niveles corresponden a la distribución de los tonos en el área de la imagen. Pueden ajustarse para seleccionar con precisión los puntos más claros y oscuros. Los niveles nos permiten controlar el «punto negro», el «punto blanco» y el ajuste de los grises medios.

De izquierda a derecha: la imagen original; una reproducción con reducción de color; un efecto de blanqueado; una combinación de ambos, que resulta en un tono gris; aumento del canal RGB; supresión del magenta.



### Curvas

Las curvas representan los niveles de brillo de la imagen, y permiten al diseñador hacer que el píxel sea más claro u oscuro.

Los ajustes de las curvas pueden servir para mejorar el contraste de la imagen o realizar una intervención creativa que rayen la abstracción.



### Brillo y contraste

El control del brillo y el contraste permite al diseñador manipular la luminosidad de la imagen. Ajustando estos valores, se pueden añadir sombras o resaltar elementos.

De izquierda a derecha: valor de brillo más oscuro; valor de brillo más claro; menos contraste; más contraste; más brillo y contraste; menos brillo y contraste.



### Tono y saturación

Estos valores permiten al diseñador cambiar el color de toda la imagen o de un elemento destacado. La selección del tono altera el color propiamente dicho, mientras que la saturación ajusta su intensidad. Las dos primeras imágenes muestran cambios de tono, el segundo par presenta cambios de saturación, la quinta imagen muestra una manipulación del color de la manta y en la última sólo se han manipulado los ojos y labios de la mujer.



### Equilibrio del color

El equilibrio del color permite realizar ajustes sobre una amplia gama de variaciones cromáticas. Por ejemplo, las cuatro primeras imágenes (de izquierda a derecha) muestran cómo hacer versiones de la imagen original en tonos más cálidos o fríos. Las últimas dos imágenes muestran la creación de abstracciones mediante alteraciones más drásticas.



### Canales

Un canal es un color individual que forma una imagen. Muchas imágenes emplean las mismas combinaciones de canales (como RGB, RGB + transparente, CMYK o escala de grises), pero no hay por qué limitarse a éstas. En la primera imagen se ha realizado un ajuste básico de la intensidad del color; en los dos pares de imágenes siguientes se han manipulado canales individuales; en la cuarta imagen se ha eliminado en parte el negro; la quinta presenta una mezcla de rojos intensos; la imagen final tiene un efecto bitonal.

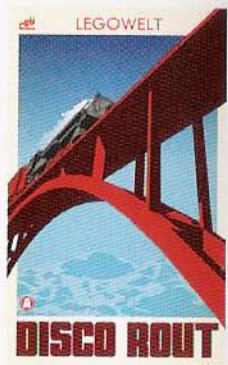
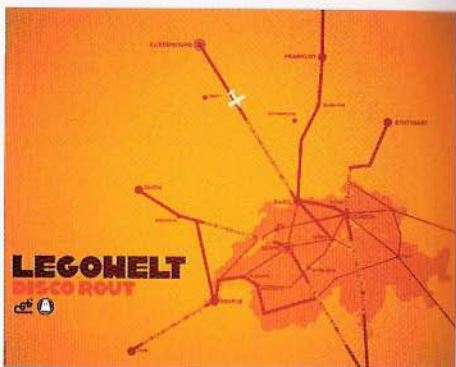
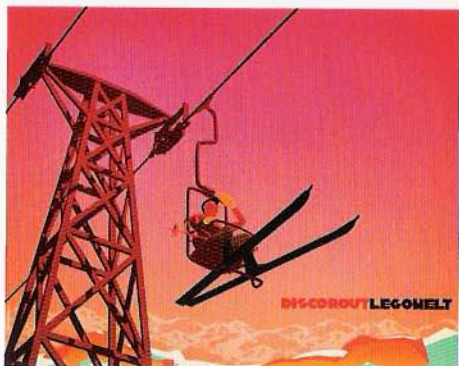


### Experimentación

La mayoría de las técnicas aplicadas a las imágenes de esta página se usan en conjunción en el proceso de producción, no aisladamente. La experimentación con combinaciones de las diferentes técnicas produce resultados más creativos.



**Cliente:** Legowelt  
**Diseño:** Lobo  
**Descripción cromática:**  
 Combinación cromática moderna  
 que refleja un estilo de música.



## Legowelt

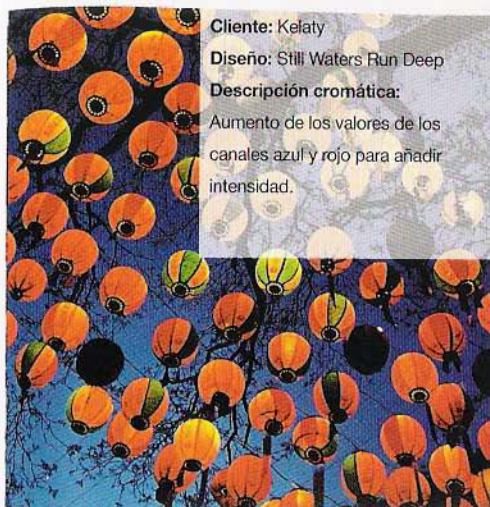
Estas imágenes son una creación de la agencia de diseño brasileña Lobo para el grupo de *techno* alemán Legowelt. Son imitaciones de carteles de principios del siglo veinte modernizados con combinaciones de rojos y azules vivos.

Los carteles exaltan lo que en la época se consideraba la vanguardia de la era industrial: trenes, aeronaves, aviones y puentes de acero. El *techno* es un género musical moderno, y se transmite el mensaje de que la música de Legowelt es progresiva, optimista y promete un futuro mejor.



## wide world

wide world



**Ciente:** Kelaty

**Diseño:** Still Waters Run Deep

**Descripción cromática:**

Aumento de los valores de los canales azul y rojo para añadir intensidad.

### Canal

Información cromática ajustable de cada uno de los colores de un sistema cromático. Por ejemplo, una imagen RGB tiene tres canales, mientras que una imagen CMYK tiene cuatro. Los canales pueden alterarse o imprimirse en un orden diferente para crear varios efectos.



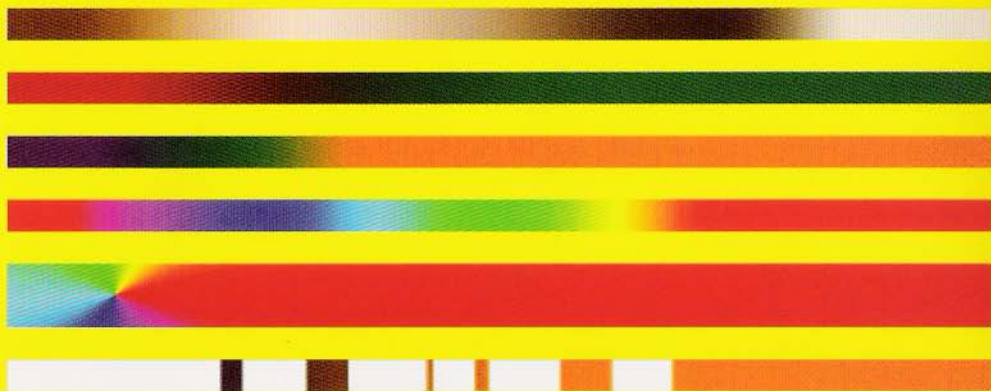
### Kelaty

Esta publicación es una creación del estudio de diseño Still Waters Run Deep para la distribuidora de alfombras Kelaty. En la imagen de la página derecha se han aumentado los niveles de los canales azul y rojo para dar más intensidad al color del cielo y de los objetos naranja.

## Degradado

Se trata de una coloración que permite la aplicación de determinados colores a una imagen de mapa de bits, generándose un efecto de transición que fluye de un color a otro.

Este efecto permite proporcionar un tratamiento uniforme a varios elementos fotográficos reduciéndolos a siluetas o a contornos de color. La aplicación de degradados ofrece varias posibilidades creativas: por ejemplo, sustituir todos los colores con valores grises plateados genera una imagen «cromada».



Estas barras demuestran el resultado de varios rellenos con degradados. De arriba a abajo: relleno en color y blanco que da un efecto metálico; degradado de un color a otro; degradado de varios colores; degradado de todo el espectro cromático; degradado de todo el espectro cromático desde un punto central que crea un efecto de abanico; abstracción con un degradado.



Además de mejorar los archivos de mapas de bits, los degradados pueden aplicarse como relleno de texto (izquierda) o como una simple superposición sobre una imagen (derecha).

**Ciente:** Issey Miyake

**Diseño:** Research Studios

**Descripción cromática:**

Texto con rellenos de color en degradados selectivos.



### Issey Miyake

Este cartel, creado para el diseñador de moda Issey Miyake por Research Studios, presenta una combinación cromática en degradados y aplica rellenos de color en los ojos de los caracteres. La aplicación selectiva del color a las diferentes partes del diseño produce un efecto luminoso y veraniego, coherente con el objetivo promocional del cartel.

## Adición de colores de fondo

El color negro producido por la plancha de impresión negra puede parecer pálido y desgastado. Para solucionarlo, las extensas áreas de negro suelen llevar una capa de cyan al 50-60%, mejorando su aspecto e intensidad.



De izquierda a derecha: el primer panel está impreso en negro, el central con una capa de cyan al 60% y el último es un negro de cuatricromía. El uso de los demás colores de proceso proporciona un negro más intenso y rico.



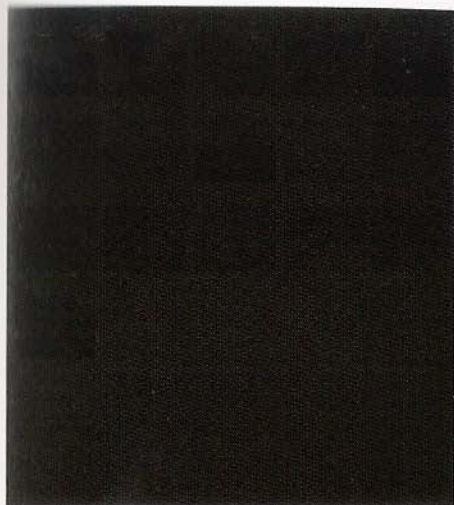
Estos tres retratos están impresos igual que los paneles superiores. Se observa que el cyan de fondo genera un bitono, mientras que el negro CMYK tiene una mayor definición tonal y unas zonas de sombra más intensas.



Una imagen de cuatricromía añadida al color de fondo puede producir un efecto interesante. Este retrato (arriba) está sobreimpreso primero con negro al 80% y después con negro al 100%. Se observa que la imagen de la mujer permanece visible.



"...OF ALL RECENT PHOTOGRAPHERS  
NONE SO CONSISTENTLY AND  
BITINGLY WIELDS ALLEGORY AS  
A FORM OF POLITICAL CRITIQUE."  
AN JOEL STERNFELD." BRIAN WALLIS



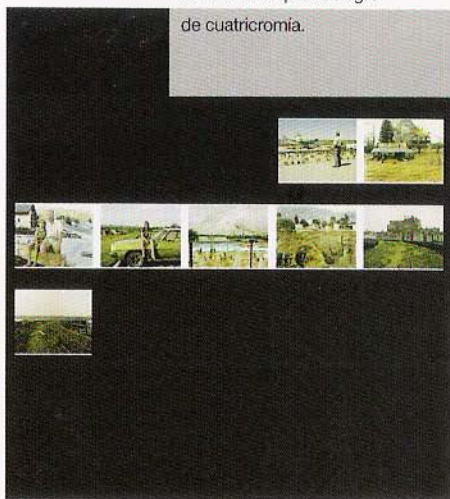
PAGES  
82-97

Cliente: Citigroup

Diseño: Spin **STERNFELD**

Descripción cromática:

Detalles en color de proceso  
sobre un bloque de negro  
de cuatricromía.



### Premio de fotografía Citigroup 2004

Esta publicación, creada por el estudio de diseño Spin para Citigroup, incorpora la adición de un color de fondo como elemento de diseño creativo aplicando el negro de cuatricromía en bandas sobre las páginas. Algunas imágenes están impresas en cuatricromía y otras no. La debilidad del negro de proceso permite distinguir detalles de las imágenes que no se han reproducido en cuatricromía. Estos detalles aparecen en un negro más fuerte.



Esta técnica crea la ilusión de una sobreimpresión, pero en realidad los bloques negros pueden aplicarse como una extensión de la plancha de impresión negra ya existente.

## Jerarquía

Una jerarquía es una guía lógica, organizada y visual empleada en los encabezados de texto que suele acompañar al cuerpo de texto. En este contexto, la jerarquía indica diferentes tipos de contenido mediante variaciones en el tamaño del punto y en los estilos.

El color puede emplearse para establecer una jerarquía.

Un texto impreso como un bloque sólido puede dificultar la localización de la información.

El color puede ser una herramienta útil para delimitar los diferentes niveles de importancia o jerarquías dentro del texto.

La tipografía suele emplear títulos y subtítulos para establecer un orden. Estos ejemplos muestran el uso de jerarquías más experimentales.

### Grosos y tonos.

Uso de tipos de distintos grosores y tonos.

Aquí se muestra una serie de tipos de distinto grosor. Para el título se ha utilizado uno grueso, más pesado; uno fino, más ligero, para el subtítulo, y uno estándar para el cuerpo de texto. Esta jerarquía permite destacar la información importante, porque crea relaciones de espacio.

Se puede introducir más dramatismo si se coloca el texto sobre bloques de color.

El texto puede sobreprescribirse en el color (como arriba), o perforarlo (como aquí).

También se puede sobreprescribirse utilizando un tono distinto del mismo color.

Para indicar el principio se ha utilizado un subrayado de color además de sangrar el párrafo.

**Destacar** la primera palabra de un bloque de texto es otra opción para señalar el principio.

Aquí la primera palabra se ha puesto en color con un propósito similar al anterior.

En este ejemplo el magenta se ha utilizado para subrayar y mostrar el encabezamiento.

El cian se ha empleado para el subtítulo o entrada.

El cuerpo principal de texto se ha escrito en negro. Así pues, el color se ha aplicado de forma eficaz para establecer la importancia de cada parte, es decir, la jerarquía.

Una cita textual es un extracto del cuerpo de texto que se inserta en otra parte de la obra.

A menudo se utiliza para reforzar una información importante.

Una cita textual hace referencia a otra obra o una declaración o comentario de alguien.

Las pastillas blancas sustituyen aquí a los signos de puntuación (las comillas, en este caso).

Ciente: MGEITF

Diseño: Form Design

Descripción cromática:

Tipo de letra Vag Rounded relleno  
con color degradado.

THE 28TH ANNUAL  
**MEDIA GUARDIAN**  
**EDINBURGH**  
**INTERNATIONAL**  
**TELEVISION**  
**FESTIVAL**

### Festival Internacional de Televisión Media Guardian de Edimburgo

Esta imagen corporativa para el Festival Internacional de Televisión Media Guardian de Edimburgo fue creada por Form Design. En este caso, la jerarquía de colores sirve para distinguir claramente cada palabra y ayudar a la comprensión del nombre, que es algo complejo y normalmente se representa por sus siglas. El tipo Volkswagen redondeado (también conocido como Vag Rounded) se emplea en diferentes tamaños de punto, y cada carácter está relleno de un degradado de arco iris. El mensaje implícito del diseño es que el festival cubre todo el espectro televisivo.

El tipo Vag Rounded se creó para la compañía automovilística Volkswagen en 1979, y es una variación de los diseños del tipo Grotesque Sans Serif del siglo XIX.

Cliente: Project²

Diseño: Spin

Descripción cromática:

Jerarquía textual dinámica.



## Inleiding

Het idee voor het congrescentrum is ontstaan uit een samenwerking tussen de architect Spin en de opdrachtgever Project². Het idee is ontstaan uit de behoefte aan een congrescentrum dat niet alleen geschikt is voor congres, maar ook voor andere evenementen.

De architect Spin heeft een ontwerp gemaakt dat niet alleen geschikt is voor congres, maar ook voor andere evenementen. Het ontwerp is gericht op een flexibele en functionele ruimte die kan worden aangepast aan verschillende soorten evenementen.

Project² heeft een aantal belangrijke eisen gesteld aan het congrescentrum. Het centrum moet geschikt zijn voor congres, maar ook voor andere evenementen. Het centrum moet ook een flexibele en functionele ruimte zijn die kan worden aangepast aan verschillende soorten evenementen.

De architect Spin heeft een ontwerp gemaakt dat niet alleen geschikt is voor congres, maar ook voor andere evenementen. Het ontwerp is gericht op een flexibele en functionele ruimte die kan worden aangepast aan verschillende soorten evenementen.

## Het is één grote ontwikkeling die een integrale aanpak vraagt

Deze plek is het resultaat van de samenwerking tussen de architect Spin en de opdrachtgever Project². Het idee is ontstaan uit de behoefte aan een congrescentrum dat niet alleen geschikt is voor congres, maar ook voor andere evenementen.

Het idee voor het congrescentrum is ontstaan uit een samenwerking tussen de architect Spin en de opdrachtgever Project². Het idee is ontstaan uit de behoefte aan een congrescentrum dat niet alleen geschikt is voor congres, maar ook voor andere evenementen.

De architect Spin heeft een ontwerp gemaakt dat niet alleen geschikt is voor congres, maar ook voor andere evenementen. Het ontwerp is gericht op een flexibele en functionele ruimte die kan worden aangepast aan verschillende soorten evenementen.

Project² heeft een aantal belangrijke eisen gesteld aan het congrescentrum. Het centrum moet geschikt zijn voor congres, maar ook voor andere evenementen. Het centrum moet ook een flexibele en functionele ruimte zijn die kan worden aangepast aan verschillende soorten evenementen.

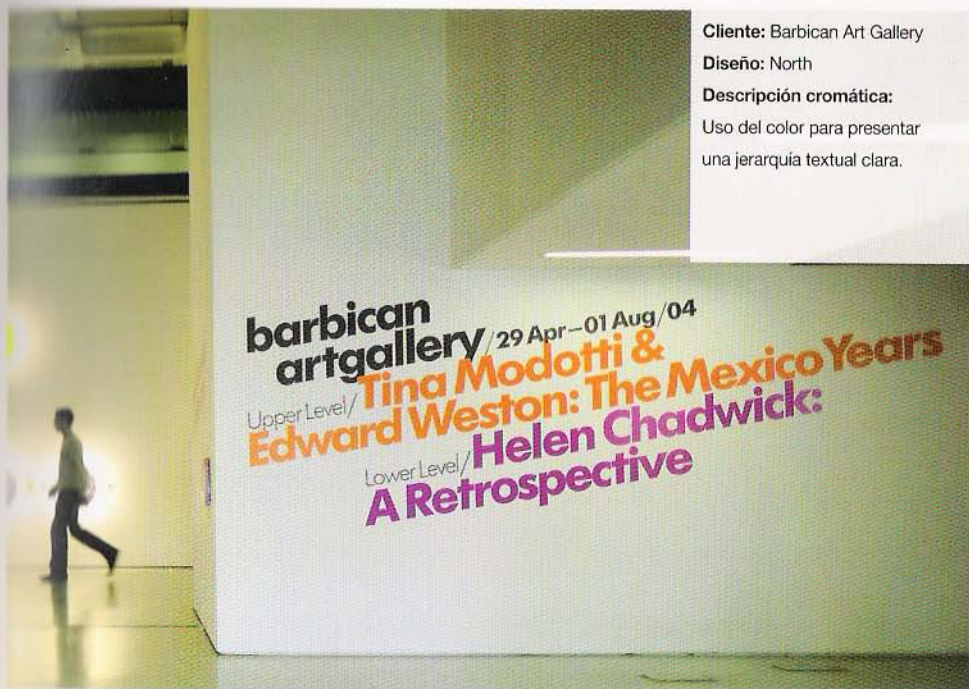


## Het congrescentrum wordt een icoon dankzij een evenwichtige functionele mix

Het congrescentrum wordt een icoon dankzij een evenwichtige functionele mix. Het ontwerp is gericht op een flexibele en functionele ruimte die kan worden aangepast aan verschillende soorten evenementen.

De architect Spin heeft een ontwerp gemaakt dat niet alleen geschikt is voor congres, maar ook voor andere evenementen. Het ontwerp is gericht op een flexibele en functionele ruimte die kan worden aangepast aan verschillende soorten evenementen.

Project² heeft een aantal belangrijke eisen gesteld aan het congrescentrum. Het centrum moet geschikt zijn voor congres, maar ook voor andere evenementen. Het centrum moet ook een flexibele en functionele ruimte zijn die kan worden aangepast aan verschillende soorten evenementen.



**Ciente:** Barbican Art Gallery

**Diseño:** North

**Descripción cromática:**

Uso del color para presentar una jerarquía textual clara.

### Barbican Art Gallery (arriba)

Esta señalización diseñada por el estudio North para la galería de arte Barbican de Londres se aplicó directamente sobre la pared. El espacio entre caracteres y el interlineado son estrechos, y se emplean colores para distinguir las tres partes del texto. El color naranja empleado en la sección central es más claro que el de las copias que lo preceden y siguen, lo que evita la sensación de claustrofobia de un bloque tan apretado.

### Project<sup>2</sup> (izquierda)

Estas páginas proceden de un libro en dos partes producido por el estudio de diseño Spin para Project<sup>2</sup>, empresa promotora de viviendas y locales comerciales. En esta jerarquía de texto concreta, se emplea color en los títulos para infundir dinamismo al sencillo formato del diseño, dominado por los bloques de texto.

**Cliente:** ModoVanGelder

**Diseño:** Solar Initiative

**Descripción cromática:**

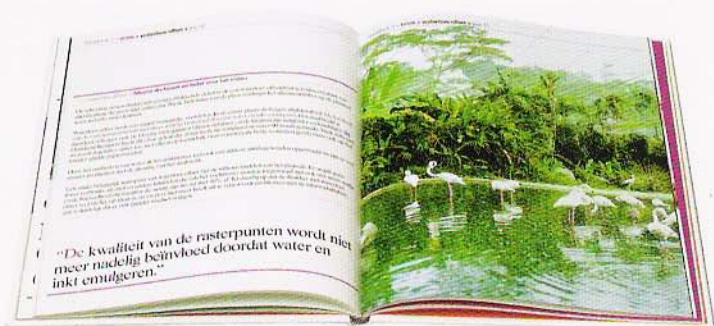
Primera palabra del bloque de texto destacada en color y texto en negativo.



### **De Kracht van Kleur (El poder del color)**

Este libro, creado por el estudio de diseño holandés Solar Initiative para ModoVanGelder, emplea el color para destacar la primera palabra del párrafo. En este diseño, el texto se ha reproducido en blanco sobre un fondo muy claro, creando un bajo contraste que dificulta la lectura. El uso de un color para destacar la primera palabra permite al lector la fácil localización del inicio del bloque de texto.

La adición de un elemento de color simple puede transformar un diseño insípido en algo muy atractivo. El uso del color crea una jerarquía dentro del texto, un punto de referencia y un contrapunto a la serenidad de las imágenes del fondo.



“De kwaliteit van de rasterpunten wordt niet meer nadelig beïnvloed doordat water en inkt emulgeren.”

The growing importance of museums – first as repositories for the traces of an idealized Antiquo past, then as showcases for the fruits of the industrial present – went hand in hand with the dramatic alteration of the economic and social landscape. New industries fuelled a new kind of cultural production. The leading industrialists, eager for acceptance, collected extensively – at first the Old Masters, then increasingly the work of their contemporaries. Many founded museums with their private collections – Carnegie, JP Morgan, Frick, Mellon, Getty, Thyssen Bornemisza – the last is a long one. At the same time, tax-supported museums slowly began to become cultural players in their own right, and started buying and collecting aggressively. The Museum of Modern Art, the LACMA and the Metropolitan are only a few examples of publicly supported museums that began to change the face of cultural production. Soon it was not just collectors and galleries, but curators, who were making and breaking artists' reputations.

This was especially true of modern art, which deliberately challenged many of the conventions – still rooted in the Renaissance aesthetic of pleasure – about what art was or should be. The emphasis on art began to

shift away from in which meant Jackson Pollock. Beuys to Art an Actionism. More – much of cent upon this conce

The change w consequent, so much emph 'meaning' that s increasingly ind evangelists. We prophets to art 20th century is: Gimpel brother; Guggenheim; Picasso; Christian B. P.

Christoph Amman all championed a modern art of meaning-making. This was also the case when it came to writing about art – of all periods. As James Elkins discovered, Leonardo's Last Supper was allotted a mere two pages by Vasari, yet Leo Steinberg's more contemporary account, at 113 pages, is over sixty times longer. Meinhardt Gimpel's Tempels, which attracted only two sentences in the 18th century has subsequently become the principal subject of at least three books and some 180 essays.

Cliente: Deutsche Bank

Diseño: Spin

Descripción cromática:

Empleo del color para destacar los aspectos importantes del texto y crear una jerarquía textual.

can be compared to literacy. The reader must know how to long her – be they letters of an alphabet, the recurring lines o books or the taped monologue of a neocognitive actor in a codes of the Renaissance were widely shared – the Bible or meaning, as did later texts such as Chod's Marlowe's codes were equally understood, whether the Byzantine later representational mimesis. But beginning with the it continuing to the development of the worldwide web, th has increasingly undermined the ability to speak of a single feature defines the post-modern world. It is the ubiqui he one hand, this means the near impossibility of understanding the other it means that it is the mass media – for the art's construction of the few cultural codes we share.

Joseph Beuys in the MMK, Puff Daddy on MTV, Marc Quinn as posters in the Tate. We are overwhelmed by culture, images – over images, hope and hopelessness, but artists making sense of them. We feel we need a new class of

high priests to tease out the meaning. But has art become so marginalised and so isolated that it can no longer speak the language of its own time without simultaneous translation? Perhaps the way forward is not to try and define what art is, so much as how it is experienced. In this way, perhaps, the dimensions of both meaning-making and pleasure can once again find each other on a common ground.

A recurring figure in the we shabby forehead by mavelous and smiling down the street. She was his collection of the world, at work on the

What image this? The rocks and lobby shaped facet down rolling the stamps, baseball caps, shales at great in the foramen and joints of nothing and nothing against contemporary gaze into the present.

What makes this world? Certainly collecting the oldest human practices worshipped by primitive aboriginals by a spirit. It has become a part of the Freud, and Marx before him, and endowed with special

For Freud, the libido was for Marx, with the pleasure than the creative subject. It opposes to developed objects and to their the

A Doppelhaushalt von 2 1/2

A Doppelhaushalt von 2 1/2

# \_MMK / Puff Daddy on MTV / Marc Quinn

# \_Wind



© 2004 Puff Daddy, Inc. All Rights Reserved. Published by Spin, New York, NY, USA

© 2004 Puff Daddy, Inc. All Rights Reserved. Published by Spin, New York, NY, USA



## Visuell

Estas páginas están extraídas de *Visuell*, un libro del Deutsche Bank sobre su colección de arte. Los destacados en cian muestran extractos que se realizan en amarillo en el cuerpo del texto. En los capítulos que no contengan ninguna imagen, el color ayuda a la creación de este diseño visual y ayuda a expresar la jerarquía textual aislando elementos clave del contenido. Por ejemplo, los números de referencia se presentan en cian y están acompañados por una línea magenta que indica la referencia. Estas notas a pie de página aparecen en diferentes posiciones, y en algunos casos incluso se encuentran en la página siguiente.

We must, of course, be reflexive about how based a view of the world 'takes'. All social practices are fundamentally relational, says Bourdieu. 'It is the relation between the rules themselves and the sense of the rules that engenders the values and constitutes the values, which, even while they do not exist outside of this relation, impose themselves within it with a necessity and an absolute existence. It is this original form of falsehood that is the principle behind all action.'

But another facet of our relationship with objects lies in the immediate appreciation of them as things that have been made – for the instrumentality of their making, and the sheer joy of manipulation that must still be evident, even as a memory. 'Joy was in every ingredient of our making,' says Kahn. 'When the world was an ooze without any shape or direction, there must have been this force of joy that prevailed everywhere

and that was reaching out to express itself.' This is true of all objects. We invest them with powers to the extent to which we can participate in them: in their history, in their making – in the intellectual and emotional process of reliving their conception. Jun'ichiro Tanizaki speaks of the 'sheen of antiquity' much prized by the Oriental cultures. 'In both Chinese and Japanese the words describing this glow describe a polish that comes of being touched over and over again, a sheen produced by the oils that naturally permeate an object after long years of handling... We love the colours and the sheen that call to mind the past that made them. Living in these old houses among these old objects is, in some mysterious way, a source of peace and repose.'

It is precisely this type of engagement that is the phenomenological keystone to the museum enterprise. The visitor must be able to see through the objects he experiences – they do not exist in a universe of their own; they belong to a human world, a world of human actors. There is no object that is not embedded in some language with a system of rules for its own understanding. 'One may legitimately approach a work of ancient art as an object to be deciphered, and attempt to elucidate its particular language of artistic devices,' wrote the celebrated Soviet linguist and semiotician Boris Uspensky. But does not the object itself give us some clues, like poetry, to its possible reconstruction? It is now taken for granted that objects from all cultures must be decoded in order to be apprehended, let alone appreciated, in their fullness. But what can we say about the deep delight the visitor draws from delving into the object itself? Surely the joys of such intellectual exploration are those same joys which fuel the desire to create, to collect, and to see.

REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA  
MINISTERIO DEL PODER POPULAR PARA LA CULTURA  
MINISTERIO DEL PODER POPULAR PARA LA EDUCACIÓN SUPERIOR

UNIVERSIDAD NACIONAL  
EXPERIMENTAL DE LAS ARTES

UNEARTE

11/02

Ampers&

**Cliente:** D&AD

**Diseño:** Frost Design

**Descripción cromática:** Colores invertidos para simbolizar la creatividad.



## El simbolismo del color

Los colores poseen una abundancia de significados simbólicos derivados de las connotaciones culturales y sociales. Por ello, personas de países y valores culturales diferentes no reaccionan del mismo modo ante un mismo color, ni le dan el mismo sentido. Por ejemplo, en muchos países occidentales el rojo suele asociarse al peligro pero también tiene una connotación festiva combinado con el dorado, ya que ambos colores suelen aparecer en las felicitaciones y decoraciones navideñas. En cambio, en muchos países orientales el rojo sugiere buena fortuna, riqueza y pureza. Asimismo, el negro es el color más asociado a la muerte en Occidente, mientras que en Oriente el luto se suele expresar con el blanco.

La selección de los colores, por tanto, debe tener en cuenta las normas y connotaciones culturales del público al que va dirigido el diseño, especialmente si su difusión es internacional.

### D&AD (izquierda)

Este diseño pertenece a una publicación creada por Frost Design para D&AD. Presenta un carácter «&» a gran escala grabado en madera impreso en negativo. El grabado en madera da una textura preciosa al carácter, que se realza y potencia con el elevado contraste que aporta la técnica del negativo. Un toque sutil de rojo proporciona calidez a la imagen y en cierto modo suaviza el contraste. Estamos acostumbrados a ver este carácter impreso en negro sobre blanco, y aquí los colores invertidos simbolizan la necesidad que tienen los diseñadores de dar la vuelta a las cosas para alcanzar sus propósitos.

### Reacciones emocionales

El color es un elemento de diseño fundamental por su capacidad de provocar reacciones emocionales en el observador. Por consiguiente, los colores suelen describirse con términos emotivos como “frío”, “cálido”, “relajante” o “excitante”, ya que la mayoría de los colores se asocian con adjetivos concretos. Por ejemplo, el rojo es por lo general un color cálido o excitante, mientras que el azul es frío y reservado, y todos hemos puesto verde a alguien en alguna ocasión.

El tono de un diseño puede cambiar totalmente dependiendo de la paleta de colores empleada. Una pincelada de rojo vivo puede acelerar el pulso al observador y cargarlo de energía, mientras que un azul apagado puede relajarlo, por ejemplo, para prepararlo ante la lectura de una información técnica.

Sin embargo, cada grupo social da diferentes connotaciones al color y responde ante él de formas diversas. Cuando el diseñador pretende provocar una respuesta concreta con una obra, debe tener en cuenta que las reacciones emocionales y las asociaciones instantáneas suelen ser específicas de cada grupo cultural.

#### **Into Another Light (derecha)**

Este estuche fue creado por el estudio de diseño Sagmeister Inc. para el CD *Into Another Light* de Sonny Sharrock, bajo el sello discográfico Enemy Records. Como fue el último disco que grabó antes de morir, el diseño presenta un estuche negro para indicar el luto.

**Ciente:** Enemy Records

**Diseño:** Sagmeister Inc.

**Descripción cromática:**

Negro para indicar luto.



## Rojo

El rojo es el color de los coches deportivos rápidos, la ira, la fruta veraniega, el peligro y la sangre. Los estudios indican que la visión del rojo provoca la secreción de adrenalina, una sustancia química que acelera la respiración, el pulso y la presión sanguínea. El rojo es un color excitante, dinámico y energético. Es apasionado, provocativo y seductor, y estimula diversos apetitos.

Cuando se intensifica hacia el borgoña, el rojo es más autoritario, refinado y elegante. Cuando se diluye y suaviza hacia el rosa es juvenil, delicado y tierno.

El rojo es muy eficaz para dirigir la atención del observador hacia determinados aspectos de un diseño, pero por su fuerza fatiga la vista y su inclusión puede ser difícil. El uso del rojo para zonas de texto sobre fondo blanco fatiga la vista, ya que no es un color calmante, y en algunos lugares el texto rojo se considera de mala educación.

### **A Walk Through Books (derecha)**

*A Walk Through Books* es una publicación sobre el trabajo bibliográfico del estudio de diseño londinense Browns. La cubierta, de imitación de piel, presenta un estampado dorado, similar al que aparece en muchos otros libros, pero la elección del material rojo contrarresta este acabado clásico y hace mucho más espectacular su impacto visual. El poder del rojo contrasta con la imagen histórica y conservadora del Tower Bridge de Londres.

Cliente: Browns

Diseño: Browns

Descripción cromática:

Estampado dorado combinado  
con piel de imitación roja para  
contravenir la norma.

**Browns**  
A walk through books



## Rosa

El rosa es un color cálido, excitante, divertido y femenino. Es un color fuertemente asociado al amor y al romanticismo, y también a la buena salud. Al aumentar su contenido de rojo, el rosa se vuelve más vivo y juvenil, mientras que a menor cantidad de rojo se vuelve más delicado y maduro.

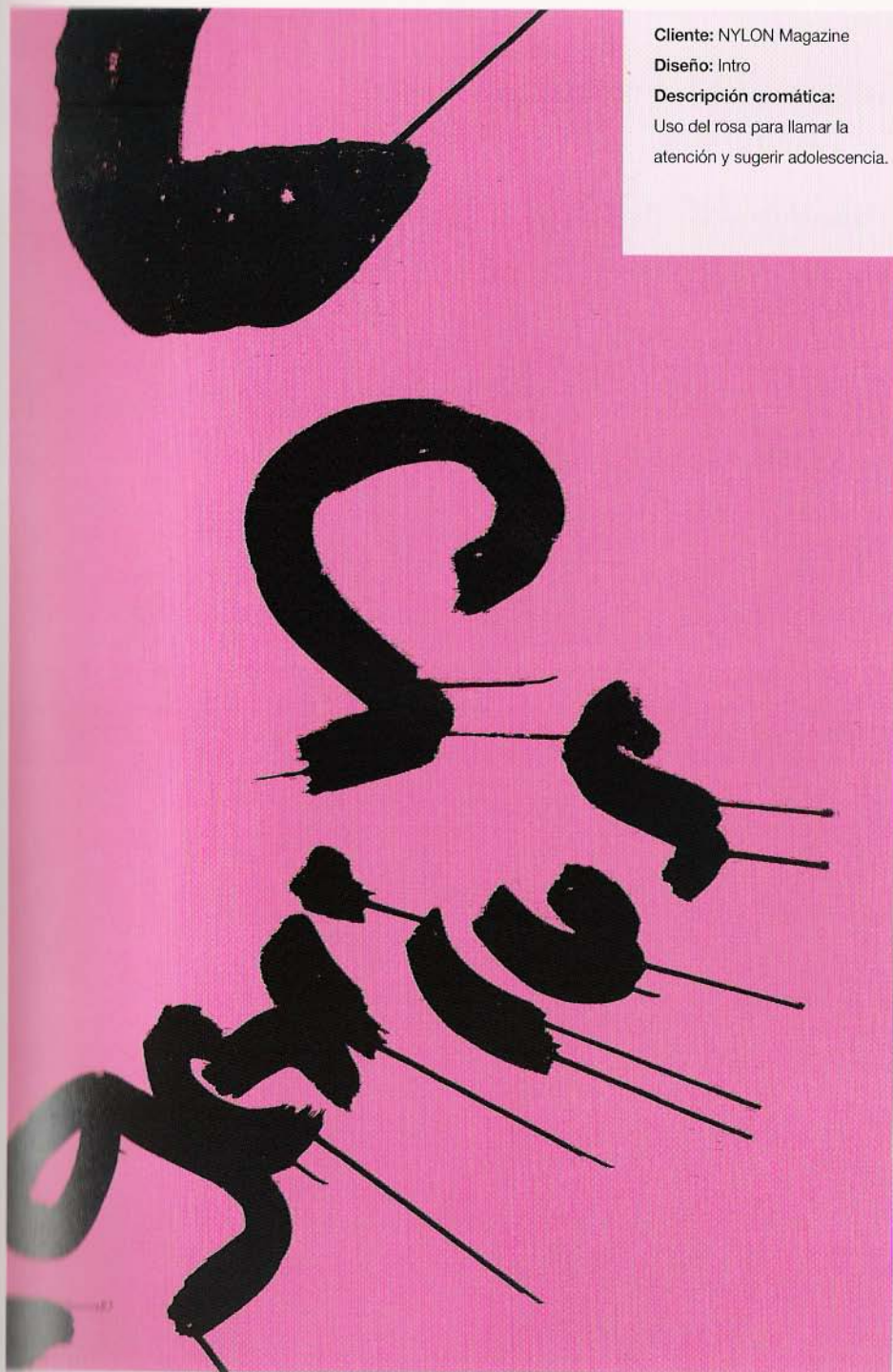
Los tonos rosa son básicos en la industria de la moda y la cosmética por su representatividad de la feminidad.



### Genius 3 (arriba y derecha)

Estas páginas son una creación del estudio de diseño Intro para el libro *Genius 3* de Mat Cook, que documenta la popularidad mundial del tejido vaquero y presenta varias imágenes espontáneas y caóticas de carácter urbano. Algunas fotografías se han salpicado al azar con pintura rosa fluorescente, evocando el estilo de los graffiti, para llamar la atención y transmitir rebeldía adolescente.





**Ciente:** NYLON Magazine

**Diseño:** Intro

**Descripción cromática:**

Uso del rosa para llamar la atención y sugerir adolescencia.

## Naranja

El naranja se considera uno de los colores más cálidos. Es extrovertido, festivo y llamativo, y atrae especialmente a adolescentes y niños. Su vitalidad y vistosidad contienen la pasión del rojo, pero calmada por el carácter alegre del amarillo, por lo que generalmente el naranja transmite una sensación de calidez.

Se ha comprobado que el naranja estimula las emociones y el apetito, por lo que se usa con frecuencia en envases de alimentos y señalizaciones. La calidez que transmite evoca el cambio de las estaciones y la proximidad del verano, y también la buena salud, por la asociación con el fruto cítrico del mismo nombre. Algunos matices del naranja son agradables y balsámicos y suelen utilizarse en los envases de alimentos para connotar que lo que contienen es delicioso.

### Música 13 (derecha)

Este cartel para un festival electroacústico en Girona es una creación del estudio de diseño Bis. El festival está dedicado a la música interpretada con objetos e instrumentos electrónicos y a la experimentación sonora. El naranja domina el diseño por su vinculación a España, o quizá por la bandera amarilla y roja de Cataluña. O incluso puede que sea una referencia a las tejas de arcilla que decoran en gran parte la arquitectura rural del país.

Este diseño simple contrasta el bloque de color naranja con una tipografía en blanco y negro, creando una combinación clara y contundente que maximiza el mensaje visual.

Cliente: Nau Còclea

Diseño: Bis

Descripción cromática:

Color naranja para reforzar  
las asociaciones con España.



SETÈ FESTIVAL DE NOVES MÚSIQUES  
**GIRONA I CAMALLERA**  
DEL 3 DE JUNY AL 13 D'AGOST DE 1999

## **Amarillo**

**El amarillo es un color vivo y alegre, que recuerda las estaciones cálidas y evoca imágenes que van desde el brillo intenso del sol y las flores en primavera hasta los tonos dorados de las hojas en otoño. Es un color versátil que permite representar muchos estados emocionales.**

**Los amarillos vivos suelen asociarse a la vitalidad y la alegría, mientras que los amarillos verdosos tienen una mayor connotación de malestar, náusea y enfermedad. Del mismo modo, los amarillos pálidos pueden evocar la frescura de los cítricos, pero también pueden connotar cobardía, según el contexto en que se usen.**

La combinación del amarillo y el negro es la que mayor contraste presenta, y no es por casualidad que ambos colores suelen encontrarse en la naturaleza como advertencia, por ejemplo, en las abejas y avispas.

El hombre ha imitado este sistema de codificación cromática y emplea la combinación en varias señales que advierten de posibles peligros y obstáculos. Véase el color de los postes del ejemplo de la página siguiente, que no forman parte del diseño.

**Ciente:** East West

**Diseño:** Form Design

**Descripción cromática:**

Fondo amarillo para obtener el máximo de contraste y visibilidad.



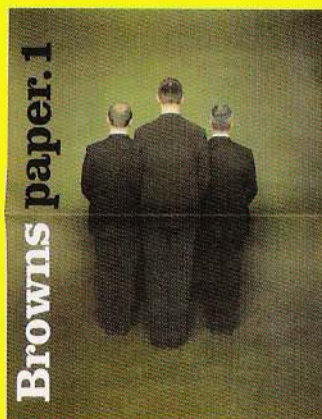
### 187 Lockdown

Esta portada para el grupo de música 187 Lockdown fue encargada por East West al estudio Form Design. Presenta placas preimpresas con el número «187» en negro sobre un fondo de color amarillo vivo, situadas en varios entornos urbanos. La combinación de colores de los enormes caracteres maximiza el contraste y, por tanto, la visibilidad, y al estar ubicados en un entorno urbano parecen incongruentes.

## Marrón

El marrón es un color neutro y sin pretensiones que se asocia a la naturaleza por ser el color de materiales orgánicos como la madera y la piedra. Es sólido y fiable, y transmite una sensación de calidez y bondad natural; su atractivo saludable puede evocar el pan moreno recién horneado, todavía caliente.

El marrón se emplea para representar la simplicidad natural, la vida al aire libre y la seguridad del hogar. Aunque suele considerarse un color positivo, también puede asociarse a elementos negativos como el polvo y la suciedad.



### Browns Paper 1-3

Se trata de un folleto promocional del estudio de diseño Browns (que literalmente significa «marrones», además de ser un nombre propio). Tiene un formato grande y emplea una combinación de marrones, con una serie de imágenes de este color como tema central. Transmite naturalidad, estabilidad y longevidad, atributos fundamentales en un buen estudio de diseño.

Elleste Browns  
Elleste Browns  
Descripción cromática:  
Marrón para mayor estabilidad

# Browns paper. 3



## Azul

El azul alude a los misterios y al poder de la naturaleza, al ser el color del mar y del cielo. Tiene connotaciones de constancia, vitalidad, y fuente de vida por su asociación con el agua, y su efecto es relajante y calmante. El azul es considerado universalmente fresco y purificador.

Los azules oscuros, como el marino, se consideran conservadores y uniformes, por lo que suelen emplearse en imágenes corporativas. Transmiten estabilidad, seguridad y fiabilidad. Los azules pálidos sugieren más juventud y serenidad, mientras que los verdosos se asocian a la espiritualidad y el misticismo.

### Calendario de Close Premium Finance (derecha)

Este calendario fue producido por el estudio de diseño Intro para la entidad financiera Close Premium Finance. Se ha elegido el azul como color predominante, para transmitir estabilidad, solidez, autoridad y conservadurismo, características que la gente espera y valora en las entidades financieras. El uso de una paleta de azules refuerza la expresión de estos valores y lleva al observador a asociarlos con la empresa.





# July

# 01 02

**Ciente:** Close Premium Finance

**Diseño:** Intro

**Descripción cromática:**

Paleta de azules para reforzar las características básicas de estabilidad y autoridad.

			Thursday 01	Friday 02		
--	--	--	-------------	-----------	--	--

# 05 06 07 08 09 10 11

Monday 05	Tuesday 06	Wednesday 07	Thursday 08	Friday 09	Saturday 10	Sunday 11
-----------	------------	--------------	-------------	-----------	-------------	-----------

# 12 13 14 15 16 17 18

Monday 12	Tuesday 13	Wednesday 14	Thursday 15	Friday 16	Saturday 17	Sunday 18
-----------	------------	--------------	-------------	-----------	-------------	-----------

# 19 20 21 22 23 24 25

Monday 19	Tuesday 20	Wednesday 21	Thursday 22	Friday 23	Saturday 24	Sunday 25
-----------	------------	--------------	-------------	-----------	-------------	-----------

# 26 27 28 29 30 31

Monday 26	Tuesday 27	Wednesday 28	Thursday 29	Friday 30	Saturday 31	
-----------	------------	--------------	-------------	-----------	-------------	--

Week 29	Week 30	Week 31	Week 32			
---------	---------	---------	---------	--	--	--

June 2004

M T W T F S S

01 02 03 04 05 06

07 08 09 10 11 12 13

14 15 16 17 18 19 20

21 22 23 24 25 26 27

28 29 30 31

August 2004

M T W T F S S

01

02 03 04 05 06 07 08

09 10 11 12 13 14 15

16 17 18 19 20 21 22

23 24 25 26 27 28 29

30 31

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



**Close Premium Finance**

No-one else is Close.

## Verde

El verde es un color que encarna el bienestar, la naturaleza y el medio ambiente, evocando los campos verdes y los bosques. Es el color de la primavera, por lo que representa la salud, la vida y los nuevos comienzos. Por estas connotaciones naturales, el verde es un color que da equilibrio, armonía y estabilidad.

A los grupos preocupados por las cuestiones medioambientales se los suele denominar «verdes». Del mismo modo, las connotaciones naturales del color hacen que el verde se emplee en los envases de diversos productos para denotar su frescura, o su carácter respetuoso con el medio ambiente.

El verde es el color que más se asocia al islam, y aparece en muchas banderas de países islámicos como Arabia Saudí, Pakistán y Argelia.

El verde también puede emplearse para sugerir connotaciones negativas y, según el contexto, puede representar celos, envidia e inexperiencia.

### Indoor Garden Design (derecha)

Este folleto fue creado por Form Design para la empresa de jardinería Indoor Garden Design. Presenta secciones codificadas por colores, cada una con un tono concreto de verde, imitando las tonalidades que podemos encontrar en un jardín. La combinación cromática natural refleja el tema del folleto: el diseño de jardines.

**Ciente:** Indoor Garden Design

**Diseño:** Form Design

**Descripción cromática:**

Combinación que refleja el contenido y el tema del folleto.

INDOOR GARDEN DESIGN > LARGE PLANTS

INDOOR GARDEN DESIGN > SMALL PLANTS

INDOOR GARDEN DESIGN > CONTAINERS

INDOOR GARDEN DESIGN > AT WORK

INDOOR GARDEN DESIGN > HOW WE WORK

INDOOR GARDEN DESIGN > CLIENT LIST

Indoor Garden Design  
 Riverside Works  
 London, UK, Surrey  
 Sandridge Road  
 T +44 (0)20 8444 3015 E info@igd.com  
 F +44 (0)20 8444 3016 W www.indoorgardendesign.com

## Púrpura

El púrpura es un color regio, que combina la calidez del rojo con la frescura del azul. Es un color autoritario que denota realeza, espiritualidad, nobleza y ceremonia. Sus connotaciones positivas suelen ser la sabiduría y la iluminación, pero en un contexto negativo puede sugerir crueldad y arrogancia.

El púrpura suele asociarse a quienes buscan la plenitud espiritual. Es un buen color para meditar, ya que se dice que serena la mente y tiene una influencia calmante. Se considera uno de los colores preferidos de los niños, por lo que puede ayudar al desarrollo de su imaginación.

### **Donnachie (derecha)**

Esta imagen tonal fue producida para la revista *This Is A Magazine* por el estudio de diseño Studio KA. La imagen es oscura y granulada, pero los tonos púrpura suaves y cálidos ocultan los detalles del rostro y la ropa de la mujer, sugiriendo que está pasando algo trascendental.

Cliente: This Is A Magazine

Diseño: Studio KA

Descripción cromática:

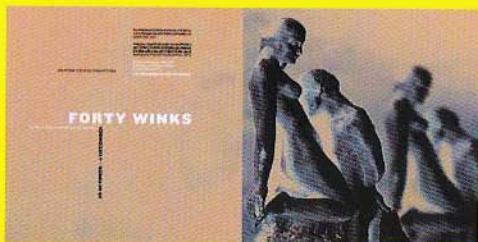
Tonos de púrpura cálido para  
sugerir iluminación trascendental.



## Neutros

Los tonos neutros son discretos, clásicos y atemporales, porque se caracterizan por la ausencia de color. Los colores neutros son fiables y flexibles, y pueden emplearse para complementar o suavizar una amplia gama de otros colores más fuertes o agresivos. Como los neutros son dóciles, raramente provocan reacciones fuertes, ofenden o repelen al observador, por lo que son muy usados en diseño.

En los diseños, un abuso de los colores neutros puede inhibir la comunicación deseada, especialmente si no hay ningún elemento lo bastante fuerte para destacar. De todos modos, los neutros ofrecen un buen contrapunto a las combinaciones de colores más fuertes. La cubierta de catálogo de la página siguiente contiene tonos relativamente neutros, pero la incorporación de toques de rojo y naranja sugiere los tonos más fuertes de las páginas interiores, de las que se incluye una selección debajo.



**Ciente:** Royal Court Theatre

**Diseño:** Research Studios

**Descripción cromática:**

Colores neutros de bajo contraste.

**ROYAL COURT**  
**AUTUMN SEASON**  
**DUMB SHOW**  
**FORTY WINKS**  
**YOUNG PLAYWRIGHTS' SEASON**  
**BONE** FRESH KILLS  
 BEAR HUG  
**THE WEATHER**  
**A GIRL IN A CAR**  
**WITH A MAN**  
**WWW.ROYALCOURTTHEATRE.COM**

### Royal Court Theatre

Este cartel de Research Studios para el Royal Court Theatre de Londres presenta varios colores neutros que resultan relajantes y tranquilos al observador. El fondo neutro marrón, con efecto de madera, contrasta poco con el texto gris y naranja. De todos modos, el texto negro y el texto blanco de cuerpo grande presentan suficiente contraste para destacar.

## Blanco

En Occidente, el blanco denota la bondad, la pureza, la limpieza, la sencillez y el espacio, por lo que a menudo se asocia a los hospitales, la medicina, las bodas y las novias, y lo divino y celestial. En cambio, en Oriente, el blanco es el color del luto y por tanto se asocia a los funerales y a la muerte.

El blanco es neutro y ofrece un buen contraste con varios colores fuertes como el negro, el naranja y el azul. Por tanto, aparece a menudo como color maestro o de contraste en diseños en monotono. Existen varios matices de blanco, como el blanco melocotón, que es más cordial; el blanco lechoso, que es más apagado; o el blanco azulado, que se percibe como más frío.

El espacio en blanco es un elemento clave en la composición, ya que ayuda al ojo a desplazarse por los diferentes elementos. Dejar mucho espacio en blanco también puede proporcionar exclusividad o dramatismo a un diseño.

El blanco es difícil de imprimir porque deja a la vista cualquier color subyacente. Por suerte, el predominio de sustratos blancos permite obtener este color simplemente no imprimiendo en la zona del diseño correspondiente o suprimiendo los demás colores de una zona impresa.





Cliente: Summa

Diseño: Summa

Descripción cromática:

Combinación de blanco y rojo para crear un tema estacional.

SIM-  
PLEX  
SIGI-  
LLUM  
VERI  
\*

### Simplex Sigillum Veri (arriba e izquierda)

El estudio de diseño Summa creó esta publicación como mensaje navideño para sus clientes. La cubierta lisa tiene el título gofrado en el papel blanco, y las páginas interiores son desplegadas y contienen unas cuantas líneas de texto rojo. El predominio del blanco refleja la nieve que se asocia al período navideño en el hemisferio norte. La publicación evoca un manto de nieve que el texto cruza como si se tratase de pisadas. El rojo también es un color asociado a la Navidad: se encuentra, por ejemplo, en el muérdago, en el pecho del petirrojo o incluso en la ropa de Papá Noel, y combinado con el blanco refuerza el mensaje estacional de la publicación.

## Negro

**El negro es sencillamente la negación del color. En Europa y Norteamérica, el negro ha sido tradicionalmente el color más asociado a la muerte y el luto. Es conservador y serio, pero al mismo tiempo sexy, sofisticado y elegante. El esmoquin negro es la indumentaria elegante por excelencia, y los dignatarios importantes suelen desplazarse casi siempre en limusinas negras.**

El negro sugiere opulencia y exclusividad más que cualquier otro color, por lo que se asocia a una gama de artículos de lujo y se emplea profusamente en su promoción. La gravedad del negro suele asociarse también al peso y la solidez, ya que es un color con una presencia imponente y poderosa. En el sector automovilístico, tiene la ventaja de que los coches negros se perciben como más sólidos y, por tanto, más seguros. En cambio, las compañías aéreas no pintan de negro sus aviones porque la gente consideraría que son demasiado pesados para volar.

La combinación del negro con el blanco o amarillo es la que más contraste presenta, por lo que es una de las más poderosas. El negro funciona bien con casi todos los colores, a excepción de los que son muy oscuros.

### **Solid Air (derecha)**

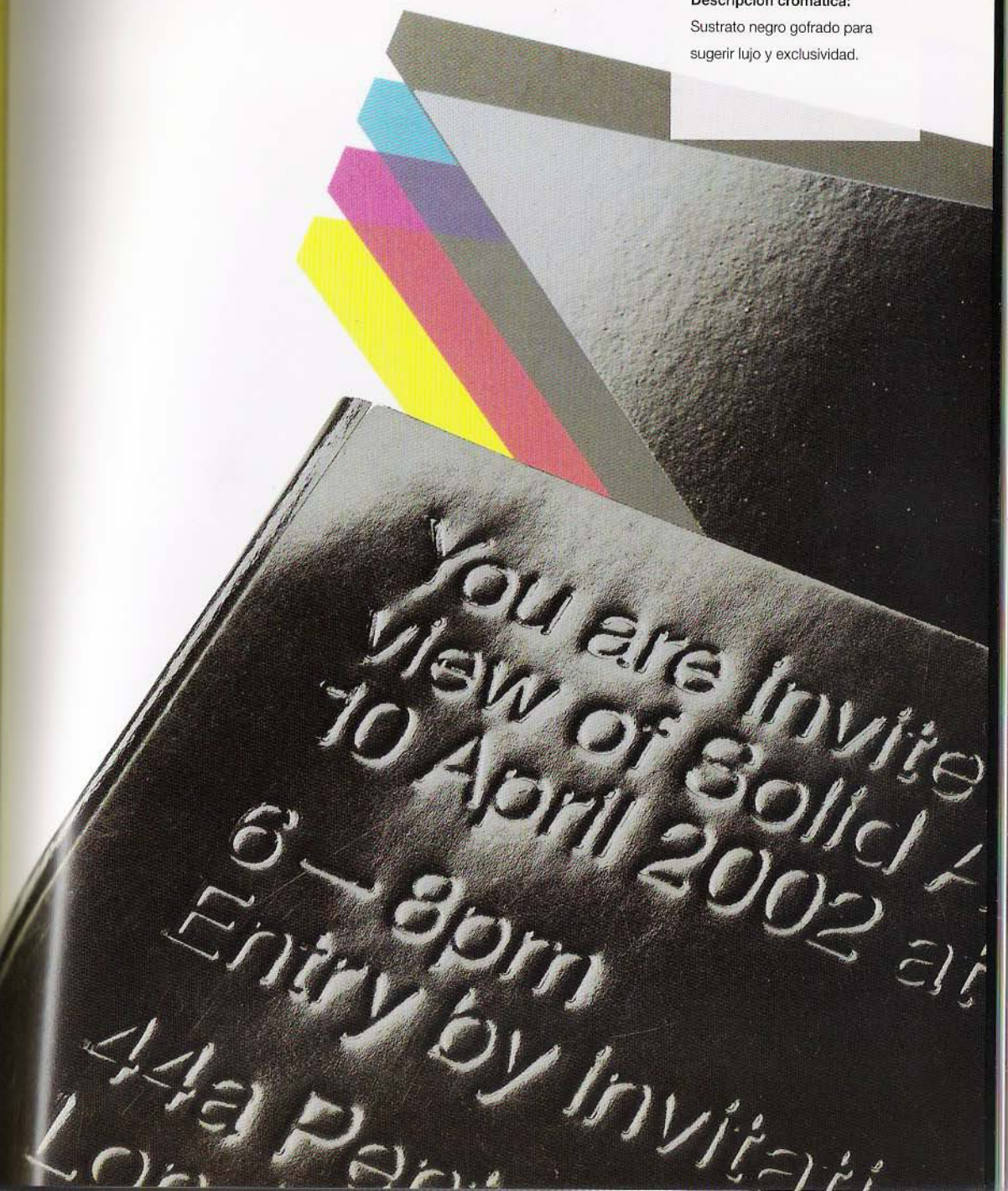
Esta invitación fue creada por el estudio de diseño Cartlidge Levene para una exposición organizada por el Crafts Council de Londres. El prisma es una metáfora visual simple que representa la luz, el color, la reflexión y la refracción. La información sobre el acto está gofrada en el sustrato negro para crear un fuerte gancho visual y dar una sensación de exclusividad. La connotación de exclusividad se potencia mediante la superficie lujosamente brillante de la invitación y la singularidad de su presentación.

**Cliente:** The Crafts Council

**Diseño:** Cartlidge Levene

**Descripción cromática:**

Sustrato negro gofrado para  
sugerir lujo y exclusividad.



**Cliente:** Diesel

**Diseño:** KesselsKramer

**Descripción cromática:**

Cubiertas a un solo color  
y gráficos utilitarios.



## El color en la práctica

**El color se emplea de muchas formas para comunicar eficazmente diferentes mensajes. El color puede producir un fuerte efecto, incluso usado de modo muy sencillo. Como demuestran los ejemplos de este capítulo, el color puede transmitir información por sí mismo o puede utilizarse como método de codificación, permitiendo localizar fácilmente la información.**

El color forma parte de muchos diseños y suele ser una indicación visual de su contenido. Por ejemplo, la impresión a sangre y a color de los diferentes capítulos puede proporcionar un punto de referencia visual inmediato.

Las formas de aplicar el color en la práctica son numerosas y variadas. Las siguientes páginas no sólo pretenden demostrar el uso del color como un elemento del diseño con mucho rendimiento, sino también servir de inspiración para explotarlo aún más.

### **Work Hard (izquierda)**

En esta publicidad que presenta varios artículos de la marca de ropa Diesel, KesselsKramer optó por el formato de calendario de pared. El calendario contiene 365 páginas que muestran imágenes e instrucciones alrededor del título «Work Hard» («trabaja duro»). Cada día presenta una página con una nueva instrucción, como por ejemplo «llena la mochila» o «ponte nuestros calcetines», que puede arrancarse al finalizar el día y la tarea. El calendario se produjo con cuatro diseños de cubierta, cada uno en un color diferente y un estilo parecido al de las señales de advertencia de los sitios en obras.

### **Codificación por colores**

**En este contexto, la codificación por colores es una forma de organizar los diferentes tipos de información para que los grupos de contenido sean reconocibles instantáneamente, lo que nos ayuda a procesar con rapidez el material que vemos.**

**La codificación por colores es muy utilizada, por ejemplo, en las etiquetas de la ropa (para indicar la talla), en las señales de tráfico e incluso como una graduación del estado de alerta de un país.**

En estos casos, los objetos codificados suelen guardar entre ellos una relación lineal directa, pero el color también puede emplearse para una codificación abstracta que relacione las características de cada color con las de cada objeto codificado. Por ejemplo, el verde en los envases de alimentos puede connotar su frescura, mientras que en un envase de detergente significa que el producto es respetuoso con el medio ambiente.

Para que la codificación cumpla con su objetivo, los colores seleccionados para cada cosa deben tener sentido. Por ejemplo, una etiqueta verde en un frasco de matarratas crea una disonancia cognitiva, ya que las características asociadas al verde (saludable y natural) son incompatibles con las del veneno (peligroso y nocivo).

#### **Fuse (derecha)**

En la imagen vemos un montón de ejemplares de *Fuse*, una revista de tipografía fundada por Neville Brody y John Wozencroft. El diseño de la revista es de Research Studios, y presenta un adhesivo con una codificación por colores que distingue los diferentes números de la revista, sin ninguna otra connotación. Sin embargo, la codificación por colores da al mismo tiempo un mayor atractivo visual a la colección de revistas.

**Ciente:** Fuse

**Diseño:** Research Studios

**Descripción cromática:**

Adhesivo con código de color para identificar los diferentes números y mejorar el atractivo visual.



**Ciente:** Fig-1

**Diseño:** Bruce Mau Design

**Descripción cromática:**

50 colores de proceso especiales como códigos de identificación en una colección de carteles.



### Fig-1

*50 Projects in 50 Weeks Weeks (50 proyectos en 50 semanas)* es un libro creado por el estudio canadiense Bruce Mau Design que trata del proyecto Fig-1, consistente en una serie de exposiciones y actos presentados en un pequeño local de Londres, cada uno con una duración de una semana. El libro presenta 50 carteles sueltos en tamaño DIN A2, cada uno referido a la obra de uno de los 50 artistas. Cada cartel está impreso en un color de proceso especial diferente (véase la pág. 36), que sirve de código para identificar a cada artista. Los diferentes colores pueden verse en el canto del montón de carteles. En el diseño del primer cartel del libro se han empleado los 50 colores de proceso especiales, que se ven encima del montón.





COLOR

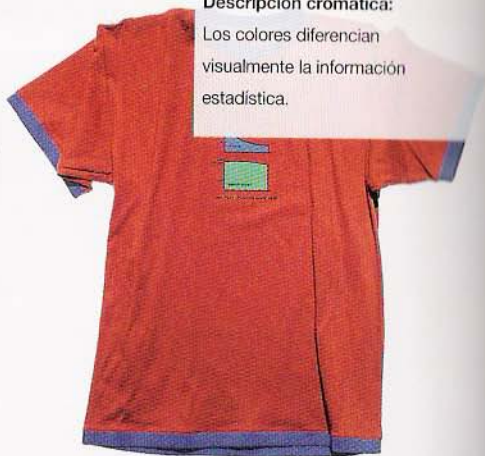
REPUBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA  
MINISTERIO DEL PODER POPULAR PARA LA CULTURA  
MINISTERIO DEL PODER POPULAR PARA LA EDUCACIÓN SUPERIOR  
UNIVERSIDAD NACIONAL  
EXPERIMENTAL DE LAS ARTES  
**UNEARTE**

**Ciente:** Business Leaders for  
Sensible Priorities

**Diseño:** Sagmeister Inc.

**Descripción cromática:**

Los colores diferencian  
visualmente la información  
estadística.





### **El color como advertencia**

**En la naturaleza, el color puede ser una forma de alerta importante para advertir del peligro. Los colores vivos de algunas especies advierten a los depredadores de que éstas pueden ser poco apetecibles en el mejor de los casos y venenosas en el peor.**

El rojo es un color fuerte y estimulante. Es muy visible, y por tanto se suele emplear en señales de advertencia o como alerta ante un posible peligro. Usado de este modo, el rojo informa al observador del nivel de riesgo para que pueda responder en consecuencia.

Otros colores menos violentos, como el azul, son más relajantes y a menudo sirven de contraste para indicar que el peligro ha pasado. En el ejemplo de la página siguiente se han empleado el rojo y el azul para reforzar esta connotación de peligro y seguridad.

#### **Floodline (derecha)**

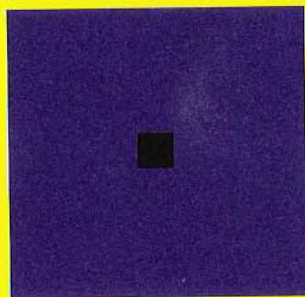
Esta señalización fue creada por el estudio de diseño North para Floodline, un departamento de la Environment Agency (Agencia de Medio Ambiente) británica. El diseño emplea una combinación simple de rojo y azul junto con varios signos para indicar las diferentes alertas de inundación. En todo el mundo, el rojo se asocia al peligro en el subconsciente, por lo que es una elección obvia en las señales de advertencia. El azul utilizado en las zonas seguras es calmante, lo que refuerza el mensaje de que el peligro ha pasado. A parte de los colores, el diseño de los símbolos y de las señales es semejante para que se establezca fácilmente un vínculo entre ambos.



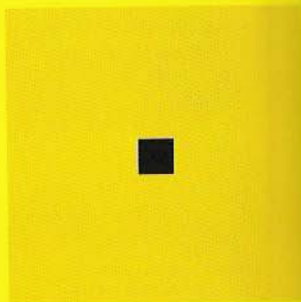
### Efectos de color

Mediante ilusiones ópticas, que engañan la vista para que perciba las cosas distintas de como son en realidad, pueden crearse varios efectos gráficos interesantes en los diseños.

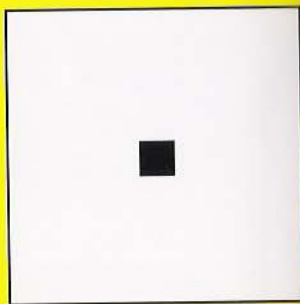
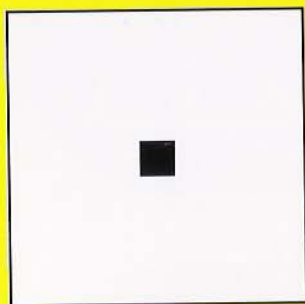
La colocación de diferentes bloques de color puede influir en nuestra percepción del tamaño, hacernos percibir movimiento en una imagen estática y hacernos creer que los colores son más claros u oscuros de como son en realidad, o incluso que son colores totalmente diferentes.



Una colocación inteligente de los bloques de color a veces nos permite ver «imágenes residuales», que en realidad son restos de estímulos visuales percibidos con anterioridad.



Mire el punto negro de uno de estos dos cuadrados de color durante unos 30 segundos. Inmediatamente después, mire el punto negro de uno de los cuadrados blancos. Verá una imagen residual que se corresponde con el color del primer cuadrado.



#### Blue (derecha)

Esta obra promocional del estudio de diseño neoyorquino Sagmeister Inc. utiliza una ilusión óptica para destacar y reforzar el nombre del cliente, Blue («azul»). El diseño no contiene el color azul, pero éste se genera mediante una ilusión óptica en la mente del observador, lo que transmite un mensaje muy concreto y singular.

**Cliente:** Blue

**Diseño:** Sagmeister Inc.

**Descripción cromática:**

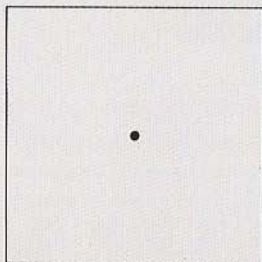
Uso de una ilusión óptica para crear el color azul en la mente del observador.



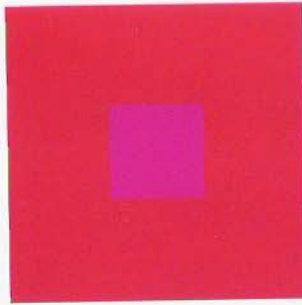
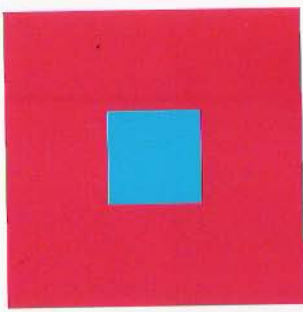
**BLUE**

## THIS COLOR IS BLUE!

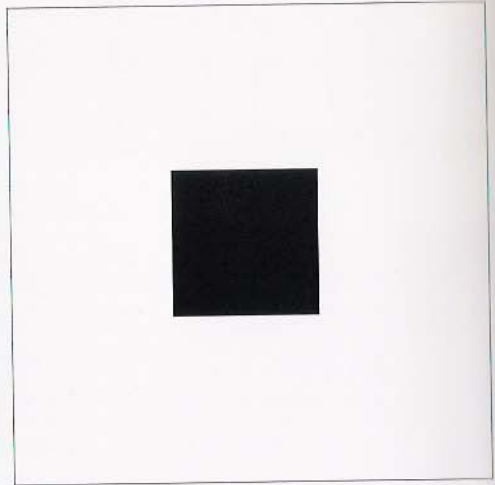
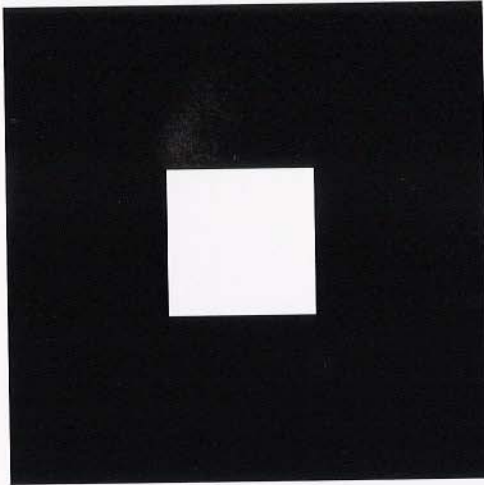
Look at the small black point in the center of the cross in the orange field for 20 seconds. Then look at the small black point in the grey field. The orange field will appear blue. And that's the way it's meant to be.



On Thursday 3.3.1994 we will open BLUE Clothing stores in Bregenz, Dornbirn, and Feldkirch.



Mediante una selección adecuada del color, puede controlarse la perspectiva. Algunos colores combinados con otros dan la sensación de retroceder o avanzar. Los bordes suaves implican conexión y, por tanto, proximidad, mientras que los bordes bien marcados sirven para separar los colores. Como resultado, parece que los colores estén los unos encima de los otros.



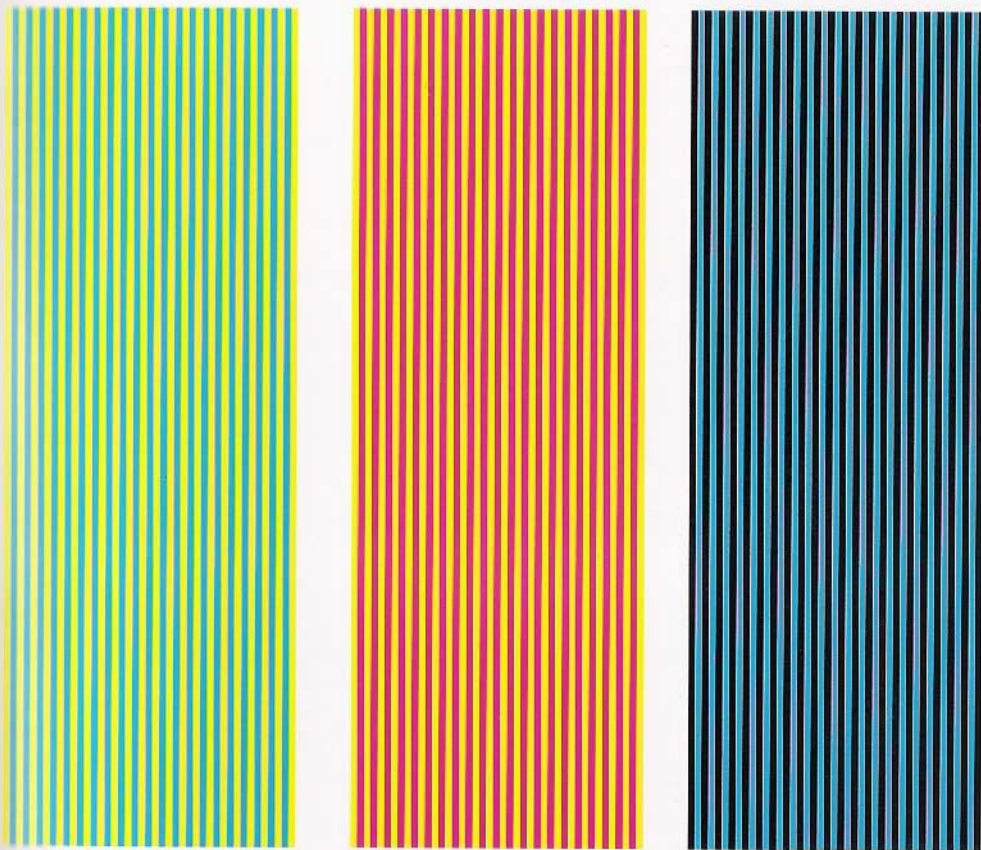
La elección del color también puede afectar la percepción del tamaño. Las figuras de colores vivos suelen parecer más grandes que las de colores oscuros, aunque sean idénticas en forma y tamaño. Puede apreciar que el pequeño cuadrado blanco parece más grande que el negro, que es del mismo tamaño. Los bordes blancos se extienden hacia el negro y por eso el cuadrado parece mayor. En cambio, los bordes del negro están delimitados y lo contraen.

El tamaño de las zonas coloreadas genera una sensación de distancia. Un gran bloque de color reduce la distancia, porque ocupa toda la visión del observador. Las zonas coloreadas pequeñas, en cambio, son menos dominantes y pueden parecer más lejanas.

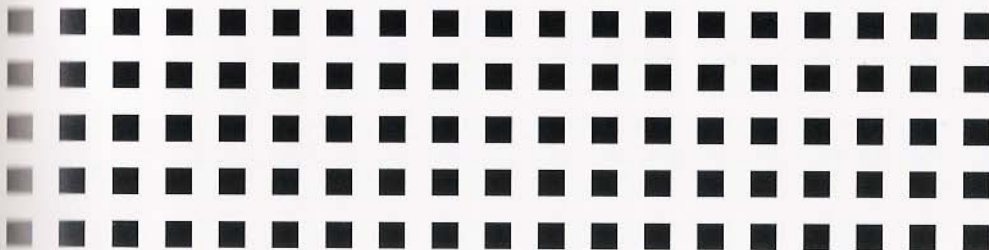




Cuando los tonos contrastan, se crea un borde vistoso al yuxtaponer los colores. Así se produce una sensación de movimiento al diseño, que a veces puede ser incómoda a la vista, pero también puede provocar un efecto espectacular, ya que parece que el diseño se salga de la página.



Si observa el bloque inferior verá que sus ojos intentan rellenar las intersecciones de las líneas blancas con el negro de los cuadrados pequeños. Como resultado, le parecerá ver cuadrados grises en las esquinas de los negros. Este fenómeno se denomina «efecto de parpadeo».



### Creación de identidad

El color suele utilizarse para ayudar a establecer una identidad fuerte y reconocible al instante de una enorme variedad de organizaciones y sus causas o productos asociados. El color sirve para planificar y condicionar la percepción de la organización o de sus productos o actividades por parte del público. Los azules oscuros crean identidades conservadoras, sólidas y fiables para bancos y compañías aseguradoras, los colores primarios vivos identifican los productos para niños y el rosa suele emplearse para crear identidades relacionadas con la belleza, el amor y el sexo, como en el ejemplo de la página siguiente.

#### Stage Beauty (derecha)

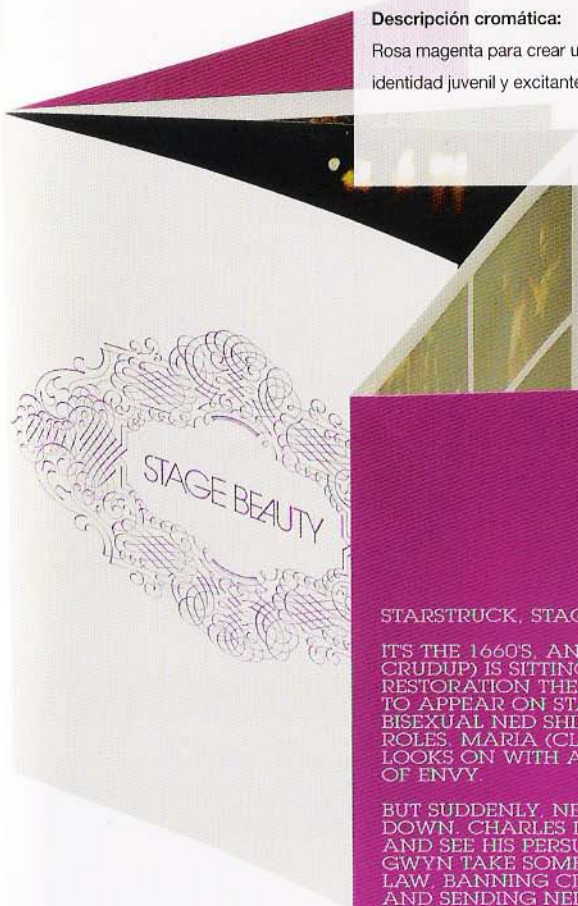
Este folleto fue producido por NB: Studio para *Stage Beauty*, una película de Momentum Pictures. Se emplea un rosa magenta vivo al principio y al final de la publicación, que presenta fotogramas de la película. El color usado transmite excitación y energía, juventud y una connotación sexual, al tiempo que da una identidad emocional a la película que ayuda a destacar su tema. La ligadura de los caracteres E y A en la palabra «beauty» («belleza») es una referencia a la connotación sexual de la película.

**Cliente:** Momentum Pictures

**Diseño:** NB: Studio

**Descripción cromática:**

Rosa magenta para crear una identidad juvenil y excitante.



STARSTRUCK, STAGESTRUCK, LOVESTRUCK...

IT'S THE 1660'S, AND ACTOR NED KYNASTON (BILLY CRUDUP) IS SITTING PRETTY; THE BRIGHTEST STAR IN RESTORATION THEATRE. WOMEN ARE FORBIDDEN TO APPEAR ON STAGE, SO THE BEAUTIFUL, BRAZEN, BISEXUAL NED SHINES IN ALL THE GREAT FEMALE ROLES. MARIA (CLAIRE DANES) HIS LOYAL DRESSER, LOOKS ON WITH ADMIRATION - AND JUST A TOUCH OF ENVY.

BUT SUDDENLY, NED'S WORLD IS TURNED UPSIDE-DOWN. CHARLES II IS KEEN TO SPICE UP THE THEATRE AND SEE HIS PERSUASIVE YOUNG MISTRESS NELL GWYN TAKE SOME APPLAUSE, SO HE CHANGES THE LAW, BANNING CROSS DRESSING MALE ACTORS, AND SENDING NED'S ONCE-GLITTERING CAREER INTO FREEFALL. REDUCED TO DOING DRAG TURNS IN A SEEDY TAVERN, NED IS FINALLY RESCUED BY MARIA, WHO BY NOW IS STARTING TO MAKE A NAME FOR HERSELF AS AN ACTRESS.

HAVING FOUND EACH OTHER, THEY FIND THEMSELVES AND A REINVENTED NED MAKES A TRIUMPHANT RETURN TO THE STAGE AS MARIA'S LEADING MAN.

BILLY CRUDUP AND CLAIRE DANES JOIN A HOST OF BRITISH STARS IN A DRAMATICALLY DIFFERENT PERIOD ROMANCE.

### Ligadura

Recurso tipográfico que consiste en juntar dos o tres letras en una unidad para evitar la interferencia que pueden crear ciertas combinaciones de caracteres. Las ligaduras se forman extendiendo el rasgo transversal o conectando los ascendentes.

**Ciente:** Haus der Kulturen der Welt

**Diseño:** Research Studios

**Descripción cromática:**

Colores del logotipo adaptables a diferentes usos.



### **Haus der Kulturen der Welt (arriba)**

Se trata del logotipo trazado a mano que se creó para el instituto cultural berlinés Haus der Kulturen der Welt. Además de dar identidad, el logotipo presenta un sistema de colores adaptable a las diferentes actividades y necesidades de impresión del instituto. El uso de diferentes colores en el logo evoca la amplia gama de oportunidades culturales que ofrece la entidad.

### **Europees Kampioenschap Voetbal van Amsterdam (derecha)**

Este libro fue creado por KesselsKramer para *Het Parool*, un diario holandés. Incluye 16 retratos de personas residentes o nacidas en Amsterdam que comparten la afición al fútbol. Las páginas pares muestran una fotografía a toda página de la persona con una camiseta de su equipo. Los colores de la camiseta se reflejan en la página siguiente, que contiene una frase de esa persona sobre su equipo. El color de fondo refuerza su asociación con el club concreto.



Cliente: Het Parool

Diseño: KesselsKramer

Descripción cromática:

Uso del color para reflejar  
y resaltar la predilección por  
un equipo determinado.

## VIOLA OLEVIA ARNON UIT OOST

Verder in 1900. Grootmoeder en vader naar Amsterdam, omdat haar vader een baan had in de stad.  
Dit was mijn tijd voor de wedstrijd van de club Feyenoord.  
Het was de eerste keer dat ik naar de stad kwam. Ik was geboren in de stad van Nederland.  
Het was mijn eerste wedstrijd. Het was mijn eerste wedstrijd. Het was mijn eerste wedstrijd.  
Ik was in een club van de stad. Het was mijn eerste wedstrijd. Het was mijn eerste wedstrijd.  
Dit was mijn eerste wedstrijd. Het was mijn eerste wedstrijd. Het was mijn eerste wedstrijd.



## JEAN-MARC MARTENS UIT DE STAATSLIEDENLIJST



## OLIVER HELLMANN UIT WESTERPARK



## INGEMAR MODIG UIT HET CENTRUM

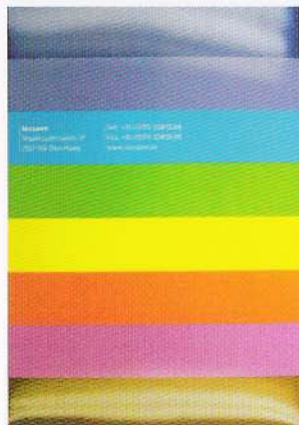


## MANUEL FREIRIA CID UIT GEUZENVELD



## Museon

Este sistema de identificación fue creado por el estudio de diseño holandés Faydherbe / De Vringer para Museon. En esta doble página se observa que los colores del diseño se han empleado para presentar la identidad del museo en una gama de productos como tarjetas, insignias, carteles, etcétera. Cada artículo se caracteriza por una codificación en color procedente del logotipo de Museon.



**Ciente:** Museon

**Diseño:**

Faydherbe / De Vringer

**Descripción cromática:**

Extensión de los colores del logo para dar una identidad coherente.

**Educatief Programma 2004 / 2005**  
**Voortgezet onderwijs**



**MUSEON**

**Cliente:** Orla Kiely

**Diseño:** Solar Initiative

**Descripción cromática:**

Reflejo de las estaciones y del

fuerte contenido cromático

de los diseños de moda.



## Orla Kiely

Este material promocional fue creado por el estudio de diseño Solar Initiative para la diseñadora de moda Orla Kiely. Los colores de los folletos y catálogos de las colecciones de Kiely reflejan las diferentes estaciones. Por ejemplo, en el material de otoño/invierno se emplean marrones, mientras que en el material de primavera/verano se utilizan rojos, rosas y malvas. La presentación del contenido de ambas temporadas es similar, para dar coherencia y resaltar la identidad típicamente rica en colores de esta marca de moda. Para maximizar el impacto cromático se ha empleado un papel estucado de alto brillo y la impresión se ha realizado con tintas de alta pigmentación, obteniéndose una reproducción viva del color.



**Papel estucado de alto brillo**

Se trata de un papel pesado y con un revestimiento mineral que da una reproducción del color excelente. Cuando aún está mojado, el estucado se presiona con un rodillo metálico caliente para crear un acabado de alto brillo, normalmente en una sola cara de la hoja.

Ciente: CRU

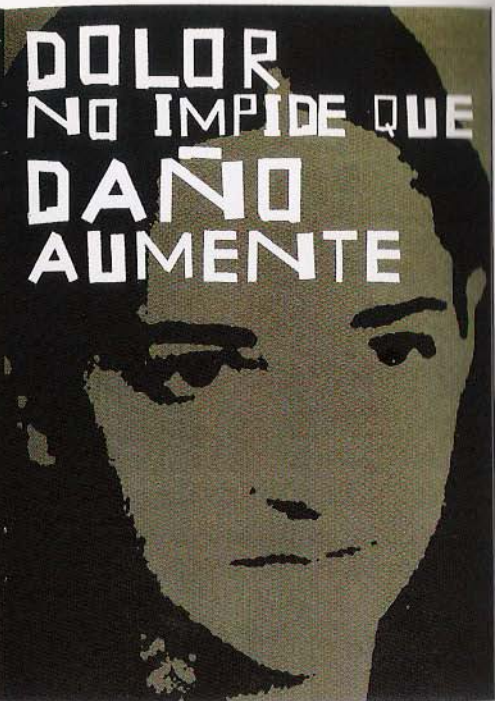
Diseño: Bis

Descripción cromática:

Tratamiento monocromo para sugerir una naturaleza siniestra y plasmar la gravedad del tema.

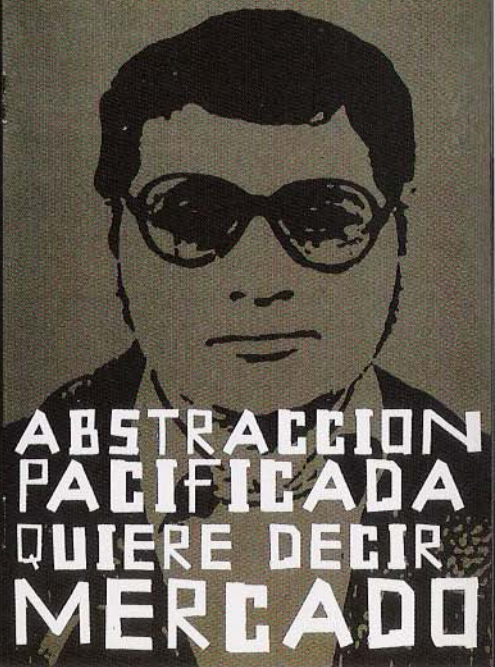
DOLOR  
NO IMPIDE QUE  
DAÑO  
AUMENTE

DISTRESS DOESN'T  
MEAN LESS HARM



PACIFIC  
ABSTRACTION  
HOLDS A  
WHOLE MARKET  
PLACE

ABSTRACCION  
PACIFICADA  
QUIERE DECIR  
MERCADO

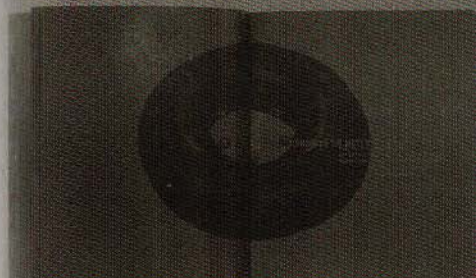


**Cliente:** Aufgabe Gestalt

**Diseño:** Bis

**Descripción cromática:**

Tintas negras para reproducir  
esculturas negras.



### **Aufgabe Gestalt (arriba)**

Este catálogo fue creado por el estudio de diseño Bis para una exposición del escultor español Aufgabe Gestalt. La mayoría de piezas de la exposición eran de aluminio negro, madera lacada en negro y otros materiales negros. El catálogo está impreso en cinco tintas negras diferentes, de modo que la combinación cromática de la publicación refleja el concepto de negro sobre negro del escultor, pero como todo está impreso también en negro sobre negro el contenido sólo es visible moviendo el papel para que la luz se refleje en las diferentes tintas.

### **Violencia Sostenible (izquierda)**

Se trata de una publicación creada por Bis para el proyecto artístico de CRU *Violencia Sostenible*. El texto es del artista Javier Peñafiel y los gráficos del diseñador Alex Gifreu, de Bis. El libro contiene diez carteles unidos por una faja. Cada uno de ellos presenta imágenes monocromas en negro y gris, que se aumentan con texto blanco, gris y negro para crear un efecto siniestro y desalmado. CRU es una empresa independiente que produce libros en colaboración con artistas contemporáneos comprometidos.



**Ciente:** Design Council

**Diseño:** Gavin Ambrose y  
Matt Lumby

**Descripción cromática:**

Refuerzo de la identidad de la  
marca mediante el color y el estilo  
de los objetos.

## Design Council

Estos objetos fueron creados por Gavin Ambrose y Matt Lumby para la instalación *Design in Britain (El diseño en Gran Bretaña)* del Design Council de ese país. La instalación transforma las cifras de la aportación del diseño a la industria británica en manifestaciones físicas. El tratamiento de gran formato de las cifras no sólo se corresponde con la importancia de lo que éstas representan, sino que desglosa una gran cantidad de datos estadísticos en una iconografía más interactiva y fácil de recordar. Los numerales refuerzan la identidad de la marca del Design Council, ya que están producidos en el tipo Helvetica Black y en rojo Pantone 485, ambos de acuerdo con las especificaciones de la entidad para la reproducción su marca.



**Ciente:** Sacred Spaces

**Diseño:** Research Studios

**Descripción cromática:**

Iconos abstractos llenos de colorido y culturalmente neutros.

### Sacred Spaces

Las obras artísticas reunidas para su exposición en el proyecto Sacred Spaces pretendían revitalizar los vínculos tradicionales entre arte y religión mediante una colaboración entre artistas, comunidades religiosas y escuelas en 12 lugares de culto diferentes del este de Londres.

Research Studios creó una identidad llena de colorido para el proyecto y un icono abstracto para cada uno de los 12 artistas y espacios, formado a partir de las palabras «sacred spaces» («espacios sagrados»). La abundancia de colores genera un diseño vigorizante que resulta atractivo a los niños, evitando cualquier connotación cultural.

Cliente: ING Barings

ING BARINGS

Diseño: Frost Design

Descripción cromática:

Selección cuidadosa de dos colores para sugerir una identidad sólida pero moderna.

UNDER  
PINNING

EYE OPENING

ADVANCING

ANALYSING

ING BARINGS

## ING Barings

Estos carteles promocionales fueron creados por Frost Design para ING Barings. Presentan verbos en presente continuo dispuestos de manera que representan visualmente la acción que describen. Las palabras están impresas en azul oscuro, un color conservador y estable que se usa a menudo en la imagen corporativa de los bancos. Sin embargo, la terminación «ing» de los verbos se ha destacado con un naranja más dinámico, para identificarla claramente como el nombre de la entidad. La combinación cromática utilizada sugiere que el banco es sólido pero moderno.

**Ciente:** thecolourofwhite.com


**Diseño:** Intro

**Descripción cromática:**

Varios métodos de reproducción  
en blanco sobre blanco.

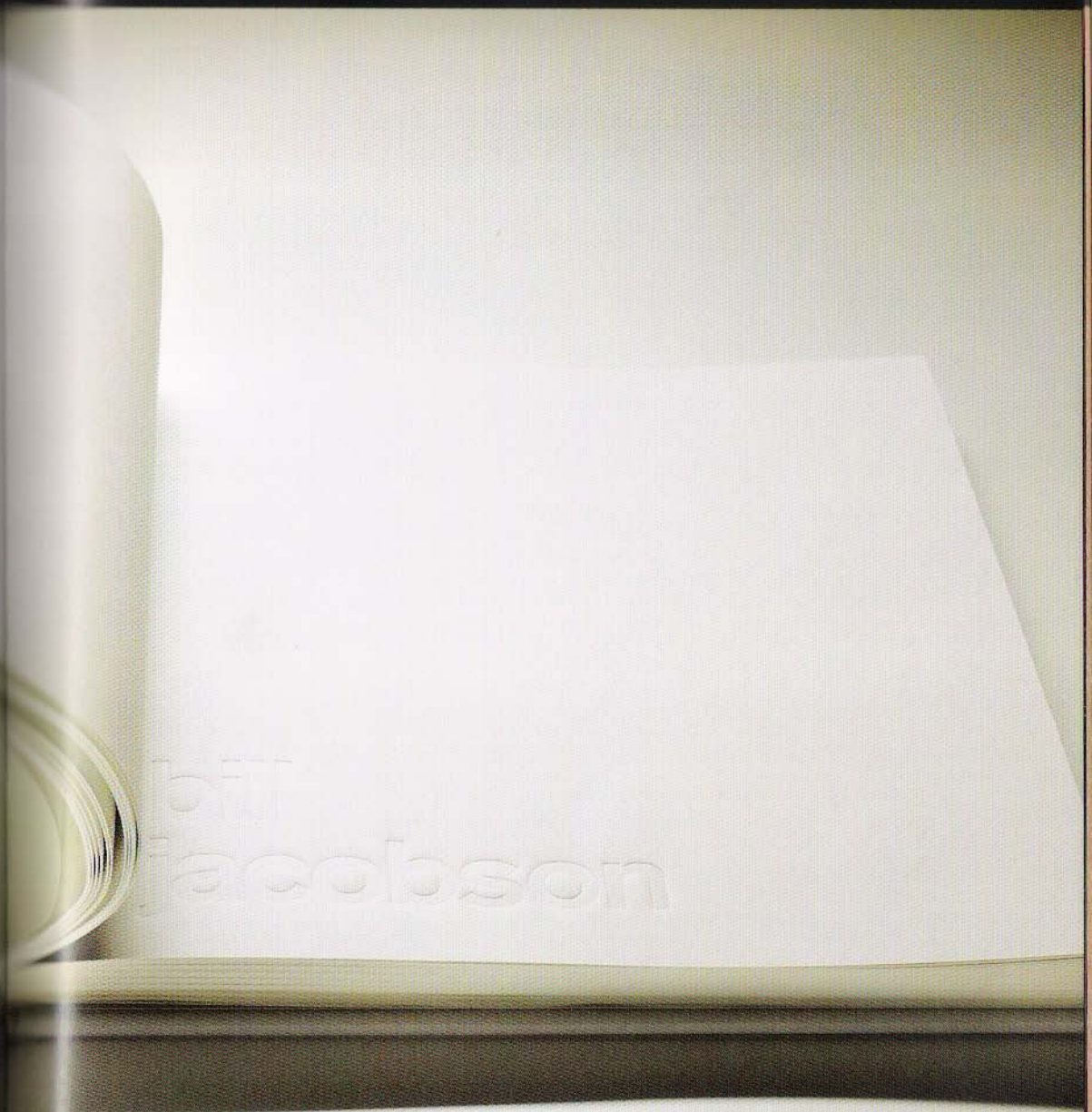
### **The Colour of White**

Este libro fue producido por el estudio de diseño Intro para thecolourofwhite.com para promocionando una nueva galería de arte en internet. El libro se titula *The Colour of White* (*El color del blanco*) y todo en él está reproducido en blanco, desde la tapa dura cubierta de tela, en que se ha gofrado el título, hasta las páginas desplegadas y la impresión. La ausencia de color transmite un mensaje visual muy espectacular sin apenas decir nada. Aquí vemos las páginas desplegadas blancas con el texto serigrafiado también en blanco.



Aquí vemos las páginas desplegadas en pliego francés producidas con un papel de seda. Se les ha aplicado un gofrado con los nombres de los artistas que aparecen en la galería de arte. La depresión del gofrado es el único «color» del diseño.



**Gofrado**

Diseño estampado sin tinta en un sustrato mediante un molde metálico que genera un relieve en la superficie. Esta técnica se usa principalmente para dar cualidades táctiles a los diseños, aunque también puede ser un elemento visual fundamental. El estampado puede ser tanto en hueco como en relieve.

## **Glosario**

Para comprender la enorme variedad de colores disponibles y aprender a incorporarlos en los diseños es necesario conocer a fondo los términos técnicos de este campo y sus definiciones. Este glosario define algunos de los términos más habituales relativos al color, así como algunos de los conceptos que describen. El conocimiento de esta terminología facilita una mejor comprensión y articulación del tema que nos ocupa.

Algunos términos del glosario se refieren a técnicas empleadas en la producción de este libro: las páginas 33, 36-37, 40-41, 44-45 y 48 están impresas con una tinta especial fluorescente; pueden encontrarse varias sobreimpresiones en las páginas 37, 44-45, 76 y 77; y se han utilizado diversos tipos de papel.



## Tono

El tono es el color reflejado o transmitido por un objeto, y se expresa como un valor entre 0 y 360 en el círculo cromático. El degradado superior tiene un tono que recorre toda esta gama de valores, de 0 a 360.

### Barniz

Revestimiento aplicado a una hoja impresa por razones estéticas o para protegerla.

### Bitono

Imagen tonal producida mediante dos colores.

### Brillo

Cantidad de luz empleada para producir un color.

### Cabezada

Cinta decorativa de tela que protege las cabeceras del lomo de un libro.

### Canal

Cada capa de información cromática de una imagen. Una imagen RGB tiene tres canales, una imagen CMYK tiene cuatro y una imagen en blanco y negro tiene uno.

### Círculo cromático

Representación circular del espectro cromático.

### CMYK

Cyan, magenta, amarillo y negro, de sus siglas en inglés; son primarios sustractivos y colores de proceso en cuatricromía.

# NEGRO

## 95 Helvetica Black

---

Los nombres de algunos colores nos informan sobre sus cualidades físicas, además de sus sentidos literales. La palabra «negro», impresa con el tipo 95 Helvetica Black (arriba) nos transmite oscuridad y solidez, aunque se imprima en otro color. En este caso, la referencia al color en la denominación del tipo ayuda a describir su aspecto sólido.

---

### Color de énfasis

Color que aporta un detalle visual llamativo.

### Color de fondo o «cojin»

Color (generalmente con dominio del cyan) que se imprime debajo del negro para mejorar su densidad visual y saturación.

### Color dominante

Color principal en la composición de un diseño.

### Color especial

Color preparado especialmente. También denominado color directo.

### Color fluorescente

Color especial vivo que no puede reproducirse mediante los colores de proceso.

### Color secundario

Color obtenido mezclando dos primarios cualesquiera a partes iguales.

# NEGRO

## 25 Helvetica Ultralight

Este tipo se denomina 25 Helvetica Ultralight, y pertenece a la familia del tipo del ejemplo de la página anterior. Es lo contrario a un tipo oscuro y sólido, y lo mostramos como contrapunto para demostrar que la inclusión del término «negro» al nombre del tipo proporciona información adicional.

### Color subordinado

Color visualmente más débil en una combinación cromática, que complementa o crea un contraste con el color dominante.

### Color terciario

Color formado a partes iguales por un primario y el secundario adyacente en el círculo cromático.

### Colores análogos

Los dos adyacentes a un color determinado en el círculo cromático.

### Colores complementarios

Los que se encuentran enfrente en el círculo cromático.

### Colores primarios

Los primarios sustractivos: cyan, magenta y amarillo.

### Complementario cercano

Color adyacente a un complementario en el círculo cromático.



## Inversión

La inversión es un efecto de color muy sencillo que convierte cualquier imagen en algo más espectacular. Al invertir los colores, las zonas claras se vuelven oscuras, y viceversa. El resultado, especialmente en paisajes como el del ejemplo, parece de otro mundo. La inversión también nos permite observar detalles que pueden pasar desapercibidos en la imagen original.

### Complementarios divididos

Grupo de tres colores formado por un color determinado y los dos adyacentes a su complementario en el círculo cromático.

### Complementarios mutuos

Triada de colores equidistantes más el color complementario del central en el círculo cromático.

### Contraste

Cantidad de gris que contiene una imagen.

### Croma (véase saturación)

### Degradado

Transición gradual de un color a otro en una imagen.

### Distribución del color

En cuatricromia, determinación de las páginas que se imprimirán a color, especialmente si se trata de un color especial.

### Dobles complementarios

Dos colores adyacentes cualesquiera del círculo cromático más sus dos complementarios.



Los efectos de la inversión dependen del sistema cromático empleado. Como se observa en el ejemplo, la conversión en el sistema RGB genera un efecto más espectacular que en el sistema CMYK.

#### **Escala de grises**

Imagen en tonos grises, blanco y negro. También se refiere al brillo de un píxel, expresado como un valor de luminosidad que va del negro al blanco.

#### **Espacio cromático**

Definición de un color por su tono, saturación y valor.

#### **Esquema de imposición**

Diagrama de la disposición de las páginas en el orden y la posición en que serán impresas, antes de ser cortadas, dobladas y ajustadas.

#### **Estampado metálico**

Decoración metálica que se aplica mediante calor y presión.

#### **Faja**

Banda de papel u otro material que envuelve la parte media de un libro.

#### **Gama**

Espectro cromático reproducible por un dispositivo o proceso determinado.

príncipe azul  
sangre azul  
estar verde  
pasar la noche en blanco  
materia gris  
al rojo vivo  
estar en números rojos  
bandera blanca

poner rojo a alguien  
oveja negra  
poner verde a alguien  
alerta roja  
dar luz verde  
semáforo en rojo  
ponerse morado  
libro blanco

### El color en el lenguaje

Nuestra lengua contiene multitud de frases hechas y modismos. Tal como demuestra la lista superior, muchos de ellos están relacionados con el color. Las palabras que componen estas expresiones no tienen mucho sentido por separado, pero el nombre de color que contienen nos da pistas del significado que se quiere transmitir. Las diferentes connotaciones que hemos

#### Ganancia de punto

Aumento de los puntos de tinta sobre el papel.

#### Gofrado

Estampación sin tinta de un motivo en una superficie, mediante un molde metálico, para producir un relieve.

#### Guarda

Cada una de las páginas en blanco que se ponen al principio y al final de un libro.

#### Imagen tonal

Imagen producida usando el negro y uno de los otros colores de proceso.

#### Impresión del canto

Proceso de impresión especial del canto de las páginas de una publicación, por ejemplo, en dorado.

#### Jerarquía

Identificación lógica, organizada y visual de los apartados del texto en un diseño.



arma blanca  
 rojo pasión  
 día gris  
 Viernes negro  
 verde de envidia  
 prensa amarilla  
 suerte negra

vida de color de rosa  
 noches de blanco satén  
 prensa rosa  
 mirada gris  
 ladrón de guante blanco  
 la dama blanca  
 vestirse de punta en blanco

dado a cada color han pasado a formar parte de nuestro lenguaje, y las empleamos con frecuencia para reforzar la emoción o el estado de ánimo que queremos transmitir.

---

**Matiz**

Color en el que predomina el blanco.

**Minimalismo**

Escuela pictórica y escultórica abstracta que enfatizaba una simplificación extrema y restringía severamente el uso de elementos visuales como el color.

**Monocromo**

Dícese de la imagen formada por varios tonos de un color.

**Negativo**

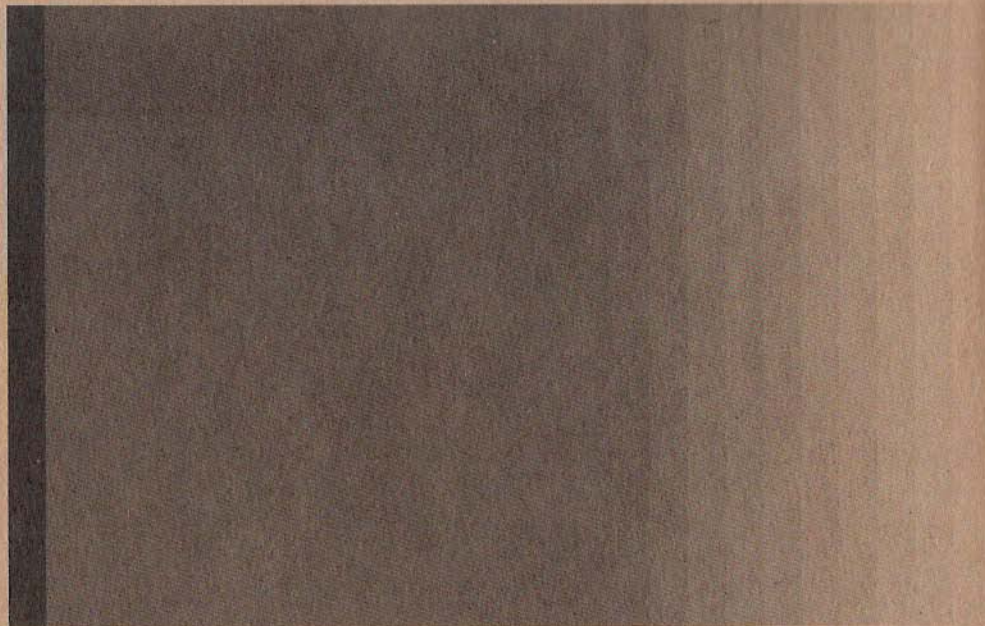
Efecto que se consigue dejando un hueco en blanco en una zona de color.

**Nivel**

Cantidad de color presente en un canal.

**Paginación**

Disposición y numeración de las páginas de una publicación.



## Sombras y matices

El círculo cromático se basa en colores puros. Cada color puro tiene versiones más claras y oscuras. Las versiones claras se denominan matices y se obtienen añadiendo blanco, mientras que las oscuras se denominan sombras y se obtienen añadiendo negro.

---

### **Pantone Matching System (PMS)**

Sistema de homologación de colores.

### **Rebote**

Problema de registro debido al uso del color de proceso negro. Puede resolverse imprimiendo debajo con otros colores de proceso.

### **Reventado**

Solapamiento del texto o de las figuras coloreadas para compensar los errores de registro y evitar la aparición de espacios en blanco.

### **RGB**

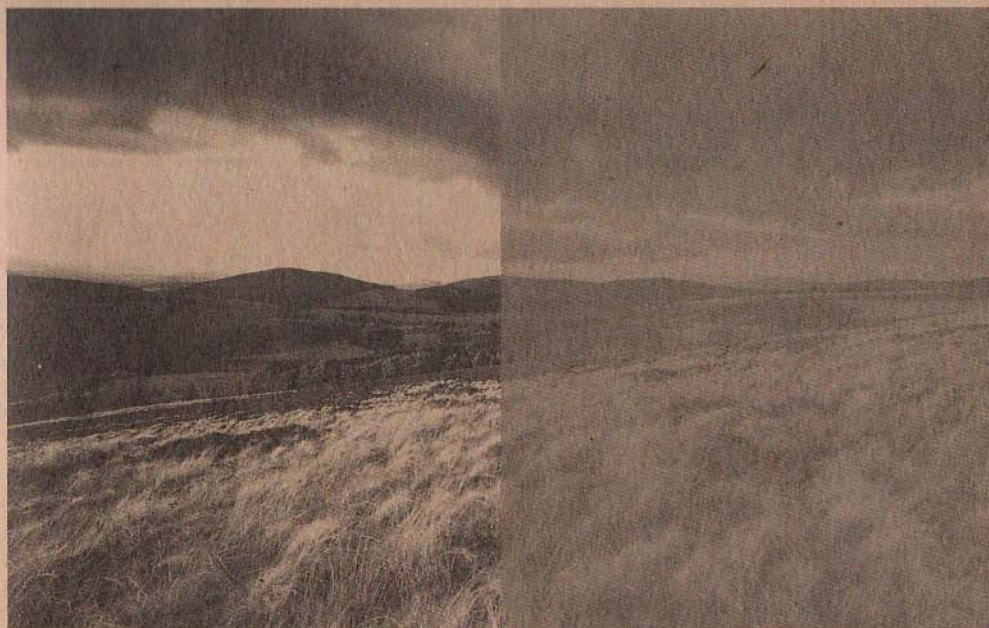
Rojo, verde y azul: los primarios sustractivos.

### **Sangre, a**

Dicese de la impresión de una imagen sobrepasando los márgenes de la página.

### **Saturación**

Variación cromática de un mismo brillo tonal, desde cero hasta el color puro. Representa la fuerza, la pureza o la cantidad de gris del color.



### Contraste

El contraste es sencillamente la diferencia entre los colores. Por ejemplo, el blanco y el negro crean el máximo contraste posible. Los colores pueden contrastar en tono, valor y saturación.

#### Sección o pliego

Hoja impresa que se pliega para formar varias páginas, normalmente 8 o 16. Las diferentes secciones se juntan posteriormente para su encuadernación.

#### Semitono

Simulación de un tono continuo mediante una trama de puntos.

#### Separación del color

Proceso de filtrado fotográfico que separa los colores en canales de tono continuo de sus colores primarios.

#### Sistema cromático

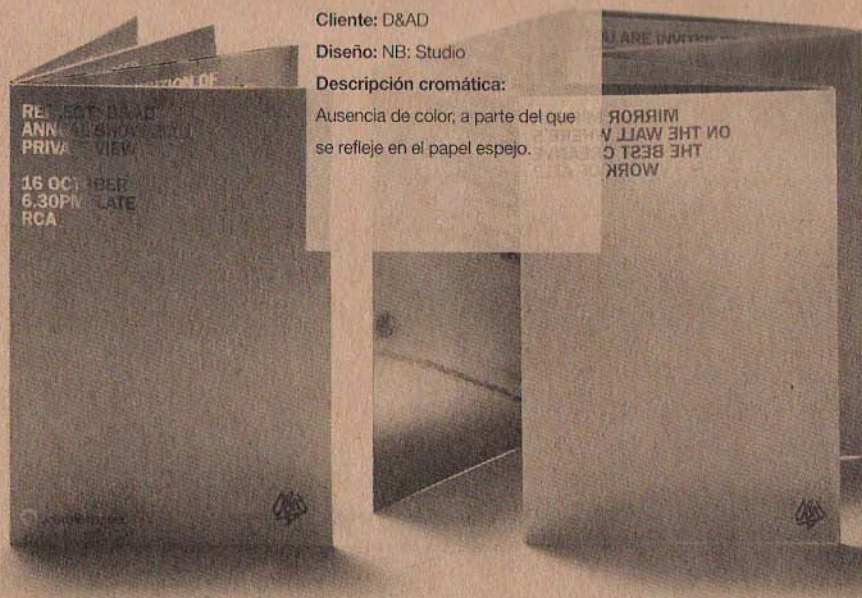
Estructura que rige el uso del color. Por ejemplo, el CMYK y el RGB son dos tipos de sistema cromático.

#### Sobreimpresión

Impresión de un elemento encima de otro, normalmente un color más oscuro sobre otro más claro.

#### Solapa

Extensión de la cubierta.



**Cliente:** D&AD

**Diseño:** NB: Studio

**Descripción cromática:**

Ausencia de color, a parte del que se refleja en el papel espejo.

## D&AD

Esta invitación para la XXII muestra anual de D&AD fue diseñada por NB: Studio y está confeccionada con papel espejo. No contiene ningún color, a parte del que se refleje en el papel espejo procedente del entorno. Se obtiene así un diseño muy limpio y neutro. El texto invertido está impreso en plateado para que sólo sea legible al observar su reflejo en el sustrato del papel espejo.

### Sombra

Versión oscura de un color que obtiene añadiendo negro.

### Soporte

Material, normalmente papel, sobre el que se imprime.

### Superposición

Impresión de dos matices del mismo color, uno encima del otro.

### Sustrato

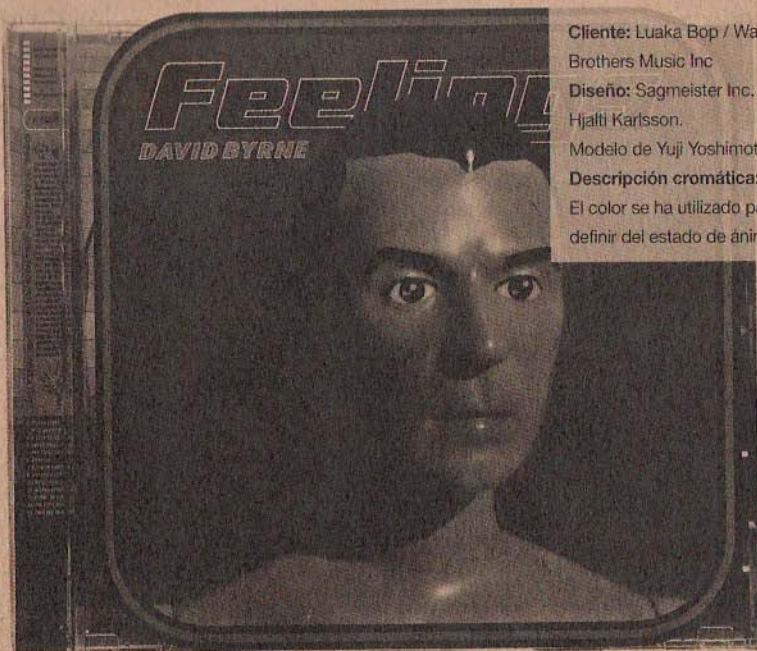
Superficie sobre la que se imprime.

### Teoría del color

Teoría que trata de las reglas de formación de los colores y de las relaciones entre los mismos.

### Tinta metálica

Tinta de impresión especial para crear un efecto dorado, plateado, bronceado o cobrizo.



**Cliente:** Luaka Bop / Warner Brothers Music Inc

**Diseño:** Sagmeister Inc. y Hjalti Karlsson.

Modelo de Yuji Yoshimoto

**Descripción cromática:**

El color se ha utilizado para definir del estado de ánimo.

## Feelings

La cubierta del CD de David Byrne *Feelings* fue creada por los diseñadores neoyorquinos Stefan Sagmeister y Hjalti Karlsson, y presenta un modelo de Byrne creado por Yuji Yoshimoto que se fotografió para su inclusión en el diseño. La representación sintética del cantante aparece en cuatro estados de ánimo diferentes, y el estuche del CD contiene un «ordenador de estados de ánimo de David Byrne» que permite al usuario elegir un estado emocional.

### Tono

Color reflejado o transmitido por un objeto, que se expresa como un valor entre 0 y 360 en el círculo cromático.

### Tono continuo

Coloración continua en una imagen, por ejemplo, una fotografía, que no está tramada en puntos.

### Triada

Tres colores cualesquiera equidistantes en el círculo cromático.

### Valor

Profundidad o intensidad de un color, según el blanco que contiene.

### Valor tonal

Densidad relativa del tono de una imagen.

### Conclusión

**Este libro explica las metodologías y principios básicos de la selección e incorporación de colores en el diseño. La perfecta comprensión de cómo se reproduce del color, ya sea en pantalla o impreso, y el conocimiento de sus significados inherentes, capacitan al diseñador para emplearlo de forma eficaz en su trabajo. Le permiten maximizar el uso del color dentro de los límites presupuestarios o aumentar su impacto y funcionalidad si el diseño incluye más tintas a parte de las cuatro de proceso. El perfecto dominio de estos principios básicos, junto con conocimientos de composición, maquetación, tipografía e imagen, dota al diseñador de poderosas herramientas que le permitirán dar rienda suelta a su creatividad.**

El uso del color tiene un notable impacto sobre el diseño, y su efecto es sin duda más inmediato que el de cualquier otro elemento. Combinado con una composición cuidadosa, un tratamiento tipográfico meditado y un uso ingenioso de las imágenes, el color no sólo mejora un diseño, sino que lo distingue de todos los demás.

Esperamos que este libro resulte una obra de referencia útil para quienes busquen la forma de integrar y manipular el color para mejorar un diseño. El libro debe considerarse un punto de partida para la exploración del color. El uso audaz del color requiere experimentación, reflexión e, inevitablemente, algún error de vez en cuando; sin embargo, armado con los ejemplos y contribuciones recopilados en este libro, el lector podrá comprender con mayor claridad los entresijos de este complejo campo.



**Cliente:** Corbis

**Diseño:** Segura Inc.

**Descripción cromática:**

Bitonos para racionalizar una variedad de retratos de distintas épocas.



## Corbis

Estas imágenes pertenecen a un catálogo producido por Segura Inc. para el archivo de imágenes Corbis. El catálogo contiene imágenes bitonales de estrellas de cine, en las que los tonos más claros se han sustituido por un amarillo dorado. Algunas imágenes empleadas eran originalmente fotografías en blanco y negro, mientras que otras estaban impresas en cuatricromía, y el uso del bitono es una forma sencilla de darles un aspecto y un peso uniformes, algo que no sería posible si se hubieran usado en su forma original.

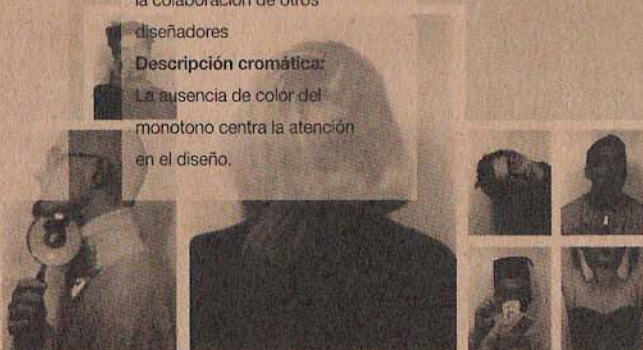
# Agradecimientos

**Ciente:** Fuse

**Diseño:** Neville Brody, con la colaboración de otros diseñadores

**Descripción cromática:**

La ausencia de color del monotono centra la atención en el diseño.



Alphabet



## Agradecimientos

Queremos dar las gracias a todos los que nos han apoyado durante el proyecto, empezando por los muchos directores de arte, diseñadores y creativos que han demostrado una gran generosidad al permitirnos reproducir su obra. Gracias especialmente a todos los que han buscado, cotejado, compilado y redescubierto algunas de las fascinantes obras que contiene este libro. Gracias a Xavier Young por su paciencia, determinación y pericia para fotografiar los trabajos que presentamos en el libro, y a Heather Marshall por posar como modelo. Por último, muchas gracias a Natalia Price-Cabrera, creadora del concepto original del libro, a Caroline Walmsley, a Renée Last, a Brian Morris y a todo el personal de AVA Publishing, que nunca se cansó de nuestras peticiones, consultas y preguntas y nos apoyó en todo momento.

### Fuse (izquierda)

Este diseño está extraído de un número de la revista de tipografía *Fuse*. Fue creado por Neville Brody con la colaboración de otros diseñadores. El diseño emplea varias imágenes que representan visualmente diferentes letras: un peinado representa la «p», una taza de té representa la «t», etcétera. El color no interviene directamente en la transmisión de la idea central del diseño, pero la presentación en monotono ayuda al observador a evitar la interrupción de los aspectos cromáticos y, en este caso, a centrarse en lo que pretende comunicar el diseño.

Agencia	Dirección	Página(s)
3 Deep Design	www.3deep.com.au	79,
About Sodano	www.aboud-sodano.com	64-65
Aufuldish + Warinner	www.aufwar.com	74-75, 87
Bis	www.bisdixit.com	54-55, 112-113, 152-153
Browns	www.brownsdesign.com	56-57, 58-59, 108-109, 116-117
Bruce Mau Design	www.brucemaudesign.com	134-135
Cartlidge Levene	www.cartlidgelevene.co.uk	128-129
Experimental Jetset	www.experimentaljetset.nl	61
Faydherbe / De Vringer	www.ben-wout.nl	78, 148-149
Form Design	www.form.uk.com	10-11, 97, 115, 120-121
Frost Design	www.frostdesign.co.uk	104-105, 156
Gavin Ambrose	www.gavinambrose.co.uk	35, 72-73, 154
Hjalti Karlsson		171
Intro	www.introdesign.com	15, 110-111, 118-119, 157-159
Iris Associates	www.irisassociates.co.uk	137
KesselsKramer	www.kesselskramer.com	130-131, 146-147
Lobo	www.lobo.cx	90
Matt Lumby	www.mtlumby2d.com	154
NB: Studio	www.nbstudio.co.uk	144-145, 170
North	www.northdesign.co.uk	31, 36-39, 40-41, 70-71, 82-83, 99, 138-139
Research Studios	www.researchstudios.com	22-23, 24-25, 93, 124-125, 132-133, 155, 174-175
Rose Design	www.rosedesign.co.uk	42
Roundel	www.roundel.com	66-67
Sagmeister Inc.	www.sagmeister.com	106-107, 136-137, 140-141, 171
SEA Design	www.seadesign.co.uk	46-47, 62-63
Segura Inc.	www.segura-inc.com	48-49, 173
Solar Initiative	www.solar.nl	28-29, 44-45, 52-53, 80-81, 100-101, 150-151
Spin	www.spin.co.uk	7, 95, 98-99, 102-103
Still Waters Run Deep	www.stillwaters-rundeeep.com	14-15, 91
Struktur Design	www.struktur-design.com	26
Studio AS	email: info@studioas.com	42-43
Studio KA	www.karenandy.com	84-85, 122-123
Studio Myerscough	www.studiomyerscough.co.uk	3, 69
Summa	www.summa.es	126-127
Wladimir Marrich		71

La colección BASES DEL DISEÑO explora las posibilidades creativas de los principales conceptos del diseño gráfico, a través de una completa galería de ejemplos, agrupados por temas. Los innovadores trabajos que se presentan, creados por grandes profesionales contemporáneos, se acompañan de explicaciones técnicas, esquemas y consejos que permiten al lector comprender y asimilar el proceso realizado.

Algunos de los conceptos que se tratan en este libro son:

Códigos de color, descripción del color, círculos cromáticos, combinaciones de color, sistemas de color, tintas, tintas especiales, fluorescentes, metalizados, cascada de colores, capas de color, sobreimpresión, codificación de colores, efectos del color, crear una identidad.

**Otros títulos de la colección:** Formato, Layout, Tipografía e Imagen

#### Con trabajos de

3 Deep Design, Aboud Sodano, Aufuldish + Warinner, Bis, Browns, Bruce Mau Design, Cartlidge Levene, Experimental Jetset, Faydherbe / De Vringer, Form Design, Frost Design, Gavin Ambrose, Hjalti Karlsson, Intro, Iris Associates, KesselsKramer, Lobo, Matt Lumby, NB: Studio, North, Research Studios, Rose Design, Roundel, Sagmeister Inc., SEA Design, Segura Inc., Solar Initiative, Spin, Still Waters Run Deep, Struktur Design, Studio AS, Studio KA, Studio Myerscough, Summa, Wladimir Marnich.

**Gavin Ambrose** es diseñador gráfico. Se licenció en Comunicación en la Universidad Central St. Martins de Londres, y posteriormente trabajó como diseñador autónomo para diversas agencias de diseño. Actualmente tiene clientes del sector de las artes, galerías, editores y agencias de publicidad, y es autor y diseñador de otros libros sobre diseño, identidad corporativa y embalaje de productos.

**Paul Harris** se diplomó en el London College of Printing. Es escritor y editor autónomo, y ha colaborado en revistas y periódicos en Londres y Nueva York, como Dazed & Confused. También es autor de varias obras sobre diseño de embalajes.



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

ISBN: 84-342-2855-6



9 788434 228559