



coeditatemas

Gestión de la calidad en el sector gráfico

JESÚS GARCÍA
JIMÉNEZ

Conozca las bases de la gestión de la calidad en el sector gráfico. La calidad como base para la innovación en nuevos productos o servicios.

Calidad gráfica

ª temporada

Noviembre 2011 – Noviembre 2012

<http://qualitasaagg.wordpress.com/>

Calidad para las Artes e Industrias Gráficas del siglo XXI

Reflexiones en torno a las posibles aportaciones de la Gestión de la Calidad a las empresas del sector gráfico. ¿Es posible obtener beneficio (organizativo, económico, social), a partir de la eficaz aplicación de la Gestión de Calidad? O lo que es lo mismo ¿es la Gestión de la Calidad un COSTE o es una INVERSIÓN?

Jesús García Jiménez



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons.

Usted es libre de:

copiar, distribuir y comunicar públicamente la obra

Bajo las condiciones siguientes:

Reconocimiento. Debe reconocer los créditos de la obra de la manera especificada por el autor o el licenciodor (pero no de una manera que sugiera que tiene su apoyo o apoyan el uso que hace de su obra).

No comercial. No puede utilizar esta obra para fines comerciales.

Sin obras derivadas. No se puede alterar, transformar o generar una obra derivada a partir de esta obra.

CALIDAD GRÁFICA. TABLA DE CONTENIDOS

Gestión de la calidad en el sector gráfico > Calidad gráfica > 3ª temporada. 1 diciembre 2011.....	8
Gestión de la calidad en el sector gráfico > Calidad gráfica > 2ª temporada en Isuu. 17 diciembre 2011.....	8
Tiempos de crisis. ISO y/o EFQM. 17 diciembre 2011.....	9
Calidad y diseño. 23 diciembre 2011.....	10
>ISO 9001> Requisitos de diseño> Diseño gráfico (I). 29 diciembre 2011.....	11
>Gestión de la calidad en 2012 >6 enero 2012	12
>ISO 9001> Requisitos de diseño >Diseño gráfico (II) >Briefing de diseño. 13 enero 2012.....	15
>Control de procesos gráficos 20 enero 2012	16
>Control de procesos gráficos > Normas relacionadas con el diseño 25 enero 2012	17
>Tetrapack > 2 de febrero 2012	17
>Control de procesos gráficos > Diseño > Recomendaciones > Para la recogida de información> 10 febrero 2012	18
>Control de procesos gráficos > Diseño > Recomendaciones > Para el establecimiento del contrato I > 18 febrero 2012	19
>Control de procesos gráficos > Diseño > Recomendaciones > Para el establecimiento del contrato II > 23 febrero 2012	19
>Control de procesos gráficos > Diseño > Recomendaciones > Para el establecimiento del contrato III > 1 marzo 2012	20
>Control de procesos gráficos > Diseño > Recomendaciones > Para el establecimiento del contrato IV > 10 marzo 2012.....	21
>Control de procesos gráficos > Diseño > Recomendaciones > Para el establecimiento del contrato V > 16 marzo 2012	22
>Control de procesos gráficos > Diseño > Recomendaciones > Para el establecimiento del contrato VI > 22 marzo 2012.....	23
>Control de procesos gráficos > Preimpresión > Normas> 30 marzo 2012.....	24

>Control de procesos gráficos > Preimpresión > Recomendaciones> sobre originales 12 abril 2012.....	25
>Control de procesos gráficos > Preimpresión > Recomendaciones> sobre originales > ORIGINALES TRAMADOS 20 abril 2012	25
>Tratado de producción editorial > Gestión de la calidad en el proceso productivo editorial 27 abril 2012.....	26
>Control de procesos gráficos > Preimpresión > Recomendaciones> sobre originales > ORIGINALES > TEXTOS 5 mayo 2012	27
>Control de procesos gráficos > Preimpresión > Recomendaciones> sobre originales > ORIGINALES > TEXTOS > Recomendaciones de uso > Tamaño 12 mayo 2012	28
>Control de procesos gráficos > Preimpresión > Recomendaciones> sobre originales > ORIGINALES > TEXTOS > Recomendaciones de uso > Textos calados 19 mayo 2012	29
>Control de procesos gráficos > Preimpresión > Recomendaciones> sobre originales > ORIGINALES > TEXTOS > Recomendaciones de uso > Textos y diseño 26 mayo 2012	30
>Control de procesos gráficos > Preimpresión > Recomendaciones> sobre originales > ORIGINALES > TEXTOS > Recomendaciones de uso > Textos y color > Textos en negro 2 junio 2012.....	31
>Control de procesos gráficos > Preimpresión > Recomendaciones> sobre originales > ORIGINALES > TEXTOS > Recomendaciones de uso > Textos y color > Textos en color corporativo (I) 9 junio 2012.....	31
>Control de procesos gráficos > Preimpresión > Recomendaciones> sobre originales > ORIGINALES > TEXTOS > Recomendaciones de uso > Textos y color > Textos en color corporativo (II) 16 junio 2012.....	32
>Control de procesos gráficos > Preimpresión > Recomendaciones> sobre originales > ORIGINALES > TEXTOS > Recomendaciones de uso > Textos y color > Textos en color corporativo (III) 21 junio 2012.....	33

>Control de procesos gráficos > Preimpresión > Recomendaciones> sobre originales > ORIGINALES > IMÁGENES > 30 junio 2012	33
>Control de procesos gráficos > Preimpresión > Recomendaciones> sobre originales > ORIGINALES > IMÁGENES ANALÓGICAS > 8 julio 2012.....	34
>Control de procesos gráficos > Preimpresión > Recomendaciones> sobre originales > ORIGINALES > ORIGINALES OPACOS > 6 septiembre 2012	35
>Control de procesos gráficos > Preimpresión > Recomendaciones> sobre originales > ORIGINALES > ORIGINALES TRANSPARENTES > 13 septiembre 2012	35
>Control de procesos gráficos > Preimpresión > Recomendaciones> sobre originales > ORIGINALES > ORIGINALES DIGITALES > 22 septiembre 2012	36
>Control de procesos gráficos > Preimpresión > Recomendaciones> sobre originales > ORIGINALES > REQUISITOS OBJETIVOS TÉCNICOS DE VALORACIÓN DE ORIGINALES > 30 septiembre 2012	37
>Control de procesos gráficos > Preimpresión > Recomendaciones> sobre originales > ORIGINALES > REQUISITOS OBJETIVOS TÉCNICOS DE VALORACIÓN DE ORIGINALES > MODO DE COLOR 5 octubre 2012	38
>Control de procesos gráficos > Preimpresión > Recomendaciones> sobre originales > ORIGINALES > REQUISITOS OBJETIVOS TÉCNICOS DE VALORACIÓN DE ORIGINALES > FORMATO 10 octubre 2012	38
>Control de procesos gráficos > Preimpresión > Recomendaciones> sobre originales > ORIGINALES > REQUISITOS OBJETIVOS TÉCNICOS DE VALORACIÓN DE ORIGINALES > RESOLUCIÓN DE ENTRADA 19 octubre 2012	39
>Control de procesos gráficos > Preimpresión > Recomendaciones> sobre originales > ORIGINALES > REQUISITOS OBJETIVOS TÉCNICOS DE VALORACIÓN DE ORIGINALES > LIMPIEZA 28 octubre 2012	41
>Control de procesos gráficos > Preimpresión > Recomendaciones> sobre originales > ORIGINALES > REQUISITOS OBJETIVOS TÉCNICOS DE VALORACIÓN DE ORIGINALES > COLORES “MEMORIA” 1 noviembre 2012	41

>Control de procesos gráficos > Preimpresión > Recomendaciones> sobre originales > ORIGINALES > REQUISITOS OBJETIVOS TÉCNICOS DE VALORACIÓN DE ORIGINALES > CONTRASTE 8 noviembre 2012 42

>Control de procesos gráficos > Preimpresión > Recomendaciones> sobre originales > ORIGINALES > REQUISITOS OBJETIVOS TÉCNICOS DE VALORACIÓN DE ORIGINALES > DETALLE 17 noviembre 2012..... 43

Gestión de la calidad en el sector gráfico > Calidad gráfica > 3ª temporada. 1 diciembre 2011

Iniciamos la **tercera temporada** de este blog -inicio del tercer año- tratando este tema de mi interés (la gestión de la calidad en las organizaciones) y que entiendo del interés también de aquellos que le siguen o enlazan de vez en cuando. Teniendo en cuenta el poco empeño que pongo en promocionarlo, una media en torno a los 80 enlaces diarios me parece razonable. Todavía no ha contactado nadie de publicidad conmigo así que entiendo que tal media no es para tirar cohetes...☺

En estos años poco ha cambiado tanto en mi percepción como en la evolución de la gestión de la calidad en las distintas organizaciones: ciertamente en buena parte de las empresas se incorpora como una función más, incluso puede rastrearse su influencia en las presentaciones de empresas que aun no teniendo ningún sistema certificado si hablan de “nuestra misión”, “nuestros valores”... En cuanto a las que lo integran seguimos diferenciando entre aquellas que lo incorporan por obligación (requisito de la administración, de los clientes,...) de aquellas que lo utilizan de forma concienciada porque están convencidos de que su aportación a la mejora continua es real y no una mera declaración de intenciones.

Como ya se anunció en su momento la **primera temporada** está colgada y a libre disposición bajo licencia Creative Commons, en Isuu: <http://issuu.com/search?q=calidad%20gr%C3%A1fica> y la **segunda temporada** se subirá siguiendo el mismo procedimiento (si recuerdo la mecánica y/o contraseña). Me comprometo a avisar de su publicación.

En cuanto a la tercera temporada esperemos que transcurra por los mismos cauces, es decir, intentaré incluir al menos una entrada semanal (el ritmo es asumible) sobre cualquier aspecto en consideración de nuestro campo. Se admiten sugerencias.

También recuerdo, a aquellos interesados en la materia tratada (la gestión de la calidad en el sector gráfico) les recuerdo que este año he publicado un libro sobre esta misma temática: **la gestión de la calidad en la industria gráfica** (buena parte de las entradas de este blog complementan los aspectos tratados en el libro: <http://www.coeditatemas.com/>

Gestión de la calidad en el sector gráfico > Calidad gráfica > 2ª temporada en Isuu. 17 diciembre 2011

Ya está disponible en Isuu la **segunda temporada** de este blog. El enlace es el mismo que ponía a disposición en la anterior entrada:

<http://issuu.com/search?q=calidad%20gr%C3%A1fica>

Esperamos seguir llenando el “estante” con estas y otras publicaciones.

Tiempos de crisis. ISO y/o EFQM. 17 diciembre 2011

En los tiempos de crisis que corren, en este entorno económico hostil, la “moda” actual es que **todos** nos replanteemos nuestras partidas de gastos teniendo muy en cuenta la merma de ingresos presentes y lo que es aún peor, futuros.

Por lo que respecta a la implantación y gestión de la calidad en las empresas, venimos argumentando a lo largo de este tiempo que tal función, bien gestionada, supone un factor de ahorro claro al promover la mejora continua, la cual comprende la eliminación de ineficacias y cuellos de botella y que para demostrarlo se puede recurrir a la elaboración de la curva de costes de la calidad, la cual bien elaborada, mostrará de forma clara y objetiva este hecho.

La realidad es que pocas empresas certificadas se embarcan en estos complejo análisis limitándose a disponer del sello de certificación como una carta de presentación ante los clientes que se lo exigen como condición básica para trabajar con ellos.

Esta situación lleva a que la dirección se reconsidere el mantenimiento de la certificación dada su aparente poca rentabilidad, eliminando el “gasto” asociado, el cual es claro dado que se corresponde con pagos anuales debidamente referenciados.

El caso se agudiza en empresas que disponen de certificado ISO y además se acogen al modelo de excelencia EFQM.

Ya hemos comentado en entradas anteriores las características de tales modelos de implantación y gestión de la calidad en la empresa y los condicionantes que impulsan a la dirección de la empresa a invertir capacidades y dinero.

El caso es que bastantes organizaciones comenzaron certificándose en ISO, lo que supuso un cambio importante de mentalidad, y posteriormente dieron el salto hacia algún modelo de excelencia (ISO proporciona un modelo de autoevaluación recogido en la norma ISO 9004 pero lo normal es acogerse al modelo EFQM).

Este movimiento se considera un paso adelante (en cuanto que estos modelos de excelencia proporcionan una visión más amplia que ISO y no obstante la implementación de ISO supone una base firme para obtener una buena valoración de partida en EFQM).

Se da el caso, por lo tanto, que en una organización dada, **se hallen operando a la par los modelos ISO y EFQM** sin que haya ningún problema de concurrencia salvo el incremento de trabajo que supone el control y seguimiento de los mismos y el hecho de que hay que pagar por ambos.

Y he aquí el problema. La situación actual empuja a las empresas a recortar gastos por lo que es previsible considerar la eliminación de duplicidades en este campo.

Teóricamente EFQM incluye todos los aspectos de ISO y trabaja otros sobre los que ISO no pone mucho énfasis. Además EFQM está igual de valorado por los clientes (en

algunos casos más), es menos exigente con las personas que integran la organización (aunque más con los líderes) y dependiendo de las circunstancias particulares de la organización es más barato.

Esto lleva a prever bajas en las certificaciones en el sistema ISO, bien porque las organizaciones con ambos modelos opten por quedarse solo con EFQM o bien porque las organizaciones que pretendan certificarse se decanten por EFQM (menos recomendable pero posible). **Veremos en los próximos años.**

Calidad y diseño. 23 diciembre 2011

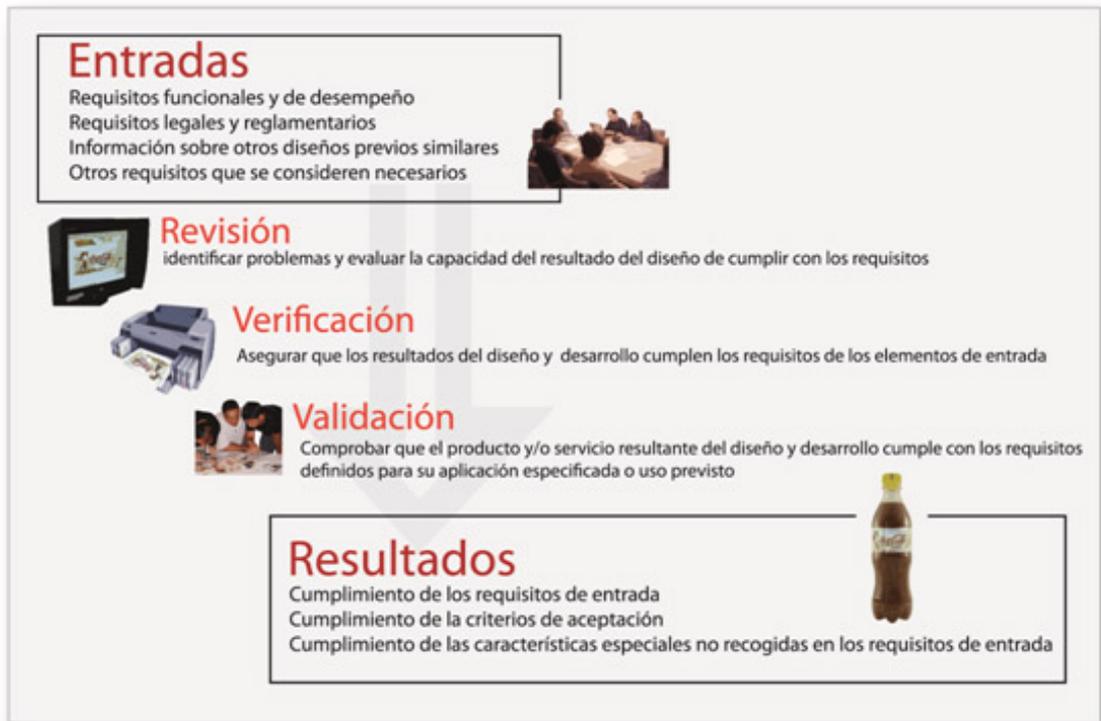
Durante mi trayectoria en la enseñanza y mientras redactaba el libro sobre calidad que he presentado en anteriores entradas, me ha surgido la necesidad de expresar los conceptos asociados a la gestión de la calidad de la forma más gráfica posible.

La dificultad de entender tales conceptos, la mayoría de ellos presentando un alto grado de abstracción, es elevada y esto se agudiza si los receptores son alumnos que (poco inclinados al estudio y más interesados por la experiencia práctica) en principio pueden estar poco motivados ante la aridez de tales conceptos teóricos.

Ejemplos claros de lo que quiero expresar son las interesantes ilustraciones que encontramos en Internet (yo también he hecho mis aportaciones particulares) sobre el ciclo PDCA, la curva de costes de la calidad o el diagrama de Ishikawa.

Queda claro que una buena ilustración facilita la comprensión del concepto. Es en esta línea pretendo trabajar y lo expreso aquí casi para comprometerme aún más. No obstante tiene una gran dificultad traducir mediante ilustraciones conceptos a menudo complejos.

En esta entrada presento una ilustración de lo que pretendo expresar. Se corresponde con la que acompaña mi libro "Gestión de la calidad en el sector gráfico" y se realizó expresamente para ilustrar un tema particularmente dificultoso como es el punto 7.3 de la norma ISO 9001: Diseño y desarrollo, más aún si se tiene en cuenta que el concepto soportado es muy atractivo.



La dificultad se halla en la complejidad de expresar todos los requisitos (todos de vital importancia en esta fase del proceso) y más aún en las fases de revisión, verificación y validación.

En buena parte de los trabajos de la industria gráfica el grado de control no se corresponde con lo expresado en la norma, la cual recoge, muy acertadamente a mi juicio, los requisitos para la gestión de la calidad asociada al diseño y desarrollo complejo (más coincidente con el diseño industrial).

No obstante, el hecho de no tener en cuenta estos criterios ante, por ejemplo, el diseño de un cartel, implica fallos que supone un incremento del grado de ineficacia y por lo tanto la correspondiente repercusión en pérdidas de tiempo y dinero.

Ésta o una ilustración similar bien pudiera estar en la pared de cualquier estudio o departamento de diseño de tal manera que sirva a modo de “Check list”, o lista de chequeo si se prefiere, de tal manera que no se “olvide” ningún punto.

Yo por mi parte procuraré elaborar documentos de este tipo y recibiría con gusto propuestas y sugerencias en este sentido. Saludos para todos y feliz Navidad.

>ISO 9001> Requisitos de diseño> Diseño gráfico (I). 29 diciembre 2011

(Casi) todo el mundo quiere ser diseñador. Es ¿sorprendente? el poder de convocatoria que tiene dicho concepto. Añadir tal concepto al título de un curso supone un plus de asistencia sin que quede claro para el alumno que significa tal concepto.

La idea que trae al alumno a un curso de estas características sobre la actividad de diseñar incluye poco esfuerzo: implica por lo general una inspiración de tipo “divino”, sin base teórica ni práctica, y que se plasma en un trabajo cuanto menos curioso en su concepción, ejecución y difusión. Lógicamente puede “acertar” en un particular diseño, lo que emparenta esta actividad con la de comprar un billete de lotería (al igual que yo al hacer esta comparación, en esta época, estoy particularmente acertado).

No obstante, todo el mundo está capacitado para diseñar (o eso creemos).

El resultado de esta febril actividad diseñadora es bien visible (hirientemente visible podríamos decir) en cualquier actividad diaria y ejemplos encontramos en Internet e cualquier categoría (basta pedir el Google: los peores diseños de...). Bien porque alguien ha pensado que su diseño es el mejor (sin recurrir a un diseñador de profesión), bien porque ha impuesto su particular criterio al diseñador profesional que le ha perpetrado el trabajo (ya se sabe que el cliente siempre tiene razón).

El caso es que la norma 9001, en su punto 7.3, establece los requisitos de diseño que precisamente han sido objeto de la anterior entrada como ejemplo de la dificultad que implica desentrañar tales requisitos más para una actividad que, en la rama gráfica, no está habituada precisamente a plegarse a requisitos (en la industria gráfica, hace pocos años realmente, el diseño quedaba tradicionalmente excluido en la certificación).

Las próximas entradas las dedicaremos a analizar cada uno de los requisitos y plantear su adaptación al diseño gráfico por humilde que este sea. El diseñador profesional puede cotejar la lista que vayamos desglosando con su particular “Brief” (sí, en el campo del diseño se es muy dado a utilizar conceptos anglosajones, queda muy “cool” y viste más).

De hecho un Brief o Briefing bien planteado recoge gran parte de los aspectos tratados en este apartado.

También hay modelos de Brief para diseñadores ofertados en Internet.

>Gestión de la calidad en 2012 >6 enero 2012

Aprovechando la temporal bajada de ritmo en estas fechas y el inicio de un año nuevo, introduzco un paréntesis en la última línea argumental (la calidad y el diseño gráfico: retomaremos en las próximas entradas) para volver a romper una lanza a favor de la función de la calidad en las organizaciones de cara a este crítico año.

La idea es introducir alguna propuesta positiva o al menos ánimo en aquellos que tienen responsabilidades al respecto.

No vamos a abogar aquí por la certificación de calidad a cualquier precio, menos aún en estos tiempos, antes al contrario siempre hemos venido defendiendo (y seguiremos, sino al tiempo), la implantación de una gestión de calidad, efectiva y documentada, desde el convencimiento.

Ya venimos comentando, en pasadas entradas, las motivaciones que se hallan detrás de este importante paso. Eran otros tiempos (¡qué lejos quedan ya!) y una inversión de

este calibre era perfectamente asumible y acorde con la evolución social e industrial general.

En estos procelosos tiempos en los cuales aumentan las dificultades de obtención de crédito y se incrementan las partidas de gasto (impuestos, comisiones,...) todos (no solo las empresas, también las familias) estamos buscando partidas a las cuales meter la tijera.

Las organizaciones certificadas pueden sentir la tentación (recurrente) a interpretar la función de calidad como generadora de gastos (salarios asociados, costes de los controles,... en definitiva costes claramente asignables), más aún si no se ha alcanzado el grado de convencimiento necesario (y la alta dirección puede no tener claro este concepto: “vencida” por las circunstancias pero no convencida).

Por otro lado, las organizaciones no certificadas no van a dar un paso que supone un desembolso claro si éste no tiene un efecto más claro aún e inmediato.

Volvemos a insistir que el convencimiento, en la empresa certificada, debe alcanzarse a partir de un análisis detallado de costes de calidad y no calidad que debe quedar claramente reflejado en la curva de costes de calidad. Recordemos que en una gestión de calidad eficiente todo debe estar debidamente documentado, incluidas las partidas de gasto asociadas a las actuaciones relacionadas. Esta tarea callada del responsable de calidad o del departamento de calidad debe dar sus frutos en un plazo razonable (no menor de un año).

En cuanto a la empresa no certificada, bien puede comenzar más modestamente, formando algún directivo y/o algún grupo en gestión de la calidad (sí, me consta que también se recorta en formación, pero espero que estos recortes procedan más de un análisis serio de la eficacia y eficiencia de la formación que se está recibiendo).

Este directivo y/o grupo, puede actuar de avanzadilla (futuro responsable de calidad/grupo de calidad) asumiendo algunas de las responsabilidades asociadas a la gestión de la calidad a partir de la puesta en práctica de los conocimientos adquiridos. Tiene el inconveniente que camino será lento, pero menos es nada.

Entre las ventajas asociadas podemos deducir que el planteamiento es económico y la implantación oficiosa de esta función es interna, lo cual aporta un cierto valor añadido quedando sentadas las bases de actuaciones más complejas cuando los tiempos acompañen (esto requerirá por lo general ayuda externa).

Buen año.

>ISO 9001> Requisitos de diseño >Diseño gráfico (II) >Briefing de diseño. 13 enero 2012

Se denomina Briefing a un documento, a modo de lista de chequeo (a veces denominado por ello "Check list" y que se ha tomado "prestado" de otros sectores: de la publicidad y ésta de la aviación.

Presentamos a continuación un modelo de Briefing de diseño, cuya versión original puede hallarse en la web: <http://www.slideshare.net/oficiografico/briefing-general-proyectos-diseo-grfico>. (En la versión que damos a continuación hemos realizado un lavado la cara con el fin de clarificar los conceptos presentados).

BRIEFING DE DISEÑO

CLIENTE

(Cultura corporativa, evolución, etapa actual...)

Nombre / Trayectoria histórica / Personalidad / Área o áreas de negocio / Grado de profesionalidad / Necesidades / Peculiaridades de la empresa / Productos del cliente

PRODUCTO

(Gama, características, etapa, condicionamientos legales...)

Nombre del producto, servicio o concepto / Eslogan / Tema / Ámbito (musical, cultural, político...) / Características / Conceptos a transmitir (máximo 2 o 3) / Función / Cómo se utiliza / Dónde se utiliza / En qué época del año se utiliza / En qué circunstancias se usa / Presupuesto / Tiempo (fechas límite) / Que cree el cliente que necesita o quiere / Líneas creativas: cuál debe ser el "look" general (dinámico, apagado, elegante, artístico, blanco y negro, etc. / Misma línea comunicativa que otros documentos que tu organización ha producido o distinta / Ilustraciones o fotos / Sólo texto / Requisitos o ideas sobre tonos, lenguajes, estilos de comunicación, etc /

RESUMEN DEL PROYECTO

Novedad del producto, servicio o concepto / Recuerdo o advertencia / Mensaje más general / Distribución del producto / En qué tipo de locales / Cómo se expone a la venta / Junto a qué productos /

COMPETENCIA

(Ranking de marcas y posicionamientos)

Mercado: Mercado real. Situación de la empresa/cliente en el mercado / Mercado potencial. Previsiones / Aspiraciones de crecimiento / Política de precios /

PÚBLICO OBJETIVO ¿A quién nos dirigimos? (destinatarios)

Comunidad específica / Todo el mundo / Sólo a mujeres / Edad / Idioma / Retos y problemas / Actitud / motivaciones ante el producto / Fácil de fotocopiar / ¿Será traducido posteriormente? / Beneficio más persuasivo que ofrece el producto y razón principal para que el público pueda creer en ello / Respuesta esperada del consumidor ¿Cuál es la respuesta o reacción que se desea del destinatario.

Como podemos apreciar este modelo se articula en torno a cuatro aspectos esenciales: el cliente, el producto (objeto de la acción de diseño), la competencia y el público objetivo... Proponemos el ejercicio de adoptar la terminología empleada en la norma ISO en cuanto a los requisitos de entrada. A partir de este planteamiento el modelo de Briefing pudiera quedar de la siguiente manera:

1. Datos del cliente

Datos de contextualización. Se estructuran desde lo general (nombre, razón social, medios de contacto...) hasta lo concreto (necesidades de comunicación asociadas al contrato)

- Nombre o denominación social
- Datos de contacto
- Área o áreas de negocio
- Histórico de actividad comercial
- Histórico de actividad comunicativa (incluye recopilación de muestras)
- Productos o servicios del cliente
- Necesidades específicas asociadas al posible contrato
- “Personalidad” percibida de la empresa

2. Los requisitos funcionales y de desempeño

Requisitos que tienen que ver con la función y uso del producto gráfico a diseñar.

- Requisito principal de comunicación
Que cree el cliente que necesita o quiere
Público al que se dirige la comunicación
Posible línea creativa
Tema o lema (aproximación)
¿Misma línea comunicativa que otros documentos o distinta?
- Requisitos de comunicación complementarios
¿Otros mensajes? ¿Cuáles?
¿Otros públicos? ¿Quiénes?
- ¿El producto presenta alguna novedad?
- Descripción de los productos asociados (características formales)
Ilustraciones o fotos
Sólo texto
Requisitos o ideas sobre tonos, lenguajes, estilos de comunicación, etc /
- Canales de difusión
- Presupuesto

3. Los requisitos legales y reglamentarios

Requisitos de los cuales se exige cumplimiento normativo ¿En qué aspectos?

Normativas autonómicas que afecten al diseño ¿En qué aspectos?

Normativas europeas que afecten al diseño ¿En qué aspectos?

Normativas internacionales que afecten al diseño ¿En qué aspectos?

Otras normas, reglamentos o código ético de origen asociativo, sectorial o interno

4. La información sobre otros diseños previos similares

Estudio de la comunicación y el diseño aplicado hasta la fecha por el cliente y la competencia. Estudio de soluciones parecidas en otros sectores.

Recopilación y análisis de muestras de comunicación y diseño del cliente

Recopilación y análisis de muestras de comunicación y diseño de la competencia
Recopilación y análisis de muestras de comunicación y diseño de sectores afines
Recopilación y análisis de muestras de comunicación y diseño de otros sectores no afines pero con potencial de aplicación

5. Otros requisitos que se consideren necesarios

A partir de los datos obtenidos. Pueden ser “requisitos” no verbalizados por el cliente pero si presentes de manera inconsciente en sus argumentos (“no me gusta las bromas” “somos serios y responsables” “tradición”, etc.) o bien requisitos derivados del planteamiento técnico a realizar (ej. la creación de una marca requiere que éste se visualice bien en entornos “hostiles”: ícono para web, reproducción sobre superficies texturadas, reproducción a una sola tinta,...)

>Control de procesos gráficos 20 enero 2012

Todo proceso debe ser controlado, este es un axioma que, sorprendentemente, no se cumple a veces. Lógicamente, todos los procesos gráficos, por lo tanto, deben ser controlados. Es importante que el control quede definido en el momento de elaboración del proceso, desarrollando los procedimientos pertinentes. Asimismo es necesario aplicar las técnicas de mejora continua que correspondan de tal manera que el control del proceso refleje la evolución natural de éste más aún teniendo en cuenta la rápida evolución tecnológica que acontece en nuestro sector.

Ahí van algunas preguntas que debemos hacernos en el momento de “homologar” el proceso y cuando le “evaluamos” periódicamente:

- ¿Quién es el propietario del proceso?
- ¿Dispone de tiempo y conocimientos para mantener la supervisión adecuada?
- ¿Y para su evaluación continuada?
- ¿Están delimitados claramente los controles asociados al proceso?
- ¿Es eficiente y eficaz la recogida de información?
- ¿Son adecuados los registros de toma de datos?
- ¿Se obtienen los indicadores adecuados?
- ¿Están establecidos los procedimientos asociados a toda la casuística que puede generarse, por ejemplo tratamiento de producto no conforme?
- ...

No pretendemos ser exhaustivos, sino fomentar la reflexión...

En las siguientes entradas, tomando como base estas apreciaciones, analizaremos los procesos más relevantes en la industria gráfica en relación con la gestión y control de la calidad asociada a tales procesos.

>Control de procesos gráficos > Normas relacionadas con el diseño 25 enero 2012

La norma UNE 54130-1:2008 Manual de identidad visual corporativa, la cual ya hemos analizado en anteriores entradas, contempla las principales especificaciones a tener en cuenta en relación con la elaboración del manual de identidad corporativa (elaboración de marca, elementos que la conforman, usos,...)

Es también conocido como manual de identidad visual, manual de identidad gráfica o manual de marca, y es elemento fundamental en la empresa que quiera unificar la comunicación visual en sus múltiples variantes con el fin de ofrecer una imagen sólida y coherente en el tiempo y en el espacio (en algunos casos esta unificación va más allá de los aspectos visuales pero no está contemplado en esta norma)

La norma recoge y unifica los usos y costumbres en cuanto a la elaboración y uso de la identidad corporativa estableciendo las pautas principales a seguir en su diseño e implantación. No es una norma restrictiva sino que establece pautas para la una elaboración razonable. En la propia norma se establecen pautas para el control (el color y su control, las tipografías a emplear, formatos, restricciones de uso,...). Enfrentarse a la elaboración de un manual de identidad visual bien merece la pena hacerse con la norma y seguir las pautas detalladas. Precio 19,95 euros sin iva (si se quiere la versión oficial).

La norma está ampliamente comentada en este blog y también es posible consultarla sin coste en el servicio de documentación de Aenor en la Calle Génova, Nº 6, (Madrid).

>Tetrapack > 2 de febrero 2012

Teniendo en cuenta que está fresca la visita (hoy) a las instalaciones de Tetrapack en Arganda (España) con un grupo de alumnos quiero aprovechar para fijar las sensaciones en torno a esta experiencia.

Tetrapack España es un modelo en nuestro sector y un ejemplo a seguir por la industria.

Lo de modelo a seguir debe entenderse literalmente: el concepto que subyace es el de Benchmarking:

"Consiste en tomar "comparadores" o benchmarks a aquellos productos, servicios y procesos de trabajo que pertenezcan a organizaciones que evidencien las mejores prácticas sobre el área de interés, con el propósito de transferir el conocimiento de las mejores prácticas y su aplicación." Fuente: Wikipedia

Saco esto a colación porque este concepto sin traducción y de difícil entendimiento es clave en la gestión empresarial moderna y está en la base de empresas punteras.

En la introducción que nos hizo Antonio, como representante de la empresa, un tema recurrente era la gestión de la calidad y empresarial: Tetrapack fue pionera en la implantación de sistemas de calidad (ISO 9000) y medioambiental ISO 14000) y en un momento dado decidió asumir técnicas que estaban aplicando organizaciones como Toyota (de ahí el concepto de Benchmarking). La aplicación de técnicas de gestión lean, poka yoke, las 5s... son visibles en todos los rincones de la empresa que despliega ante el visitante una impresionante eficacia.

El fundamento en valores, otro gran avance favorecido por planteamientos derivados de la gestión de la calidad y mejora continua, supone una base sólida sobre la que apoyar la gestión empresarial. Ahí van los valores de Tetrapack ... para reflexionar.

- Enfoque al Cliente y Perspectiva a Largo Plazo
- Calidad e Innovación
- Libertad y Responsabilidad
- Colaboración y Diversión

Un último apunte, algo que ya se contempla en EFQM: la sustitución del término Recursos humanos por el término Personas. Cambia la perspectiva, ¿no?

Enhorabuena a Tetrapack España.

>Control de procesos gráficos > Diseño > Recomendaciones > Para la recogida de información> 10 febrero 2012

- Antes de la reunión con el cliente.
La primera recomendación consiste en que se debe partir de una propuesta de trabajo, documento en el cual el cliente potencial recoge sus intenciones concretadas en mayor o menor medida. Tal propuesta de trabajo puede hallarse minuciosamente especificada en un pliego de condiciones (por ejemplo en el caso de concursos y/o subastas).Dicha propuesta sirve de base para dirigir la recopilación de información del cliente, sus productos y comunicaciones, necesaria para la primera reunión con dicho cliente.
- En la reunión con el cliente.
En las reuniones formales con el cliente (de una a tres, no más) deben quedar establecidos y documentados en el Briefing los siguientes aspectos:
 - Los requisitos de desempeño del proyecto. Criterios comunicativos. Qué se pretende. A quién va dirigido.
 - Los requisitos funcionales de los productos asociados. Criterios de realización. Propuesta formal. Presupuestos
 - Los requisitos legales y reglamentarios (si los hubiera). Criterios normativos y reglamentarios. ¿Existen restricciones normativas? ¿Existen restricciones reglamentarias?
 - Otros requisitos (si los hubiera). Presupuesto cerrado. Restricción en la utilización de materiales (soportes, tintas,...). Modas y tendencias sociales en general.

- Recopilación de trabajos previos del cliente o proyectos similares. Si están disponibles acciones necesarias para la primera reunión con el cliente potencial.
- Después de las reuniones con el cliente.
 - Sin el cliente, se contrasta posteriormente:
 - El grado de viabilidad de las ideas del cliente
 - Proyectos de la competencia
 - Proyectos similares en otros sectores
 - Proyectos internacionales similares

>Control de procesos gráficos > Diseño > Recomendaciones > Para el establecimiento del contrato I > 18 febrero 2012

- Concretar la propuesta de diseño
 - Fijando por escrito al menos las siguientes especificaciones:
 - La descripción de los productos a realizar y sus partes
 - El uso al que se destina cada producto
 - Los formatos de cada uno de ellos (y de cada una de sus partes)
 - El número de ejemplares
 - Los tipos de originales y su procedencia
 - Las operaciones de tratamiento
 - Las operaciones de acabado
 - Los materiales de producción
 - Papeles u otros soportes
 - Tintas
 - Otros materiales
 -
- Tener en cuenta el ciclo de vida
 - Especificar que ciclo de vida tendrá el producto (resistencia de materiales)
 - Uno o varios usos
 - Poca o mucha duración
- Establecer el presupuesto
 - Es necesario especificar lo más detalladamente posible el presupuesto disponible para el proyecto. Desglose por partidas.
- Establecer la planificación
 - Especificar los plazos de entrega en todas las fases del proceso. Realizar cronograma. Hitos, responsables y pruebas

>Control de procesos gráficos > Diseño > Recomendaciones > Para el establecimiento del contrato II > 23 febrero 2012

Al establecer el contrato se debe considerar con cuidado los materiales que se van a emplear dado la influencia que éstos tienen sobre el producto final. Los materiales

deben ser compatibles entre sí y adecuados al entorno en el que se va a desenvolver el producto.

Comenzamos con TINTAS:

Entre las RECOMENDACIONES sobre tintas en relación con productos que se van a imprimir encontramos que:

Conviene conocer la relación soporte-tinta. No toda combinación de tinta-soporte es compatible. Especial dificultad pueden ocasionar soportes poco o nada porosos lo que requerirá tintas adecuadas. El fabricante suele recoger esta circunstancia en sus catálogos (o debería).

Conviene hacer pruebas previas con los colores críticos. Colores corporativos, fuera de gama y colores especiales en general ... aunque las pruebas sean caras puede que sea el único modo de asegurar el resultado final. Ante la duda realizar prueba.

Especial consideración deben tener las tintas metálicas y fluorescentes. Debido a su especial composición pueden ser una magnífica fuente de dolores de cabeza. Importante recurrir a muestras...

Conviene tener claramente determinado si el producto resultante requiere alguna resistencia especial relacionada con las tintas: resistencia al roce, al calor, al frío, a las grasas,...En función del producto final la elección puede ser determinante. Si el producto es especial es muy conveniente realizar las consultas oportunas. Hay que tener claro que las guías de referencia de color (pantoneras y similares) tienen una vida útil limitada (por lo general el fabricante establece un año) En todo caso estas guías deben manipularse con limpieza y guardarse en lugares que impidan que les afecte la luz. Lo cierto es que el grado de fiabilidad disminuye con el paso del tiempo. Si el producto es crítico, mejor la aprobación del color con el responsable presente y en condiciones controlada: iluminación, dispositivos de control y medición,...

Conviene saber que ciertos colores especiales no pueden reproducirse en CMYK (pero claro si eso no se sabe mejor no diseñar). En relación con esto último no está de más tener a mano una pantonera de Pantone to process.

>Control de procesos gráficos > Diseño > Recomendaciones > Para el establecimiento del contrato III > 1 marzo 2012

Por lo que respecta al color habrá que especificar con claridad si el producto lleva una o varias tintas y cuales:

- B/N, monocolor, color de realce
- Duotonos, tritonos
- Cuatricromía
- Hexacromía
- Colores especiales

- Barnices

Es muy importante la comunicación del color y determinar objetivamente los resultados que se pretenden:

Se trata de evitar imprecisiones por lo que es recomendable utilizar guías de color, y/o comunicarse mediante la referencia a valores colorimétricos

Si se utilizan muestras, establecer cuando utilizarlas y las condiciones de visualización

Tener cuidado con los muestrarios ya que pueden estar caducados (el fabricante suele dar un año) lo que complicaría la gestión de cualquier desacuerdo.

Importante recordar que algunos colores especiales pueden ser simulados con más facilidad que otros utilizando los colores de la cuatricromía (Coincidencia de gama) por lo que es recomendable tener referencias razonables a mano como las guías de Pantone to process por ejemplo

>Control de procesos gráficos > Diseño > Recomendaciones > Para el establecimiento del contrato IV > 10 marzo 2012

Por lo que respecta a las pruebas:

Se ha de especificar cuando se deben preparar pruebas y de qué tipo:

En las fases iniciales:

En blanco y negro (pruebas de posicionamiento con textos e imágenes falsas). Pueden servir para los cálculos pertinentes en la fase de proyecto) y valoración de layouts. Es recomendable guardar las pruebas definitivas como pruebas de proyectos.

Dependiendo del tipo de producto y el coste asociado pueden ser sustituidas por pruebas de color). A especificar en el contrato.

Mediado el proceso:

En color de concepto En la fase de preimpresión, con textos e imágenes definitivas a medida que se van incorporando. No sirven para la valoración definitiva del color pero proporcionan una aproximación que será cuanto más fiable cuanto mejor esté gestionado el color en el entorno productivo y fiable sea el dispositivo de salida. Recomendable guardar pruebas finales y cualquiera que haya servido para validar cambios.

- Final del proceso preimpresión:

En color certificadas. Se recomienda realizar pruebas de color certificadas si el trabajo es crítico. Mostrarán como quedará el color con un alto grado de precisión. Las pruebas certificadas deben estar realmente certificadas (acompañar de informe de certificación). Sirve de base contractual y se entregará al impresión el control de la desviación y obtención de la hoja ok.

De imposición o ferros. Pruebas de color en plotter con las formas impuestas. No sirven para validar el color y sí la imposición y el correcto orden de las páginas. Conviene la validación y firma del cliente.

- Especiales:

En prensa de pruebas (colores directos). Para colores especiales que no pueden reproducirse en los sistemas de pruebas convencionales por hallarse fuera de gama el color a reproducir. Recoger en contrato.

Mesas de corte (simular troquelados). Para productos con troquel. A recoger en contrato.

Visualizer (de Esko). Prueba simulada mediante software, reproduce aspectos que no se pueden simular con ninguna prueba convencional, dorados, plateados, efectos de luz, plastificados... De interés en packaging fundamentalmente. A especificar en contrato.

Nota: Si se tienen dudas sobre si se ha de preparar o no una prueba, lo mejor es hacerla y hacerla a menudo. Recordemos que sirven para detectar problemas en el proceso y conviene detectarlos lo antes posible, así son más fáciles y económicos de corregir

>Control de procesos gráficos > Diseño > Recomendaciones > Para el establecimiento del contrato V > 16 marzo 2012

Por lo que respecta a la encuadernación y los acabados:

Han de ser planificadas meticulosamente las operaciones de encuadernación y acabado necesarias (afectan al diseño, a la forma de imprimir, al tiempo de producción y al costo total del proyecto) recogiéndolo por escrito

Nota: Para evitar frustraciones y posibles gastos extra, se deben tener especificados los procesos de encuadernación y acabado (BARNIZADOS, TROQUELADOS, TIPO DE ENCUADERNACIÓN...) desde que se están haciendo los planes, y tenerlos en cuenta cada vez que se altere cualquier especificación del proyecto

Según qué proyectos se debe planificar la realización de una MAQUETA DE TALLER, en impresión digital, a partir del arte final o prototipo y una MAQUETA DE ENCUADERNACIÓN (con los soportes a utilizar sin contenidos).

Especificar el cuándo y cómo se dará el visto bueno al trabajo así como las verificaciones pertinentes

(Prevenir el momento con antelación e incluirlo en la planificación: CRONOGRAMA o PLANNING)

>Control de procesos gráficos > Diseño > Recomendaciones > Para el establecimiento del contrato VI > 22 marzo 2012

Debe quedar claramente especificado cómo (en pallets, en cajas, paquetes, si requiere especial protección,...) y dónde se entregará el material impreso (almacén, cliente, etc).

Se debe considerar y debe quedar establecido en el contrato si tiene algún condicionante debido al uso previsto:

Es un encarte en una publicación (habrá que contemplar los requisitos de la publicación para que la pieza pueda ser encartada: gramaje, formato, plegados,...).

Es un envío por correo (habrá de recoger los formatos, pesos y tarifas para ajustar las piezas a las tarifas de envío más adecuadas).

Es un cartel (habrá de establecer el plazo en el que el cartel deberá estar expuesto y la resistencias medias de los materiales ante las condiciones que se halle)

...

>Control de procesos gráficos > Preimpresión > Normas> 30 marzo 2012

Existen en el momento actual 57 normas una vigentes en relación con la preimpresión a las que hay que añadir las internacionales ISO correspondientes.

De todas ellas el comité 54 de AENOR es el encargado de su revisión para su actualización periódica y de buena parte de las normas ISO se está procediendo a su traducción y su posterior publicación como norma UNE EN ISO.

El acceso directo a las normas publicadas por AENOR es el siguiente:

http://www.aenor.es/aenor/normas/buscadornormas/resultadobuscnormas.asp?tipo1=&opcion=1&boton=Ver&pag=&oproyecto=vigor&oproyecto2=vigor&oproyecto3=&logico=no&tipo2=&forma=1&modo_busq=A&numuno=&clave=&ctn=AEN%2FCTN+54&ics=&numdos=&numtres=&estadonorma=Vigente

Tales normas pueden ser consultadas directamente en el servicio de publicación de AENOR (calle Genova, Madrid) sin coste o bien pueden ser adquiridas ya directamente por internet.

Tales normas marcan pautas voluntarias de común acuerdo entre las partes implicadas en el proceso gráfico.

Entre las más actuales hallamos:

UNE 54100-3:2001

Industrias gráficas. Vocabulario. Parte 3: Términos fundamentales de composición de textos.

UNE 54100-4:2011

Industrias gráficas. Vocabulario. Parte 4: Términos fundamentales de sistemas de salida del ordenador.

UNE 54100-5/1M:2001

Industrias gráficas. Vocabulario. Parte 5: Términos fundamentales sobre pruebas.

UNE 54100-5:2000

Industrias gráficas. Vocabulario. Parte 5: Términos fundamentales sobre pruebas.

UNE 54100-6:2002

Industrias gráficas. Vocabulario. Parte 6: Términos fundamentales sobre tecnología y comunicación gráfica de ciclo digital.

UNE 54100-9:2009

Industrias gráficas. Vocabulario. Parte 9: Términos fundamentales sobre preimpresión.

UNE 54123-1:2004

Recomendaciones para la utilización de perfiles en los sistemas de gestión de color. Parte 1: Condiciones generales. Impresión en offset convencional.

UNE 54123-2:2008

Recomendaciones para la utilización de perfiles en los sistemas de gestión de color. Parte 2. Impresión digital, cámaras digitales y monitores LCD/TFT.

UNE 54123-3:2009

Recomendaciones para la utilización de perfiles en los sistemas de gestión de color. Parte 3: Flujos de trabajo de imagen digital, creación digital y edición de documentos.

UNE-ISO 12647-7:2010

Tecnología gráfica. Control del proceso para la elaboración de separaciones de color, pruebas e impresos de mediotono. Parte 7: Procesos de prueba que utilizan directamente datos digitales.

UNE-ISO 15929:2006

Tecnología gráfica. Intercambio de datos digitales en preimpresión. Recomendaciones y principios para el desarrollo de las normas PDF/X. (ISO 15929:2002)

UNE 54124:2002

Tecnología gráfica. Pantallas para pruebas en color. Características y condiciones de visualización.

UNE 54115:2001

Tecnología gráfica y fotografía. Aplicación de la densitometría y la colorimetría de reflexión al control del proceso en las mediciones de artes gráficas.

No son todas las que están ni están todas las que son: baste como ejemplo.

>Control de procesos gráficos > Preimpresión > Recomendaciones> sobre originales 12 abril 2012

Los originales son el punto de partida de todo el proceso gráfico. Estos adecuadamente tratados permitirán la obtención de múltiples copias.

Entrada

El original en las artes gráficas consiste en un elemento preparado para ser copiado presentado sobre un soporte físico, único, constituido por información gráfica o digital.

En un futuro, no muy lejano, el elemento físico del cual depende (papel, película, CD o DVD) se utilizará solo de forma anecdótica o en aquellos casos en los que estos soportes son un componente esencial del original (p. ej. originales artísticos), quedando solo el archivo digital, como elemento inmaterial si bien dependiente de los dispositivos que los almacenan, tratan y vehiculan.

Tales grafismos se componen de zonas con imagen y zonas sin imagen que reproducen elementos de todo tipo, bien con referente real (fotografías) o inventados (textos, ilustraciones) y que son reconocidos por aquellos que intervienen en el proceso comunicativo.

Dada la necesidad del ser humano en cuanto a extender sus mensajes en el espacio y en el tiempo, el sector gráfico ha sido el encargado de que esta información pueda ser reproducida sobre los más variados soportes mediante los procedimientos adecuados, permitiendo así la generación de múltiples copias impresas que permite llevar el mensaje a un cierto número de público incluso en diferentes localizaciones geográficas en el presente y en el futuro.

Para ello, el original deberá ser tratado de forma adecuada con el fin de hacerle apto para la reproducción, puesto que, por lo general, las características propias de los originales no son compatibles con los procedimientos que permiten su copia en los sistemas de impresión utilizados.

Cada sistema de impresión tiene sus condicionantes por lo que es necesario conocerlos antes de realizar los ajustes correspondientes.

>Control de procesos gráficos > Preimpresión > Recomendaciones> sobre originales > ORIGINALES TRAMADOS 20 abril 2012

Éste es el caso de aquellos originales que previamente han sido preparados y utilizados en anteriores trabajos y se conservan en la correspondiente base de datos (EN PELÍCULA: FOTOLITO), claro está que para que la impresión se realice con suficientes garantías, las condiciones para la reproducción deben ser exactamente las mismas que

en origen y el tratamiento previo al que se ha sometido se haya realizado cumpliendo las especificaciones establecidas.

Si no se dispone del original digital, es decir solo se dispone de la copia impresa tramada y se considera relevante en cuanto a la información que aporta, ésta debe ser escaneada de nuevo utilizando técnicas de destramado para minimizar la pérdida de calidad (una cierta pérdida es inevitable y asumible) y por lo tanto el original comienza de nuevo el proceso entero de tratamiento.

Prácticamente todos los escáneres disponen de una función de destramado consistente en la aplicación de un filtro de desenfoque de tal manera que el punto de trama se funda con los adyacentes en la imagen escaneada (se recomienda el destramado con el software del escáner).

El filtro se aplica según los parámetros establecidos en el software que dirige el escáner y la cantidad de desenfoque a utilizar se establece en función de la lineatura a la que se ha impreso el original (100 lpi en el caso de prensa, 150 lpi o 175 lpi en el caso de revistas y trabajos comerciales es lo habitual).

>Tratado de producción editorial > Gestión de la calidad en el proceso productivo editorial 27 abril 2012

Hago un alto en el camino, que no es tal, para comunicar a aquellos que siguen este blog el hecho de que he publicado un nuevo libro: "TRATADO DE PRODUCCIÓN EDITORIAL". Bajo este título trato de recoger aspectos que considero relevantes en relación con esta materia.

Tal materia es objeto de estudio en la formación reglada de formación profesional en España, la formación continua (másteres y formación para empresa) y formación ocupacional (formación para desempleados).*Desconozco los casos de otros países por lo que sería de agradecer que alguien comentara como está el patio en su tierra.*

También puede ser de interés para aquellos que estén pensando en la autoedición como vía de canalizar sus inquietudes puesto que en él hallará todas las pautas necesarias para realizar el proyecto.

Y aunque es un tratado de producción editorial, sí quiero destacar que, como no podía ser menos, se tocan temas de gestión de la calidad, dado que la calidad debe incrustarse en el proceso si se quiere una producción bien gestionada, efectiva y beneficiosa. Concretamente el capítulo 5 titulado "Producción" incluye las pautas de control de la calidad tanto de los contenidos (corrección de concepto, de estilo, ortotipográfica,...) como de la forma (pruebas de posicionamiento, de color, de contrato,...) así como las valoraciones necesarias en relación con el producto terminado.

Buena parte de estas consideraciones son las que están desarrollándose en las últimas entradas de este blog y se corresponderían con una hipotética segunda parte del libro "Gestión de la calidad en el sector gráfico".

El libro en cuestión se comercializa en papel en impresión bajo demanda,(según mi editor es posible conseguirlo en otros países fuera de España) o como ebook en formato PDF con DRM. El precio del libro en papel son 14,5 euros en el segundo caso son 8 euros (puede salir más barato con descuentos).

Ahí van algunas webs donde se puede obtener información o conseguir:

En papel:

<http://www.graphicbook.com/libros/tratado-de-produccion-editorial/9788490112861/>

En E-Book:

http://www.terrabooks.es/detalles.asp?id_Productos=11490

<http://ebooks.cyberdark.net/tratado-de-produccion-editorial-el-sector-y-su-historia-edicion-derechos-fabricacion-y-comercializacion-de-productos-editoriales-ebook-n64411.html>

<http://libros.elmundo.es/TRATADO-DE-PRODUCCION-EDITORIAL-EL-SECTOR-Y-SU-HISTORIA -EDICION -DERECHOS -FABRICACION-Y--COMERCIALIZACION-DE-PRODUCTOS-EDITORIALES-JES- 250;S-GARC- 237;A-JIM- 233;NEZ-VISION-LIBROS-LibroEbook-es-9788490112878.html>

http://www.visionlibros.com/detalles.asp?id_Productos=11490

>Control de procesos gráficos > Preimpresión > Recomendaciones> sobre originales > ORIGINALES > TEXTOS 5 mayo 2012

Existe una amplia variedad de originales resueltos solo a base de textos: múltiples trabajos se componen solo a base de textos y prácticamente en la mayoría interviene el texto en su composición.. Se puede pensar que debido a ello son los que más facilidades proporcionan para su tratamiento.

No obstante a pesar su engañosa sencillez estos deben tratarse con la debida profesionalidad más aún si tenemos en cuenta la relevancia que tiene el texto en gran parte de los trabajos , ya que al fin y al cabo transmiten buena parte de la información y supone por lo general un mayor esfuerzo de interpretación (lectura continua) por parte del receptor.

Entre las recomendaciones generales hallamos las basadas en los usos y costumbres y a veces contempladas en las normas correspondientes:

Se recomienda utilizar fuentes originales. De hecho la utilización de fuentes no originales puede considerarse delito estando perseguido por la ley. Una fuente es el

fruto de un trabajo intelectual y lleva aparejados derechos de autoría (morales y patrimoniales).

Como en raras ocasiones la primera premisa se cumple es normal que haya que trabajar con fuentes de origen incierto por lo que será necesario:

Especificar al preimpresor las dudas con respecto a la fuente.

Aportar la fuente de origen incierto con el trabajo. Esto da margen de maniobra al preimpresor si no dispone de la fuente original (instalándola en su sistema).

Realizar pruebas en impresoras PostScript. Esta prueba es eso, una prueba que utiliza el mismo lenguaje de descripción de página que se utilizará posteriormente en los flujos de trabajo.

El hecho de que el PDF sea el formato más extendido garantiza un alto grado de fiabilidad en aquellos trabajos que no hayan de ser editados (la opción incrustar subconjunto de fuentes está habilitada por defecto) lo cual garantiza su correcta impresión siempre que no haya cambios. Para editar el PDF, una posibilidad no descartable, es conveniente aportar la fuente completa.

Ante la duda es muy conveniente trazar si es posible (fuentes asiáticas, de fantasía,...) sobre todo en trabajos en los que se incorpore poco texto (cartelería, cubiertas, tarjetas,...)

Un artículo curioso sobre fuentes y derechos de autor es el siguiente:

<http://www2.prnewswire.co.uk/cgi/news/release?id=74039>

(Nota: partimos de la base de que a un particular no le van a perseguir por un uso ilegal de las fuentes, que es el mismo caso que con la música, pero sí a una editorial como es el caso del artículo citado).

>Control de procesos gráficos > Preimpresión > Recomendaciones> sobre originales > ORIGINALES > TEXTOS > Recomendaciones de uso > Tamaño 12 mayo 2012

Evitar la utilización de textos excesivamente pequeños

Aunque prácticamente todos los sistemas de impresión pueden reproducir textos con cuerpos extremadamente pequeños (por debajo de 5 puntos), es altamente recomendable no utilizar cuerpos inferiores a seis puntos por dos motivos:

1º) cualquier desajuste de los dispositivos (máquina, manchantes, soportes,...) puede hacer que el texto no se reproduzca adecuadamente y

2º) estos pequeños textos aún estando bien impresos son muy poco legibles (efecto que se va acusando con la edad) por lo que su utilización debemos interpretarla como una falta de educación hacia el lector (recordemos la fama de la “letra pequeña”).

Por lo general estos textos solo se utilizan para incluir información obligatoria por imperativo legal o como recurso de diseño (no se pretende que se lea sino su efecto estético).

El cuerpo del texto utilizado en obras resueltas a base de solo este elemento o con predominio principal (en novelas, ensayos y obras similares) es recomendable que el cuerpo no baje de los ocho puntos por el segundo motivo señalado anteriormente.

El libro de bolsillo, por motivos obvios, presenta los textos con tamaños que a veces pueden sobrepasar los límites del respeto debido al lector.

Otro uso poco afortunado en relación con esta recomendación hay que atribuírsela a ciertos diseñadores que por buscar una determinada y respetable impresión estética reducen el tamaño de los textos por debajo de lo que la lógica puede indicar (lo cual es menos defendible salvo que la lectura de tal texto no sea relevante para el conjunto de la obra).

>Control de procesos gráficos > Preimpresión > Recomendaciones> sobre originales > ORIGINALES > TEXTOS > Recomendaciones de uso > Textos calados 19 mayo 2012

Por texto calado o en negativo vamos a entender aquel texto que “cala” sobre un fondo oscuro, es decir el texto no lleva tinta (“color ninguno”) sino el fondo sobre el que se dispone; por extensión podemos entender como texto calado también a todo texto utilizado de tal manera que el valor tonal con que se elabora es menor que el valor tonal del fondo (tonos pasteles sobre fondos oscuros por ejemplo).

Como norma general es recomendable utilizar textos calados con moderación dada la pérdida de contraste que conlleva tal disposición y las dificultades técnicas de ejecución que acompañan. La diferencia en porcentaje entre el texto calado y su fondo debe ser de al menos el 70% (0% texto – 70% fondo; 10% texto-80% fondo; etc).

Especial análisis requiere la utilización de textos calados sobre zonas tramadas con un alto contraste tonal entre zonas claras y oscuras ya que tal variación afectará directamente a la lecturabilidad (facilidad para leer el texto)., el texto calado nunca debe posicionarse sobre zonas claras o luces por pequeñas que éstas sean (en relación con la recomendación anterior).

Dadas las dificultades técnicas de reproducción debido a la influencia del registro y la ganancia de estampación se recomienda no utilizar cuerpos inferiores a 6 puntos.

También por los mismos motivos anteriormente expresados se recomienda la utilización de fuentes sin remate y en negrita (ligeros desajustes en el registro o una excesiva ganancia pueden hacer ilegible los textos).

>Control de procesos gráficos > Preimpresión > Recomendaciones> sobre originales > ORIGINALES > TEXTOS > Recomendaciones de uso > Textos y diseño 26 mayo 2012

A continuación damos unas pautas básicas en relación con la disposición de los textos en los documentos y que afectan en mayor o menor medida al diseño del conjunto.

En primer lugar deben ser evitadas las composiciones a base de renglones demasiado largos o demasiado cortos. En ambos casos se dificulta la comodidad de lectura y en el segundo las especificaciones automáticas de la mayoría de las aplicaciones de maquetación fuerza los espacios entre letras y palabras de tal manera que pueden llegar a generarse líneas poco armónicas y en algunos casos claramente inadecuadas.

Se ha de controlar que no se produzcan espaciados irregulares, con formación de calles visibles (espacios en blanco que recorren líneas en vertical y que son claramente antiestéticos). Esto puede deberse debido a lo que hemos comentado en el anterior punto o también por una incorrecta definición de tamaño de letra en relación con la longitud de la columna.

Han de evitarse también textos ajustados excesivamente al borde de las imágenes sin espacio reservado o con espacio reservado mínimo (lo cual deja suponer un efecto de tacañería en la administración de blancos y es percibido por lo general como un pobre diseño de conjunto).

No se debe abusar de las tipografías en color, siendo recomendable aplicar color solo a textos en titulares. Plantear el texto en color supone un mayor gasto de tinta (si bien es verdad que este argumento es poco definitivo) y la posibilidad de defectos relacionados con el registro (este argumento es más sólido). Las máquinas modernas pueden registrar sin problemas textos en color no obstante puede haber problemas con maquinaria antigua o si se produce un descuido técnico (mal ajuste de registro por parte del operario correspondiente) lo que supondría un pobre efecto visual y una merma de la lecturabilidad que en algunos casos pudiera convertir el texto en ilegible.

Se debe evitar el uso de tipografías exóticas o excéntricas, al menos en grandes extensiones de texto, puesto que puede repercutir negativamente en la lectura y cansar al lector ante tanta novedad. Las posibilidades actuales en cuanto a conseguir fuentes sean éstas utilizadas legalmente o no, lleva a una confusión en su uso que se ve agudizada por el desconocimiento y por el hecho de que se respete muy, pero que muy poco la profesión (cualquiera puede “diseñar” sin vergüenza ni cargo de conciencia...

>Control de procesos gráficos > Preimpresión > Recomendaciones> sobre originales > ORIGINALES > TEXTOS > Recomendaciones de uso > Textos y color > Textos en negro 2 junio 2012

Nos referimos a los originales acromáticos, compuestos en negro al 100% o con porcentajes de esta tinta (grises acromáticos). Técnicamente revisten menos importancia que otro tipo de originales en relación con la obligada gestión de calidad en la entrada* debido a que las variables a tener en cuenta en esta fase son pocas y fácilmente controlables.

**No confundir nunca la entrada con la salida.*

Este caso concreto es un buen ejemplo: la entrada no reviste ninguna importancia a efectos técnicos y de calidad (incorporación del texto en las páginas que corresponda mediante las herramientas correspondientes) y sin embargo a la salida (la impresión de ese mismo texto sobre el papel) debe concedérsele tanta importancia como a la impresión de las imágenes.

Dado el elevado porcentaje de ocupación de superficie en buena parte de los impresos, los textos afectan en gran medida a la percepción global del lector, por lo que una incorrecta reproducción de los mismos puede afectar la imagen de la calidad esperada del producto*.

**En la mayoría de los impresos por lo general se alternan páginas en negro y páginas en color y a su vez se alternan textos en negro tanto en las páginas en negro como en color.*

El negro en los titulares y en los subtítulos pudiera ser reforzado en las páginas en color mediante la generación del denominado supernegro o negro enriquecido, que consiste en la composición de dicho texto no solo con la tinta negra sino además aplicar un cierto porcentaje de tinta cian o magenta (en torno a un 40%), no obstante esta técnica que aportaría profundidad a esos titulares haciéndolos mucho más llamativos descompensaría los titulares de las páginas en negro (en el caso de productos que alternan páginas en color con páginas solo compuestas con negro como en el caso de la prensa). Por lo tanto esta técnica solo sería recomendable cuando la prensa de imprimir pudiera aplicar color a todas las páginas (o al menos adicionar un color de realce que pudiera utilizarse en este cometido).

>Control de procesos gráficos > Preimpresión > Recomendaciones> sobre originales > ORIGINALES > TEXTOS > Recomendaciones de uso > Textos y color > Textos en color corporativo (I) 9 junio 2012

Ciertos textos se pueden presentar diseñados a partir del color corporativo del cliente, este hecho debe ser tenido muy en cuenta dada su especial importancia, independientemente de que el cliente destaque este hecho o no.

Incluimos en este apartado los fondos de color corporativo con textos en negativo, esto es, sin color, recurso lo suficientemente utilizado para que deba ser tenido en cuenta y que en la mayor parte de las ocasiones sirven de importante complemento a

los mencionados textos y que a su vez, adecuadamente utilizado, puede servir como elemento de control del color.

El color corporativo debe estar recogido tanto en sus valores densitométricos (mejor colorimétricos) en el manual de identidad visual, de marca o imagen corporativa* o en el manual de producción y por lo tanto pueden servir de referencia objetiva en las sucesivas tiradas.

**La norma española UNE 54130-1:2008 “Manual de identidad visual corporativa”, puede servir de base para su elaboración. Por lo que respecta al color existen varias posibilidades recogidas todas ellas en la citada norma, no obstante, y por principio, nos inclinamos por la formulación $L^*a^*b^*$, independiente del dispositivo.*

>Control de procesos gráficos > Preimpresión > Recomendaciones> sobre originales > ORIGINALES > TEXTOS > Recomendaciones de uso > Textos y color > Textos en color corporativo (II) 16 junio 2012

La utilización del color corporativo aplicado a los textos en las distintas páginas que aparecen en color en un impreso, aunque no por lo general no son medibles mediante los aparatos de control al uso dado el reducido tamaño del área de medición*, si pueden servir de referencia visual al impresor en aquellas plantas de impresión en las que no están instalados sistemas de control objetivo en línea.

**Los espectrofotómetros más habituales en el mercado necesitan un área de medición de unos 4,5 mm aunque cabe la posibilidad de cambiar el cabezal de medición (en algunos aparatos) de tal manera que pueden medir áreas menores (hasta 2,5 mm) Existen dispositivos específicos que permiten mediciones sobre áreas menores de 2,5 mm (Minitarget por ejemplo) pero que precisamente debido su elevada especialización no servirían para el cometido de medir el color corporativo en los textos.*

Por el contrario el color corporativo utilizado en los fondos que acompañan a l textos calados sí puede plantearse como un elemento de control por sí mismo puesto que siempre se pueden diseñar de tal manera que presente una superficie lo suficientemente grande para que ser medida. Ello permitiría controles objetivos aleatorios basados en la medición densitométrica o colorimétrica (opción esta última la recomendada), bien en línea si se dispone del instrumental adecuado, o posteriormente y todo ello sin la esclavitud del recurso las referencias oficiales (parches o tiras de control).

Por otra parte este color sirve de clara referencia, aunque subjetiva y por lo tanto poco fiable, a aquellos impresores no familiarizados con las mediciones objetivas. Aquella empresa que no disponga de la tecnología debiera abstenerse de aceptar contratos que implique la reproducción de un color corporativo.

>Control de procesos gráficos > Preimpresión > Recomendaciones> sobre originales > ORIGINALES > TEXTOS > Recomendaciones de uso > Textos y color > Textos en color corporativo (III) 21 junio 2012

Los colores corporativos presentes en los textos y logotipos de los anuncios son de extraordinaria importancia dado que estos colores, por lo general, estarán debidamente recogidos en el correspondiente **manual de identidad corporativa** de la empresa que ha contratado el espacio publicitario o en documento equivalente, y pueden ser un motivo **objetivo** de reclamación si no se han establecido previamente las condiciones de reproducción. En este caso, el anunciante deberá haber proporcionado tales valores y si no es el caso, estos deben ser solicitados.

Dada la importancia de este aspecto y la necesidad de aclarar la comunicación entre el anunciante y el impresor en cuanto a lo que es posible y no es posible reproducir, puede ser de interés realizar la **simulación de la reproducción de los colores Pantones** (la librería de colores a medida más ampliamente difundida a nivel internacional) emulando su impresión sobre papel a utilizar, analizando la diferencia de color con respecto a los colores originales y estableciendo las recomendaciones oportunas. Esta reproducción puede servir para establecer bases objetivas para la comunicación del color entre el anunciante y el editor evitando malentendidos.

La misma operación podrá ser realizada en una impresora de pruebas certificadas para cualquier color corporativo siempre que la impresión se atenga a la norma y se esté utilizando el perfil adecuado.

>Control de procesos gráficos > Preimpresión > Recomendaciones> sobre originales > ORIGINALES > IMÁGENES > 30 junio 2012

Las imágenes pueden proceder del cliente, del banco de imágenes propio, de bancos de imágenes externos, de fotógrafos (propios o subcontratados), de dibujantes e ilustradores (propios o subcontratados), de agencias o ser el resultado de gestiones de cesión por parte terceras partes (empresas, museos u otros organismos).

En todos los casos se requiere un control más o menos complejo en la recepción y con un mayor o menor grado de automatismo en el tratamiento (existe software especializado).

Dependiendo del grado de profesionalidad del origen, (clientes expertos en tratamiento de imágenes, agencias de imágenes,...) las condiciones básicas de entrega estarán pactadas en contrato lo que puede garantizar un original básico correcto que en algunos casos puede no necesitar tratamiento o tratamiento mínimo (requisito de interés para la edición de prensa por ejemplo).

No cabe duda que las imágenes cumplen por lo general un importante papel en el producto final, hecho que deberá haber quedado reflejado en el proyecto de edición y más concretamente en la propuesta de forma. También es importante tener en cuenta que su adquisición y tratamiento es un elemento de coste muy relevante por lo que las

decisiones al respecto deben basarse en un análisis concienzudo de su función y efecto en el resultado final.

>Control de procesos gráficos > Preimpresión > Recomendaciones> sobre originales > ORIGINALES > IMÁGENES ANALÓGICAS > 8 julio 2012

Por imágenes analógicas entendemos aquellas que se presentan en formato papel, plástico o soporte equivalente, tanto opacos como transparentes. Esto supone la necesidad de digitalización bien mediante escáner o captación fotográfica digital.

La presentación física de los originales se ha de tener muy en cuenta dado que el tratamiento a aplicar dependerá de las características de éstos.

Hasta hace pocos años eran los tipos de originales predominantes (si nos remontamos unos años atrás más ni siquiera existían los originales digitales) y ahora son una especie de reliquia de facto. Importantes empresas multinacionales que disponían de grandes cuotas de mercado en este sector han tenido que reconvertirse, readaptarse y se mantienen en el mercado a duras penas ofertando otros productos o servicios. Prácticamente todas las editoriales han tenido que actualizar sus bancos de imágenes de opacos o transparencias a archivos digitales aunque mantengan los archivos originales. Esto supone ahorros de tiempo en la clasificación, localización, el posterior tratamiento, en el espacio dedicado a su almacenamiento y un incremento en la seguridad en la custodia.

No obstante un cierto trabajo de digitalización de este tipo de originales se sigue realiza con regularidad. Esta situación continuará algunos años más hasta que el grueso de los originales analógicos conservados se digitalice convenientemente.

>Control de procesos gráficos > Preimpresión > Recomendaciones> sobre originales > ORIGINALES > ORIGINALES OPACOS > 6 septiembre 2012

Los originales opacos son aquellos que se presentan sobre un soporte físico el cual no permite el paso de la luz a su través de tal manera que la imagen a reproducir debe digitalizarse mediante la reflexión del haz de luz que generará la señal.

Tales soportes pueden ser de lo más variado: desde papel, hecho bastante habitual, pasando por plástico, metal, vidrio, tejido, cuero, madera, cerámica...

Estos eran los originales más utilizados tradicionalmente, en el momento actual han sido desplazados por los originales digitales.

Normalmente este tipo de originales han de considerarse bidimensionales, dado que la dimensión z (el grosor) es despreciable a efectos prácticos y por lo tanto son susceptibles de digitalización en escáneres planos con tecnología de CCD (Charge-Coupled Device - Dispositivos de carga acoplada. Estos dispositivos sensibles a la luz se montan tanto en los escáneres como en las cámaras digitales para capturar imágenes).

En esta categoría debemos tener en cuenta que este tipo de originales a su vez se deben dividir en originales de tono continuo, en los cuales no existe transición entre los distintos tonos que se encuentran en la imagen (tales como las fotografías convencionales), y los originales tramados, los cuales están compuestos de pequeños elementos monocromáticos (puntos o líneas generalmente, aunque otros tipos son posibles) pero que juntos dan sensación de continuidad al ojo humano. Son por lo tanto imágenes ya impresas, que se han generado mediante técnicas de tramado y se han impreso (falsos originales u originales de segunda generación).

Por regla general, siempre será mejor un original de tono continuo que un original tramado ya que este último debe ser destramado mediante técnicas de desenfoque, las cuales afectan en determinada medida al resultado final.

>Control de procesos gráficos > Preimpresión > Recomendaciones> sobre originales > ORIGINALES > ORIGINALES TRANSPARENTES > 13 septiembre 2012

En este tipo de originales la luz que incide sobre ellos puede atravesar el soporte físico. En este caso tal soporte consiste por lo general en un plástico rígido y transparente, normalmente de poliéster al ser éste un material que presenta unas excelentes propiedades en cuanto a estabilidad dimensional y transparencia, aunque también pueden ser de otros tipos de plásticos o incluso vidrio.

Existen dos variedades fundamentales de estos originales: positivos y negativos. En ambos casos son considerados originales de tono continuo y tienen la potencialidad de vehicular una mayor cantidad de información.

Los originales transparentes positivos son conocidos como diapositivas o diapos. Tienen la imagen a reproducir en forma directa, con las zonas a reproducir en positivo (zonas claras que dejan pasar la luz) presentando las zonas que no se van a reproducir en negativo (zonas oscuras que ofrecen resistencia al paso de la luz), siendo originales de diverso formato, obtenidos con cámaras fotográficas convencionales y también con sistemas de impresión digital.

Los originales transparentes negativos presentan la imagen invertida, con las zonas a reproducir en negativo (zonas oscuras) y las zonas sin reproducir en positivo (zonas claras).

Con este tipo de originales existe una menor pérdida de información, tradicionalmente se han venido digitalizando en escáneres de tambor con tecnología de fotomultiplicadores, o de sobremesa de gama alta.

Los escáneres de tambor han venido proporcionando mayor cantidad de información y por lo tanto ofreciendo un mayor potencial en cuanto a calidad de reproducción. Los fotomultiplicadores representan el corazón del sistema de captación de imágenes de los escáneres de tambor. Ha sido la tecnología utilizada para obtener calidad ya que conseguía obtener una buena reproducción a partir de señales débiles al multiplicar la información recogida. Los sistemas basados en tecnología CCD son más baratos y han llegado a obtener resultados similares por lo que esta tecnología esté en retroceso en la actualidad. En la actualidad no se está invirtiendo en investigación y desarrollo de escáneres para la industria gráfica al haberse alcanzado unas prestaciones de calidad más que suficientes para los requerimientos actuales y por el hecho de que gran parte de los originales se obtienen a partir de cámaras digitales o están ya digitalizados.

>Control de procesos gráficos > Preimpresión > Recomendaciones> sobre originales > ORIGINALES > ORIGINALES DIGITALES > 22 septiembre 2012

Los originales digitales son todos aquellos que se han obtenido bien a partir de originales analógicos a partir de escáneres planos o de tambor y cuyo resultado pasa a ostentar esta categoría (original digital), o bien, y cada vez más, son aquellos obtenidos con cámaras fotográficas digitales de cualquier tipo.

El funcionamiento de las cámaras digitales, a partir de matrices de CCD o CMOS (Semiconductores de óxido de metal complementario. Tecnología competidora de los CCD utilizada tanto en escáneres como en cámaras digitales), se basa en el mismo principio de obtención de información que los escáneres con la salvedad de su reducido tamaño y portabilidad, los desarrollos en este área no cesan y ya son la principal fuente de generación de originales hasta tal punto que la fotografía convencional ha quedado reducida a mera anécdota con ramificaciones en el arte, nostálgicos defensores y objeto de coleccionismo.

El incremento de la resolución y de la fiabilidad de estos dispositivos unido a un precio asequible y una gran facilidad de uso, permite augurar un futuro inmediato con práctico monopolio en lo que se refiere a captación de imágenes de actualidad.

Estos originales son menos flexibles que los originales analógicos en cuanto que hay que atenerse a algunas restricciones de partida como por ejemplo la resolución y otras características intrínsecas.

Al contrario de lo que pueda parecer al ver películas y series de televisión en las cuales a partir de un original digital malo mediante la aplicación de intrincados algoritmos de mejora el bueno de turno consigue una imagen con un detalle impresionante, en la realidad poco margen de mejora hay ante un mal original digital.

>Control de procesos gráficos > Preimpresión > Recomendaciones> sobre originales > ORIGINALES > REQUISITOS OBJETIVOS TÉCNICOS DE VALORACIÓN DE ORIGINALES > 30 septiembre 2012

Partiendo de la máxima que de una materia prima mala solo podremos obtener un producto malo o en el mejor de los casos mediocre (lo cual no tiene porqué ser necesariamente malo ya que puede ser de interés para ciertos trabajos de exigencia baja), trataremos en las siguientes entradas los requisitos básicos estrictamente técnicos que permitan determinar si un original tiene la calidad mínima necesaria para los procesos de producción que requieren trabajos con un nivel medio de exigencia.

Como punto de partida conviene tener muy presente que la transformación del original siempre supone una inevitable pérdida de datos.

El origen del proceso son los millones de colores que componen el espectro cromático y que el ojo humano está capacitado para captar.

La cámara fotográfica así como los escáneres permiten captar buena parte de esos millones de colores dependiendo de la tecnología utilizada, la digitalización asociada en el tratamiento actual supone la parcelación del color (pixelización) si bien a una escala no apreciable por el ojo humano (salvo error o decisión consciente), los procesos posteriores para obtener la reproducción rebajan considerablemente el número de colores que se pueden obtener, así en la impresión offset, por ejemplo, no se conseguirán obtener más de 64.000 colores salvo en determinadas áreas donde, mediante la adición de colores a mediada este número puede verse incrementado (reproducción de facsímiles por ejemplo).

No obstante lo dicho, esto no supone problema dada la especial constitución de la percepción visual humana, fundamentada en la captación de los aspectos considerados de manera inconsciente determinantes en una escena y cuyo fin fundamental es el instinto de supervivencia.

Es decir que un observador no experto ni condicionado no encontrará ningún problema en reconocer y dar por válida la información vehiculada por una imagen impresa que contiene esos “escasos” 60 o 70.000 colores y que trata de representar una imagen original de la naturaleza que constaba de millones de colores.

Incluso una imagen defectuosa (por ejemplo en la que aparece un color “memoria” (los cuales trataremos más adelante) mal reproducido, puede ser compensada

inconscientemente el cerebro del observador para obtener la información relevante sin que se vea influenciada por un defecto en la percepción del color (establecido inconscientemente como menos relevante).

>Control de procesos gráficos > Preimpresión > Recomendaciones> sobre originales > ORIGINALES > REQUISITOS OBJETIVOS TÉCNICOS DE VALORACIÓN DE ORIGINALES > MODO DE COLOR 5 octubre 2012

El modo de color que más prestaciones ofrece para el retoque de imagen es el RGB por lo que la captación de imágenes es conveniente que se realice en este modo y que se mantenga con toda intención.

Dependiendo de lo que se quiera obtener en la salida será más conveniente utilizar un perfil de color de entrada que otro: así si se desea reproducir lo más fielmente posible un original con una amplia gama de colores se deberá optar por un perfil que cubra esos requerimientos: ProPhoto RGB por ejemplo para una salida de alta calidad en la reproducción que intenta ser lo más fiel posible a los colores de origen como es el caso en la reproducción de facsímiles, o determinados trabajos de publicidad (cerámica, muebles,...); si lo que se pretende es que la entrada se adapte de partida a las condiciones de salida habrá que optar por perfiles que con gamas restringidas tales como: Adobe RGB o Apple RGB para una salida comercial estándar o para imágenes de propósito general (publicada destinada a aparecer en distintos medios impresos).

>Control de procesos gráficos > Preimpresión > Recomendaciones> sobre originales > ORIGINALES > REQUISITOS OBJETIVOS TÉCNICOS DE VALORACIÓN DE ORIGINALES > FORMATO 10 octubre 2012

El formato del original en cuanto a dimensiones va a condicionar sus posibilidades de reproducción. La calidad final de la salida depende directamente por el formato de entrada.

Es preciso que el formato se adapte a la salida siempre que esto sea posible (porque se dispone del original y hay posibilidad de fijar los parámetros de digitalización)

En el caso de que no fuera posible (por inexistencia del original) deben establecerse procedimientos precisos de uso, mediante la fijación de porcentajes máximos y mínimos de reproducción a partir de los cuales se desestimaré o se consultará.

Las dimensiones de los originales digitales están relacionadas directamente con la resolución, por lo que esta relación siempre debe ser tomada en cuenta. Como quiera que no es corriente que el generador de imágenes sepa con antelación el formato final de salida, salvo en aquellos originales que se elaboran internamente, se habrá de tener en cuenta un formato mínimo de entrada que permitirá trabajar de tal manera que se puedan obtener ampliaciones y reducción de tamaño sin que la calidad se vea comprometida.

He aquí algunos requisitos en relación con este punto:

Siempre que sea posible, se ha de considerar el tamaño final de salida.

La ampliación, en caso necesario, se realizará con remuestreo.

Al ampliar, la resolución mínima no debe bajar de los 142 dpi para prensa, 212 dpi para offset comercial > salida 150lpi; 242 dpi para offset comercial > salida 175lpi

La reducción en caso necesario se debe realizar sin remuestreo.

La imagen se ajusta al tamaño de salida recortando, nunca deformando salvo que haya instrucciones precisas al respecto.

>Control de procesos gráficos > Preimpresión > Recomendaciones> sobre originales > ORIGINALES > REQUISITOS OBJETIVOS TÉCNICOS DE VALORACIÓN DE ORIGINALES > RESOLUCIÓN DE ENTRADA 19 octubre 2012

La resolución es una característica relacionada directamente con el formato en caso de originales digitalizados y que por lo tanto debe ser tenida en cuenta al escanear cualquier original.

La resolución de entrada condiciona el formato de salida y la calidad final posible. La resolución de entrada referencia a las muestras que se han tomado de la imagen original. A mayor número muestras, mayor información. La resolución de entrada se expresa en pixeles por pulgada (número de pixeles o muestras por pulgada lineal).

La resolución debe ser la adecuada, es una falacia pensar que a más resolución más calidad, solo es un exceso de información que normalmente no se utiliza y simplemente ocupa espacio y consume tiempo de procesado.

200 dpi es una resolución estándar para prensa si aplicamos la fórmula más usual (2 x lineatura de salida) y 300 dpi es la estándar para la impresión comercial con una lineatura de 150 lpi.

Recomendaciones que en su momento propuso Agfa en "Introducción a la Digitalización. Preimpresión digital en color, volumen 4"

Para trabajos de línea:

Resolución de digitalización: Res. Dispositivo de salida x Factor de ampliación

Trabajos en escala de grises:

Resolución de digitalización: lineatura de trama x factor de calidad x factor de ampliación

Factor de calidad = 2 si la lineatura de trama es < 133 lpi

Factor de calidad = 1,5 si la lineatura de trama es > 133 lpi

Trabajos en color:

Resolución de digitalización: lineatura de trama x factor de calidad x factor de ampliación

Factor de calidad = 2 si la lineatura de trama es < 133 lpi

Factor de calidad = 1,5 si la lineatura de trama es > 133 lpi

Factor de ampliación = Tamaño deseado / tamaño original

Otras propuestas:

El hecho de multiplicar por dos la resolución de salida procede de la generación del punto de trama en los primeros sistemas electrónicos utilizados a partir de 1978 y denominados "high-end", los cuales recurrían a un número entero, esto es 2, para facilitar los procedimientos de cálculo. Esta regla permanece hasta la actualidad (es cómoda). No obstante, la resolución de una imagen producida por un escáner o por una cámara digital está definida por el número de puntos capturados por unidad de medida dispuesta horizontalmente, mientras que la resolución de salida, el punto de trama está definido en diagonal en el caso extremo del ángulo de 45º.

Debido a esto, una línea horizontal rotada en un ángulo de 45º resultará más corta con respecto a la diagonal del cuadrado que las contiene en la proporción siguiente 1,414213562, esto es la raíz cuadrada de dos, siendo ésta la relación más eficiente entre la resolución de entrada y la relación de salida.

En resumen, según ciertas elaboraciones teóricas el factor de calidad adecuado sería la raíz cuadrada de dos, redondeando 1,42.

Según este planteamiento:

En el caso de una salida de 100 lpi (impresión de prensa), la resolución de entrada más eficiente será de 141,421, redondeando al alza 142 dpi.

En el caso de una salida de 150 lpi (offset comercial calidad estándar), la resolución de entrada más eficiente será de 212,163, redondeando 212 dpi.

En el caso de una salida de 175 lpi (offset comercial calidad alta), la resolución de entrada más eficiente será de 233,145, redondeando 233 dpi.

Una ligera ventaja añadida es la reducción del tamaño de ficheros, lo que permitirá incrementar la eficiencia de un sistema sobrecargado en el cual mucha información circula continuamente.

La resolución de entrega solo es relevante en la medida que no permita una ampliación suficiente sin pérdida de calidad o que proporcione documentos muy pesados para su manipulación o archivo. Esto último no es problema en la actualidad dadas las mejoras en los sistemas de archivo y la rebaja continua en el precio en memoria.

>Control de procesos gráficos > Preimpresión > Recomendaciones> sobre originales > ORIGINALES > REQUISITOS OBJETIVOS TÉCNICOS DE VALORACIÓN DE ORIGINALES > LIMPIEZA 28 octubre 2012

La limpieza es una importante característica a tener en cuenta en la manipulación de originales analógicos, tanto opacos como transparentes así como en los originales digitales.

Estos no deben presentar manchas, motas, ralladuras, distorsiones, aberraciones cromáticas, ni ningún otro elemento que no perteneciendo a la imagen que porta el original pueda producir defectos en el tratamiento, añadiendo ruido a la salida.

Para ello es esencial que el original se reciba, trate y archive si ese es el caso, siguiendo un método adecuado (recogido en el procedimiento o instrucción de trabajo correspondiente según se estime oportuno) y que incluya la verificación de ausencia de defectos de origen, la limpieza obligada previa al tratamiento que corresponda.

En los originales digitales podemos encontrar defectos debidos a aberraciones en óptica del aparato con el cual se ha generado (escáneres o cámaras digitales) o debido a una mala limpieza del cristal de exposición debido a procedimiento inadecuado. Se debe evaluar si el defecto puede ser corregido.

Los originales físicos pueden presentar suciedad en forma de veladuras, manchas o motas que en buena parte de los casos pueden ser removidas con un procedimiento de limpieza adecuado.

>Control de procesos gráficos > Preimpresión > Recomendaciones> sobre originales > ORIGINALES > REQUISITOS OBJETIVOS TÉCNICOS DE VALORACIÓN DE ORIGINALES > COLORES “MEMORIA” 1 noviembre 2012

El ser humano es claramente más sensible ante unos determinados colores que ante otros.

La sensibilidad referida tiene que ver con la percepción de determinados valores tonales (o matices) que determinamos consciente o inconscientemente como correctos o incorrectos porque están directamente enlazados con nuestros sentimientos mediante vivencias y hábitos o tienen que ver con necesidades fisiológicas y de seguridad: reconocimiento del medio, alimentación, peligro y por lo tanto dependientes de nuestra herencia e instintos...

Tal vez los ejemplos más conocidos y claros son el color de la piel (color “carne”), los verdes “hierba” o los azules “cielo”.

Y aunque existen infinitos tonos asociados a estos colores, cualquier pequeña desviación “extraña” en los valores tonales de estos colores se tiende a magnificar provocando la extrañeza y por lo tanto determinando la falsedad de estos en un contexto de pretensión natural.

Los tonos carne son colores sensibles ante el escrutinio de cualquier persona y son utilizados con profusión en los test de prueba de cualquier flujo de color.

Estos tonos, que al hacer la selección se estructuran con diferentes porcentajes de todas las tintas de la cuatricromía, son críticos al hacer la valoración una imagen. Una pequeña desviación (un mal tratamiento de imagen o una excesiva ganancia en una de las tintas) puede ser percibida como síntoma claro de enfermedad (virado al amarillo o al azul).

Es por lo tanto necesario que se haga un seguimiento estricto desde la valoración del original estableciendo las pautas de tratamiento a partir de la información de origen.

Dado que la mayoría de los originales que se tratan son originales digitales, es necesario establecer un flujo de gestión de color integrado desde el origen, de tal manera que al menos estos originales se puedan evaluar en un monitor calibrado, con el perfil adecuado y en un entorno controlado en cuanto a iluminación.

>Control de procesos gráficos > Preimpresión > Recomendaciones> sobre originales > ORIGINALES > REQUISITOS OBJETIVOS TÉCNICOS DE VALORACIÓN DE ORIGINALES > CONTRASTE 8 noviembre 2012

El contraste se determina a partir de la diferencia de luminosidad entre las zonas claras y las oscuras del original y su equivalente en el impreso, es decir, las zonas de luces y sombras.

Aunque se pueden dar casos donde un fuerte contraste en la imagen puede ser positivo y deseado por cuestiones estéticas, aspecto éste que debe hacer constar el creador de la imagen en las especificaciones al respecto, en la mayoría de los trabajos, y sin condiciones al respecto, son deseables originales que manifiesten el contraste justo, sin estridencias entre las zonas de luces y sombras, y que produzcan imágenes equilibradas en la salida.

O al menos seleccionar los originales en su conjunto de tal manera que como resultado final no haya una gran cantidad de imágenes excesivamente contrastadas, puesto que incidiría en una posible valoración total negativa del impreso.

>Control de procesos gráficos > Preimpresión > Recomendaciones> sobre originales > ORIGINALES > REQUISITOS OBJETIVOS TÉCNICOS DE VALORACIÓN DE ORIGINALES > DETALLE 17 noviembre 2012

El detalle se corresponde con la máxima información en el área más pequeña posible y discernible por el ojo humano.

La posibilidad de mostrar pequeños detalles en la imagen teniendo en cuenta los condicionantes del medio tiene bastante que ver con el detalle que presente el original y se relaciona directamente con el contraste.

Partiendo de un original bueno la inevitable pérdida de detalle en la imagen impresa debido a los condicionantes de los procesos de impresión será aceptable. Partiendo de un original malo, incluso con un proceso adecuado, la pérdida de detalle en la imagen impresa será evidente.

Todas las imágenes digitales pueden mejorarse con las opciones de enfoque de tal manera que siempre es posible ganar cierto detalle.

A continuación veamos algunas recomendaciones de tratamiento con la máscara de enfoque en Photoshop para acondicionar el original digital:

Radio

Aplicar la siguiente fórmula $DPI / 200$

Ejemplos:

Para impresión comercial con salida de 150 líneas por pulgada:
 $150\text{ lpi} * 1,42 = 212 > 210/200 = 1,06$

Para impresión de prensa con salida de 100 líneas por pulgada:
 $100\text{ lpi} * 1,42 = 141 > 141/200 = 0,71$

Para impresión comercial alta calidad, packaging, etc. de 200 líneas por pulgada:
 $200\text{ lpi} * 1,42 = 283 > 283/200 = 1,41$

Cantidad

En función del tipo de óptica utilizada
Valores óptimos entre 250 y 350

Umbral

Paisajes, imágenes con mucho detalle, montañas, flores,... > 3...6
Paisajes con personas en primer plano, flores en primer plano ,... > 6...9
Primeros planos de rostros masculinos,... > 9...12
Primeros planos de rostros femeninos y de niños , > ... 12...15...18
Reproducciones de pinturas al oleo con agrietamientos evidentes,... > 18...21...24
Escaneado de imágenes tramadas,... > 21...24...27

Para saber porqué multiplicamos por 1,42 ver la entrada del 19 de octubre de 2012 sobre resolución de entrada.