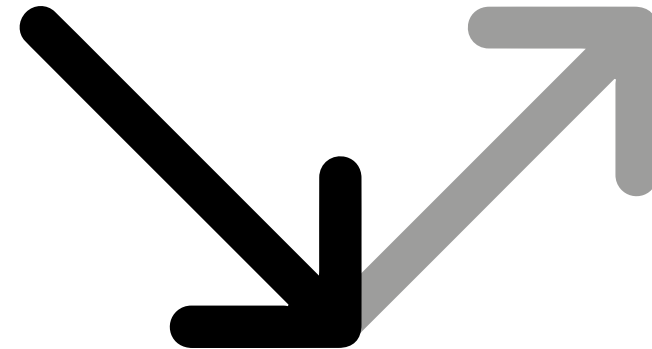
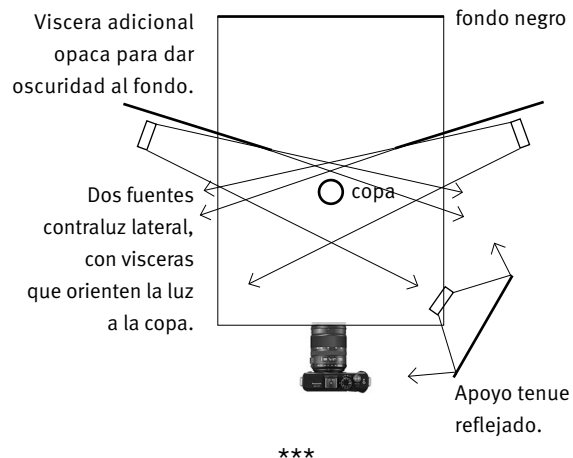


Esquema basado
en reflexión y absorción
de la luz.

› objeto iluminado/ fondo oscuro.
Este esquema surge de la combinación de los principios de reflexión, refracción y absorción. La imagen mas clara destaca detalles internos, relieves y volúmenes. El fondo oscuro, preferiblemente negro o gris muy bajo debe recibir nada o muy poca luminosidad.
Es conveniente que el fondo esté alejado del objeto, así recibe el menor caudal posible de luz. Al incidir sobre las aristas del objeto, las luces principales destacan el volumen y la transparencia. Se pueden utilizar también rociadores opacantes sobre el objeto y filtros polarizadores en la cámara. Las visceras adicionales pueden ser un recurso óptimo para desviar luces incidentes sobre el fondo.-



DICERE 
<http://dicereblog.wordpress.com>

UNLP. FDA. DCV/cátedra tecnología cv3
Diag. 78 n° 680
(B1900CKB)
La Plata. Pcia Buenos Aires
(54-0221-4237548)
www.3tecnoblogspot.com.ar

DICERE 

Sumario

- 393 Preproducción
Moodboard, herramienta clave para la resolución de un problema visual
 Javier De Ponti,
 Adrián Di Pietro
- 397 Fotografía
Vidrios y cristales
 Javier De Ponti

Preproducción

Moodboard, herramienta clave para resolución de problema visual

Javier De Ponti, Adrián Di Pietro

Antes, un brief

Este escrito procura ofrecer algunas pautas acerca del moodboard, que es un elemento intermedio entre la idea y la realización del proyecto. Siguiendo el orden de un proyecto, para resolver un moodboard necesitamos un brief que nos oriente.

El término brief, en inglés, significa breve, remite a un compendio instructivo, a una síntesis o un resumen. Las disciplinas proyectuales adoptaron este término para nombrar un documento que establece sintéticamente la orientación y el propósito de un proyecto. Así, el brief es una suerte de guía que pone en contexto una demanda de diseño, sus objetivos y propiedades relevantes para el proyecto, No hay un único modelo de brief, en nuestro caso se trabaja con un resumen escrito de la demanda al que se incorporan perfil institucional, atributos y audiencia.

Moodboard

El moodboard es un tablero compuesto por textos e imágenes que permite visualizar aquello que está redactado en un brief. Es la referencia ineludible de la imagen que se pretende generar. Una vez resuelto, los procedimientos siguientes -realización de tomas, edición, diseño de placas, otros- deben supervisarse comparativamente con las definiciones visualizadas del perfil, atributos y audiencia. Por lo cual, es muy importante poder hacer el seguimiento a lo largo de todo el proceso de diseño frente al moodboard, para poder verificar si hay correspondencia entre la visualización del brief y lo que se va produciendo.

Pensemos esta etapa de investigación y visualización como una interpretación visual-textual del brief ¿cuáles serían los pasos a seguir para lograr un moodboard eficaz?

- › leer muchas veces los briefs, traducir lo que se dice en forma de mosaicos de imágenes relevadas con palabras al pie.
 En un equipo numeroso de diseño o en un laboratorio competitivo puede darse que surjan varios moodboard. ¿Qué sucede cuando hay varias propuestas trabajando un mismo brief? Podrían reconocerse elementos comunes entre moodboards, y sería enriquecedor discutir ventajas y desventajas en las diferencias entre los moodboards, derivadas de la interpretación que hizo cada grupo de diseño. Ejemplo:

Frente al atributo “minimalista” un grupo propone la imagen de una habitación vacía muy iluminada, otro un simple cuadrado gris, otro un diseño Braun, otro equipo junta esas tres imágenes a la vez. Todas pueden ser significativas, todas pueden aportar una solución, pero no son iguales, una tiene color, la otra es acromática, una tiene lisos y luminosidad, la otra espacios vacíos, etc.

- › el moodboard es la construcción de la imagen de identidad.
 Hay que examinar críticamente las imágenes y elementos visuales que se han reunido durante el relevamiento, hay que ver el resultado general del mismo y seleccionar las imágenes que más se adecúen al objetivo pautado en el brief.
 Hay que organizar las imágenes en el mosaico con un criterio, mirando las relaciones visuales que se establecen, la variedad de colores,

de formas o cualquier otro elemento relevante para el código del mensaje.

Hay que tomar en cuenta que al sumar todas esas imágenes relevadas, por cada mosaico surge una idea única, gestáltica, representativa del perfil, de los atributos y de la audiencia: el perfil delimita la propuesta de identidad, los atributos son propiedades de los productos visualizados en imágenes sobre las cuales se sostiene la identidad, la audiencia son imágenes que definen a quiénes se dirige la comunicación.

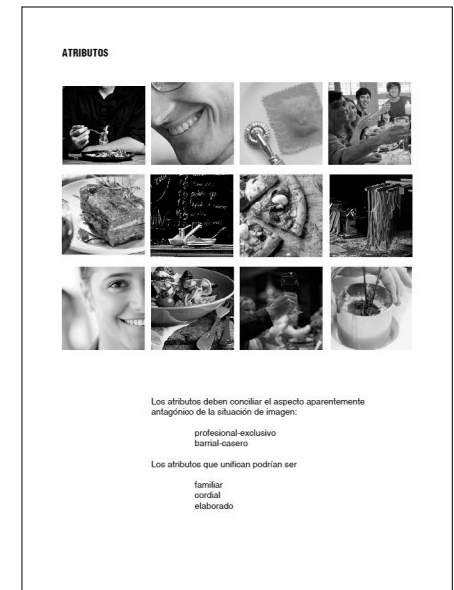
Se debe tomar en cuenta también, que en estos tiempos escindidos, la audiencia es plural, se compone de diversos actores sociales. Entonces se trata de construir comunicaciones que lleguen a muchos, pues la audiencia no siempre se puede encasillar por grupos cerrados, por el contrario, más allá de que exista una orientación, determinada la audiencia se caracteriza por la diversidad.

El sociólogo polaco Zygmunt Bauman analizó la fragmentación de la sociedad actual, observando los quiebres en la construcción de la identidad y la sobredosis de información sin filtrar que genera una banalización del sentido, el fin del compromiso mutuo y las relaciones interpersonales fugaces son algunos de los aspectos que configuran una sociedad líquida.

- › perfil y atributos surgen directamente de las palabras, la audiencia es un *entrelíneas*. Cada brief define el perfil de imagen y los atributos con tres adjetivos, es decir que lo que hay que hacer es relevar/asignar grupos de imágenes representativas de esos adjetivos en la relación que cada quien crea conveniente. La organización de esas imágenes en el mosaico es libre, lo importante es mirar la mancha resultante y luego imagen por imagen. Ejemplo:

Un equipo podría proponer, cuatro imágenes de un atributo, dos de otro y seis otro. Otro podría repartir equitativamente cuatro, cuatro y cuatro. Otro podría hacer ocho y dos.

Por su parte, el panel de audiencia, más allá de que la misma esté enunciada y definida, se resuelve



leyendo entrelíneas el brief. La información completa está descripta a lo largo de todo el brief, ello habilita a definir la audiencia.

JDP (2016). Moodboards de perfil y atributos para un emprendimiento gastronómico.

- › trabajar estos moodboard para producción fotográfica es pensar en una imagen, en identidad en términos de iconicidad. Por lo tanto no debe intervenir nada de texto, lo que hay que hacer es generar un sistema de fotografías que estén en código con la definición de perfil, atributos y audiencia presentada en los moodboards.

Utilidad

En definitiva, el moodboard surge de una investigación y es la herramienta que traduce un enunciado textual en otro visual-textual. Es útil como fuente de inspiración, para generar soluciones en código,

que sigan las necesidades y problemas que enfrentan tanto la audiencia como el usuario.

También hay que advertir que los paneles de mood-board no sirven solamente para la cuestión específica del diseño de las piezas de un sistema.

Son herramientas fundamentales para presentar un proyecto y para trabajar con el cliente en el posicionamiento de su negocio, ya que facilitan acuerdos en cuanto a la orientación y los objetivos del proyecto de diseño inserto en al final de la cadena de producción. Asimismo, se debe tomar en cuenta que el trabajo con moodboards facilita los procedimientos de realización en varias áreas del diseño. Es un recurso muy utilizado en diseño de indumentaria, en las propuestas de design thinking, en trabajos de identidad y posicionamiento, en campañas publicitarias, entre muchos otros.

Referencia

BAUMAN, Z. (2022). *Modernidad líquida*. EFE: Barcelona.

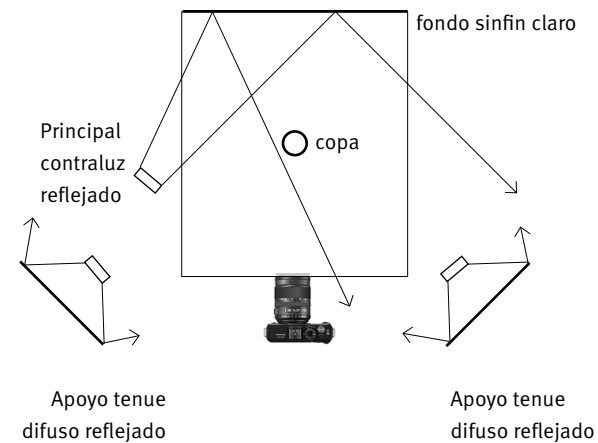
Fotografía
Vidrios y cristales
Javier De Ponti

El vidrio y el cristal son materiales que suelen ser difíciles de fotografiar. Por un lado, generalmente provocan brillos no deseados y por otro es común que su transparencia se confunda con el fondo, aplanando el resultado de la imagen.

A la vez, tanto el reflejo como la transparencia son factores que pueden enriquecer enormemente la fotografía de estos materiales. En esta nota se plantean dos variables para el trabajo con vidrios y cristales: objeto a contraluz oscuro sobre fondo claro y/o objeto iluminado sobre fondo oscuro.

› objeto a contraluz oscuro/ fondo claro.
los contornos del objeto se resuelven en líneas oscuras, distantes del fondo, el objeto se ve transparente. Este esquema trabaja como una fuente principal reflejada por detrás del objeto, dejando apenas luces leves de apoyo por delante. La refracción de las superficies transparentes generará un contorneado reslatando la forma del contorno.

El efecto de contraluz combinado con apoyos difusos reflejados muy tenues modela la figura y reduce los brillos no deseados. Para que esta planta de luz sea efectiva, se debe evitar la sobreexposición, que es característica de los contraluces fuertes, ajustando tanto la intensidad de las fuentes como la exposición en cámara, fotometreando la luz sobre el objeto.



Esquema basado en reflexión y refracción de la luz.