

304431

2
2oj.

TESIS QUE PARA OBTENER EL GRADO DE

LICENCIADO EN DISEÑO GRAFICO PRESENTA:

Ma ANTONIETA SOBRINO MARTINEZ

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



Universidad Simón Bolívar

JURADO:

PRESIDENTE : MIGUEL ANGEL AGUILERA AGUILAR

VOCAL : MARIA AIDETH MEJIA ECHEVERRIA

SECRETARIO : ADRIANA GALVAN GUERRERO

SUPLENTE : ELIZABETH ITURBE ESCALONA

1992

PAGINACION
DESCONTINUA.



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

I NTRODUCCION

"Actualmente existe gran variedad de medios de comunicación, pero lo importante es mencionar la diversidad de los medios impresos, como pueden ser los periódicos, libros y una gran variedad de REVISTAS (boletines), cuya clasificación en el Diseño Gráfico es el Diseño Editorial".

Mc. Luhan dice con respecto al Diseño Editorial que...

"... tiene como meta una realización de problemas que lo lleva a una respuesta que produce la forma más variable de comunicación como límites de costos y técnicas disponibles".

OBJETIVO

El objetivo del presente trabajo es elaborar el rediseño de un boletín. Para lograrlo se tocarán paso a paso, por medio de la metodología básica, todos los puntos indispensables que conforman al Diseño Editorial, es decir: portada, contraportada, caja tipográfica, primera y segunda de forros, dummy, montaje de originales e impresión. Todo esto nos dará una visión total de la producción del boletín que compete a este proyecto de investigación.

La ASOCIACION LATINOAMERICANA DE ILUSIONISTAS (ALI) solicitó se resolviera el siguiente problema: Traducir las ideas en imágenes gráficas que facilitan la comprensión de los conceptos y toda la retención de mensajes.

Para resolver esta necesidad se realizaron las siguientes actividades:

- * Organizar el programa.
- * Realizar una entrevista con el director del boletín para determinar la evaluación del contenido.
- * Estudiar el origen de los objetivos del boletín.
- * Investigar las características generales.

- * Analizar cada una de las secciones que lo conforman.
- * Elaborar el estilo de las ilustraciones, así como las técnicas a emplear.
- * Realizar los bocetos, indicando la idea básica.
- * Diseñar el formato analizando la tipografía así como las fotografías y las dimensiones que se utilizarán.
- * Elaborar los originales preparando ilustraciones y diapositivas con todas las indicaciones técnicas, para que no exista ninguna duda por parte del impresor.

El objetivo principal del Boletín Unico de Mágia "BUM" es recopilar material de interés para los magos a fin de ponerlo a su alcance. Con el tema esta edición ha sufrido diversas modificaciones. "BUM" (Boletín Unico de Mágia) lleva 17 años de publicarse y se desea que continúe en el mercado, es por ello principalmente la propuesta de su rediseño para mejorarlo, y cubrir el perfil al que va dirigido.

J USTIFICACION

Este boletín se ha publicado gracias al patrocinio de la Asociación Latinoamericana de Ilusionistas, la cual aceptó el proyecto que presenté, mismo que es una opción para incrementar su producción, difusión y realización de los objetivos que se tienen en mente.

Después de haber analizado varios proyectos de tesis, llegué a la conclusión de que el Rediseño Gráfico de una Revista (Boletín) de Ilusionismo, es lo adecuado.

I N D I C E

CAPITULO 1. ANTECEDENTES.

- 1.1. REVISTAS QUE SE EDITARON EN MEXICO Y SU DESAPARICION

CAPITULO 2. INTRODUCCION.

- 2.1. DISTRIBUCION DE LAS REVISTAS
- 2.2. ANALISIS DE LAS CUATRO REVISTAS EXISTENTES EN MEXICO EN CUANTO A SU DISEÑO EDITORIAL

CAPITULO 3. ANALISIS.

- 3.1. PROCESO DE COMUNICACION
- 3.2. COMUNICACION Y MEDIOS MASIVOS
- 3.3. ELEMENTOS ESENCIALES EN LA ESTRUCTURA EXCLUSIVAMENTE DE ESTAS PUBLICACIONES

CAPITULO 4. DISEÑO EDITORIAL.

- 4.1. IMAGEN VISUAL. PROCEDIMIENTO.
- 4.2. FOTOGRAFIA
- 4.3. ILUSTRACION
- 4.4. TECNICAS PARA LA ILUSTRACION
 - a) Ampliación y reducción para la ilustración
 - b) Ilustraciones con escala diagonal
- 4.5. PROYECTO PARA EL DISEÑO EDITORIAL
 - a) Original Mecánico

- b) Líneas guías para textos
 - c) Métodos de montaje
 - d) Aplicación del adhesivo de textos cortados
 - e) Montaje
- 4.6. ELEMENTOS DEL DISEÑO
- 4.7. ELEMENTOS DE UNA PAGINA
- 4.8. COMPOSICION

CAPITULO 5. ELABORACION DEFINITIVA.

- 5.1. PLANTEAMIENTO DE UNA NECESIDAD
- 5.2. LIMITACIONES
- 5.3. EL PAPEL QUE JUEGA EL DISEÑO GRAFICO PARA LOGRAR LA DIFUSION DEL BOLETIN.
- 5.4. PROYECTO FINAL
- a) Analizando cada medio
 - b) Anuncios anexos
 - c) Logotipo
 - d) Tipografía (Familias)
 - e) Reticula
 - f) Alternativas y bocetos
 - g) Explicación de cada una de las páginas de "BUM"
- 5.5. CONCLUSIONES DE "BUM"
- 5.6. DUMMY DE "BUM" BOLETIN UNICO DE MAGIA

CONCLUSIONES

BIBLIOGRAFIA

C APITULO 1.

1.1. REVISTAS DE MAGIA QUE SE EDITARON EN MEXICO Y SU DESAPARICION

Existieron y se publicaron en México, tres revistas de magia con los siguientes nombres: REVISTA MAGICA, ONDA MAGICA, Y MISTICA.

Las tres revistas anteriores, tuvieron corta duración.

- * REVISTA MAGICA sólo imprimió en el año de 1983 cuatro números para luego dejar de reproducirse.
- * ONDA MAGICA publicó su primer número en el año de 1971, posteriormente salieron dos números más y al poco tiempo se discontinuó.
- * MISTICA nació en 1977 como edición especial, después editó cuatro más, pero también dejó de existir.

Las revistas (o boletines) no salían con regularidad y aunque se mencionaba en las mismas, su publicación mensual; pasaban varios meses sin que se supiera de ellas.

Tal vez, uno de los factores que influyó en la suspensión de dichas publicaciones fué que las imprentas necesitan reproducir un número mínimo de publicaciones y es muy posible que no se cubrieran estas cantidades.

Sin embargo el principal motivo de su intempestiva salida del mercado lo constituye el que sus editores no contaban con el presupuesto indispensable para seguir publicando números exteriores; lo cual ocasionó su desaparición.

En general se puede decir que éstas fueron las principales anomalías para la discontinuación de las revistas (ó boletines) de magia en México.

Actualmente el BOLETIN UNICO DE MAGIA (BUM) es el único de este género que se sigue publicando en el país. Este se creó en 1975.

Podemos decir que BUM ha podido salir adelante y se espera que este proyecto pueda llevarlo a una mayor difusión.

CAPITULO 2.

2.1. DISTRIBUCION DE LA REVISTA (BOLETIN)

Este tipo de boletín por ser de índole especializado, difícilmente se puede vender en algunos centros comerciales, por lo que su distribución es de manera interna, y directa.

La distribución de estas revistas o boletines (Revista Mágica, Onda Mágica, Mística y BUM) se ha hecho entre magos, ya que solamente se puede adquirir en algunas tiendas de magia, por medio de los magos o por medio de suscripciones a la misma.

Por ejemplo en el caso de BUM (BOLETIN UNICO DE MAGIA) su distribución se realiza por medio de diversas convenciones de magia; por las suscripciones que han adquirido los magos para que se les envíe por correo, o directamente en el lugar donde se edita el boletín.

2.2. ANALISIS E INVESTIGACION DE PUBLICACIONES DE MAGIA EXISTENTES EN MEXICO, RESPECTO A SU DISEÑO EDITORIAL

REVISTA MAGICA

AÑO DE EDICION: 1983

NUMEROS PUBLICADOS: CUATRO

En el primer número utilizó en su portada papel couché, y en sus interiores papel federal (que es parecido al bond), en el diseño de la portada se encuentran entre guardas determinados elementos. En la parte superior aparece el nombre de la revista acompañado del grafismo de un conejo y un mago de forma caricaturizada; y en la guarda inferior un grafismo con relación a la magia, de forma abstracta, junto a éste en la parte superior aparece el precio y el número de la revista. La tipografía que se utilizó fué de tres tipos diferentes: la del nombre de la revista es Bold; la palabra revista es con tipografía medium y el número y el precio se hizo con tipografía light; las cuales forman parte de la familia Times Roman.

En el primer número la portada es de papel couché; en su interior papel federal. El color que se utilizó fué un cian, muy tenue.

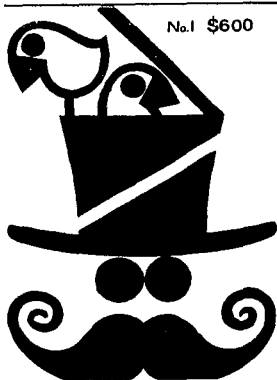
La contraportada se ambienta con la fotografía del mago Chenkai (conocido en México), a su lado un baúl con una pantera.

La tipografía de las páginas interiores se realizó con máquina de escribir y diversas fotografías en blanco y negro, además algunos trucos y diversos reportajes. También se marcaron algunos detalles con los tres colores primarios: amarillo, magenta y cian.

En cuanto a su contenido, Revista Mágica: utilizó una retícula a dos columnas, la cual siempre se respetó en cada una de las páginas, así como se habla de magia teóricamente también se utilizaron diversas fotografías, pero siempre existió una unificación.

En las tres publicaciones posteriores los cambios fueron en la carátula de la revista, cada una con diferente mago, su interior es en blanco y negro; en la última revista que se publicó aparecen sus interiores en color.

En lo personal considero que esta revista se quiso realizar de la mejor manera por los pequeños cambios que llegó a tener, pero no se llegó a lo que se quería puesto que sólo se quedó en la primera idea sin hacer más modificaciones para llegar a un mejor resultado.┘



No.1 \$600

ONDA MAGICA.

AÑO DE EDICION: 1971.

NUMEROS PUBLICADOS: 3.

En su primer número el papel que se utilizó fué cartulina satinada. Dentro de su portada, en la parte superior con tipografía Bold Linotype, se encuentra el nombre de la revista (o boletín) en color rojo, abajo de este, entre plecas se identifica el año y la fecha de color café, después una gran fotografía de un mago con su nombre y tres estrellas: dos cafés y una roja con un slogan sobre cuatro plecas. La tipografía utilizada en la portada fué de cuatro familias diferentes (Times Roman). El formato de la portada casi abarca una hoja tamaño carta. La contraportada se imprimió en colores: rojo, anaranjado, café y negro sobre fondo blanco en donde se encuentra un anuncio comercial. Todo su contenido está con tipografía a máquina, sobre papel bond y se respetó en todas las hojas la caja tipográfica, en la cual su retícula contiene dos columnas que a su vez están divididas por tres plecas y entre cada una se encuentra un medianil, para hacer más definida la composición.

En el segundo número los cambios abarcaron desde el papel de la portada que cambió de cartulina opalina a papel couché de 90 Kilos, puesto que fué más pequeño. El nombre de la revista en la parte superior, se hizo de color azul, después se siguieron utilizando cuatro diferentes familias tipográficas (Times Roman), y en el centro la fotografía del mago; en la contraportada se anexó una solicitud para adquirir un catálogo de magia con una pequeña ilustración a tres tintas. El material empleado fué hojas de papel bond de 135 Grs.; y se publicaron anuncios y fotos. Algunos aspectos se manejaron en dos idiomas: inglés y francés.

En el tercer número el formato que se diseñó, fué diferente. La fotografía de la portada fué de otro mago, aumentando la cantidad y el contenido, en su contraportada se presentó un anuncio con un libro de magia ilustrado, en tres colores. Después de este tercer número se descontinuó y no volvió a salir.

Mi opinión al respecto es que no existe mucha uniformidad, ni en cuanto a la tipografía que es de diferentes puntos, ni en cuanto al color; hay partes en donde es alto contraste y en otros casos color, pero a mi consideración no está bien empleado; el tamaño tampoco es el apropiado, y aunque la idea sea la originalidad hay que tomar en cuenta que en este caso no es lo apropiado.

Onda Mágica

No. 1 Año 10. Vol. 1 México, D. F. Oct. Nov. Dic. 1971.



TULO RAMOS. Onda

★ * ★

LA MAGIA EN MEXICO

MISTICA

AÑO DE EDICION: 1977.

NUMEROS PUBLICADOS: 5.

Es otra revista, (o boletín) que presenta su portada en color azul, la tipografía es de color café, negra y amarilla; en la parte superior derecha se encuentra el nombre de la revista con una tipografía relacionada con el nombre de la misma, del lado izquierdo, se ubica un mago (Merlín) en caricatura, abajo de esto y de color café leemos un pequeño slogan con tipografía negra y el precio de la revista. En la parte central se reproduce la fotografía de un mago, haciendo un juego de magia (este aparece a color), y en la parte inferior tres puntos que concentran el contenido de la publicación, el año de la revista en color amarillo y finalmente el slogan.

En la contraportada de esta revista se encuentra un anuncio comercial. Todo su contenido es en blanco y negro; el papel couché es de 135 grs. que proyecta más calidad; la tipografía es a máquina, el formato de la revista es rectangular y de media hoja carta. (21.5 x 14 cms.)

En cuanto a su contenido sí existió uniformidad, lo mismo que la retícula respetandola siempre, la cual fué a 2 columnas.

En los siguientes números las variaciones fueron mínimas.

Mi opinión al respecto es que fué una revista (o boletín) que talvez con un poco de esfuerzo y modificaciones se hubiera logrado una buena publicación ya que su contenido no

es negativo, lo mismo que su tamaño, pero lo apropiado hubiera sido su continuidad y superación de la misma.

Podemos ver a continuación un ejemplo del primer número de dicha revista.



MISTICA

la magia y sus secretos

\$ 15 00 m/n



- LO QUE TODO MAGO DEBE SABER
- UN SOLIDO ATRAVIESA OTRO SOLIDO
- HAGA FLOTAR UNA VARA MAGICA

AÑO I No. 1

BUM: BOLETIN UNICO DE MAGIA.

AÑO DE PUBLICACION: 1975.

NUMEROS PUBLICADOS: 40.

Especial mención se dará en este último apartado, a esta publicación ya que BUM (BOLETIN UNICO DE MAGIA), nació como su nombre lo dice, pensando en que sería un boletín y no una revista como pretende serlo en la actualidad o en un futuro. En el principio la portada, y contraportada se imprimieron en cartulina azul y el contenido en papel azul claro.

En la parte superior de la portada aparece la ilustración de un cañón el cual justifica el nombre de la revista BUM, en la parte central encerrado en un círculo se diseñó la mascota de la revista y de los magos, un conejo con su sombrero y debajo del círculo lo que significa BUM (BOLETIN UNICO DE MAGIA), abajo de esto el lugar en donde se publica: (México) y finalmente el año y el número de la revista, todo esto en tinta negra y fondo cyan. En un principio se decidió dejar la contraportada en blanco, lo contrario sucedió en el último número en donde se empleó una fotografía.

Dentro de su contenido nos dice que el Boletín Unico de Mágia, es el primero en español, editado en México, que nació de la idea de crear un boletín al alcance e interés de todos los magos y amigos de la mágia, no sólo en México sino también en otros países de habla hispana.

La finalidad que perseguía el boletín es: "Mantener informados a todos los magos no sólo de los recientes acontecimientos en este precioso arte, sino también recordar a

aquellos fabulosos magos que hicieron antesala en el increíble terreno de la magia".

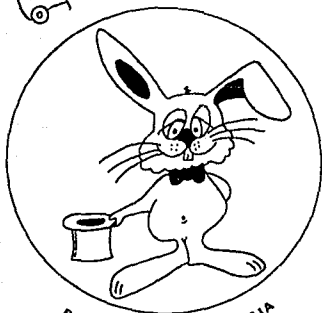
El contenido fué con tipografía hecha con máquina de escribir, se pusieron pocas ilustraciones, todo en blanco y negro sobre fondo azul claro, la forma de la revista es rectangular y su tamaño es de media hoja carta.

El director de Boletín Unico de Mágia es el mago Mandrake y la editora es Narda. Es impreso en Litográfica Garfer S.A., Calle Norte 72-A No.5114, México D.F. Este boletín fué fundado por el Mago Mandrake en Noviembre de 1975.

Sin embargo el boletín ha sufrido múltiples transformaciones a lo largo de su existencia hasta la fecha, en que se han publicado 40 números, con una calidad superior a la empleada en el principio aunque no con la calidad que se quería.

A continuación vemos un ejemplo de la primera portada y de la última portada de BUM.

BUM



BOLETIN UNICO DE MAGIA

AÑO 1 NUM. 1

MEXICO

NOV. 75



1990
No. 40
\$ 10,000

BOLETIN UNICO DE MAGIA



C APITULO 3.

3.1. PROCESO DE COMUNICACION

Se entiende que la comunicación es el proceso de transmisión de un mensaje entre un emisor y un receptor a través de un medio que requiere un código común a ambos.

En primera instancia analizaremos el proceso de comunicación el cual es muy importante, y que consta de un emisor, un mensaje y un receptor principalmente (existe una retroalimentación).

EL EMISOR es la persona o fuente que selecciona y manda la información.

EL MENSAJE son varios signos unidos que se envían de un lado a otro. Cabe señalar que la importancia del canal sirve como medio para que el mensaje llegue a su receptor.

EL RECEPTOR es quien capta el mensaje que mandó el emisor.

"Para la efectividad de este proceso es necesario un código que es un sistema de símbolos que intercambian el Emisor y el Receptor para transmitir el mensaje.

Después de ésto se llega a la respuesta, que son las reacciones del receptor del mensaje, lo que constituye el fin o reinicio del mismo".

En relación a esto podemos decir en este caso que el emisor sería BUM, el mensaje sería lo que se quiere transmitir, que es la magia y el receptor son los magos.

3.2. COMUNICACION Y MEDIOS MASIVOS

Medio masivo es "la vía o canal que transmite el mensaje y su función es comunicar e informar; la comunicación masiva debe ser con base a la comprensión y aceptación del público receptor.

"Para articular el mensaje producido se requieren determinados signos y símbolos".

Los medios de comunicación masiva tales como radio, televisión revistas etc. poseen un lugar propio.

Podemos considerar que la "revista", es el medio de comunicación masiva que nos interesa y se califica dentro de los medios visuales o gráficos que son "Vías o canales transmisores cuyo potencial comunicativo es percivido por los receptores mediante el sentido de la vista".

En este boletín es fundamental crear el mensaje visual; desde los primeros bocetos de prueba hasta la elección y revisión final de originales mecánicos, así como la composición creativa en imágenes ilustrativas y fotografías, teniendo una solución sencilla para comprender los mensajes visuales.

Se ha pensado en tener una base la cual sirva para una buena realización del proyecto, que consta de seis campos reticulados, para generar organización visual. El formato de la diagramación de éste boletín es de 19.5 x 12 cms. dentro de este se encuentran los campos reticulares.

Sobre el formato existen placas secundarias horizontales y verticales para facilitar el diseño tipográfico, fotografía e ilustración.

También hay placas que dividen el formato para colocar a los textos, títulos etc., sin faltar los filetes o pequeñas placas para separar títulos o conceptos.

Así pues, se buscó que el diseño fuera atractivo, para tener la atención del lector.

3.3. LOS ELEMENTOS ESENCIALES EN LA ESTRUCTURA EXCLUSIVA DE ESTAS PUBLICACIONES QUEDAN DIVIDIDAS EN:

1. PORTADA
2. PRIMERA DE FORROS
3. PAGINAS INTERIORES
4. SEGUNDA DE FORROS
5. CONTRAPORTADA

A continuación se describe la función de cada una de ellas, su diseño o propuesta:

PORTADA. Es el primer impacto visual de una revista. En ésta se colocan específicamente los siguientes elementos:

- * Título de la revista BUM reforzada por el significado del logotipo BOLETIN UNICO DE MAGIA.
- * Fotografía con imagen representativa de la revista.
- * Número de la publicación.
- * Año de la misma
- * Costo de la revista.

PRIMERA DE FORROS. Es de menor impacto que la portada, sin embargo no es menos importante. Aquí se pondrá un anuncio de la misma revista.

PAGINAS INTERIORES: En estas páginas se pondrán las diferentes secciones. El tamaño de esta revista es de 21.5 x 14 cms. impresas en papel couché de 100 grs.

SEGUNDA DE FORROS. En esta página se decidió poner, al igual que en la primera de forros, un anuncio de magia.

CONTRAPORTADA. Siempre existe en la estructura de una revista y se encuentra en el dorso de la publicación. En este lado irá una fotografía de determinado mago. Esto es lo que se propone.

C APITULO 4.

4.1. IMAGEN VISUAL.

"Es conveniente establecer un plan de trabajo en el procedimiento y elaboración de una revista, para encontrar la solución integral entre idea, texto y presentación a lo largo de frases seguidas".

PROCEDIMIENTO O PLAN DE TRABAJO.

El esquema inicial es obtener la información, la cual es de suma importancia, ya que es la base o el sostén para poder hablar del mensaje y del análisis de sus componentes.

4.2. FOTOGRAFIA

La fotografía y su capacidad para registrar detalles visuales se emplea continuamente en el terreno del ilustrador. La fotografía tiene como característica la credibilidad.

El ilustrador lo que pretende es, en esencia, llevar una información visual planificada a un público, dicha información que implica la extensión o apoyo de un mensaje verbal.

La fotografía en una revista es portadora de contenidos y mensajes.

4.3. ILUSTRACION

"La producción masiva de libros, revistas, periódicos, etc. es el resultado de un perfeccionamiento técnico en la reproducción impresa, que abre un nuevo campo a las ilustraciones. La ilustración es la imagen gráfica que acompaña a un texto".

La revista (o boletín), y la publicidad dependen considerablemente del trabajo, habilidad y creatividad del diseñador gráfico, lo cual está en función directa a su conocimiento del tema, que en este caso es el ilusionismo.

Los ilustradores propiamente dichos, son especialistas totalmente dedicados a su propia actividad. En las ilustraciones siempre hay un proceso creativo.

Para llevar a cabo las ilustraciones de una revista (o boletín) existe un método, que podemos catalogar de la siguiente manera:

Ilustración del dibujo de línea:

De acuerdo con las características del tema, se determina el tipo de dibujo, que puede ser: humorista, realista o imaginativo.

Para comunicar las ideas de las ilustraciones se pueden crear tres estados de presentación, que son: los bosquejos, los bocetos preliminares y el boceto final.

Los bosquejos son una serie de ideas, en donde se plasma una lluvia de ideas; casi siempre de forma abstracta.

Los bocetos preliminares, se pueden hacer sólomente a lápiz o indicar el color con rotuladores.

Los bocetos finales sirven para representar el objetivo del diseño. En el boceto final, los soportes tienen un efecto significativo, sobre el resultado de sus técnicas. Los bocetos finales se pueden dibujar a un tamaño mayor, por lo regular es una o dos veces más grande, por lo que al reducirse ganan mayor calidad y detalle (Estos se logran proporcionalmente por medio de la diagonal).

4.4. TECNICAS PARA LAS ILUSTRACIONES

Algunas de las técnicas más conocidas en el Diseño Gráfico son por ejemplo el gouache, prismacolor, acuarela, aerógrafo, óleo, lápiz, plumón, carbón, tinta, rapirógrafo, etc.

Mediante estas técnicas es posible la elaboración de las ilustraciones.

METODOS Y REDUCCIONES PARA LA ILUSTRACION.

En las ilustraciones muchas veces no tienen las dimensiones que se necesitan para el diseño de original mecánico. En estos casos las ilustraciones pueden ser amplificadas o reducidas para adecuarlas al mismo tamaño y averiguar las dimensiones para su reproducción.

a) Ampliación o Reducción Proporcional.

La ampliación o reducción proporcional significa cambiar las dimensiones del original sin cambiar la relación entre sus medidas.

Es importante tomar en cuenta que cuando se amplie o reduzca alguna ilustración cambiará proporcionalmente toda la imagen, es decir no sólo la altura o el ancho, sino también toda la superficie en si.

b) Ilustraciones con la escala diagonal.

- En el método de la escala diagonal, se dibuja un rectángulo con las dimensiones de la ilustración original.
- Se traza una línea que pase por dos ángulos situados en diagonal, y se continúa la línea más allá del ángulo.
- Se prolonga la base del rectángulo hasta el ancho requerido y se traza una línea perpendicular a este punto, que corta la línea diagonal que se acaba de hacer.
- Cualquier rectángulo dibujado sobre la misma diagonal, desde cualquiera de los ángulos, será proporcionalmente al rectángulo original.

4.5. DUMMY.

El boceto final proporciona la base para especificar:

- Tamaño de textos
- Aplicación o reducción de ilustraciones
- Indicación de espacios para textos, ilustraciones en conjunto y el diseño de cada página con el tamaño de la aplicación.

Se monta el texto y las ilustraciones ya reducidas en su lugar previamente determinado, de acuerdo al diseño de las páginas realizadas y a la diagramación de la revista. También se toma en cuenta la alineación de los elementos, para que se encuentren correctos y montados con buena calidad; esto es que los textos se encuentran limpios y sin borrones, trazando las líneas con precisión y sin manchas de tinta.

a) Original Mecánico.

El arte de reproducción gráfica consiste esencialmente en hacer, por medio de la fotomecánica textos e ilustraciones en una forma adecuada para uno o más procesos de

impresión. Las imágenes y textos que se entregan para su reproducción se denominan "originales".

El original es la matriz del boletín que se va a reproducir. En él se combinan todos los elementos de diseño de una página: titulares, texto, ilustraciones, etc. montados en un soporte, colocados en el sitio que les corresponde y sin ninguna marca indeseada, sin ángulos levantados y sin ondulaciones.

El soporte que se utiliza para los originales mecánicos de "BUM" es couché grueso de 210 grs.

b) Líneas guía para textos.

Con el texto compuesto se marcan líneas guías azules, (no reproducibles), en donde su finalidad es guiarnos e indicar el lugar en donde hay que cortar al momento de el original.

Se trazan líneas en los cuatro ángulos con escuadras. Las líneas azules deben marcar bloques de texto, buscando los bordes en los cuatro ángulos.

Al cortar los textos hay que asegurar los bordes rectos y rectangulares. Al efectuar el corte al comienzo, da también oportunidad para comprobar si los textos ya compuestos son correctos.

c) Método de Montaje.

Primero se debe tener todo el material para el montaje, pero no interrumpirlo: cuchilla de un sólo borde, pegamento de caucho o iris, regla T, cinta adhesiva, escuadras, tinta, lápiz azul no reproducible, cartulina plana sin ondulaciones, papel vegetal.

Teniendo todo este material será mucho más fácil el montaje de los originales; lo que hace mucha gente es sustituir alguno de los

materiales por otro, eso es cuestión de cada quien; lo que hacen también es eliminar alguno de los materiales pero esto sucede cuando ya se tiene mucha práctica y el trabajo debe ser realizado con mucha rapidéz.

Al tener todo el material necesario y toda la información que se pretende poner, es designar el lugar en donde se van a colocar los elementos que quedarán impresos, ya teniendo esto se aplica una capa de resistol a la superficie en donde quedara el texto, la ilustración o la fotografía y otra capa de pegamento a el elemento antes mencionado por medio de una cuchilla en donde ya está marcado específicamente el lugar en donde quedarán de forma definitiva. Ya puestos todos lo elementos se pone sobre esta superficie una camisa pero de forma superficial no pegada sino únicamente sostenida en la parte de atrás con cinta adhesiva de forma que se pueda levantar este papel o camisa traslúcido en donde irán todas las indicaciones, ya sea de color o de espacio, tamaño, etc.

d) Aplicaciones del adhesivo de textos cortados.

El adhesivo que se utiliza es la cola de caucho o pegamento iris el cual es bastante eficiente, siendo un adhesivo líquido y se aplica con un pincel, una capa en la parte inferior de los textos ya cortados, dejandolo secar, al igual que todo lo demás que hay que montar. De esta manera el pegado es perfecto puesto que si solamente se aplica adhesivo en una parte, ocasionaría que el pegado no sea bueno y al poco tiempo se despegue.

e) Entintado.

En el soporte del original (cartulina o ilustración) se aplica una capa de adhesivo en la parte superior de toda la cartulina y se espera a que seque; y se monta la diagramación de la revista, diseñada en tinta

azúl, se trazan líneas guías con lápiz indicando zonas de texto, zonas para entintar y registrar con regla T y escuadra fuera de donde se va a imprimir.

Esto hace que las líneas que se van a trazar o la diagramación, no pase al papel de forma definitiva sino que posteriormente se pueda quitar y por el momento nos sirve de guía para poder formar todo el contenido.

Si ya se decidió que las líneas trazadas son las apropiadas entonces se prosigue a entintarlas con el rapirógrafo, lo mismo que las líneas de corte.

f) Montaje.

Con la diagramación montada se aplica una capa de adhesivo, en las zonas de las líneas guías para texto.

Cuando los elementos se consideran satisfactorios se emplea el texto sobre la cartulina poniendo encima una hoja presionando con una escuadra, y asegurando que se adhieran todos los bordes.

Este es el procedimiento adecuado para concluir un original mecánico.

Para proteger al original mecánico se necesitan hojas sobrepuestas, de preferencia papel albanene o mantequilla llamado camisa, que se articula con cinta adhesiva sobre el soporte del original para que se proteja el montaje.

Lo que se pone en la camisa son los registros, que se colocan con exactitud para que al poner la hoja en el original parezca una sola cruz, al unir una línea con otra.

Al final, para mandar el original y de manera que el fotocromista sepa específicamente lo que se requiere es necesario que se saque una copia de la ilustración al tamaño que se quiere llamado fotografía de posición.

4.6. ELEMENTOS DEL DISEÑO

En realidad, los elementos están muy relacionados entre sí y no pueden ser fácilmente separados en nuestra experiencia visual general. Tomados por separado, pueden parecer bastante abstractos, pero reunidos determinan la apariencia definitiva y el contenido de un diseño; se dividen en 4 grupos de elementos:

- a) Elementos Conceptuales: punto, línea, plano y volumen.
- b) Elementos visuales: forma, medida, color y textura.
- c) Elementos de Relación: dirección, posición, espacio y gravedad.
- d) Elementos Prácticos: representación y significado.

"Consideremos siempre que un problema excepcional inspira necesariamente una solución excepcional".

Después de haber considerado a los elementos del diseño podemos ver que nunca los podemos pasar desapercibidamente, ya que cada uno de ellos nos ayuda a la solución del rediseño del boletín, en donde se aplicaron y desarrollaron algunos elementos esenciales del Diseño Gráfico.

4.7. ELEMENTOS DE UNA PAGINA.

Dentro de la página existen diversos elementos que son llamados de diferente manera como son, por ejemplo:

- La viuda : Es una pequeña fracción de una línea tipográfica
- Bigote : Es una greca o línea para complementar el espacio de la viuda
- Plecas y Entrelacados: Líneas que dividen un texto de otro, pueden variar de estilo y grosor.
- Recuadro : Su fin es enmarcar el texto o una imagen.
- Filete : Sombra de un recuadro.
- Encajado : Sobreponer foto o tipografía sin estropear ninguno de los dos
- Finalizador : Es el emblema del Boletín, que sustituye el punto de cada artículo.

Ilustraciones de pluma: son las que se realizan en blanco y negro.

Ilustraciones de tono continuo: tienen tonos grises.

Estos elementos son utilizados en todas las páginas aunque muchas veces no se sabe exactamente el nombre de cada elemento, pues se utilizan de manera usual sin darle importancia al nombre.

4.8. COMPOSICION.

Dentro de la composición tenemos determinados elementos que nos ayudan a una mejor realización como son: la forma, movimiento y equilibrio, proporción y ritmo, finalmente punto de atracción.

En el campo visual existe la figura + fondo lo que nos da como consecuencia la forma. Y ésta a su vez se divide en 3: configuración, tamaño y posición.

Después de conocer todos estos elementos nos fué más fácil llegar a la composición, que es el resultado final del Boletín Unico de Mágia.

CAPITULO 5.

5.1. PLANTEAMIENTO DE UNA NECESIDAD.

En este caso podemos considerar como necesidad el Rediseño del Boletín; por lo que es indispensable haber considerado lo siguiente, como lo vimos con anterioridad, pero de forma correcta.

- Se estudió el encargo de diseño y el público al que se dirige.
- Se establecieron las limitaciones financieras en lo que se refiere a forma, tamaño y número de colores.
- Se estudió la forma y el tamaño del área de diseño.
- Se estudió el boceto de las páginas.
- Se trazó una retícula.
- Se aplicó el texto a la retícula.
- Se estableció la cantidad de texto que debe ir con cada página.
- Se introdujeron los demás elementos en la retícula.
- Se dibujaron las páginas interiores.
- Se preparó la presentación visual a tamaño natural de la portada y la contrportada con un boceto para el interior.

5.2. LIMITACIONES.

La primera limitación con la que nos encontramos y es la más importante ya que en base a eso funciona todo lo demás es la limitación financiera, que se refiere a la cantidad de dinero que la Asociación Latinoamericana de Ilusionistas tiene dispuesta a utilizar para el rediseño del boletín.

Posteriormente fué: determinar el texto y los elementos visuales que han de incluirse (se considera como limitaciones ya que muchas veces no corresponden las ideas de la Asociación con las mias).

Así como también nos limitamos a utilizar un sólo color, y se utilizó bastante obscuro para que hubiera mayor impacto y el texto fuera legible.

Estas fueron las limitaciones más importantes que se consideraron al respecto.

5.3. EL PAPEL QUE JUEGA EL DISEÑO GRAFICO PARA LOGRAR LA DIFUSION DEL BOLETIN.

El boletín apunta una plataforma a partir de la cual la empresa o asociación puede transmitir a un público amplio, su actividad social.

Las publicaciones siguientes del boletín dependerán de las limitaciones financieras y de la cantidad de información disponible, considerando éstas, afectará la frecuencia de la publicación.

Otro factor que afectará las decisiones de diseño es la cantidad de color que se pueda introducir, o el color que no llevará.

Ante todo, habrá que diseñar una cabecera: El encabezamiento o el título, que se convertirá en el estilo fijo para todos los números de publicación. Puede diseñarse separadamente del trabajo principal, pues el cliente tal vez quiera ver diversas alternativas. Luego hay que estudiar la forma, tamaño y área de diseño. Dado que la publicación tendrá una circulación limitada, que puede ofrecer una oportunidad para introducir formas o tamaños originales. Una advertencia, sin embargo, consultemos con el impresor para establecer los aspectos prácticos de la impresión y tener el resultado final.

5.4. PROYECTO FINAL.

Una vez que se haya concluido el proyecto final se prosigue de la siguiente manera:

- Dar a conocer la revista al público (magos)
- Estar en la mente del consumidor (magos)
- Tener mayor participación dentro del mercado al que se dirige.

a) Analizando cada medio:

- Publicidad otorgada a los interesados: Se realizó una campaña publicitaria pequeña, ya que no se contaba con el dinero suficiente; la cual sólo fué a nivel de mago a mago, esto atrajo la atención de sus receptores. Prosiguiendo así a un eficiente diseño del anuncio para que éste se haga llegar, ya sea por medio del correo o personalmente; pero lo principal es que esté muy bien elaborado para que no pase desapercibido.
- Revistas: que de cierta manera tengan relación con el tema; se propone este medio de publicidad ya que es permanente y así se puede recordar por un mayor número de clientes.

b) Anuncios Anexos:

Se han publicado diversos anuncios de BUM en este mismo boletín y algunas veces en revistas que llegan a publicar determinados magos este boletín para no ser olvidado por su público receptor.

En cuanto a la portada de la revista se debe considerar lo siguiente:

c) Logotipo

Se mantiene el mismo logotipo de la revista para evitar confusión o pérdida de identidad del servicio en el mercado; esto es lo que dicen los editores de "BUM".

El logotipo es un conejo abstracto el cual forma el nombre de "BUM", sin embargo no es muy legible por lo que se reafirma con su significado: "BUM" BOLETIN UNICO DE MAGIA.

Este logotipo se ponía con un recuadro que lo encerraba, pero a mi consideración creo que ya no es necesario el recuadro, sino que el logotipo vaya sólo sin ser encerrado.

También se utilizaba una tipografía que rebasaba al logotipo para dar el significado del mismo, creo que es mejor reducir la tipografía del logotipo para que así juntas formen un mismo significado y se identifique más fácilmente con la gente y tenga una mayor claridad y legibilidad.

d) Tipografía.

La tipografía que se utilizará es Times Roman Italic Monotype.

Así mismo otro aspecto que considero importante es la manera en que se llegará a presentar el precio, el número y la fecha de la revista; así como el nombre del mago que apareciera en la portada.

En la portada siempre se utilizó una fotografía de algún mago que se designara; limitada por un rectángulo, lo que a mi consideración mostraba limitaciones, es decir restringir el sentido de libertad, dando la sensación de encerrado, lo apropiado sería agrandar la fotografía al tamaño de la revista sin tener ningún límite. Finalmente se ha considerado apropiado hacer referencia al nombre del mago, adjunto a su fotografía, lo que no es muy agradable es la tipografía que se usaba para este fin. Al momento de aparecer el nombre no se llega a ver equilibrada la composición junto con toda la demás tipografía.

Y la solución al respecto es poner la fotografía revasada, es decir que abarque todo el tamaño de la portada y encima de esto en forma calada poner el nombre del mago para que resalte de la fotografía y no se pierda.

e) Reticula.

Un aspecto muy importante es la retícula, misma que nos ayuda a justificar cada uno de los elementos que se plantearán dentro de "BUM".

A continuación podemos ver la retícula que se utilizó; además de que en algunas ocasiones irá la retícula general, es decir de extremo a extremo, sin ninguna limitación.

CONSTRUCCION DE LA RETICULA.

Al principio de cada trabajo se debe estudiar el problema implícito en él. En esta etapa deben colocarse las cuestiones del formato del material textual y gráfico, de las leyendas, de la tipografía, de la modalidad de impresión y de la calidad del papel.

Después el diseñador comienza a bocetar, teniendo ya las dimensiones del formato definitivo, para no tener dificultades al pasar a la escala del formato original.

Al esbozar debe considerarse la cantidad de columnas en que va a dividirse la página:

Una columna para texto e imágenes ofrece amplias posibilidades de mostrar las figuras grandes, pequeñas o de tamaño medio.

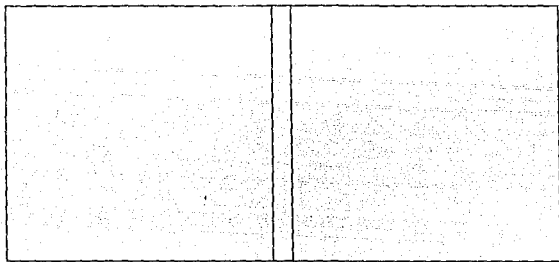
La división en cuatro columnas se recomienda cuando haya que colocar mucho texto y muchas ilustraciones o cuando deba aparecer material estadístico con muchos números, curvas y gráficas.

El diseño de la retícula: se esbozan las líneas con el tamaño de letra que debe emplearse; después se colocó encima la división de la retícula.

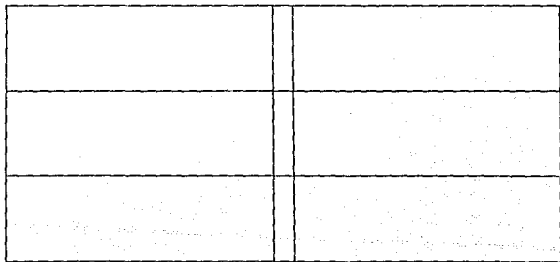
Los campos reticulares son los espacios que se tienen de un extremo a otro delimitados por una línea que dice hasta donde debe ir.

Si se desean varios campos reticulares pueden juntarse para dar otros mayores, operación en la cual el borde superior e inferior de los campos debe aliniarse con el texto.

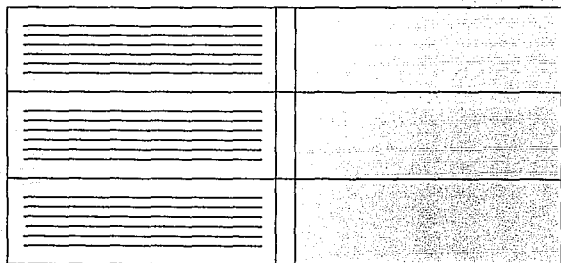
En el caso de dos columnas, por ejemplo, divide verticalmente la mancha en dos partes que distingue un espacio indeterminado. Cuando en el bosquejo se elabora la mancha, el diseñador la divide en 2, 3 o más columnas para así poder tener mayor uniformidad y acomodo al momento de ver el contenido general.



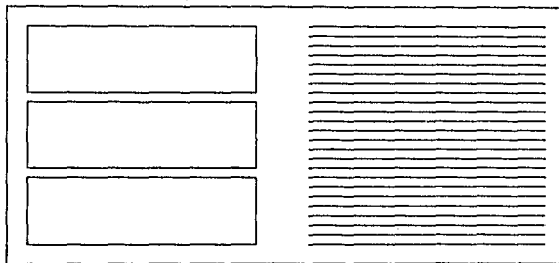
Ahora divide horizontalmente las columnas en 2,3, o más campos, que en este momento están separados por una sola línea.



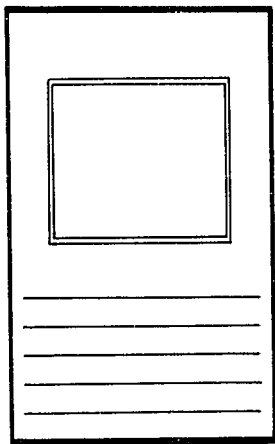
El diseñador debe decidir ahora qué tipografía y qué interlineado se quiere emplear en el texto.



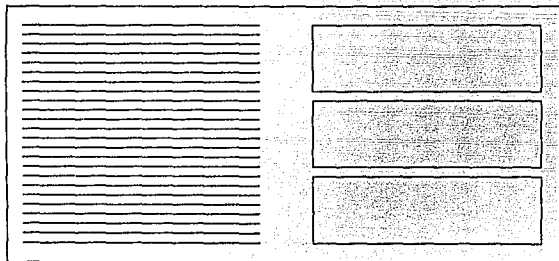
Separación de los campos de la retícula.



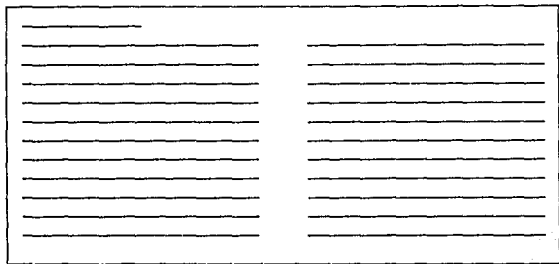
Dentro de la retícula podemos considerar el espacio que se debe dejar para incluir una fotografía a la mitad de la misma.



Líneas de texto alineadas en campos de la retícula.



El título y las dos columnas del texto están en la retícula. El espacio libre en blanco entre los titulares y las columnas del texto intensifica la importancia de aquellos al provocar el efecto de una zona de descanso.





**BOLETIN UNICO
DE MAGIA**

(ALGUNAS ALTERNATIVAS O BOCETOS)
DE PORTADA

MANDRAKE

No. 41

\$10,000

1991



B OLETIN

U NICO
DE
M AGIA

MANDRAKE

No. 41

\$ 10,000

1991



BOLETIN UNICO

DE MAGIA

MANDRAKE

\$ 10,000.00

No. 41

1991



BOLETIN UNICO DE MAGIA

MANDRAKE

No. 41

\$ 10,000.00

1991



BOLETIN UNICO
DE MAGIA

MANDRAKE

No. 41

\$10,000

1991



(BOCETO DEFINITIVO) DE "BUM"

MANDRAKE

1991

No. 41

\$10,000

5.5. CONCLUSIONES

Después de haber analizado varias propuestas se decidió que BUM quedará de la siguiente manera:

El papel que se va a utilizar es couché grueso para la portada (90 Kg); y couché delgado para las páginas interiores (67 Kg.)

El diseño de la portada cambió un poco, puesto que en el logotipo se invirtió la figura-fondo para que se relacionara con la tipografía de: Boletín Unico de Mágia. La tipografía que se utilizó es Mimes Roman, que va en relación con el logotipo.

También se pensó que en lugar de que la fotografía de la portada estuviera limitada por una guarda, fuera un tamaño más libre, abarcando todo el tamaño de la hoja, de forma revasada.

El formato final que se utilizará es de 13 x 20.5 cms.

EXPLICACION DE CADA UNA DE LAS PAGINAS DE "BUM".

Dentro de la PRIMERA DE FORROS se decidió remarcar un recuadro dentro de la caja tipográfica, (una viuda) mencionando como línea el nombre de "BUM" ya que aquí se requiere anunciar la suscripción de la revista, el lugar en que nos encontramos y en primera instancia, el logotipo con el nombre. Posteriormente se encuentra: Revista de Mágia editada por Mandrake en México desde 1975. Finalmente la dirección y el teléfono donde se recibirán las suscripciones. Junto a esto aparece una imagen en alto contraste nombrando al Mago Mandrake y así finalizar el contenido de la página primera de forros.

En la **PRIMERA PAGINA** se pondrá como inicio "BUM" debajo irá el año y el número del Boletín, debajo el director, la editora, diseñadora, redactor y publicista; posteriormente el índice y al final el año en que fué fundado BUM y por quién.

En la **SEGUNDA PAGINA** se pondrá cómo inicio el logotipo con el nombre de BOLETIN UNICO DE MAGIA; en la parte central se decidió mencionar que BUM es un organo oficial de la Asociación Latinoamericana de Ilusionistas del Ring 164. Posteriormente el director y la editora y finalmente el apartado postal de BUM, siempre respetando la misma caja.

Por otro lado se decidió establecer el centro de la caja tipográfica en la parte inferior, el número de la página ya que como es una revista pequeña (boletín) no sería adecuado ponerse del lado derecho, para así también tener un mejor equilibrio dentro de esta revista.

Posteriormente se hace alusión a la **EDITORIAL**, (Pág. No. 3) El número del boletín y la fecha de publicación, y se incluyen las innovaciones que llegan a aparecer en el boletín, como puede ser una sección nueva o un nuevo colaborador.

Finalmente se invita a los magos o personas aficionadas a suscribirse al Boletín Unico de Magia, en donde también se pone el apartado postal para que haya comunicación, así como el precio de la suscripción.

También se tocará el tema: **MAGIA 2000** (Pág. 4) en donde se explicará el efecto mágico, este tema es importante para los magos, ya que ellos siempre están en espera de alguna novedad mágica y sobre todo el descubrimiento de un nuevo truco.

En cada una de las hojas posteriores se desglosa la explicación del truco con diversas ilustraciones mismas que servían para aclarar los aspectos importantes en el efecto de magia.

Es importante mencionar de qué manera irán las distribuciones, las ilustraciones, para no hacer tediosas y aburridas las explicaciones.

Los dibujos deben estar claros, ya que estas son herramientas para fortalecer la explicación teórica del efecto.

Finalmente se pensó en el título o tema, ya que los trucos que aparecen en esta sección, serán novedosos, es decir, que no se conozcan todavía, o por lo menos que muchos magos todavía no lo conocen; de ahí derivó el título **MAGIA 2000**.

NOTIBUM (Pág. 8) en esta sección se habla de las noticias recientes.

En primer lugar tenemos el título a tratar como en todos los casos.

Siguiendo los temas o noticias importantes. Después se desglosará cada una de las noticias que se mencionaron con anterioridad.

Se considera que en el contenido irá una especie de elementos que están en relación con la Magia y el Diseño Gráfico (Como pueden ser cartas, bara de mago, conejos, palomas etc.) en donde se dé énfasis a el título de cada sección; así como también al finalizar o dar comienzo a una sección, para hacer más gráfico, interesante y menos monótona la información.

NUESTRA PORTADA. (Pág. 10) En esta sección se hablará de la persona que aparece en la portada, aquí se podrá conocer un poco más al personaje de la portada, en este caso el mago: **SATANY**.

Este tema abarca dos páginas que especifica cada uno de los elementos que componen al artista.

Esta es la sección que escribe la maga **NARDA** en colaboración con el mago **MANDRAKE**.

Este es el tema que se pondrá siempre en el centro de la revista pues se considera que es lo más importante ya que va en relación con la portada.

Para la elaboración del **primer anuncio** de magia, en primer lugar se pensó en una imagen mágica que atrajera a su público receptor, en segundo término el tema que se va a tratar (videos de magia), enseguida se describe dicho tema, posteriormente la dirección para dirigirse a este boletín, concluyendo con una pequeña imagen del tema.

Este es un anuncio que debe estar bien elaborado, ya que es la atracción del público que desea anunciarse en el boletín, lo mismo que el diseño en general pensando en cada uno de sus elementos.

En seguida nos encontramos con la sección **TIPS MAGICOS** (Pág. 13) en donde se mencionan algunas sugerencias de los magos.

Esta sección es elaborada por el mago Chenkai.

Es una sección en donde se comunica lo más reciente de la época, por ejemplo un acontecimiento mágico.

Se publicó otro anuncio de **DAVID COPERFIELD** (Pág. 14) mencionando la lucha por el título del campeón del mundo acompañado con la fotografía del mismo mago (Coperfield).

La sección **MISCELANEA** (Pág. 15) es en donde se señalan diferentes efectos mágicos. Cada uno de los nombres o títulos se derivan de diferentes efectos que se pueden hacer y que se ubican dentro de los temas previamente enumerados. Vemos que son diferentes efectos que se derivan de un mismo tema pero que se realizan con diferentes elementos.

Se decidió meter otro **anuncio** (Pág. 16) aunque no muy adecuado y bien realizado ya que se tuvo que alabar de acuerdo a lo que

pidió el cliente y bajo sus limitaciones, tal es el caso del mago JOSSAN en donde invita a conocer su tienda de magia y su libro, es por eso que no tuvo gran variación.

Se estableció una relación de los **REPRESENTANTES** (Pág. 17) de la Asociación Latinoamericana de Ilusionistas, en donde intervienen 16 Estados de la república mexicana.

En otra columna posterior, junto de ésta, se estableció otra columna en donde se menciona a la persona u organización que representa a la Asociación de cada lugar.

Todo lo que se diseñó dentro de la mancha tipográfica debe representar la retícula que se estableció con anterioridad en cada una de las páginas impresas. Así podemos lograr una mejor uniformidad en cada una de ellas. ya que como lo hemos mencionado el formato es a dos columnas en algunos casos.

PUBLICACIONES MANDRAKE (Pág. 18) es un anuncio que lo elaboró él mismo (Mandrake), en donde aparecen tres libros que él publicó con anterioridad y la dirección a donde pueden dirigirse.

La sección **¿SABIA USTED?** (Pág. 19) trata de analizar algunos datos mágicos que muchas veces se pasan por alto, o que no se les da la importancia que debiera, pero que son de interés para el mago.

Se puso la sección de chistes titulada **CHISPABUM** (Pág. 20) en donde se publican diferentes chistes enfocados a la magia.

En este número se pusieron dos chistes, esto es, dependiendo qué tan largo sea el chiste o de cuantas escenas se represente.

Este último tema concluye la información de Boletín Unico de Magia, que tiene como finalidad hacerlo de manera adecuada, que llame la atención del público, pero sobre todo, que sea divertido.

En la Segundo de Forros se puso el anuncio del mago Trebole.

Después de haberlo publicado se decidió que fuera dentro de una guarda rectangular para poder limitar el anuncio, pensando así mismo en la idea del cliente, dejando un espacio para que en la parte superior del anuncio se pusiera su logo y en la parte inferior el número del teléfono, para así poder comunicarse con él para una mayor información.

En la contraportada de la revista se decidió poner la fotografía del mago Mandrake y de su esposa, la maga Narda.

En la parte superior, calado en blanco o en negro (dependiendo de la fotografía) irá el nombre de los dos, como se hizo en la portada, según el mago que aparecerá para poder hacer una relación del principio y el final del Boletín.

Así concluye la explicación del contenido de el No. 41 del Boletín Unico de Mágia "BUM".

5.6. DUMMY DE "BUM" BOLETIN UNICO DE MAGIA.

En este tema analizaremos cada una de las páginas de "BUM" viendo cómo fué su rediseño para poder llegar a ellas tomando en cuenta que la mayoría de los títulos ya se han manejado antes, pero la idea no es cambiar la revista por completo sino rediseñar lo que se había establecido.

También debemos considerar que fueron representadas las ideas de el mago Mandrake y de los clientes que fueron parte en este Boletín Unico de Mágia.

5.2 DUMMY DE "BUM" BOLETIN UNICO DE MAGIA.

BUM

BOLETIN UNICO DE MAGIA

SATANY



BUM


AÑO 1992 No. 41
\$ 20,000.00

Director
M A N D R A K E
Editora
N A R D A
Diseño
Ma. A N T O N I E T A
Redacción
M A R I A N A
Publicidad
M A N D R A K E Jr.

INDICE

EDITORIAL.....3
MAGIA 2000.....4
NOTIBUM.....8
NUESTRA PORTADA....10
TIPS MAGICOS.....13
MISCELANEA.....15
REPRESENTANTES.....17
¿SABIA USTED?.....19
CHISPABUM.....20

EL BOLETIN UNICO DE MAGIA "BUM"
FUE FUNDADO EN NOVIEMBRE DE 1975
POR EL MAGO MANDRAKE



CUM

BOLETIN UNICO DE MAGIA

SATANY

BUM

AÑO 1992 No. 41

\$ 20,000.00

Director
M A N D R A K E
Editora
N A R D A
Diseño
Ma. A N T O N I E T A
Redacción
M A R I A N A
Publicidad
M A N D R A K E Jr.

INDICE

EDITORIAL.....3
MAGIA 2000.....4
NOTIBUM.....8
NUESTRA PORTADA....10
TIPS MAGICOS.....13
MISCELANEA.....15
REPRESENTANTES.....17
¿SABIA USTED?.....19
CHISPABUM.....20

EL BOLETIN UNICO DE MAGIA "BUM"
FUE FUNDADO EN NOVIEMBRE DE 1975
POR EL MAGO MANDRAKE



BOLETIN UNICO DE MAGIA

ORGANO OFICIAL
DE LA
ASOCIACION LATINOAMERICANA
DE ILUSIONISTAS A.C.
RING 164

DIRECTOR
MANDRAKE



EDITORIA
NARDA

BOLETIN UNICO DE MAGIA
apartado postal 44085
México D.F. C.P. 03100



EDITORIAL

Este es el número 41 del Boletín Unico de Mágia, correspondiente a los meses de Mayo y Junio de 1992.

Empezamos una nueva etapa, después de cumplir 15 años de publicar este Boletín, -con más noticias y artículos novedosos de mágia.

Iniciamos un artículo, en este número que pensamos sea de gran interés general, para los magos, el título es: ¿sabía usted?.

Además de tener nuevos artículos continuamos con nuestra mágia 2000, Notibum, Nuestra Portada, ChispaBUM.

Hay artículos que han sido elegidos para ustedes amables lectores.

Estamos invitando nuevamente a nuestros representantes y corresponsales de la República Mexicana, para que nos sigan enviando sus noticias al apartado postal No. 44085 México D.F. C.P. 03100.

El costo de suscripción por año es de \$100,000.00 (CIEN MIL PESOS 00/100 M.N.) por seis números, en este año de 1992.

Magicordialmente

M. Andrade
Mandrake



MAGIA 2000

Para ampliar tu rutina mágica, aquí están dos ideas; primero la ventriloquía con tus manos y segundo las sombras.

A continuación encontrarás unas ideas, pon un poco de creatividad y amplía tu rutina y como en la magia practica mucho y verás el resultado.

La ventriloquía con tus manos es un arte genial, inventa tu propio personaje y dale vida a tus manos, un plumón de agua te ayudará a maquillar tu mano, ojos negros y la boca roja, fig. 1., en la palma de tu mano.

La figura 2 te muestra tu mano con el puño cerrado, el pulgar hará la boca del muñeco, y la figura 3 muestra lo mismo pero ayudado por una lengua, que puede ser un pedazo de tela roja y una seda o pañuelo anudado a tu mano será el gorro.

Los ojos pueden ser los que se usan para muñecos de peluche, con el iris movable y con un poco de pegamento se mantendrán adheridos a tu mano.

Un sombrero pequeño de muñeco, bigote, anteojos o lo que se te ocurra será el maquillaje perfecto para tu personaje.

Una caja con un agujero para que tu mano pueda salir ayudará mucho al efecto.

La segunda idea me parece que tiene muchas posibilidades, pues hay magos que han hecho un sólo acto con las sombras (Fumanchu y Sony Fontana).

Aquí solamente una buena lámpara y una pantalla serán tus aleados, pero la música o una buna charla ayudará mucho, y desde luego tu imaginación para crear tus sombras de personajes, animales y figuras.

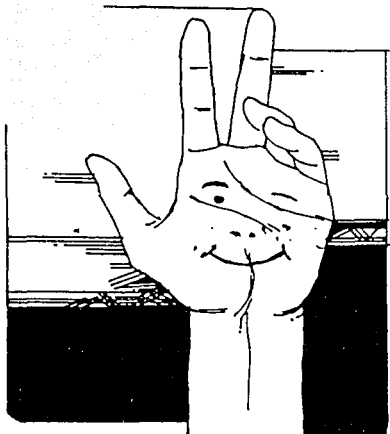
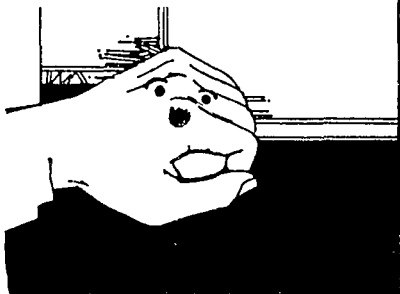
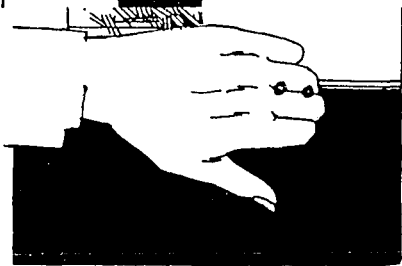


FIG. 1

FIG. 2



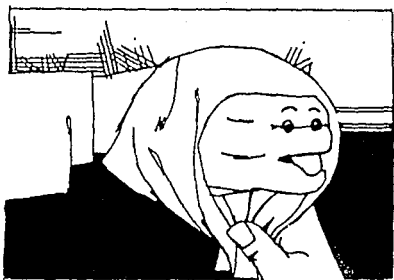
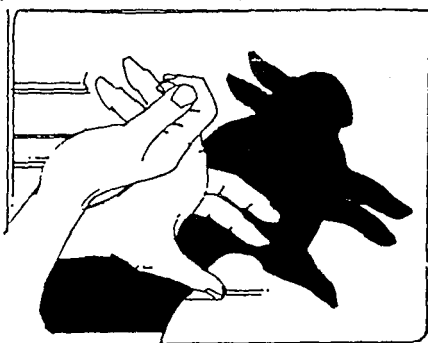
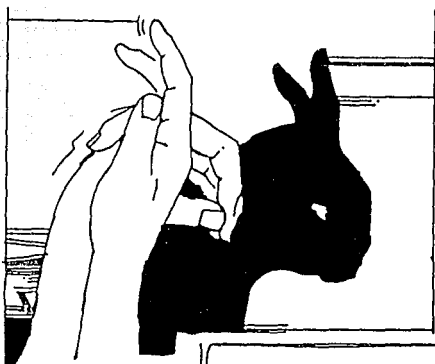
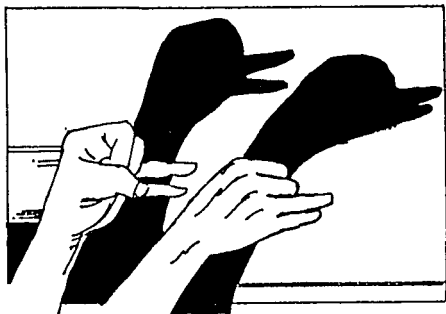
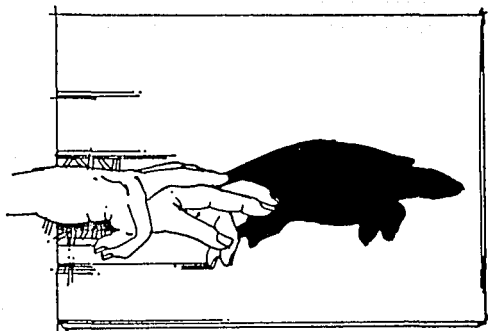
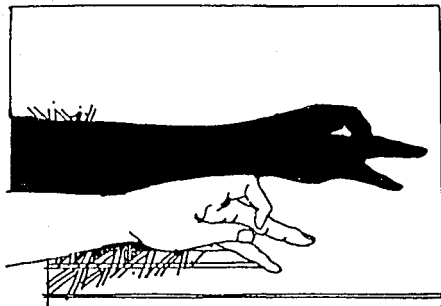


FIG. 3







NOTIBUM

- FLASOMA 92
- KEOPS EN LAS VEGAS
- INGENIO MEXICANO
- 3a CONVENCION DE A.M.M.

Nos reporta Gustavo Lorgia, presidente de Flasoma 92, que las fechas serán del 4 al 7 de Diciembre de 92 en Bogotá Colombia el 3º Congreso Latinoamericano de Mágia con destacadas figuras de la Mágia como:

Juán Tamaríz
Fantasio
René Lavand
Alex
Arturo de Ascanio
Johny Ace Palmer
Varoni
Venda Dobrzensky
Sony Fontana
José Carrol
Pendragons
Gaetan Bloom
Fukai
Max Maven
Williamson
Eric de Camps
Fernando Keops
Pierre Brahama
Silvan
Arturo Brachetti

Como se puede ver esto suena muy atractivo, para los interesados en asistir dirigirse a:

Gustavo Lorgia V.
P.O. Box 11581
Bogotá Colombia.

Esperamos asistir al III Congreso y traer la información a México D.F.



Próximamente se presentará nuestro amigo Fernando Keops en las Vegas en el Hotel Sands, presentando lo mejor de su repertorio Mágico, con pantallas gigantes. Muchos éxitos le deseamos y que siga como hasta ahora triunfando.

Mucho se ha hablado del Ingenio Mexicano y en la Mágia también existe mucho ingenio, por tal motivo y para demostrarlo me he propuesto editar un libro, con las ideas, tips, inventos, etc. de los magos mexicanos que han aportado algo a la mágia con su ingenio.

Si tú amable lector tienes algo que sea invento, cambio o simplemente una idea nueva, mándalo a nuestra dirección para incluirlo dentro de este libro, si sabes de algún compañero que tenga algún invento, comunícale la idea.

El libro tendrá las secciones necesarias para las diferentes ramas de la mágia así pues tendrá mágia de cerca, aparatos, prestidigitación, mentalismo, escapismo etc. Desde luego se hará

la mención de cada autor (nombre, y dirección del inventor).



El presidente de la Asociación Internacional de Mágia: Emir Lizab anuncia su quinto simposium mágico; proximamente les informaremos las fechas y el lugar, mientras tanto les podemos informar que Emir Lizab y su grupo de colaboradores están trabajando arduamente para que este quinto simposium sea un verdadero acontecimiento mágico pues se está tratando de contratar a estrellas de talla internacional, así mismo se está buscando a los exponentes y vendedores más actualizados y novedosos de la Mágia.



Manda tus noticias a B.U.M.



NUESTRA PORTADA

Mago Satany, su verdadero nombre es Arturo Santa Ana, nació en México el 21 de Octubre de 1946. Su afición por la magia empezó cuando tenía 13 años, pero fué en 1954 cuando realizó su primera actuación en una fiesta familiar.

En 1955 conoció a los Magos Chenkai y Mandrake, junto con ellos inicia su carrera astística.

En 1957 fué socio del Club Azteca.

Sus primeros programas de T.V. en los que apareció fueron: Club Quintito, Club de la buena suerte, Club del hogar, La media hora con Chabeio, Paco Malgesto, La hora del orange crush, entre otros.

Los hoteles en donde se ha presentado son: Tamanaco (Venezuela), Taquemada (Colombia), Hilton (Argentina), Reforma (Perú), Libertador (Ecuador), Panamá Hilton (Panamá) etc.

Los shows Internacionales en los que ha participado: Ed Sullivan, Silvio Santos, Roberto Carlos, Amador Bendayán, El chavo etc.

Los casinos y Night Clubs: La Fuente en México, Star Light Colombia, Horm Buenos Aires, La Comena Perú etc.

Teatro: Metropolitán Argentina, Astros Buenos Aires, Tabaris Buenos Aires, Insurgentes México, Metro Santiago de Chile, Amadeus Montevideo, Amacord Buenos Aires etc.

Circos: Thiany, Knee, Rodas, Royal, Atayde y Satany.

En el cine: La tórtola del ajusco (México), El padrecito (México), la mágia de los parchis (Esp. Arg.), Amante para dos (Argentina).

Como ustedes pueden apreciar la carrera artística del mago Satany es muy amplia, pero para los que quieran saber porqué es muy fácil de explicar: En 1970 Arturo Satany sale de México y durante estos años, fuera de México logra todo tipo de éxitos con su Mágia. Ahora nuevamente en México está con nosotros y según el piensa quedarse para siempre aquí.

Para los magos que no conocen a Satany simplemente basta con ver su espectáculo y acercarse a él, para constatar que es un verdadero artista, desde luego se podrán dar cuenta que como persona es todo un caballero presto a ayudar a quien se lo pida.

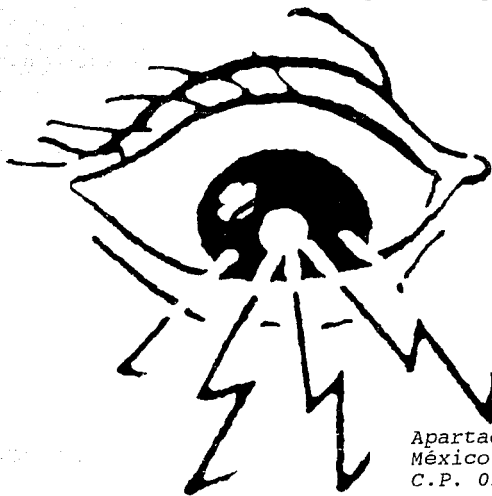
Para nosotros es un orgullo que en este Boletín esté en portada y engalane nuestro B.U.M.

Y desde estas líneas queremos felicitar a Arturo Satany, por su brillante carrera artística y le deseamos muchos pero muchos éxitos más, para el futuro.

Gracias por estar nuevamente con nosotros en México y adelante.

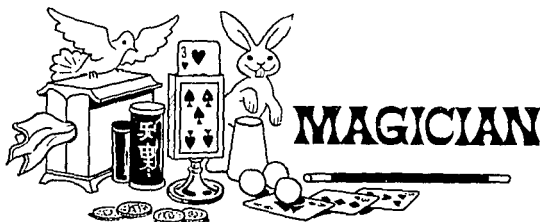
Videos de MAGIA

Todo tipo de Videos, con los Magos más famosos del mundo, enseñanza y shows, pida lista a:



MANDRAKE

Apartado Postal 44085
México 12 D.F.
C.P. 03100



MAGICIAN



TIPS MAGICOS

CHEN KAI

EL MAGO PROFESIONAL

El artista profesional que monta un espectáculo de magia escénica debe tener en cuenta algunos aspectos de profesionalidad artística. Veamos algunos.

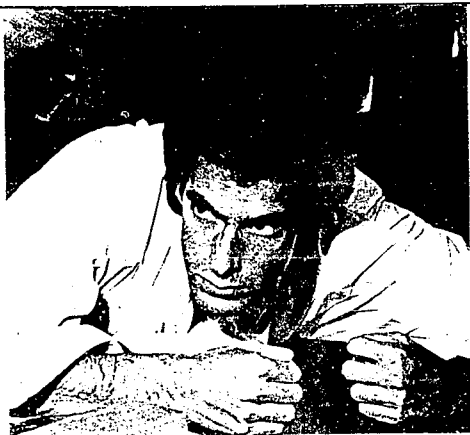
A) ¿QUIEN ES VERDADERAMENTE PROFESIONAL?

Para ser un buen ilusionista (y más si se quiere ser profesional) no basta conocer y practicar, hay que discurrir, perfeccionar, estudiar años con paciencia y fuerza de voluntad, tratar de mejorarse a diario, ver a los maestros y ver cuanto se publique sobre la materia. En resumen, una afición, para dominarla, hay que vivirla y sentirla, y solamente así se llegará a la categoría de BUEN MAGO. El ilusionismo practicando sin el mayor interés que de entrenarse a ratos, es compatible con cualquier otra afición pero si se quiere dominar de modo sobresaliente hay que tenerlo si se quiere dominar de modo sobresaliente hay que tenerlo como afición exclusiva. No sólo por el tiempo que lleva el lograr su dominio, sino por lo caro que resulta.

De un juego es tanto o más importante la PRESENTACION que la TECNICA, para que el mago lo realice "Profesionalmente".

Es fundamental saber presentar bien los juegos. Nunca insistimos bastante en esto: un artista excepcional y uno mediocre se diferencian en la limpieza de su ejecución y en su presentación. No basta conocer juegos, hay que saberlos hacer a la perfección, o de lo contrario, el ilusionista no se distinguirá en nada del mero lector de juegos.

COPPERFIELD



DOS MIL MAGOS TRAS EL TITULO MUNDIAL DE SUIZA

GINEBRA, 6 de Enero (EFE).- Más de 2,000 ilusionistas llegados de todo el mundo inauguraron hoy lunes en la ciudad Suiza de Lausanne el 18º Congreso Mundial de Mágia, cuyo acceso ha sido parcialmente restringido al público a fin de preservar la ilusión, según los organizadores, el principal atractivo del congreso va a ser la lucha por el título del campeón del mundo, concurso que se celebra cada tres años bajo los auspicios de la Federación Internacional de Sociedades Mágicas. Hasta el momento, más de 200 magos han manifestado su intención de participar en dicho concurso, que cubre entre otras cosas especialidades, la manipulación, la mágia de mesa, micromágia, grandes ilusiones, mágia cómica y mentalismo.



MISCELANEA

PROGRAMANDO

POR: ARIEL

Tarjeta No. 1 "MENTALISMO"

- 1.- Transmisión Mental de la Carta Elegida.
- 2.- Adivinación de una palabra elegida de un libro.
- 3.- Telepatía Simulada.

Tarjeta No. 2 "ESPIRITISMO"

- 1.- Pizarras con Mensajes.
- 2.- El Gabinete de los Espíritus.
- 3.- La campanita que contesta preguntas.

Tarjeta No. 3 "ESCAPES"

- 1.- La Bolsa de Correo (El mago se encierra en ella y escapa)
- 2.- Atado a la silla.
- 3.- La camisa de Fuerza.

Tarjeta No. 4 "FAKIRISMO"

- 1.- Atravesarse la lengua con agujas.
- 2.- Comerse un vaso de cristal o navajas de afeitar.
- 3.- La cama de clavos.



EL MAGO JOSSAN

Te invita a conocer su nueva tienda de magia en donde encontrarás todo lo que necesitas para tu rutina de Magia.

Allende No. 84 - A

Centro (Frente al mercado)
lagunilla

Tel: 5 26-66-75.

CUENTAS - CORTES - MOVIMIENTOS - SUTILEZAS

El libro que todo mago espera está a tu disposición con:

Craige Mc COMB SNADER Jr.

Apartado Postal 12655

México D.F. 03020

Tel. 5 93-18-71.

REPRESENTANTES

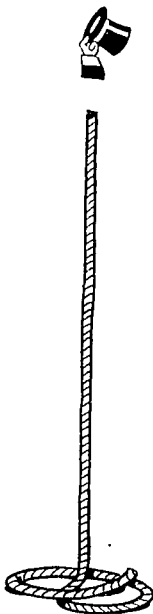
F I L I A L E S D E A . L . I .

Filial 1	Cuernavaca Morelos	Merlín
Filial 2	LaPaz, Baja California	Jeزán
Filial 3	Chihuahua Chihuahua	Joker
Filial 4	Aguascalientes Ags.	Fadayín
Filial 5	Durango Durango	Jim's
Filial 6	Morelia Michoacán	Omaña
Filial 7	Toluca Toluca	Erick
Filial 8	Perote Veracruz	Hafid
Filial 9	Puebla Puebla	Karim
Filial 10	Guadalajara Jalisco	Miguel
Filial 11	Salamanca Gto.	Kristal
Filial 12	Oaxaca Oaxaca	Brizzio
Filial 13	Monterrey N.L.	Frakman
Filial 14	Mérida Yucatán	Shadak
Filial 15	Acapulco Guerrero	Shamad
Filial 16	Torreón Coahuila	Leo's



PUBLICACIONES

MANDRAKE



PEDIDOS:

APARTADO POSTAL 44085
MEXICO 12, D.F.
C.P. 03100



SABIA USTED...?

El mago Dino nos dió la Magnífica Idea de hacer una Mágica Rifa entre los magos que tengan este número 41 de BUM, si tú estás participando en

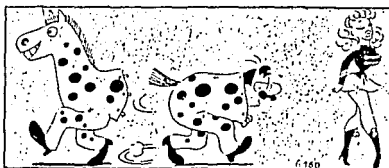
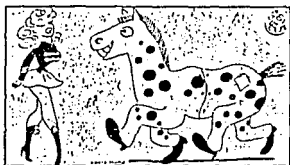
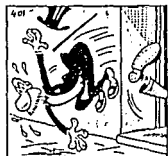
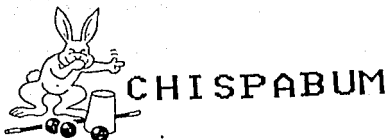
la "MAGICA RIFA" con el número que aparece en la punta de la espada, del dibujo, éste número será el de tu suerte si coincide con los DOS últimos números de la Lotería en el sorteo del día 10 de Mayo de 1992 serás el ganador de:

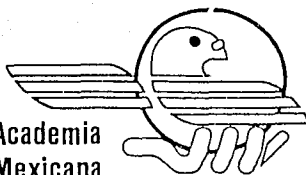
1er. premio:
Suscripción a BUM

2do. premio:
Poster mignon de
David Coperfield
en colores

3er. premio:
Colección de libros
editados por Mandrake.
(Más detalles en el
próximo BUM).







Academia
Mexicana
de **ARTES MAGICAS**

**LA ACADEMIA MEXICANA DE ARTES MAGICAS
Y LEONARDO TREBOLE
INVITAN A LOS MAGOS,
PROFESIONALES Y AFICIONADOS A:**

Asistir a las presentaciones de los Video-Clase,
de Cartomagia que se editan cada mes,
el primer lunes del mes comunícate para saber
el lugar, y reserva tu lugar y tu Video-Clase.

Atentamente

LEONARDO TREBOLE.

**DE LAS 20 A LAS 22 HRS.
CUPO LIMITADO
FAVOR DE CONFIRMAR
TU ASISTENCIA AL
TELEFONO 523-11-36**

MANDRAKE Y NARDA



C ONCLUSIONES.

Como pude ver una de las áreas más importantes del Diseño Gráfico es el Diseño Editorial. El rediseño de un boletín está intimamente relacionado por ser el medio publicitario en donde se tocán muchos elementos del Diseño.

Ahora bien el diseño gráfico se ha olvidado un poco de esta división (boletín), aunque está tomado en cuenta como una rama del diseño editorial, siendo que específicamente es la revista el medio publicitario más elaborado.

El Diseño Gráfico no sólo debe poner atención a las revistas sino dar la misma importancia a los boletines, creando una correspondencia entre interiores y exteriores tanto de uno como de otro medio de comunicación.

La operación final, sólo es satisfactoria, si ha sido planteada la elaboración de la edición.

La industria contemporánea nos prevee de materiales que exaltan nuestro modernismo y las aportaciones de Diseño Gráfico y la elaboración de los boletines.

Por medio de la presente tesis se puede unir el modernismo de nuestra época con la creación y rediseño de nuevos boletines.

BIBLIOGRAFIA.

ALAN SWAN.
BASES DEL DISEÑO GRAFICO.
GUSTAVO GILL.

ASOCIACION LATINOAMERICANA
DE ILUSIONISTAS
"ALDI".

AUGE. R.
LA IMPRENTA: NOCIONES, TECNICAS DE
LOS PROCEDIMIENTOS DE LA IMPRESION.
159 P.P.

BEN ROSEN
TYPE AND TYPOGRAPHY.

BRUNO MUNARI
DISEÑO Y COMUNICACION VISUAL
BARCELONA
GUSTAVO GILI, 1980.

BUM. BOLETIN UNICO DE MAGIA
MANDRAKE
LITOGRAFICA GARFER S.A.

CHRISTOPHER JONES
METODO DE DISEÑO
3º EDICION AMPLIADA

DONDIS, DONNIS A.
LA SINTAXIS DE LA IMAGEN.
COLECCION COMUNICACION VISUAL
G.G. BARCELONA, DON BOSCO 1979.

EVANS HEROLD.
DISEÑO Y COMPAGINACION DE
LA PRENSA DIARIA.

GERMANI-FABRIS
LOS GRAFOS O CONTRAGRAFISMOS
EN EL IMPRESO.
BARCELONA, DON BOSCO 1975.
24 P.P.

GERMANI-FABRIS
COLOR, PROYECTO Y ESTADISTICA
EN ARTES GRAFICAS.
2ª ED. BARCELONA, DON BOSCO 1979.
154 P.P.

HAROLD EVANS
DISEÑO Y COMPAGINACION
DE LA PRENSA DIARIA

JERRY, DEMONEY: SUSAN E. MEYER.
MONTAJE DE ORIGINALES GRAFICOS
PARA SU REPRODUCCION.
UN MANUAL GRAFICO.
BARCELONA; G.G. 1983.

J. MARTIN
GUIA COMPLETA DE AEROGRAFO
TECNICAS Y MATERIALES

KANDINSKY, WASSILY.
PUNTO Y LINEA SOBRE EL PLANO.
LA EDICION, BARCELONA: BARRAL 1984
221 P.P.

MARTIN E.
LA COMPOSICION EN LAS ARTES GRAFICAS.
BARCELONA, DON BOSCO 1970. 590 P.P.

MILLER BROCKMANN, JOSEF.
SISTEMAS DE RETICULAS: UN MANUAL PARA
DISEÑADORES GRAFICOS.
BARCELONA G.G. 1982. 174 P.P.

SISTEMA DE ENCUADERNACION
RUSTICA PARA DISEÑO GRAFICO
Y DISEÑO EDITORIAL

TERENCE DALLEY
GUIA COMPLETA DE ILUSTRACION
Y DISEÑO, TECNICAS Y MATERIALES