

NP4
2EV.

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO.

ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLASTICAS.



**DISEÑO EDITORIAL: LA CREACION DE UN MEDIO
INFORMATIVO PARA LA PROMOCION Y DESARROLLO
PROFESIONAL DEL COMUNICADOR GRAFICO DE LA
ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLASTICAS.**

TESIS

PARA OBTENER EL TITULO DE

LICENCIADO EN COMUNICACION GRAFICA

PRESENTAN:

DANIEL LEIJA ALVA

OSCAR MARIO HERRERA LANG

MEXICO, D.F.

1992.



**SECRETARIA
ACADEMICA
Escuela Nacional de
Artes Plásticas**

FALLA DE ORIGEN



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.

INDICE

INTRODUCCION.

CAPITULO I

1. APROXIMACION A LA PRODUCCION EDITORIAL

1.1 ASPECTOS HISTORICOS.....	1
1.2 EVOLUCION DE LA INDUSTRIA EDITORIAL EN MEXICO.....	3

CAPITULO II

2. LA COMUNICACION Y EL DISEÑO. DE LA PRODUCCION EDITORIAL EN MEXICO.

2.1 DIFERENCIAS BASICAS ENTRE BOLETIN, REVISTA, LIBRO, FOLLETO Y PLEGABLE.....	1
2.2. EL BOLETIN.....	10

CAPITULO III.

3. PERFIL DEL DISEÑADOR Y COMUNICADOR GRAFICO.

3.1 ANALISIS SOBRE INSTITUCIONES DE NIVEL SUPERIOR Y PLANES DE ESTUDIO DE LAS CARRERAS DE DISEÑO Y COMUNICACION GRAFICA Y MEDIOS INFORMATIVOS QUE PRODUCEN.....	1
3.2 FORMACION ACADEMICA EN LA ENAP.....	7
3.2.1 PROBLEMÁTICA EXISTENTE DEL ESTUDIANTE DE DISEÑO Y COMUNICACION GRAFICA DE LA E.N.A.P.....	10
3.4 IMPORTANCIA DE LA CREACION DE UN BOLETÍN INFORMATIVO DE LA ENAP.....	11

CAPITULO IV

4. APLICACION PRACTICA DE LOS FUNDAMENTOS DEL DISEÑO.

4.1. ELEMENTOS ORGANIZATIVOS DENTRO DE LAS ARTES GRAFICAS	1
4.2. COSTOS.....	2
4.3. ORGANIZACION.....	8
4.4. PROPUESTA DE ADMINISTRACION Y RELACIONES PUBLICAS DEL PROYECTO GRAFICO.....	9
4.5. SOPORTES GRAFICOS.....	12
4.6. PROGRAMA DE AUTO EDICION VENTURA.....	20
4.7. FORMATO.....	21
4.8. MARGEN.....	23
4.9. TIPOGRAFIA.....	23
4.10. RETICULA.....	25
4.11. INTERLINEADO.....	25
4.12. FOLIO.....	26
4.13. COLOR.....	26

CAPITULO V

5. PROYECTO GRAFICO.

5.1. ANATOMIA DE LA RETICULA.....	1
--	----------

5.2. DESCRIPCION DE LAS SECCIONES DEL PROYECTO GRAFICO.....	2
--	----------

5.3. DESCRIPCION DE LA COMPOSICION DE PROYECTO GRAFICO.....	9
--	----------

CONCLUSIONES.

ANEXOS.

GLOSARIO.

BIBLIOGRAFIA .

INTRODUCCION

Durante el transcurso de los cuatro años de la carrera de Comunicación Gráfica, detectamos con cierta evidencia que los diversos sectores económicos, en general desconocen la existencia de nuestra carrera, así como del tipo de profesional que egresa, y la formación universitaria que recibe. Este desconocimiento, desgraciadamente, se percibe también en las nuevas generaciones que ingresan a la carrera, y lo más preocupante es que en el desarrollo de nuestra licenciatura y el transcurso de nuestra vida profesional esta problemática ha tenido un mínimo de progreso.

En primera instancia, durante los primeros semestres palpamos una inquietud en los alumnos, los cuales no tienen una clara visión de las actividades que se realizan en el campo profesional, así como de su posible futuro económico. Posteriormente al introducirse en el campo profesional, la misma gente relacionada con el medio (impresores, fotomecánicos, publicistas, etc.) consideran a la carrera como de nivel técnico y no le dan su debida importancia y jerarquía.

Por otra parte el aspecto más preocupante es la escasa información y apoyo de medios informativos para ésta carrera, que traten de temas y problemas especializados, así como de innovaciones y técnicas que se utilizan en la actualidad o en el futuro próximo y que fuera de fácil acceso, proporcionando con ello la construcción de la identidad profesional del comunicador y diseñador gráfico.

Pero es con el transcurso de los años que los fenómenos de información y creatividad gráfica han tomado una importancia significativa en el desarrollo social de nuestro país. La información en medios impresos es, sin duda, uno de los sistemas más antiguos, y hoy sigue siendo necesario para el desarrollo cultural, político, económico, ideológico, etc., de nuestra sociedad.

Ejemplo de ello son las empresas privadas (y en un menor grado la públicas) que tienen por principio el convivir en una plena competencia comercial, provocando una mayor complejidad en los aspectos de comunicación interna y externa; por lo que una tarea fundamental concierne a un hábil y especializado manejo de éstas áreas. Por lo general, dichas empresas destinan los recursos que les permiten contar con los profesionales idóneos para el desarrollo de las múltiples tareas de comunicación que sirven de apoyo a las actividades productivas, comerciales y administrativas que una entidad económica necesita realizar como derivación de sus objetivos sociales o privados.

En las instituciones académicas ocurre algo similar pues en éstas no se vende ni se compra, pero sí se orienta. De no haber un órgano que proporcione la información necesaria y brinde al estudiante un panorama mas amplio de su problemática o porvenir, se tiene el riesgo de formar seres desubicados de su entorno.

Por ello, el comunicador y el diseñador gráfico de la ENAP presentan un problema que nos parece grave si nos percatamos que desde la óptica del egresado de esta institución, como ya habíamos mencionado con anterioridad, su inserción en el mercado de trabajo está acompañada de un gran desconocimiento de los mecanismos que regulan el trabajo gráfico profesional, tanto en las políticas que han establecido las empresas como también en la presentación de servicios profesionales de manera independiente.

Quizá sólo sean algunos de los aspectos que más destaquen; sin embargo, podemos añadir otros cuestionamientos que consideramos necesarios para el desarrollo profesional del comunicador/diseñador gráfico y que planteamos en los siguientes términos:

¿El egresado de la ENAP cuenta con la información confiable y actualizada de las diversas áreas de trabajo en las que se puede desarrollar profesionalmente?

¿Está consciente de las innovaciones y cambios tecnológicos que continuamente se desarrollan en su campo profesional?

¿Cuenta con los criterios fundamentales para asimilar éstos?

Es por ello que proponemos, basados en esta investigación, la creación de un medio informativo para la ENAP, que informe, active y conecte a la comunidad con los eventos externos e internos, así como con los avances en áreas afines a nuestra carrera, de acuerdo a esto perseguimos los siguientes objetivos:

- * Elaborar una investigación que nos muestre de una manera indicativa los medios informativos impresos mas comunes en empresas e Instituciones educativas.

- * Realizar una tipología básica del estudiante de diseño y comunicador gráfica donde se identifique los niveles de especialización que adquiere en su proceso de preparación mediante el análisis de los planes de estudio de diferentes universidades.

- * Elaborar un cuadro comparativo de los diferentes medios impresos de información con que cuentan estas universidades así como su producción y distribución.

- * Investigar los problemas y necesidades de información que se dan en la ENAP.

- * Proponer un medio informativo (Boletín) cuya extensión y contenido, así como su creación, sea resultado de la investigación llevada a cabo en la ENAP.

De acuerdo a los objetivos planteados estos se desarrollaron a través de cinco capítulos, los cuales fueron de lo general a lo particular.

El primer capítulo toca la parte histórica de la producción editorial. De esta manera nos da un panorama general de su evolución, desde el nacimiento del lenguaje en forma visual (el alfabeto) hasta su producción por medio de la computadora; mencionando también los descubrimientos de mecanismos de impresión que revolucionaron la industria editorial, como son la imprenta, el linotipo, la litografía, etc.

En el siguiente capítulo abordamos los diferentes medios impresos que son más comúnmente utilizados en empresas e instituciones académicas públicas y privadas, además de sus características técnicas y formales. Estos son la revista, el boletín, el folleto, el libro y el plegable. A partir del conocimiento de sus características fue que se eligió a el boletín como medio informativo más adecuado para ser utilizado en el proyecto gráfico.

El capítulo tres hace un breve análisis comparativo de los planes de estudio de diferentes instituciones académicas a nivel superior, (públicas y privadas) que imparten las carreras de diseño y comunicación gráfica. Con esto se pretende mostrar los diferentes niveles de preparación existentes, y destacar la obsolescencia de algunos planes de estudio que no corresponden a las necesidades actuales que la sociedad requiere. Dentro de este mismo capítulo se muestra una investigación que se realizó en las universidades acerca de los medios informativos impresos que utilizan, así como su desarrollo, producción y distribución. Y con base en los datos obtenidos y a las necesidades de la comunidad de la ENAP, se reitera la importancia de la creación de un medio informativo (boletín) mediante encuestas y entrevistas realizadas a la comunidad de esta institución.

El capítulo cuatro abarca la descripción del desarrollo que se llevara a cabo para la realización del proyecto gráfico, esto es, desde aspectos administrativos, organizativos y de producción.

Finalmente, el capítulo cinco muestra la descripción de retícula y secciones así como de la composición del proyecto gráfico. Dando por resultado la propuesta gráfica de esta investigación.

En lo que respecta al método de trabajo, se fue de lo general a lo particular. Se realizó una investigación teórica buscando los elementos que esclarecieran la idea original, llevándonos posteriormente a realizar una investigación de campo y orientándonos hacia el proceso a seguir. Finalmente, teniendo más afinada la idea, se complementó con investigación teórica, fortaleciendo a un más la estructura del proyecto. lo esto llevó a la realización de la fase práctica, es decir, a la construcción de la propuesta gráfica.

I.-APROXIMACION A LA PRODUCCION EDITORIAL

1.1.ASPECTOS HISTORICOS.

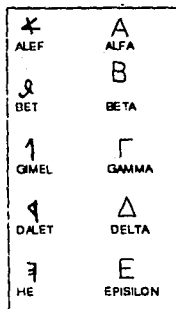


FIGURA 1 Las letras semitas a la izquierda fueron adaptadas por los griegos. A los nombres de las letras se les dio prononciación griega.

El origen de la comunicación gráfica se remonta aproximadamente a cincuenta mil años: a partir de las pinturas rupestres, cuyo posterior desarrollo dio origen al lenguaje escrito, el cual se fue perfeccionando hasta llegar a la habilidad de producir el lenguaje en forma visual ,esto es, el alfabeto. Despues de pasar este por un proceso evolutivo, en el siglo IX A.C. los griegos adoptan el alfabeto semita conservando el mismo orden de sus letras y algunos nombres de ellas traduciéndolas al griego por ejemplo: Alef, que era la primer letra del alfabeto semita, al integrarlo a el alfabeto griego, se convirtió en Alfa, "bet" que era la segunda letra se convirtió en beta, de aquí la raíz de nuestra palabra "alfabeto" . Como en la figura 1 donde se muestran otras adptaciones griegas . 1

En este mismo siglo los etruscos llevaron el alfabeto griego a los romanos realizando pequeños ajustes a los sonidos latinos, así surgió el alfabeto romano con 23 letras las 6 restantes se agregaron posteriormente para formar un total de 29, las cuales se conservan. La escritura basada en el alfabeto romano existe hace aproximadamente unos 3000 años; sin embargo, la utilización de éste en la impresión es muy posterior(500 años D.C.).Esta lentitud en uso y difusión se debe a que los romanos limitaron la escritura solo a los estratos sociales altos y no fomentaron su uso a los menos privilegiados.La superficie sobre la cual escribían era en vitelas hechas de las pieles de los animales y en costosos pergaminos. Posteriormente los chinos inventan el papel,muy similar al de la actualidad, pero éste no se conoció sino hasta el siglo XIV,factor por el cual la escritura y la impresión sufrieron un estancamiento. Durante la Edad Media,se dio una mínima atención a las invenciones mecánicas y al igual que los romanos se utilizaron escribanos para satisfacer la necesidad de los materiales escritos.

Con el Renacimiento volvió la inquietud del aprendizaje. La gente común quería conocer, ser conocida leer y escribir. De esa forma se crearon las condiciones propicias para el advenimiento de la imprenta. Surgen, en esta época, los primeros intentos de impresión basados en bloques de madera que eran grabados, dejando las palabras e ilustraciones en relieve para que, al ponerles tinta y en contacto con el papel, quedaran impresos. Este proceso era lento y tedioso, fue superado por Jhoann Gutemberg de Malnz, Alemania, quien descubrió un sistema mucho mas práctico y rápido.

Este nuevo sistema fue perfeccionado creando diferentes estilos de letras así como prensas más rápidas, métodos de composición más veloces, buscando siempre satisfacer las necesidades y gustos de la época. El uso de la imprenta se extendió rápidamente por toda Europa. En cada región se crearon y perfeccionaron tanto tipografías como modos de impresión. La llegada de la imprenta a América y particularmente a México, ocurrió una vez consumada la conquista, estableciéndose la primera imprenta de América en el año de 1539. El primer libro publicado en México fue: "Breve y más compendiosa doctrina cristiana en lenguaje mexicano y castellano que contiene las cosas más necesarias de nuestra fe católica para aprovechamiento de estos indios naturales y salvación de ánimas"³.

Otros medios impresos fueron:

a) Las hojas volantes, que hicieron su aparición en el siglo XVI, eran de carácter informativo, no tenían una periodicidad y su temática era variada. "Para difundir hechos monstruosos e inauditos, crímenes ejecuciones etc. Y solían llevar toscos grabados en madera. Se trataba de verdaderos reportajes ilustrados"⁴ (1541).

b) Las gacetas, impresos de ocho o más hojas de carácter informativo, datan del siglo XVII (gaceta general 1666) al principio su periodicidad fue espaciada, incluso por años y fue hasta el siglo XVIII cuando se volvió mensual y en ocasiones suplementos. A esto habría que añadir suplementos que vislumbran algunos antecedentes de la publicidad mediante el uso de avisos los cuales se conocían como encargos.⁵

1.- ARTHUR.T. TURROONUBULL.COMUNICACION GRAFICA:
TIPOGRAFIA,DIAGRAMACION, DISEÑO, PRODUCCION.MÉXICO, P. 25.

2.-IDEM. P.28.

3.-BOSQUE,Origen:desarrollo. p.71

4.-RUIZ,op.cit.pp 39-41.

5.-APUD;idem.p.78

El crecimiento de la información originó la necesidad de agilizarla y adaptarle nuevas formas. Así nacieron las publicaciones periódicas sistematizadas:

"La gaceta de México y noticias de Nueva España". Se publicó en 1722 y era de periodicidad mensual.

c) Diario y revista. Estos dos diferentes tipos de impreso surgieron en el siglo XVIII.

Del primer diario que se tiene conocimiento es el "Diario de México" que apareció el 1 de octubre de 1805. En lo que respecta a las revistas no se tienen datos ni fechas exactas, pero empiezan a circular durante el mismo siglo. Las revistas evolucionaron junto con la transformación del país así como de los diversos niveles sociales, como respuesta a la diversidad informativa que necesitaba ser agrupada y repartida a los diferentes sectores sociales que lo requerían.

1.2. EVOLUCION DE LA INDUSTRIA EDITORIAL EN MEXICO.

A partir del siglo XIX, la industria editorial se caracterizó por los progresos mecánicos que acontecieron tanto en la confección del libro como en su ilustración. Y fue en los inicios de este siglo cuando se forjó una abierta lucha por la libertad de prensa, misma que se consiguió en 1812, aunque no con la fuerza necesaria. En este año surgieron las primeras publicaciones, las cuales aparecieron esporádicamente, y tenían matiz de índole político. Como ejemplo encontramos:

"El pensador mexicano" de Jose Joaquín Fernández de Lizardi y "El juguete" de Carlos María Bustamante. Durante el periodo de la Insurgencia-Independencia (1810-1821) el desarrollo de la imprenta se vio afectado por la escasez de papel, tinta y otros materiales que eran importados. La elaboración de los libros era reducida y de poca calidad tipográfica. Se imprimían en su gran mayoría textos breves (oraciones, pastorelas, trisagios, manifiestos, proclamas, etc); los cuales favorecieron el desarrollo del periodismo, ejemplo claro de ello fue la aparición de la primera publicación periódica en la república mexicana:

"El Diario De México" (1 de Octubre de 1805 al 4 de Enero de 1817)
Fundado por Jacobo Villaurrutia y Carlos María Bustamante.

Una vez consumada la Independencia, la tipografía mexicana buscó recobrar el sitio que ocupaba en la época colonial. Surgieron nuevos talleres y una vocación inclinada a esta actividad. Fue así como en 1822 Lucas Alemán importó de Europa una imprenta y fundó el periódico El Sol; En 1826 Claudio Linati llegó a México e implantó la litografía para la ilustración; al año siguiente el norteamericano Cornelio C. Shering, montó la primera imprenta con adelantos importantes. Junto con la producción bibliográfica se generaron otros tipos de impresos, tales como programas, carteles, tarjetas, estampas religiosas, folletines, gacetas etc., cuya manufactura refleja los gustos de la época. La producción de estos han sido legados hasta nuestros días variando su estilo de acuerdo a las tendencias del momento así como los avances tecnológicos.

El avance de la industria editorial en nuestro país fue cada vez mayor gracias a la importación de tecnología como el linotipo, fabricado por Ottemar Mergenthaler. La trascendencia y magnitud de este invento en la industria editorial es equiparable al de la invención de la imprenta. Su introducción en México fue en 1896, junto con las primeras rotativas y la fotografía impresa. Así mismo años antes (en 1824) se establecía la primera fábrica de papel en la ciudad de México, y después en Puebla y Guanajuato. Todos estos sucesos, así como la concepción del periodismo como empresa fomentaron un avance mucho más rápido en la industria editorial mexicana, la cual tomó fuerza y jugó un papel importante como resultado de la vida política por la que atravesó en ese período nuestro país.

A principios del siglo XX aparece el impresor y las primeras casas editoras, que en un principio eran extranjeras, sin embargo, al paso del tiempo las editoras mexicanas como Porrúa, Patria, Herrero; consiguieron liberar al mercado mexicano de la dependencia extranjera. En 1934, con la fundación del Fondo de Cultura Económica, se consigue llegar al mercado internacional de habla hispana. Y es para principios de los setentas que la industria editorial mexicana aparecía como un sector más integrado y cada vez más organizado. Esta evolución se refleja con mayor claridad en el campo de los periódicos y revistas. En 1979 existían 491 empresas dedicadas a la edición de libros y 785 a la producción de diarios y revistas. En 1984, cinco años después, esta cifra se modificó

considerablemente y se estima que había 1549 empresas dedicadas a la impresión, 812 dedicadas a libros y 937 a producción de revistas y periódicos es decir un 39.5 % se dedica a la elaboración de libros y un 60.5 % a la producción de revistas y libros. Elementos como el apoyo gubernamental y movimientos independientes motivaron el crecimiento muchos más sólido de esta industria así como la edición por computadora. "Sin darnos cuenta, poco a poco los sistemas de compuedición o edición electrónica se han ampliado hasta lograr integrar a todos aquellos usuarios capaces de editar una palabra, un texto, una imagen, un vídeo e incluso un sonido."6

Es precisamente en la década de los ochentas, el inicio de la infiltración de los adelantos de la computación en todas las áreas, lo que provocó un auge entre la gente ajena a esta disciplina (contadores, arquitectos etcétera,) que adquirieron y manejaron en su trabajo las computadoras personales, mismas que requieren poca inversión y son la base para armarse de un equipo de edición en poco tiempo. Así se puede llegar a formar incluso una "agencia portátil" capaz de resolver problemas como lo hacen las agencias importantes. El siguiente artículo de la revista Compuedición nos señala:

"Comprar nuestra primera computadora es como comprar nuestra primer mascota... Con planeación y una valoración honesta de sus necesidades y capacidades para comprar el Hardware indispensable y poco a poco ir adquiriendo más equipo conforme crezca el negocio. Para iniciar hay que sacudir el árbol de Apple, HP, IBM, Printarform, Unysis, Wyse o de cualquiera otra marca. En ello encontrará una gran variedad de hardware y software, discos duros, tableros y múltiples elementos disponibles a diferentes precios. Ud puede ajustar su computadora con cierta presencia pero hay ocasiones que esto significa un gasto extra que en realidad no vale la pena. En tal caso resulta mejor comprar un modelo mas potente."7

8.- ADQUIERA SU HARDWARE PARA SUS NECESIDADES: COMPU EDICION, México D.F. Septiembre de 1980 p.3

Esto puede ser a su vez una alternativa para México en su situación de los llamados "free lancers" desde luego que quienes trabajan hoy por su cuenta ofreciendo tareas específicas de creatividad y producción, deberán reentender su propio rol y abarcar muchos más medios, por ejemplo la revista "De publicidad" refiere:

"Una agencia portátil-como se estableció en E.U. -tiene como instrumento básico una computadora pc con programas de diseño, una scaneer, una impresora laser, un fax y desde luego un teléfono. Su potencia de servicio es por demás evidente y solamente requiere de uno a cuatro elementos

Sobre los clientes probablemente una agencia de este tipo no podría aspirar a manejar cuentas grandes pero tendrá mucha oportunidad entre el sin numero de pequeñas y medianas empresas, que por su misma naturaleza están fuera de interés de la grandes agencias.

Respecto al sistema una agencia portátil tiene como principal atractivo el no tener que salir de casa y es posible atender una cartera de hasta diez clientes pequeños, recibiendo órdenes de trabajo, enviando los presupuestos, redactando textos y llevandolos para su aprobación, hasta incluso facturar cada proyecto utilizando para esto un simple fax. Todo lo anterior ya esta sucediendo en E.U. y Europa ¿estará sucediendo en México?." 7 La respuesta a este cuestionamiento nos la puede brindar el hecho de que el concepto de compuedición, en México, es ahora, muy común y uno solo para muchos usuarios de computadoras. A partir del año 1990 muchos usuarios comienzan a familiarizarse con este concepto ampliándose en despachos de diseño gráfico y agencias audiovisuales, pero todavía existe un gran numero de sectores que aun no han ingresado a este mundo de los sistemas automatizados lo que puede causarles un retraso que sera muy difícil de superar como lo menciona la revista compuedición:

7. "LAS AGENCIAS PORTATILES", DE PUBLICIDAD Y COMUNICACION, México D.F. Agosto- Septiembre de 1988 pp. 7-8.

"...El progreso en México y el mundo no se detiene y ante él no podemos continuar indiferentes. La avalancha de competitividad, que ya deja sentir su fuerza ante la apertura comercial de nuestro país hacia el exterior, nos exige apuntar nuestros ideales en función de la productividad, calidad y crecimiento. No queda otro camino. Capacitémonos y elevemos nuestro nivel profesional orientando nuestra mentalidad hacia los infinitos beneficios que ofrecen los sistemas automatizados por computadora. Sabemos que no es una tarea sencilla pero entre más nos tardemos, más nos costará la integración."⁸

A un conociendo las grandes ventajas e incomparable ayuda de la edición automatizada, existen varios factores que impiden a una gran mayoría de medios de comunicación impresa en México acceder a la modernización.

La resistencia al cambio, la inversión que implica la automatización total, así como la falta de un verdadero interés, son algunos de ellos. Un claro ejemplo de esta situación lo vive la prensa nacional, que según la opinión de Patricia Ann Ford, (quien funge desde varios años como asesor internacional de sistemas de automatización), en una entrevista realizada por Compuedición, responde: ⁹

¿Cuáles son las principales limitaciones de los sistemas tradicionales de edición? -Un primer punto es destacar que en los sistemas anteriores las fotocomponedoras no manejan gráficas, únicamente caracteres. Tampoco permiten la inserción de fotografías y aun gráficos y texto. Solo pueden producir paginas de texto con ventanas, pero limitan la incorporación directa de diferentes elementos en un mismo documento.

Los editores que desean ser competitivos no pueden continuar operando con sistemas de hace cinco años o más antiguos.

8.-APERITIVO."Todo En Uno".COMPU EDICION.D.F.,Junio de 1980,p. 3

10.-COMPUEDITORE: DIAZ DOMINGUEZ Y MARIN; "La edición por computadora en la prensa nacional".COMPU EDICION:D.F. Julio de 1981,pp 14-15.

¿qué opciones tiene el editor nacional?

El editor puede evaluar programas publicadores como Ventura, Page Maker y QuarkXpress que son distribuidos en el mercado nacional, por medio de los cuales es posible mezclar gráficas, fotografías y texto en una sola página.

-¿Cuál considera que es la razón por la cual las casas editoriales medianas y grandes se resistan a adoptar estas nuevas técnicas mientras que los editores independientes la han acogido con beneplácito?

-Considero que algunos de los factores que inciden en esta situación son los desconocimientos de las ventajas de la edición por computadora, la inversión que implica la automatización de un diario.

.....Para concluir, Patricia Ford recomendó a editores y diseñadores mexicanos dedicados al diseño y publicación de periódicos, libros y revistas a realizar un estudio de los costos, e ilimitados beneficios que representaría para sus organizaciones implantar un sistema de edición por computadora para hacer notable las desventajas que representa el trabajar con los sistemas de edición tradicionales".

En resumen la industria editorial requiere de una modernización completa e inmediata, de no ser así sufrirá un mayor estancamiento y con ello una crisis de serias consecuencias, que afectaría todos los niveles de esta industria. La producción de revistas y boletines debe incorporarse a la automatización. En algunos casos esto ya es palpable como se vera en el análisis de boletines que mostramos en los capítulos II y III.

2. LA COMUNICACION Y EL DISEÑO EN LA PRODUCCION EDITORIAL EN MEXICO.

2.1. DIFERENCIAS BASICAS ENTRE EL BOLETIN, REVISTA, LIBRO, FOLLETO, Y PLEGABLES.

En este capítulo nos abocaremos a conocer las diferencias básicas entre los medios informativos impresos más utilizados en la actualidad, éstos son: la revista, el boletín, libro, folleto y plegable.

En la actualidad la comunicación gráfica es una fuerza de sustento de nuestra existencia económica, política y cultural. A través de la prensa escrita conocemos los diferentes problemas políticos, culturales, etcétera de nuestro país. Nos damos cuenta de artículos que necesitamos por medio de la publicidad impresa, usamos bolsas y cajas, nos divertimos, entretenemos e informamos mediante revistas y boletines. Cada una de estas formas impresas fue hecha para leerse, pero sus objetivos y funciones son diferentes, por lo que su diseño y producción requieren del cuidado y manejo de personas especializadas, como son el comunicador y el diseñador gráfico.

Esto nos lleva a tomar en cuenta lo señalado por Turnbull:

"Comunicación gráfica es el proceso de transmitir mensajes por medio de imágenes visuales que normalmente están en una superficie plana. Se usan dos clases de imágenes: las ilustraciones y los símbolos visuales. Las palabras se representan gráficamente mediante símbolos de diversas formas llamados letras. Estas junto con las palabras forman símbolos y se les denomina así porque nada en ellas puede relacionarse con los objetos o ideas que representan. El símbolo expresa algo debido a un acuerdo entre sus usuarios. El receptor de una imagen o símbolo visual que busca comprender el mensaje debe leerlo. La lectura es la extracción de información a partir de imágenes visuales, lo que significa que se leen tanto imágenes como palabras, el ojo explora a lo largo de una línea escrita haciendo pausas frecuentemente para asimilar unas pocas palabras, cuatro o cinco, en cada pausa; lo mismo sucede al explorar una ilustración, con esto podemos ver que separados o unidos ambos tipos de imágenes son igualmente importantes y que tienen características muy similares por lo que se debe de cuidar el correcto manejo de ambas para una comunicación gráfica efectiva.

El lenguaje es el medio principal de comunicación humana y las palabras desempeñan un papel importante en la acción de pensar y en la toma de decisiones"1. Pero antes de entrar en materia, surge una interrogante que esclarecer para poder comprender la importancia de estos medios informativos. "¿Porque leemos? Leemos por que el cerebro humano viene programado para:

1) Buscar Información,

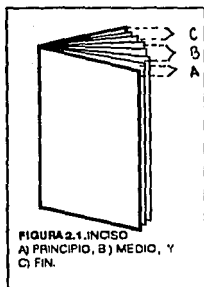
2) Seleccionar entre el total y disponer en forma correcta lo que es potencialmente útil para abrirse camino en la vida,

3) organizar la información en la mente y recuperar información de la memoria para usarla en la toma de decisiones. En síntesis, para subsistir necesitamos absorber todo lo que sucede en nuestro medio para después seleccionar lo bueno y lo malo, lo que es causa y efecto.

Por ello las imágenes en mensajes impresos pueden ser utilizados como persuasivos, haciendo un llamado a la naturaleza subjetiva o emocional evitando la racionalización fría y dura que arrojan las palabras."2

Todo este procedimiento de la percepción humana es realmente interesante y complejo, mediante su adecuado uso y dominio se logran los objetivos de comunicación que desempeña cada medio, por lo que en los párrafos siguientes se mostraran las diferentes características formales y técnicas de varios medios informativos impresos que han adquirido una difusión e importancia en los últimos años. Iniciaremos con la revista.

1.- Arthur T. Tumbull .Comunicación Gráfica: Tipografía, Diagramación, Diseño, Producción. pp .13 a 15.
2.- IBD.PP. 37-38.



LA REVISTA.

La revista es una publicación periódica (semanal, quincenal, mensual, etc.) que contiene textos é imágenes sobre una o varias materias, tratados con cierta amplitud por varios autores, reunidos en un solo ejemplar o numero. A grandes rasgos estas son las características que distinguen a una revista de otras publicaciones, pero existen elementos de diseño que nos dan sus propiedades con más exactitud. Las revistas se dividen en tres partes: principio, medio y fin como lo muestra la figura 2.1. Al principio de la revista se pueden situar varios elementos: en primer lugar la portada o primera de forros, que contiene a su vez el fonograma. La segunda de forros es el reverso de la portada y tiene usos diversos, algunas veces se coloca en ella el directorio, el índice, el cuadro editorial o parte de la publicidad. Muchos de estos nombres antes mencionados tal vez no sean lo suficientemente conocidos es por ello que mencionamos algunas de sus características principales: El directorio contiene los datos técnicos de la revista: Nombre de personas, instituciones, asociaciones, sociedades y grupos que intervienen en la producción, impresión, distribución y venta de la misma, así como tiraje, registro, clase de correspondencia, dirección, etc. En el índice se encuentra numerado el contenido de la revista. El cuadro editorial es el comentario que el editor hace con respecto al contenido de la revista o algún tema en especial. El folio es la numeración progresiva de las páginas y generalmente se encuentra solo en el contenido. El ple de imágenes, se coloca a un lado de ésta o en alguna parte de la página donde aquella se encuentra. Las cabezas de sección: Señalan el inicio que ocupan determinados artículos bajo un mismo tema. Las cabezas de artículos: Señalan el inicio de un tema específico.

3.- Esta definición es un resumen de diferentes fuentes LISTOPAD, Guía para... p.4; Ruiz El periodismo... cap.II, IV; Turnubul, Comunicación p.295; Plaza & Jenes, Diccionario... y SOPENA, Diccionario, p.1814.

4.-V.D. Camera... p.08. 10-11.

Respecto a las áreas que conforman el cuerpo de una revista encontramos una definición de estas, propuesta por Madrid :

A) Zona comercial: Incluye los anuncios o la publicidad que hay en la revista, y ocupa la parte final y la del principio precediendo al cuadro editorial, al índice y al directorio, la publicidad puede encontrarse en la parte media

B) Zona de contenido y artículo por secciones: La definición de áreas se ocupa también de la división del contenido en artículos, se agrupan bajo una sección (temática).

Una vez conocidos los elementos que forman a una revista, hablaremos ahora de sus características de contenido.

"La revista desde la creación de su primer modelo buscaba la reproducción de los acontecimientos y personas; principio que hasta nuestro días ha seguido vigente puesto que el acontecimiento extraordinario o la figura pública interesante acreditan al espectador una contemporaneidad placenteramente estimulante. Básicamente el contenido de una revista busca hacer susceptible de imitarse lo loable, lo bueno o bien de expresarse lo censurable, lo malo, tiene que comunicar la noticia memorable de una forma psicológicamente retenible".⁵ El texto ocupa un papel primario, y las imágenes un papel secundario, pero estas logran un efecto mucho más intensos, por lo que su uso en la actualidad es verdaderamente considerable. En un principio (1780) su proporción era de un 5% de imágenes y el resto texto, en 1880 era el doble. Después en 1900 ascendió a un 25% y en la actualidad el 50%, o más. Paralelamente aumento también la dependencia de la esfera económica, los anuncios que son los que mantienen, generalmente una revista es aproximadamente 30% o más del espacio general. Estos datos y características antes mencionados, se refieren básicamente a las revistas ilustradas que en el mercado ocupan un alto porcentaje (80% aprox.), pero existen también revistas que buscan por medio del uso de una mayor cantidad de texto comunicar sus objetivos.

5- Juan Antonio, Madrid. Cuadernos de diseño IV "Comercios sobre el diseño gráfico de cuatro revistas mexicanas de principio de siglo". México D.F. UIA, 1985.

6-Herman, Ehmer, K. Revistas juveniles comerciales, pp.235 e 238.

A continuación mencionaremos las características formales de una revista. Iniciaremos con un aspecto que es básico y de suma importancia el formato:

Este aspecto no esta sujeto a caprichos artísticos; existen ya formatos establecidos y deben de ser tomados en cuenta dependiendo de las características que se le quieran dar y de 3 consideraciones practicas:

- 1)Facilidad de manejo.
- 2)Adaptibilidad del contenido al formato
- 3)Limitaciones mecánicas de los tamaños de las prensas de impresión.

Así, las revistas de tamaño pequeño se adoptan particularmente a su contenido, el cual debe de ser una mayor cantidad de texto y las imágenes ocupan un porcentaje menor. Los formatos mayores buscan en contraposición darle un mayor énfasis a las imágenes, que en su mayoría son fotografías, las cuales buscan un mayor impacto visual. Pero el uso más común de formato es el de 21.5 x 28 cm. aproximadamente, dependiendo claro de las características de tamaño del papel, por lo que su manejo es ya familiar y cómodo para el lector. Y por ultimo la gran parte de los formatos de revistas son rectángulos verticales.7

Otro aspecto que es de suma importancia para una revista es el manejo de blancos o márgenes, ya que una revista se interesa en la transferencia de conceptos, para lo cual requiere de la máxima sofisticación en presentación visual, esta debe ser clara y correcta, el orden y la simplicidad son las características que debe de imperar en un buen diseño editorial. Los márgenes cumplen la función de enmarcar y limitar el inicio y el final del original verbal y ayuda para que las paginas y los desplegados sean más atractivos y estén más unificados al englobar los elementos de una pagina en un recuadro enmarcado con áreas blancas.

Ahora hablaremos de la Portada:

Esta por sí misma debe de estimular la atención y crear el deseo de entrar al mundo que nos esta presentando. Debe, también, lograr una identificación instantánea de la revista, de otras que pueden ser competidoras, además de lograr distinguirse de números anteriores. La portada esta integrada por titulares e ilustraciones ó combinadas, por el cintillo, Indicador o directorio, el cual debe de ser único y de tamaño suficientemente legible para su reconocimiento rápido y generalmente se ubica en la parte superior de la portada debajo del nombre de la publicación. En lo que respecta a las características del manejo texto-imagen en una revista, como ya se mencionó anteriormente, es de aproximadamente un 65% de imágenes las cuales se convierten en la noticia o acontecimiento y el texto lo completa.

En cuanto a los géneros periodísticos que incluyen en sus secciones, la gran mayoría son artículos y entrevistas de interés y fácilmente digeribles por el espectador. Respecto a la publicidad, esta área es de suma importancia en una revista ya que gracias a ella se mantiene económicamente su producción, es por ello que ocupa un lugar especial en el diseño de la misma, ya que estos en algunas ocasiones son insertados en alguna sección por lo que su acomodo en el cuerpo de la revista debe de ser bien planeado para que realice satisfactoriamente su función. Por último hablaremos del mercado el cual, generalmente, representa un tiraje considerable, ya que su difusión es masiva y en México podemos encontrar una extensa gama de revistas para una gran diversidad de núcleos. A los cuales llegan otros tipos de publicaciones pero no con la difusión y tiraje de la revistas, estos son el libro, el folleto y el boletín.

A demás de la revista existen otros medios de literatura impresa. Estos tipos de literatura, incluyendo a el boletín, son medios que van directamente a los lectores por lo que recibe el nombre de literatura directa. Puede ser enviado por:

- correo
- distribuido por individuos
- colocado en sitios convenientes en dónde los lectores pueden servirse por si mismos.

Estas piezas impresas asumen muchas formas pero en términos generales pueden dividirse en tres grupos:

- A)libros B)folletos C)hojas sencillas o plegables

" A) El formato de los libros, tradicionalmente estandarizado, tiene aproximadamente tres divisiones principales:

- 1)Los preliminares o material inicial
- 2)El texto
- 3)Las referencias o material final.

1) Los preliminares incluyen la anteportada o portadilla, que es la primer pagina impresa de el libro en la que aparece solo el título de la obra; la portada que incluye el título y los nombres de autor y del editor y el lugar de la publicación, la pagina de copyright, el prefacio, los reconocimientos, el contenido, la introducción. Cuando no es parte del propio texto, y a menudo un segundo falso título. La tradición rige el orden de estas páginas que, al igual que su colocación, pueden caer a la izquierda o a la derecha. Los folios o números de páginas están en numerales minúsculos o romanos y aparecen primero en la pagina de apertura de el prefacio, aunque la numeración real empieza desde el falso título.

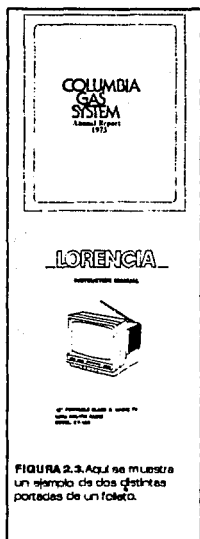


FIGURA 2.3. Aquí se muestra un ejemplo de dos distintas portadas de un folleto.

2) El texto o cuerpo de la obra contiene los capítulos. En el cuerpo de la obra o el texto y las referencias, los folios están en arábigos y pueden estar a la cabeza o al pie de la página. Normalmente aparecen comillas en la parte superior o inferior de cada página, y el contenido es a menudo diferente en la páginas derecha e izquierda.

3) Las referencias o finales constan de apéndices, biobibliografía, glosario, índice analítico, etc."

B) Ahora hablaremos del folleto.

El folleto es un libro de poca extensión que sin ser periódico, reúne en un solo volumen entre 5 y 48 páginas, excluidas las cubiertas. Según la definición oficial sugerida por la UNESCO.

-Las características técnicas de los folletos, también conocidos como panfletos u opúsculos, son:

El número de páginas que varía de 5 a 48 y el número de estas debe ser divisible entre cuatro. El formato mismo puede ser vertical u horizontal. Por otra parte, el folleto por su habitual naturaleza promocional, a menudo tiene un diseño informal. Puesto que despliega un mensaje a través de páginas subsiguientes, como en un libro, debe de mantenerse una continuidad de estilo por parte de el diseñador. La disposición de los elementos en un folleto puede diferir de una página a otra. La carátula comúnmente designada cubierta, en el caso de un folleto informativo o literario será manejado en forma más conservadora, colocando solo el título formal o informalmente, y si la naturaleza de el folleto es más promocional, el tratamiento artístico de la cubierta puede ser más extenso e incorporar elementos tanto visuales como verbales como lo muestra la figura 2.3.

8. ARTHUR. TURNBULL. Comunicación gráfica (tipografía, diagramación, diseño, producción). pp 354

"Elementos que se deben de tomar en cuenta para el uso de un folleto:

- 1.-Un texto prolongado que requiere continuidad en la presentación.
- 2.-La necesidad de varios ejemplos ilustrativos.
- 3.-Material altamente técnico.
- 4.-Material de catalogo.
- 5.-Reflejar intereses promocionales."o

C)Finalmente explicaremos uno de los grupos mas sencillos y comunes en su utilización que es el de las hojas sencillas o plegables.

Las hojas impresas que salen de la prensa no siempre asumen la forma de libros o folletos.Muchos trabajos son conocidos como volantes.Algunos pueden ser impresos conjuntamente en una gran hoja de prensa y después cortados.Estas pueden asumir muchas formas,tarjetas,anuncios,carteles,volantes,formas comerciales,sobres,etc. Existen formas impresas que son producidas por las dos caras y sufren dobleces, estas piezas reciben el nombre de plegables o prospectos.Su formato es de 21.6 X 28 cm.y de 24 X 35.6 cm aproximadamente. El principal problema de diseño que presenta este tipo de impreso es la ordenación en serie de sus páginas la cual no es rígida como la de un folleto o un libro. Pueden existir paginas subsecuentes y paginas individuales, que pueden ser leidas por el lector en cualquier momento y deben de dar la idea total del mensaje,lo cual es difícil y dependerá de la capacidad de el diseñador para resolver estos problemas de comunicación.

g.-IBID. p.353

Por último los elementos que se deben tomar en cuenta para el uso de un plegable son:

- 1.- Cuando es necesario presentar una serie de ilustraciones, como los diferentes modelos de un producto.
- 2.- Un texto corto pero divisible.
- 3.- El desplegable naturalmente crea una impresión de clímax.
- 4.- Son requisitos la velocidad de producción y la economía. La producción de folletos significa realizar operaciones de doblado y encuadernado adicionales que toman tiempo, mientras que los plegables pueden ser enviados por correo tal como salen. Con estos últimos, se deja abierta una sección para anotar el destinatario y para imprimir la franquicia postal, es decir, una indicación de que el remitente tiene permiso para pagar el porte al momento de el envío en lugar de poner timbres. Los plegables generalmente son enviados en sobres, lo que causa un doble gasto de sobres e inciertos.
- 5.- Se exige poner el pie de imprenta, por ejemplo en los nombres de diversos comerciantes. Este trabajo puede hacerse económicamente en las hojas plegables antes de ser dobladas."10.

Una vez que se describieron las características de los tres tipos de literatura directa más utilizados, mencionamos otro medio de literatura que actualmente es muy utilizado como se describe a continuación.

2.2. EL BOLETÍN.

El boletín desde sus inicios siempre conservo su función de informar sobre temas de interés para un sector determinado con artículos breves y concisos.

Es así como en la actualidad, encontramos una gran cantidad de boletines con diseños y presentaciones diversas, de acuerdo a las necesidades, objetivos y presupuestos de las instituciones que los publican. De algunos años a la fecha, con el uso de la edición por computadora la creación de estas publicaciones se han estandarizado en cuanto a la edición, pero de ninguna manera se han establecido reglas sobre formatos y diseño para la elaboración del boletín por lo que es necesario mencionar algunas características que debe de tener un boletín, por lo que presentamos su definición y desarrollo histórico.

10-IBIDEM. P 357

Definición de boletín: " /Comunicación publicada en los diarios, transmitida por televisión o colocada en un lugar público, con noticias de interés general/ Impreso de corta extensión/ Publicación que trata de asuntos científicos o de otra índole, generalmente publicado por una corporación/ Periódico que contiene disposiciones oficiales/ (Diccionario ilustrado de la lengua española tomo 8)".

El boletín puede publicarse periódica u ocasionalmente dependiendo de las necesidades de la institución que lo edita. Esta sienta sus bases en el requerimiento de contar con un medio para dar a conocer información breve, precisa y constante acerca de los acontecimientos que suceden dentro o fuera de la organización. Es importante tomar en cuenta que el boletín establece un vínculo de comunicación entre autoridades y comunidad. Así es como en el siglo XIX marca el inicio de la utilización de un medio de comunicación impresa, el boletín, que logra llenar una necesidad de informar a la comunidad sobre temas especializados y de interés para la sociedad. El primer boletín que conocemos, es el *Boletín de leyes del imperio Mexicano*, publicado en 1866. Su estructura es la de un libro, con las funciones de un boletín de acuerdo a las definiciones antes mencionadas, encontramos otros ejemplares con estas características como: el *boletín de agricultura, minería e industrias*, publicado en 1891 por la secretaria de fomento, colonización e industria de la república Mexicana. *Boletín de estadística fiscal* publicado en 1898, por la secretaria de estado y del despacho de hacienda y crédito publico. Posteriormente el *Boletín comercial de la dirección general de consulados, de la secretaria de relaciones exteriores*, es importante mencionar que en esta hay una sección destinada a anuncios comerciales, que los anteriores a este no contaban y su periodicidad al igual que los anteriores era semestral o anual. *El Boletín de la universidad nacional de México*, cuenta ya con variaciones importantes: Su periodicidad (mensual) y su extensión que era de 50 paginas aproximadamente. En la década de los cincuenta encontramos el *Boletín del archivo general de la nación* publicado en 1959, el cual presenta las siguientes características novedosas: publicación mensual, su adquisición no era gratuita, su costo era de \$3.00 y en el extranjero \$.50 de dols., contenía fichas históricas artículos sobre temas culturales del siglo pasado, otras características eran el que se utilizaba una menor cantidad de texto, y estaba abierta a todo tipo de publico, había una sección de otras publicaciones del archivo en conjunto con otras dependencias, este invitaba a canjear boletines por otros diferentes.

En la década de los sesentas el Colegio de México publica en el año de 1963 un boletín semestral, y en este encontramos características novedosas que marcan las tendencias estructurales de los actuales boletines, como son: Secciones cortas y concisas, se rompe con las formas tradicionales de boletines en forma de libro, su formato es de media carta (21.5 x 14 cm) consta de ocho páginas, su formato es manejable, la información es colocada en dos columnas. Con esto, se puede concluir, que el boletín desde sus inicios siempre cumplió su función la cual es, como ya se menciono, informar acerca de temas: científicos, artísticos, históricos, literarios o diversos a un núcleo de personas reducido, con escritos breves. Es producido por empresas, corporaciones o instituciones, y su periodicidad es frecuente, además de ser de fácil acceso para el público lector. En lo que respecta al diseño del boletín, no existe reglas establecidas, este se diseña de acuerdo a los fines que la institución que lo produce, puede tener estructura de libro, de folleto o de plegable u hoja sencilla, lo cual lo muestra la siguiente tabla comparativa. (tabla). Con esto damos por terminado el análisis sobre las características del boletín, órgano informativo que consideramos por sus características, un medio propicio para el tipo de información que maneja y su fácil producción en una institución educativa, como se muestra en los siguientes capítulos

INSTITUCION	NOMBRE DEL BOLETIN	FORMATO Y EXTENSION	PERIODICIDAD	# SECCIONES	# COLUMNAS	# FOTOS O VINETAS	TINTAS	TECNICA Y MATERIAL	ACABADOS	COSTO
GRUPO #5A Año 5 # 57 NOVIEMBRE 1990	BOLETIN DE LA COMPUTACION	345 X 230 cm 4 pag	MENSUAL	UNA	UNA Y DOS	7 FOTOS	UNA	OFFSET * B O N D DELGADO	PLEGABLE OPTICO	GRATUITO
QUORUM AÑO 1 # 4 AGOSTO 1989	B O L E T I N QUORUM	21.5 X 28 8 pag	MENSUAL	SEIS	DOS Y TRES	8 FOTOS 3 VINETAS	DOS	OFFSET * B O N D GRUESO	INGRAFADO A CABALLO	GRATUITO
AMA NUEVA EPOCA #15 Ene-Feb 91	AMARAMA	21.5 X 28 4 paginas	BIMESTRAL	CUATRO	DOS	1 FOTO	DOS	OFFSET * B O N D GRUESO	PLEGABLE OPTICO	GRATUITO
CENTRO DE ECOLOGIA # 11 Sep-Oct	ONCOS	21.5 X 28 cm 4 paginas	BIMESTRAL	CUATRO	TRES Y CUATRO	4 VINETAS	DOS	OFFSET	PLEGABLE OPTICO	GRATUITO
UNIVERSIDAD	NOMBRE DEL BOLETIN	FORMATO Y EXTENSION	PERIODICIDAD	# SECCIONES	# COLUMNAS	# FOTOS O VINETAS	TINTAS	TECNICA Y MATERIAL	ACABADOS	COSTO
SIMON BOLIVAR AÑO 3 MARZO-ABRIL 1991 No 18	IMAGEN	21.5 X 28 cm 12 pag	BIMESTRAL	CUATRO	TRES	12 FOTOS 3 VINETAS	UNA	OFFSET * B O N D DELGADO	INGRAFADO A CABALLO	GRATUITO
ANAHUAC AÑO 2 22 A 28 ABRIL 91 No 15	INTERAMHAC	21.5 X 28 cm UNA HOJA	SEMANAL	NUEVE	DOS Y TRES	3 VINETAS	DOS	OFFSET * B O N D GRUESO	INGRAFADO A CABALLO	GRATUITO
UNIVERSIDAD AUTONOMA MEXICOPOLITANA AÑO 2 7 a 11 OCTUBRE 91 No 28	BOLETIN INFORMATIVO	21.5 X 28 cm 20 PAGINAS	SEMANAL	SIETE Y TRES ANEXOS	TRES	16 FOTOS 8 VINETAS	UNA	OFFSET * HISTOPETA NATURAL	DOBLADO	GRATUITO
ENAP AGOSTO 1991 No 8	LIBROS Y REVISTAS DE LA ENAP	21.5 X 28 cm 32 paginas	TRIMESTRAL	CINCO (VARIABLES)	DOS	21 FOTOS 3 VINETAS	DOS	OFFSET * B O N D GRUESO	INGRAFADO A CABALLO	\$ 900

3. PERFIL DEL DISEÑADOR Y COMUNICADOR GRAFICO.

3.1..ANALISIS SOBRE INSTITUCIONES DE NIVEL SUPERIOR, PLANES DE ESTUDIO DE LAS CARRERAS DE DISEÑO Y COMUNICACION GRAFICA Y MEDIOS INFORMATIVOS QUE PRODUCEN.

México es un país "joven".La mayor parte de la población fluctúa en edades de 15 a 45 años, lo que nos conduce a cuestionarnos sobre la educación superior que está recibiendo y va a recibir la comunidad estudiantil en nuestro país. Problema por demás complejo y difícil de resolver, que siempre desata polémicas y dudas. En este breve análisis se trata de ofrecer un enfoque particular sobre cuatro instituciones de nivel superior que en el transcurso de los años han evolucionado logrando robustecerse llegando a ocupar un lugar importante en la educación superior en México. Estamos hablando de la U.A.M.(Plantel Xochimilco), de la E.N.A.P. (U.N.A.M.) ambas escuelas públicas,la universidad Simón Bolívar y la universidad Anáhuac plantel norte (estas dos escuelas privadas).Las cuatro muestran enfoques y perspectivas, mismas que son expuestas en sus programas de estudios. Al mismo tiempo se aplicaron cuestionarios a estas cuatro instituciones académicas que imparten la carrera de diseño y comunicación gráfica, con el objetivo de conocer y analizar los órganos informativos internos (boletines) generados en estas universidades, así como conocer sus objetivos, proceso de producción y perfil del lector. Estos datos nos servirán como parámetros para la elaboración de nuestro proyecto Hoja Suelta. Este es el cuestionario que se aplicó:

1.-¿Que tipo (s) de publicación(es) internas produce esta institución y con que periodicidad se publican?

2.-Mencione brevemente los antecedentes y el ó los objetivos de este medio informativo.

3.-Describe el proceso de producción del medio informativo (detalladamente):

- Trabajo editorial (recopilación de información)
- Diseño editorial
- Producción editorial.
- Distribución (o venta) .
- Costos de producción.

A continuación mostramos los resultados obtenidos.

1.-UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA (PLANTEL XOCHIMILCO).

Comenzaremos con una de las universidades que en los últimos veinte años ha tomado mucha fuerza y en la actualidad juega un papel importante en la educación superior de nuestro país: la U.A.M.X. en sus objetivos esta institución concede una mayor importancia al permanente desarrollo de la investigación sobre las prioridades que exige la sociedad. Con esto el profesionalista tiene un panorama mucho mas amplio para encontrar la soluciones mas adecuadas a los problemas gráficos a los que se enfrenta. Al profundizar en la estructura educativa planteada por la U.A.M., notamos un profundo estudio sobre las necesidades y carencias del sistema educativo mexicano así como su entorno social. Es así como en su plan de estudios el estudiante de la carrera de diseño en la comunicación gráfica se enfrenta a materias como:

- Totalidad y diseño.
- Métodos matemáticos.
- Introducción a la comunicación humana.
- Planeación.
- Diseño social.
- Teoría de la comunicación.

Este listado nos da un ejemplo del real proyecto interdisciplinario que se completa con materias prácticas tales como son:

- Tecnología de la producción editorial
- Talleres
- Laboratorios.1

1.-Plan de estudios de la U.A.M.X.

Para poner de manifiesto la importancia que esta institución le ha otorgado a la investigación es el hecho de que a lo largo de la carrera el alumno realiza tesis (investigaciones de corta extensión) que finalmente lo llevan a titularse al término de sus estudios, lo que facilita su entrada al mercado de trabajo. Otro punto a su favor es el interés que han tomado un grupo de profesores y autoridades respecto al futuro y desarrollo de esta carrera, en primera instancia realizó el primer encuentro de escuelas de diseño gráfico, con un estupendo éxito, y posteriormente participó en la creación de la Asociación de Escuelas de Diseño Gráfico; así como la revista de enseñanza de diseño Gráfico "Encuadre Universitario". Todo esto nos muestra a una universidad con mentalidad abierta y emprendedora.

En lo que se refiere a un medio informativo esta institución cuenta con un boletín informativo el cual surge en el año de 1981. Sus objetivos principales son:

-Informar de manera clara, breve, oportuna y objetiva sobre todos aquellos eventos, manifestaciones y actividades académicas y administrativas de la universidad. En esta publicación se registran semanalmente planes de estudio, servicios y organización administrativa, publicaciones recientes, recursos materiales, espacios físicos, personas, cargos y funciones, trámites escolares y administrativos, convenios, intercambios académicos, actividades deportivas y culturales, etc.

El proceso de producción que esta institución lleva a cabo se desarrolla de la siguiente manera:

Búsqueda de información, de jueves a martes. Aquí se cuenta con el apoyo de dos reporteros, los cuales acuden a eventos o actividades dentro y fuera de la universidad, ya sea por iniciativa propia o por medio de avisos que las diferentes áreas proporcionan.

- Posteriormente se realizan las notas.
- Se hace corrección de estilo.
- Se captura la información en el programa Ventura.
- Se arman las galeras
- Con un dourmy armado se revisan las galeras
- Este dourmy es revisado por Rectoría
- Se manda a producción, se hace el armado de negativos en planas.
- Se revisan y se envía a impresión el viernes.

FACTORES HUMANOS
 DEL DISEÑO I
 HISTORIA DEL ARTE I
 TEORIA DEL
 CONOCIMIENTO I
 TALLER DE
 REDACCION I
 TALLER DE DISEÑO IV
 DIBUJO IV
 LABORATORIO DE
 FOTOGRAFIA II
 TECNICAS DE
 REPRESENTACION
 GRAFICA II
 HISTORIA DEL ARTE
 Y EL DISEÑO II
 TEORIA DE LA
 COMUNICACION II
 FACTORES
 ECONOMICOS PARA
 EL DISEÑO II
 PSICOLOGIA DEL
 DISEÑO II
 TALLER DE DISEÑO VI
 GENESE II
 LABORATORIO DE
 FOTOGRAFIA IV
 TECNICAS DE
 REPRESENTACION
 GRAFICA IV
 TECNICAS DE
 IMPRESION II
 TEORIA DEL ARTE
 Y DEL DISEÑO II
 SEMINARIO DE
 ANALISIS DE LA
 REALIDAD
 NACIONAL II
 SEMIOTICA II
 TALLER DE DISEÑO VIII
 LABORATORIO DE
 TELEVISION II
 LABORATORIO
 DE CINE II
 LABORATORIO DE
 AUDIOVISUAL II
 TECNOLOGIA PARA
 EL DISEÑO II
 INVESTIGACION
 DEL CAMPO
 PROFESIONAL II
 SEMINARIO DE
 TESIS II

Figura 3.1 Aquí se muestra el
 plan de estudios de la
 Universidad Simón Bolívar.

-Se distribuye el lunes a primera hora.
 El Perfil del lector, básicamente esta dirigido a personas con un
 perspectiva mas amplia sobre la problemática de México y el mundo;
 ejemplo de ello son sus artículos sobre: "la caída del socialismo en china"
 y " los problemas del niño ciudadano"; se dirige también a gente analítica y
 participativa de los asuntos internos de la universidad.

2 - UNIVERSIDAD SIMON BOLIVAR.

En lo que respecta a las universidades privadas destacan dos que en
 los últimos años han sobresalido y demuestran un avance importante con
 respecto a la enseñanza de esta carrera, estas son: la Universidad Simón
 Bolívar y la Universidad Anáhuac (plantel Norte).

Comenzaremos con la Universidad Simón Bolívar, los antecedentes del
 establecimiento de esta carrera en la universidad datan de 1981
 " del desembolamiento propio de la cultura contemporánea, en la que la
 emisión de mensajes gráficos constituye una parte esencial de la
 misma. Estos mensajes aparecen constantemente utilizados en la
 funcionamiento de la urbe, se difunden primordialmente a través de los
 medios masivos de comunicación; la televisión, los carteles, el
 cinematógrafo, los diarios, los libros, etc., "2

y son, como todo mensaje organizado socialmente, una fuerza activa que
 incide en la conducta humana. Por ello es indispensable que, quiénes los
 manejan sean personas que estén capacitados profesionalmente y no
 como ha venido ocurriendo en la mayoría de los casos, sujetos que se
 improvisan como técnicos de esta disciplina para suplir la ausencia
 profesional que existe en nuestro medio.

Los objetivos de esta escuela buscan que el diseñador pueda emitir
 mensajes claros y estéticos, que solucionen los múltiples problemas de
 comunicación visual que la sociedad necesita, estos mensajes deben tener
 un sentido de responsabilidad profesional comprometiéndose a una
 participación mas dinámica y no estancarse como lo muestra su plan de
 estudios en la figura 3.1. También nos da una lista de características
 generales de personalidad estas son:

Flexibilidad, firmeza, sociabilidad, resistencia, sentido del orden, colaboración
 y organización, sensibilidad, búsqueda de beneficio social y adaptabilidad.

2.-PLAN DE ESTUDIOS DE LA UNIVERSIDAD SIMON BOLIVAR

En síntesis, podemos decir que los objetivos que propone esta institución son claros y precisos, además se plantea que el alumno llene una serie de requisitos y aptitudes para que tome una responsabilidad plena como profesionista ante la problemática de mensajes visuales que demanda la sociedad. Respecto a las materias que se imparten estas muestran un equilibrio entre la teoría y la práctica. Y en lo que se refiere al campo de trabajo esta casa de estudios describe un panorama amplio de oportunidades para que el profesionista se desenvuelva con facilidad. En referencia al medio de información con el que cuenta esta universidad es el boletín Imagen, el cual se distribuye desde 1981, gracias al esfuerzo de la Lic. Cleotilde Montoya Juárez rectora de la universidad. El objetivo fundamental de la publicación es: Informar a la comunidad universitaria sobre diversos tópicos que atañen a las ocho disciplinas que se imparten en esta institución: diseño gráfico/administración de empresas/químico farmacéutico/biólogo/contaduría pública/informática/educación primaria/ingeniería en alimentos y biología.

Proceso de producción:

- Recopilación y análisis de la información.
- Diagramación (bocetaje).
- Armado computarizado con programa Ventura.
- Selección de materiales Gráficos, fotografías, ilustraciones y viñetas.
- Montaje, revisión e indicaciones técnicas al impresor.
- Presentación a rectoría.
- Entrega al impresor para su reproducción.
- Se distribuye a profesores, alumnos y personal en forma bimestral.

Perfil del lector:

Esta publicación llega a toda la comunidad y trata problemáticas y acontecimientos de las siete carreras; el boletín es leído por personas interesadas en informarse y participar en los cambios que surgen durante el desarrollo de especialidad y formación profesional.

3.- UNIVERSIDAD ANAHUAC (PLANTEL NORTE)

La Universidad Anáhuac surge en 1964 como una pieza fundamental dentro del proyecto educativo de los Legionarios de Cristo y del fundador de la congregación, el padre Marcial Maciel. Con el objetivo primordial de "elevar la condición humana y social de los hombres y mujeres de México bajo la rectoría del padre Faustino Pardo L.C."⁴ En 1965 nace Psicología y Ciencias y Humanidades; en tanto que Arquitectura y Derecho en 1966; en 1968 se inicia la construcción de las nuevas instalaciones en Lomas Anáhuac. Durante el mismo año no sólo se gradúa la primera generación de egresados Anáhuac sino que también se inaugura el nuevo campus, el día 4 de junio. Así mismo se abren las carreras de Contaduría Pública, Ingeniería Civil, Ingeniería Mecánico-Eléctrica y Lenguas Modernas. El gobierno de la república reconoció el esfuerzo que esta universidad había logrado por lo cual le otorgó en 1981 el derecho de autonomía y validez oficial de estudios. En la actualidad, en la Anáhuac se imparten 18 licenciaturas, cursos de extensión y postgrado. " Los objetivos de la universidad están basados en una filosofía humanística y cristiana ya que busca trascender la preparación meramente intelectual y lograr esa formación armónica que pretende desarrollar toda la personalidad y sus cualidades fundamentales para ejercer correctamente su liderazgo en un marco de libertad y responsabilidad."⁵ Para esto es necesario descubrir las aptitudes y los recursos potenciales de cada uno, buscando lo original de la persona y desarrollándolo al máximo. Hay que ayudar a descubrir los valores profundos de la vida para que pueda proyectarse cada uno en sí mismo y hacia los demás. El plan de estudios es completo, equilibrado y realista; guía e introduce al alumno al campo profesional y lo dota de las herramientas necesarias para un exitoso desarrollo profesional. Por otra parte, esta institución cuenta con un boletín titulado INTER-ANAHUAC el cual nació como medio sencillo destinado a difundir información de manera ágil, espontánea y concreta, para el personal docente, directivo y administrativo de la misma universidad. El boletín, nacido en agosto de 1990, pretende ayudar al profesional de la institución a tomar conciencia general de la universidad, para contribuir a mejorar el sistema de comunicación interna de la ANAHUAC. Por otro lado, cada carrera publica su propio boletín especializado.

⁴ Plan de estudios de la Universidad Anáhuac plantel norte.

⁵-IBID

Proceso de producción:

- Recopilación de la información con ayuda del colaborador de la escuela.
- Redacción de la información.
- Captura de información en computadora.
- Impresión de las notas.
- Planeación del contenido del número, de acuerdo a la información recibida.
- Medición de la información del boletín por computadora.
- Revisión de las impresiones por la editora y asistentes.
- Autorización del boletín por el director de comunicación institucional y el rector.
- Correcciones.
- Impresión.
- Distribución semanal.

Perfil del lector:

El boletín INTER ANAHUAC va dirigido a docentes, directores y administrativos, y su información es fácil y rápida de digerir y no busca profundizar sobre algún tema o problema en especial.

3. 2. FORMACION ACADEMICA EN LA E.N.A.P.

La E.N.A.P. es una de las instituciones con mayor tradición e importancia en México. A través de los años que han transcurrido desde su fundación ha sufrido un sin número de transformaciones mismas que en la actualidad refleja en sus objetivos y planes de estudio. En el año de 1781 Don Jerónimo Gil propone la creación de la academia de San Carlos, en noviembre de 1785 se firma la cédula que aprueba la fundación de la Real Academia de las tres nobles artes, en 1822 la situación económica y política obliga a cerrar la escuela. Es en el año de 1843 cuando Javier Echeverría inicia la reorganización de la escuela. En 1867 cambió su denominación a "Escuela de Bellas Artes". Posteriormente, es en 1910, pasa a formar parte de la Universidad de México. Es en 1929 cuando las escuelas de pintura, escultura y la facultad de Arquitectura quedan comprendidas dentro de la Escuela de Bellas Artes, en 1935 desaparece la Escuela de Bellas Artes y se crean las Escuelas Nacionales de Arquitectura y Artes Plásticas; en 1959 se incorpora la carrera de dibujo publicitario y en el año de 1968 se establece el nivel licenciatura. En 1970 se modifican los planes de estudio para convertir en una sola a las carreras que existían en forma de especialidades (Pintura, Escultura y

Grabado) estableciéndose la carrera de Artes Visuales. Finalmente en 1973 se crean las licenciaturas en Diseño y Comunicación Gráfica.

En la actualidad la ENAP tiene distintas actividades como son:

*Impartir educación superior a nivel licenciatura, en las diferentes especialidades de las artes plásticas y las artes visuales para formar profesionistas. También imparte la maestría en artes visuales con las orientaciones de pintura, escultura, grabado, arte urbano, diseño y comunicación gráfica, en la división de estudios de postgrado, esta se encuentra en la academia de San Carlos en el centro histórico de la Ciudad de México.

* Desarrollar los planes y programas que específicamente se han implantado, para obtener los grados de: Lic. en comunicación gráfica, diseño gráfico o artes visuales; y maestro en pintura, escultura o grabado.

*Realizar los estudios necesarios sobre los planes y programas de estudio de las diferentes especialidades y en su caso, proponer las modificaciones que los mantengan actualizados.

*Preparar conferencias, seminarios y cursos especiales, y organizar y colaborar en congresos nacionales o internacionales relativos a las disciplinas que se imparten en la escuela.

En lo que respecta a los planes de estudio y objetivos de la ENAP observamos en primer término, que el alumno es llevado hacia un desarrollo de la sensibilidad así como a un adiestramiento para el correcto control y dominio de las técnicas y medios para la comunicación, mediante imágenes y símbolos gráficos. Esto se muestra en materias como diseño, dibujo, tipografía, etc. En esta etapa al alumno se le enseñan las técnicas para el desarrollo de sus proyectos gráficos. La investigación y teoría son ramas contempladas en esta etapa inicial, que no logra ser lo suficientemente completa. Quizá por ello el alumno no le concede la importancia necesaria, y se inclina más hacia las materias prácticas. Lo que así comienza se agudiza en el transcurso de la carrera, provocando un desarrollo profesional incompleto que constituye un problema esencial

al que se enfrenta el egresado de la ENAP primero en la elaboración de su proyecto de tesis y posteriormente en el campo de profesional.

Por otra parte uno de los aspectos que las carreras de comunicación y diseño gráfico buscan en sus objetivos es que "el alumno de mas importancia al espectador ya que es la persona que recibira el mensaje gráfico, mediante los medios de comunicación visual y educativa, se podra orientarlo hacia su superación ética e intelectual". 6 Esto es realmente acertado e inteligente, ya que dependerá de este que el mensaje funcione o se pierda y mientras exista una mayor preocupación por educar visualmente al espectador se dará una completa retroalimentación entre el emisor y el receptor.

Respecto a los medios impresos que produce particularmente la ENAP encontramos a el boletín bibliográfico cuyo objetivos es difundir el material de la biblioteca y, como consecuencia, promover la lectura en la ENAP.

Proceso de producción:

- Recopilación de información, se realiza un listado de los libros (por alumnos de servicio social).
- Selección de los títulos que se resumiran.
- Elaboración de resúmenes.
- Revisión.
- Recepción de colaboraciones de profesores.
- Realización de entrevistas
- elaboración de presentación.
- Mecanografiado.
- Captura y revisión.
- Se envia a diseño.
- Se recopila la información (texto, imágenes, fotos, ilustraciones).
- Marcaje de originales (texto).
- Fotocomposición (composición tipográfica).
- Corrección de galeras.
- Producción de originales mecánicos
- fotomecánica.
- Se manda a impresión.

Perfil del lector:

Esta publicación va dirigida a personas preocupadas por elevar su nivel académico y cultural.

6-Plan de estudios de la ENAP.

.3.2.1. PROBLEMATICA EXISTENTE DEL ESTUDIANTE DE DISEÑO Y COMUNICACION GRAFICA DE LA E.N.A.P

Una vez analizados la historia y objetivos de esta institución nos abocaremos ha mencionar algunos de los problemas a los que se enfrenta el estudiante, desde su incorporación hasta la culminación de su carrera. Es a raíz del cambio a sus nuevas instalaciones en Xochimilco en 1979, cuando la ENAP se incorpora la enseñanza de las disciplinas de diseño y comunicación gráfica. Para la década de los ochentas dichas carreras tienen un auge inusitado en la matrícula escolar y llegan a conformar actualmente el 80% del alumnado de la institución. Debido a esto surgen problemas que a través de los años no se han podido ajustar, estos son:

-Las instalaciones son insuficientes e inadecuadas: pues no fueron planeadas para la sobrepoblación de la escuela, para atender este problema se han realizado modificaciones sin una planeación correcta.

-La biblioteca, fototeca, laboratorio de fotografía, sala de cómputo, así como otros servicios resultan insuficientes, por lo que un número razonable de alumnos se ven limitados al manejo y conocimiento de equipo necesario para su desarrollo profesional.

-El mobiliario (restridores y bancos) también es insuficiente lo que impide al estudiante, así como al profesor un adecuado seguimiento del desarrollo de algún proyecto dentro de las instalaciones. -El mal manejo de espacio no permite la adecuada utilización de las instalaciones deportivas.

-Debido a la demanda de estas carreras no se ha podido reestructurar los planes de estudios, para que contemplen la problemática de trabajo que la sociedad requiere y a la que el estudiante se va a enfrentar así como la dura competencia, con egresados de otras instituciones que, como ya vimos tienen un plan de estudios actualizado a las necesidades que el país demanda.

-Finalmente, los medios de información interna(períodicos murales) resultan obsoletos y no logran sus objetivos primordiales que son mantener eficazmente informada a la comunidad de la ENAP en su contexto social, así como en su problemática interna. Este último punto el que mas nos preocupa y el que motivó el presente documento de titulación.

A continuación mostramos una alternativa para mejorar la información y comunicación entre la comunidad de la ENAP.

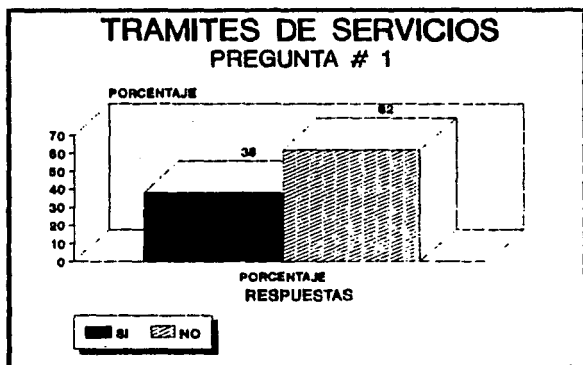
3.3. IMPORTANCIA DE LA CREACION DE UN BOLETIN INFORMATIVO EN LA ENAP.

La comunicación es el puente de entendimiento entre los seres, es por ello que poniendo los ojos en la ENAP, nos preocupa que la comunidad de académicos, estudiantes y egresados, no estemos vinculados por un órgano informativo que nos una. Federico Engels señala que "el hombre no puede vivir sin sociedad y la sociedad sin comunicación y depender de las condiciones y los hechos sociales". Esto es que debe existir una retroalimentación entre el estudiante y su entorno social, lo cual no se da en la ENAP, de ahí la necesidad contar con un medio informativo que ubique a la comunidad con su realidad. A continuación enlistaremos las necesidades que las diferentes áreas de la escuela requieren para una comunicación más directa con el estudiantado de la ENAP. Esto es tangible en áreas como Servicios Escolares, Difusión Cultural, Servicio Social, Computo, Actividades Deportivas y al máximo la educación. En ellas el estudiante no conoce los beneficios y servicios que se le brindan y en consecuencia este no los aprovecha en su totalidad. Al salir y enfrentarse a la realidad profesional con estas el egresado tendrá que capacitarse, para llenar estas vacíos y ser mas competitivo.

Para demostrar estas aseveraciones se aplicó un cuestionario a la comunidad de la ENAP, en el cual se pregunta al estudiantado sobre los servicios y prestaciones que brinda la escuela en diferentes áreas. A continuación mostramos los resultados obtenidos y observaciones y una lista de datos comparativos de los préstamos y servicios que presta la escuela, obtenidos gracias al :
"INFORME 1985-1990 DEL MTRO. JUAN ANTONIO MADRID VARGAS"

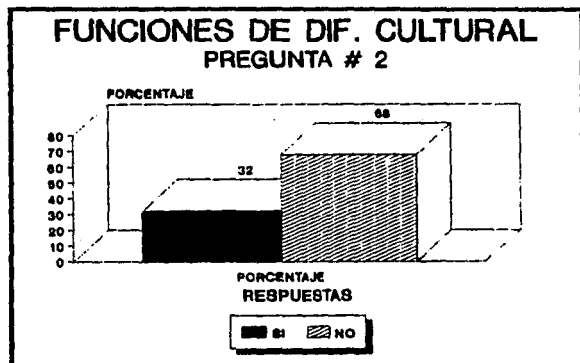
1.-¿CONOCES LOS TRAMITES QUE PUEDES REALIZAR EN SERVICIOS ESCOLARES?

OBSERVACIONES: La mayoría de los que conocen los trámites de servicios mencionan los más comunes: trámite de credencial, constancias de estudio, exámenes extraordinarios, etc., lo preocupante es que un número considerable desconocen los trámites que se pueden realizar en servicios escolares como son: constancias, historiales académicos, certificados, revisiones de estudios, entrega de documentos oficiales, carta de créditos, reposición de credenciales y resellos; por lo cual varios estudiantes van arrastrando problemas administrativos aun siendo egresados.



2. ¿SABES LAS FUNCIONES DE DIFUSION CULTURAL?

OBSERVACIONES: Estas cifras nos demuestran la necesidad de un medio informativo que proporcione fechas y lugares de los eventos que se ofrecen dentro y fuera de la escuela, y que son bastantes a lo largo del año. El arduo trabajo que realiza este departamento es prácticamente desconocido por la comunidad de la ENAP.



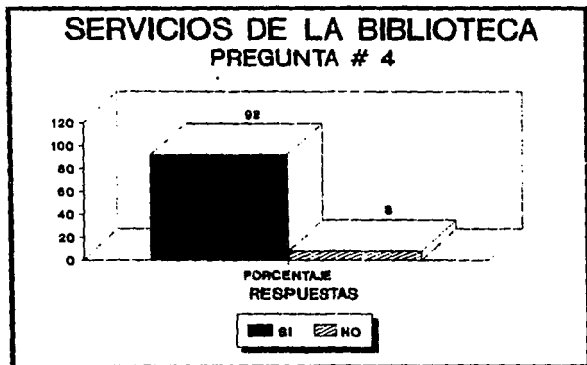
3.-¿SABES LOS REQUISITOS PARA INGRESAR AL AREA DE COMPUTO?

OBSERVACIONES: Estas cifras realmente son preocupantes, ya que la computación se está convirtiendo cada día en una herramienta indispensable para el diseñador y comunicador gráfico, y las respuestas nos demuestran una total falta de información del estudiantado de los cuatro años acerca del equipo de cómputo con el que cuenta la escuela.



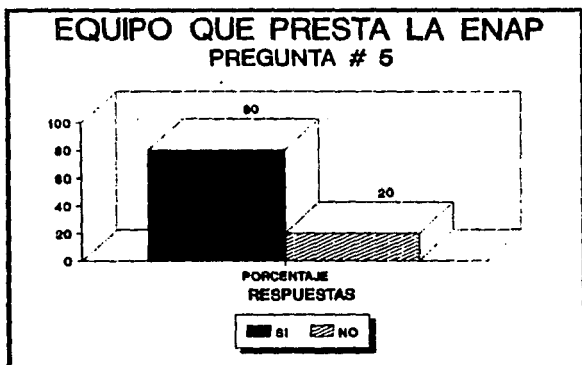
4.-¿CONOCES LOS SERVICIOS QUE TE BRINDA LA BIBLIOTECA?

OBSERVACIONES: Los resultados obtenidos en esta pregunta nos demuestran que este es el servicio mas utilizado por el alumnado, pero esa cifra negativa de 8% nos demuestra que hay fallas de comunicación que se deben de corregir.



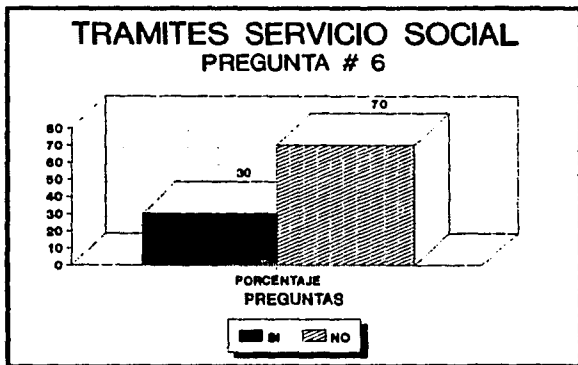
5.-¿CONOCES EL EQUIPO QUE TE PRESTA LA ESCUELA PARA TU DESARROLLO PROFESIONAL?

OBSERVACIONES:Es importante destacar en este punto que la mayoría de respuestas afirmativas mencionan equipo fotográfico como charolas y ampliadoras solamente, lo cual nos deja entrever que no hay un completo conocimiento del equipo que brinda la escuela en esta área, entre el cual podemos encontrar: la cabina de grabación, equipo de video, préstamo de lámparas, lentes, marginadoras, químicos, etc.



6. ¿CONOCES LOS TRAMITES PARA REALIZAR TU SERVICIO SOCIAL?

OBSERVACIONES: Es importante destacar que en este punto la gran mayoría de estudiantes desconocían los trámites para la realización del servicio social eran alumnos de quinto y sexto semestre e incluso algunos de séptimo, lo cual es digno de tomarse en cuenta pues se evidencia que el educando deja este importante complemento de su formación académica al último lo cual en ocasiones le causa problemas para su desarrollo en el campo profesional. En ocasiones el alumno realiza su servicio social en lugares o instituciones en las cuales no activa sus conocimientos y termina realizando otras actividades totalmente ajenas a su campo profesional.



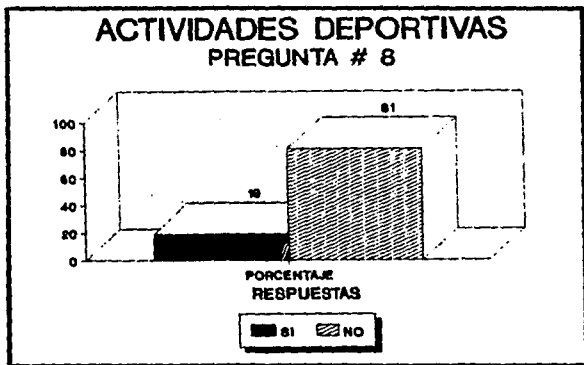
7-¿CONOCES LOS TRAMITES PARA LA REALIZACION DE TU PROYECTO DE TESIS?

OBSERVACIONES: Estas cifras realmente son representativas de una problemática del estudiantado de la ENAP: ya que por la falta de información hay un bajo índice de titulación y como se muestra aquí uno de los factores que influyen son la falta de orientación y motivación al alumno interesado.



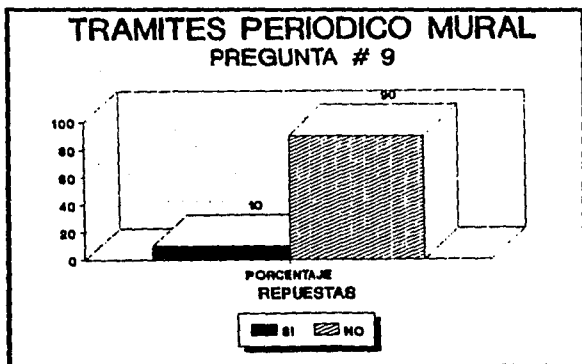
8.-¿CONOCES LAS ACTIVIDADES DEPORTIVAS QUE TE BRINDA LA ENAP?

OBSERVACIONES: Las actividad deportiva es necesaria y formativa para el desarrollo completo del estudiante; pero en la ENAP este aspecto se ha descuidado en los últimos años. Y aunque se han realizado intentos esporádicos para dar al alumno la oportunidad de ejercitarse, los resultados han sido desfavorables.



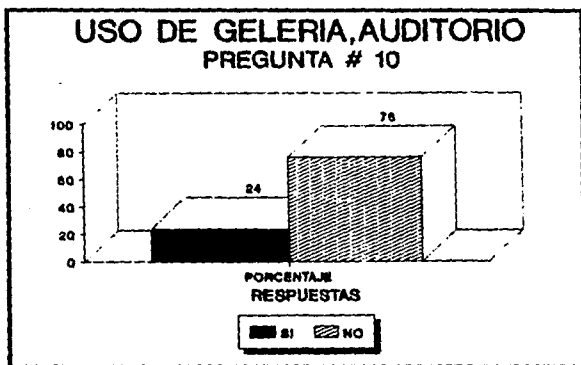
9. ¿SABES LOS REQUISITOS PARA UTILIZAR LOS PERIODICOS MURALES DE LA ESCUELA?

OBSERVACIONES: Esta pregunta buscaba demostrar las fallas de los pocos medios informativos con los que cuenta la ENAP, y el resultado es evidente, la mayoría del estudiantado desconoce que puede utilizar los periódicos murales sin requisito alguno.



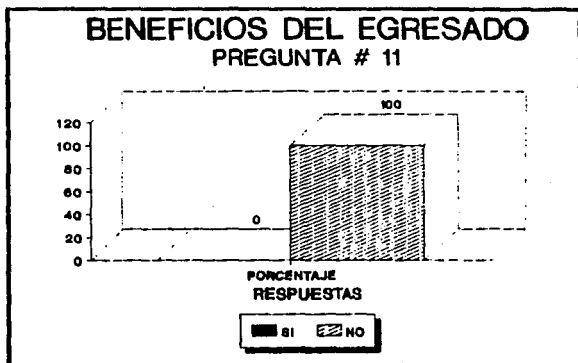
10.-¿CONOCES LOS TRAMITES PARA UTILIZAR LAS GALERIAS Y EL AUDITORIO?

OBSERVACIONES:Al igual que la pregunta anterior el alumno desconoce los mínimos requisitos para utilizar los medios de comunicación que brinda la ENAP



11. ¿SABES QUE AYUDA TE BRINDA LA ESCUELA CUANDO ERES EGRESADO?

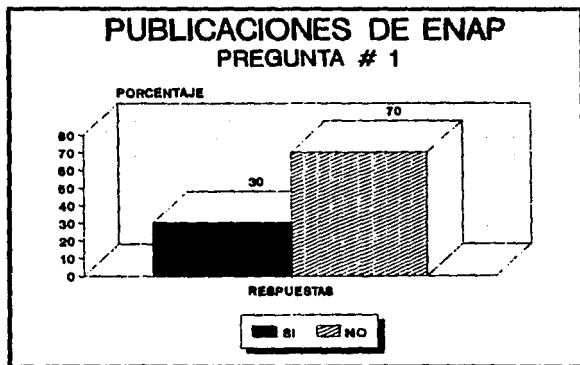
OBSERVACIONES: Las cifras son más que obvias, la ayuda que brinda la ENAP a egresados es nula, excepto si se es adjunto de algún maestro, si se realiza el servicio social en la escuela o si se realiza su titulación. Por lo que existe un total desconocimiento del rumbo que toman los egresados de la ENAP.



A continuación mostramos gráficas de los porcentajes de los resultados obtenidos de las preguntas realizadas a la comunidad de la ENAP: **RESULTADOS DEL PROYECTO PILOTO**

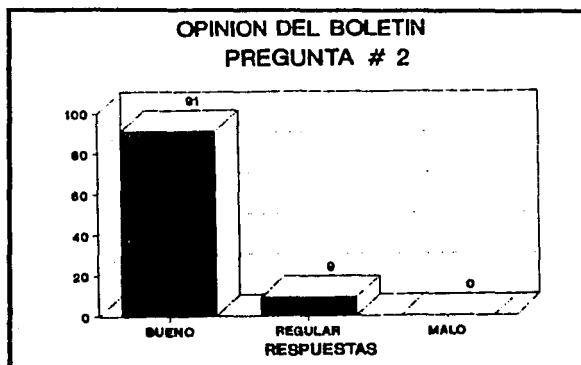
En base a los resultados obtenidos en el cuestionario anterior se realizó un proyecto piloto de boletín el cual se distribuyó con un cuestionario adjunto, para darnos cuenta si las secciones que se crearon cumplieran con estas necesidades. Este fue puesto a consideración del alumnado y autoridades de la ENAP. 1.-¿CONOCES LAS PUBLICACIONES QUE HAY EN LA ENAP?

OBSERVACIONES: Esta pregunta dejó ver el desconocimiento de la comunidad de las tres publicaciones que publica la ENAP, lo cual perjudica a los departamentos que las realizan ya que su trabajo no llega al público al que va dirigido.



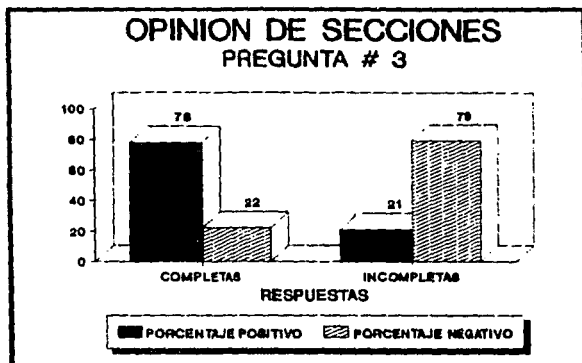
2.-¿QUE OPINAS DEL BOLETÍN (proyecto piloto)?

OBSERVACIONES: La aceptación de este proyecto fue favorable pues existe la necesidad de una publicación que informe a la comunidad de la ENAP.



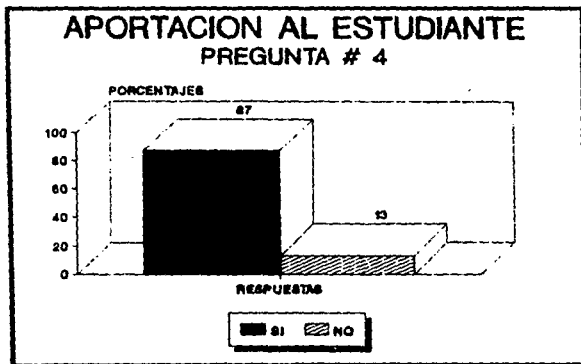
3.-¿QUE OPINAS DE SUS SECCIONES?

OBSERVACIONES:Una importante mayoría consideró completas las secciones,y los que opinaron desfavorablemente pedían la inserción de una o dos secciones más.



4. ¿CONSIDERAS QUE APORTA ALGO PARA TI COMO ESTUDIANTE?

OBSERVACIONES: Un porcentaje alto opinó afirmativamente, y esto es porque el boletín está planeado para la comunidad estudiantil de la ENAP. Los resultados obtenidos se presentan en gráficas comparativas:



4.- PROPUESTA GRAFICA

4.1. ELEMENTOS ORGANIZATIVOS DENTRO DE LAS ARTES GRAFICAS

La fase final de este proyecto contempla: la elaboración propuesta gráfica. Ya demostramos la necesidad de un medio informativo para la ENAP, ahora subterentaremos el procedimiento que se llevara a cabo para su producción.*

Uno de los principales problemas a los que se enfrenta cualquier institución o empresa que debe producir un proyecto gráfico es el Presupuesto; respecto a este problema Gargallo nos menciona: "El proyecto gráfico debe de considerarse como una oferta de servicio y no como una oferta de precio". Ya dentro del proceso de producción menciona que: "existen tres facetas de trabajo: Preparación, impresión y manipulado estás deben de ser lo suficientemente claras para que las pueda interpretar cualquier técnico de la propia empresa o de otra similar".

Todo lo cual demuestra que el presupuesto debe elaborarlo un tecnico-conocedor de todos los detalles de producción. Como se demuestra en los parrafos siguientes.

*Para comprender este complejo proceso se recurrio al ensayo escrito por el industrial diplomado CARLOS GARGALLO acerca de la organización y costos en las artes graficas, el cual servirá de ejemplo para explicar el proceso de nuestro proyecto.

4.2. COSTOS

En la moderna industria gráfica no se realiza un trabajo, no sin antes haber presentado un presupuesto al cliente para, mediante su aprobación garantice la conformidad con la cotización, con los materiales que se utilizarán, con los detalles de fabricación y con las condiciones de venta.

En este caso particular presentamos un presupuesto para la impresión de este proyecto a las autoridades de la ENAP. Teóricamente para confeccionar un presupuesto se deben de contemplar los siguientes conceptos:

Gastos Fijos: Son aquellos que permanecen constantes, y no varían con el aumento o disminución de la cantidad que se va a fabricar.

Gastos Variables: Son los que varían en función del cambio de la cantidad que se fabrica, el papel utilizado, las horas de marcha de las máquinas, la tinta, los materiales de encuadernación, etc; Todos estos datos ya en la práctica, generalmente, están ya incluidos al solicitar el presupuesto de impresión, pero de no ser así es importante tomarlos en cuenta. En la siguiente página se muestra una cotización cuyas cifras están basadas en la maqueta del boletín Hoja suelta y el costo unitario por pieza fue proporcionado por el jefe del departamento de diseño de la ENAP.

COTIZACION PARA LA IMPRESION DEL BOLETIN INFORMATIVO DE LA ENAP "HOJA SUELTA".

FECHA: ENERO DE 1992.

TITULO: BOLETIN DE LA ENAP

FORMATO: Carta

CONTENIDO: 14 paginas + cubierta.

FOTOGRAFIAS: 10 minimas de 1/2 tono en interiores y una de 10 x 16 de 1/2 tono en la portada.

COMPOSICION: Cuerpo de texto helvética 10.12.

IMPRESIÓN: Texto: Tipografía a 1,1 colores.

Cubierta: Tipografía. a 2.0 colores

Texto paginas centrales: 2.0 colores.

PAPEL: Texto y Cubiertas : Bond Gráfico 67 X 87cm.44k.1.100 hojas

ENCUADERNACION: Doblada.CANTIDAD: 1,000 ejemplares.

PRECIO POR EJEMPLAR:\$1,759.75.

Otro punto que debe de ser tomado en cuenta para la realización de cualquier proyecto editorial es la Infraestructura, es decir el equipo tanto material como humano con el que se contará. Es así como mencionamos una lista de requerimientos necesarios para la producción del boletín hoja suelta:

*Un espacio físico en el cual puedan laborar un total de 8 personas en dos turnos como son:

3 reporteros
3 diseñadores
2 correctores de estilo.

***MOBILIARIO:**

3 escritorios
5 escritorios.
1 archivero.
1 computadora con programas para edición, diseño y procesador de palabras.
1 impresora laser.
1 scanner.
1 teléfono
5 lamparas.
1 maquina de escribir.

***MATERIAL:** papel, pegamentos, escuadras, lapiceros, estilografos, tinta, navaja, libros, revistas, diccionario, pinceles, pizarrón blanco, lápices de color, plumones, etc.

Es importante destacar que esta lista representa los elementos optimos que se requieren para la producción de este proyecto, pero esta se puede ajustar a la situación que impere en el momento de la aceptación del proyecto. En los siguientes párrafos se explicara con mas detalle el proceso de producción y los tiempos y movimientos a seguir.

4.3. ORGANIZACION

Para conseguir una eficiente organización hay que establecer las normas de funcionamiento más adecuadas a la naturaleza del departamento, estudiar las técnicas más apropiadas e implantar los mejores métodos de trabajo en cuanto a:

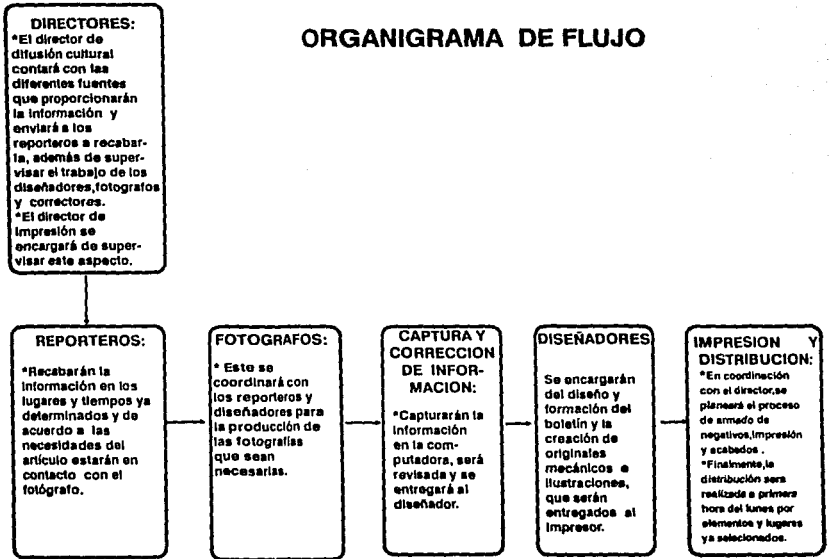
- 1.- Los puestos de trabajo.
- 2.- La disposición de las instalaciones.
- 3.- Los materiales; su almacenamiento y transporte.
- 4.- La organización de la producción.
- 5.- Los métodos de trabajo.
- 6.- El control de calidad.
- 7.- Los servicios de mantenimiento.

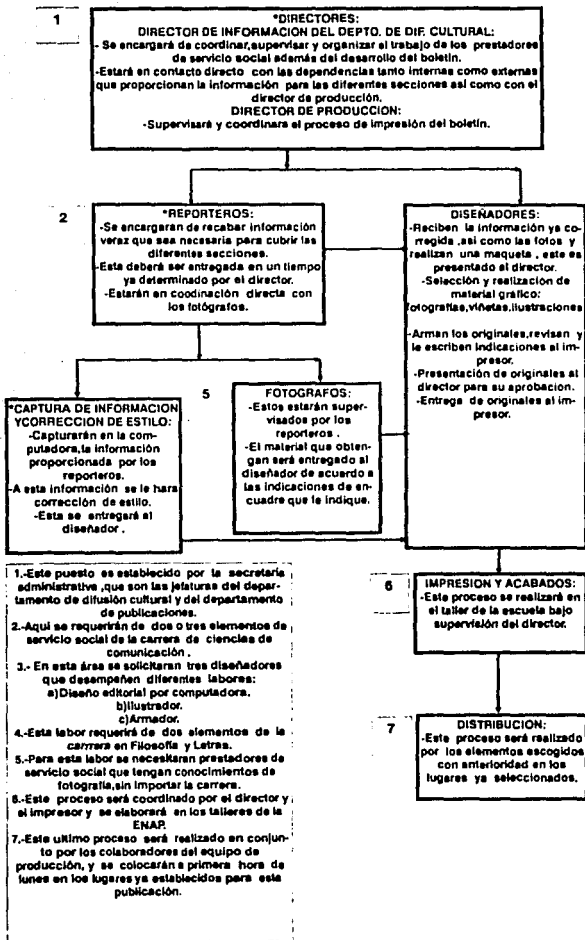
Lo primero que hay que hacer en un pequeño taller, mediana o grande industria gráfica es definir claramente las funciones de cada operario, encargado, técnico, administrativo o jefe que forman la empresa. Cada persona ha de saber exactamente para que está en la empresa, lo que ésta espera de él, de quien depende y quiénes dependen de él, de qué medios dispone, evitando con estas medidas interferencias de unas personas en los trabajos de otras o que algún trabajo se queda sin realizar porque no se sabía quien lo había de hacer.

La ignorancia en estos casos puede tener consecuencias muy costosas. De acuerdo a estos puntos presentamos y describimos los organigramas de flujo y de funciones para la realización del proyecto gráfico, de los cuales podemos destacar que para la aplicación real de este proyecto se encontro que debería de estar coordinado por una departamento ya establecido, en este caso se encontro que el mas idóneo y funcional es el de DIFUSION CULTURAL ya que por sus reglamentos internos y sus objetivos permiten realizar la labor de difundir la información generada dentro y fuera de la ENAP, apoyado por el departamento de publicaciones de esta escuela.¹

1.- REGLAMENTO PARA LA REALIZACION DE EXPOSICIONES EN LAS GALERIAS DE LA ENAP. EL DEPARTAMENTO DE DIFUSION CULTURAL SE COMPROMETE A: 1.- Llevar a cabo las labores de difusión tanto en los medios de comunicación masiva de la UNAM, como en medios de circulación regionales.

ORGANIGRAMA DE FLUJO





Una vez presentados los organigramas que regiran la organización de este proyecto, presentamos una descripción cronológica del proceso de producción a seguir para posteriormente adentrarnos en la situación administrativa que regira a esta propuesta:

LUNES:

- A primera hora reparto de boletines.
- Recolección de negativos y dibujos a la imprenta.
- Junta para detectar fallas del numero que se publico.

MARTES A VIERNES:

- Almacenar y desechar información
- Se comienza con el trabajo de recolección y captura de información.
- Planeación de características del numero que va a salir.
- Acudir a las dependencias por información.
- Organizar y capturar la información de Bazar y Empleandote.
- Corección de estilo.

LUNES A MARTES:

- Trabajo de diseño: composición en computadora, realización de viñetas, armado de originales.
- Mostrarlo a la dirección.

MIERCOLES:

- Últimas corecciones a originales.
- Llevar originales a la imprenta.

JUEVES A VIERNES:

- Impresión y acabados.

4.4. PROPUESTA DE ADMINISTRACION Y RELACIONES PUBLICAS DEL PROYECTO GRAFICO.

Toda agrupación unida, para realizar un plan o proyectos requiere de una administración, la cual organizara y establecera la labor que cada miembro ha de desempeñar dentro de la institución. Dentro de las diferentes teorías administrativas, la de PETER DRUCKER, la cual denomino como "Administración Por Objetivos" en la cual especifica que todas las acciones deben de ser dirigidas por objetivos claramente expresados lo cual hace posible que un subordinado controle sus propias realizaciones, características que, en un proyecto como este permite un trabajo ágil y eficiente. Esta teoría facilita que cada subordinado, participe en la fijación de los objetivos de trabajo que realiza, se autosupervise y autocontrole. Pero toda acción individual debe de encaminarse a los objetivos de la organización. Los cuales le serán señalados a cada miembro que se integre al departamento de manera firme y clara. Por otra parte cada acción debe de ser medida y controlada con medios cuantitativos (cantidad, tiempo, calidad) requisitos que el departamento, de difusión cultural y de servicio social de la ENAP controlara.

Pero para lograr que estos puntos se desarrollen de manera óptima es necesario controlar las relaciones públicas tanto internas como externas que imperen en este departamento. Como sabemos la función de las relaciones públicas es el manejo de un conjunto de actividades, efectuadas por cualquier organización, para la creación y mantenimiento de buenas relaciones entre los miembros de la organización y los demás sectores de la opinión pública o "públicos".

En lo que respecta a las relaciones publicas internas, que es la que se establece entre los directivos y los empleados buscando una comunicaci3n entre ambos para que juntos logren los objetivos de la empresa, Jorge Rios Salay nos menciona que existen ciertas necesidades que se deben de tomar cuenta para unas 3ptimas relaciones publicas internas 2. estas se aplicaron de acuerdo a las caracteristicas de este proyecto y el resultado fue el siguiente:

"1.-La necesidad de pertenecer a algo: por las caracterfstica de este departamento se ubica como uno de los mas importantes dentro de la comunidad de la ENAP.

2.-La necesidad de dignidad: todo miembro de esta publicaci3n sera tratado con dignidad y respeto dentro y fuera del depto.

3.-Necesidad de seguridad: el hecho de realizar el servicio social dentro de un programa autorizado por la UNAM asegura que el tiempo que se labore en este proyecto sera administrativamente respaldado.

4.-Necesidad de perfeccionamiento o mejoramiento personal: los miembros que trabajen en este proyecto realizaran una labor profesional, la cual les exigira a superar sus errores para rendir con creces la labor que se le estar3 encomendando.

5.-Necesidad de poder creador: las caracteristicas de una publicaci3n peri3dica y con la variedad de secciones permite la libertad de crear nuevas opciones que enriquezcan a la misma."

2 Jorge Rios Salay, *Relaciones publicas*, pp. 22-23

Respecto a la administración de este proyecto, como ya se menciono con anterioridad, estará establecida por objetivos, los cuales permitirán saber como va el proceso y mediante juntas periódicas se medirá su evolución. En lo que se refiere a la selección de personal se dará a conocer mediante:

- Tableros o periódicos murales ubicados en la ENAP.
- Cartas a los diferentes departamentos de servicio social de diferentes facultades de la UNAM.

- En la sección "Empleandote" del boletín "Hoja Suelta".

Posteriormente para su incorporación al departamento se realizará:

- *Una entrevista previa en donde se especificara las características y objetivos del departamento y del proyecto, además de sus reglamentos internos, por medio de:

- *Un tríptico de bienvenida.

- *Y la proyección de un audiovisual o video.

Por otra parte por las características de este proyecto, el cual nace de la retroalimentación entre el emisor y receptor, un punto importante es el de conocer las necesidades y opiniones del público al cual llegara. Es por ello que se debe de tomar los siguientes puntos:

- Tomar en cuenta las opiniones y quejas.

- Ser veraz en la información que maneja la publicación.

- Atender con cortesía al público.

Finalmente la relación con las autoridades debe ser cordial, e informarles periódicamente de los avances y problemas del departamento y la publicación.

Otro aspecto digno que debe de ser tomado en cuenta y que tiene concepción con las relaciones publicas es la proyección de la Imagen gráfica del departamento que se proporcionara tanto a público como a personas que colaboren en este proyecto mediante la utilización y adecuación de soportes gráficos.

4.6. SOPORTES GRAFICOS.

La creciente necesidad de control de la implementación pública de los signos identificadores ha hecho que cada día se preste más atención al sistema total de mensajes de identificación. Por lo anterior proponemos papelería interna necesaria como soporte gráfico ordenador, funcional y sistemático. La papelería mínima indispensable que contempla características de uso técnico y justificación del diseño son:

PAPELERIA

****TARJETA DE PRESENTACION** .Estos serán útil para las relaciones externas del personal y el equipo de trabajo.

CARACTERISTICAS: Formato 9x5 cm, horizontal, el logo está ubicado en la parte superior centrado, para ser captado fácilmente, tiene suficientes blancos para ser leída sin problemas. El nombre y el cargo se encuentran centrados y en diferentes tamaños dando jerarquía al nombre con un puntaje mayor que al cargo. El numero telefónico y dirección se localizan en la parte inferior dentro de una pleca (calados) para su fácil lectura. En lo que respecta a los colores institucionales de distribuiran de la siguiente manera:

-El color azul sera aplicado en la tipografía, en la pleca y en el perfil de las hojas de logotipo.

-El amarillo sera aplicado en forma de pasta en el interior de la figura de las hojas del logotipo.

****GAFETE DE IDENTIFICACION**

Características: Formato 10,5 x 12 cm, vertical, en la parte superior aparece una pleca y en el interior de ella se encuentra calado el nombre de la publicación, se le da esta jerarquía para darle seriedad y validez a esta identificación posteriormente debajo de este se encuentra el logotipo en un amplio espacio que permite ser apreciado con claridad. En seguida se encuentran plecas que serán llenadas con los datos de la persona que utilizará este gafete así como la fecha y firma del director de la publicación.

- El color azul será utilizado en la tipografía y el logotipo
- El color amarillo se utilizará en las plecas y las figuras de las hojas del logotipo.

***HOJA MEMBRETADA** -Estas son indispensables para el manejo administrativo interno y externo del boletín.

Características: -Formato 21.5 x 28 cm., vertical, margen de arriba: 1.5 cm, abajo: 1 cm, derecho: 1 cm, izquierdo 3 cm. El logotipo se encuentra centrado en la parte superior, posteriormente una mancha, la cual sirve de caja mecanográfica, y en la parte inferior una pleca del mismo ancho donde se encuentra la dirección, teléfono y nombre del departamento calados.

- El color azul será utilizado en la tipografía y el logotipo
- El color amarillo se utilizará en las plecas y las figuras de las hojas del logotipo.

****SOBRE MEMBRETADO**

Características: -Formato 10.5 x 24 cm horizontal, dentro de un margen de 1.5 arriba, 1 a la derecha, 1 abajo y 3 izquierda, se colocará el logotipo en la esquina superior izquierda, debajo una pleca de 12 x 3 cm la cual servirá para escribir los datos del remitente y en la parte inferior una pleca dentro de la cual se encuentra los datos de la dirección.

- el color azul será aplicado en la tipografía, en la pleca y en el perfil de las hojas del logotipo.
- El color amarillo se utilizará en las plecas y las figuras de las hojas del logotipo.

-Para obtener una eficacia identificadora, teléfono y departamento. Los colores serán aplicados de igual manera que la hoja y gafetes.

****HOJAS DE LLENADO:** -Esta es necesaria para captar, ordenar y dar secuencia a la información, de las secciones 'Empleandote y Bazar'

Características: -Formato 21.5 x 14 cm., horizontal el logotipo se encuentra en el ángulo superior izquierdo, al otro extremo se encuentran dos espacios de llenado que son importantes para la organización de la información como son la fecha y número de palabras. Posteriormente se encuentran líneas para colocar las el texto que llevara el anuncio, finalmente se encuentran en la parte inferior cinco espacios para ser llenados con datos del anunciante. Estos junto con el texto sera de color azul y el logotipo tendrá el mismo tratamiento que la demás papelería.

****TRIPTICO DE BIENVENIDA:**

Características: -Su formato sera de 28 X 21.5, su disposición sera horizontal, en la solapa ira el logotipo en la parte superior y la información sera distribuida en una columna y solo se utilizara una tinta. Sera distribuido por el departamento de servicio social y el departamento de difusión cultural.

****SOPORTE DE DISTRIBUCION DEL BOLETIN (BUZON).**

-La colocación de estos en lugares específicos servirán para que la comunidad de la ENAP, pueda de manera fácil tomar un ejemplar así como las formas para el anuncio clasificado, y las opiniones y sugerencias. Este estará colocado a una altura accesible empotrado en la pared. El material del que estará hecho es el acrílico ya que por sus características de costo, durabilidad, modernidad, mantenimiento lo hacen adecuado para el uso que se le va a dar.

Una vez descrito en su totalidad los aspectos administrativos para el adecuado funcionamiento de este proyecto editorial, nos abocamos a describir los elementos técnicos y teóricos de diseño editorial, eficaces para la creación de cualquier proyecto, y en particular los que sirvieron de sustento para la creación de la maqueta del boletín informativo Hoja Suelta. Pero antes se mostraran los ejemplos de los soportes gráficos.

TARJETA DE PRESENTACION

HOJA SUELTA
BOLETIN INFORMATIVO DE LA ESCUELA NACIONAL DE
ARTES PLASTICAS
PROFA. MARGARITA RUIZ REYES
6 76 26 21
AV. CONSTITUCION # 400 XOXCHILCO D.F.

GAFETE DE IDENTIFICACION

**BOLETIN INFORMATIVO DE LA ESCUELA
NACIONAL DE ARTES PLASTICAS**

HOJA SUELTA
LA PRESENTE ACREDITA AL SERVIDOR

COMO

DE ESTA PUBLICACION .

MEXICO D.F. A DE 19

DIRECTOR DEL DEPTO. DIFUSION.CULTURAL

HOJAS DE LLENADO PARA BAZARY EMPLEANDOTE

HOJA SUELTA



INSERCIÓN DE INFORMACIÓN PARA EL BOLETÍN DE LA ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLÁSTICAS



ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLÁSTICAS XOCHIMILCO D.F. DEPTO. DE DIFUSIÓN CULTURAL

SOBRE MEMBRETADO

HOJA SUELTA

BOLETÍN INFORMATIVO DE LA ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLÁSTICAS

AV. CONSTITUCIÓN # 600 XOCHIMILCO D.F. DEPTO DE DIFUSIÓN CULTURAL TELEFONO 674 26 21

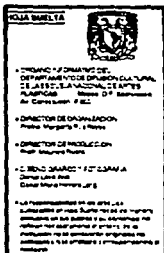
HOJA MEMBRETADA

HOJA SUELTA

BOLETIN INFORMATIVO DE LA ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLASTICAS

AV. CONSTITUCION # 800 XOCHIMILCO D.F. DEPTO. DIFUSION CULTURAL TELEFONO 6 78 28 21

TRIPTICO DE BIENVENIDA



HOJA SUELTA

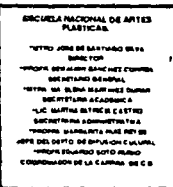
"Para transformar el mundo, debemos empezar por nosotros mismos, y lo importante para empezar por nosotros mismos es la intención. La intención de ser entendidos a nosotros mismos y no dejarnos a otros... Es nuestra responsabilidad, baya y más, porque por muy pequeño que sea el mundo en que vivimos, si logramos aportar un punto de vista radicalmente diferente a nuestra existencia, quizá, quizá podamos afectar al mundo en su conjunto".

J. KRISHNAMURTI.

Esta es una alternativa diferente de poder realizar tu servicio social dentro de tu escuela que te ha dado tanto, y con la que estamos comprometidos a participar y colaborar en un desarrollo más completo para nuestro beneficio.

Hoja Suelta es el nombre de una nueva publicación (boletín) quincenal de la ENAP para su comunidad.

La cual te ofrece, de ser seleccionado, a participar en la realización de un medio directo que te pondrá en contacto con tus compañeros además adelantarte en el proceso del diseño editorial.



PERFIL COMUNICADOR Y DISEÑADOR GRÁFICO:

- Habilidad para determinar y establecer los parámetros necesarios que conforman el diseño básico del proyecto gráfico.
- Visualización de la distribución de las secciones a manejar.
- Manejo en la significación visual de cabezas, subcabezas etc.
- Rápida visualización del tipo de imágenes y estructuras de avisos.
- Habilidad en el dibujo.
- Limpeza en la formación de originales mecánicos así como en la realización de textos.

PERFIL REDACTOR Y CORRECTOR DE ESTILO.

- Saber los pasos necesarios para ordenar y corregir una composición.
- Ser cuidadoso en la revisión del original para corregir errores ortográficos de tiple, de contenido o de redacción.

PERFIL FOTÓGRAFO.

- Acceso a una cámara fotográfica y conocer el manejo elemental de la misma.
- Resolución de revelado e impresión en sobre papel fotográfico.
- De acuerdo a las necesidades del diseñador, decidir que fotografías y que encuadres son los más convenientes.

REQUISITOS ADMINISTRATIVOS PARA EL REDACTOR Y CORRECTOR DE ESTILO:

- Ser estudiante de la UNAM.
- Manejo de procesador de palabras (W.P.)
- Entrevista previa con muestra de trabajos en el departamento de difusión cultural.
- Tener un mínimo de 70% de créditos (presentar carta de créditos).
- Entregar seis fotografías tamaño infantil.
- Disponibilidad mínima de 4 horas diarias.

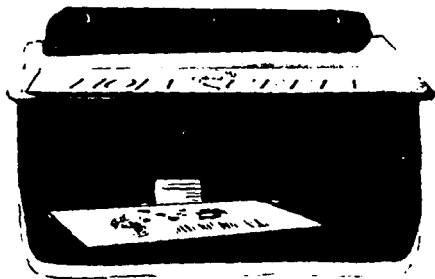
REQUISITOS PARA EL FOTÓGRAFO, DISEÑADOR Y COMUNICADOR GRÁFICO.

- Ser estudiante de la ENAP.
- Manejo de programas de edición (Ventura Page Maker).
- Entrevista previa con muestras de trabajos en el departamento de difusión cultural. De ser seleccionado.
- Tener un mínimo de 70 % de créditos (presentar carta de créditos).
- Entregar seis fotografías tamaño infantil.
- Disponibilidad mínima de 4 horas diarias.

BENEFICIOS:

PARTICIPAR EN LA REALIZACIÓN DE UN MEDIO INFORMATIVO VERAZ, DE CALIDAD, QUE COMUNICARÁ A LOS MIEMBROS DE TU COMUNIDAD ESTUDIANTIL, Y TE AYUDARÁ A SUPERARTE APRENDIENDO Y CAMBIANDO TU ACTITUD PASIVA ADEMÁS RECIBIRÁS AYUDA ECONÓMICA.

BUZON



4.6. PROGRAMA DE AUTO EDICION VENTURA.

Es pertinente destacar que tanto el diseño como la creación de esta maqueta del proyecto gráfico se utilizó El programa Ventura, sistema de autoedición, y nos inclinamos por este programa por que incluye todas las herramientas para un diseño de publicaciones moderno. Ventura combina texto almacenado electrónicamente con gráficos generados por otras fuentes como: procesadores de palabras, digitalizadores, scanner, cámaras de video, etc., por lo que los resultados son bastante buenos. Un programa de auto edición actúa como mesa de composición siendo la pantalla un tablero de maquetación y con sus diferentes herramientas permite establecer especificaciones de diseño para casi todos los aspectos de una publicación:

-Gráficos, atributos del texto, plecas, recuadros, leyendas, notas de pie de pagina, índices, folios, etc.; se pueden colocar también en todas las paginas de una forma uniforme idénticas imágenes, palabras o líneas, bien en todas las paginas o bien sólo en las paginas izquierda o derecha. Utilizando la extensión profesional se pueden construir rápidamente tablas, insertar ecuaciones e incluir referencias cruzadas en los documentos, y a medida que se construye el proyecto editorial se pueden hacer cambios al proyecto, para ajustarlo a un uso particular, todo esto, permite un adecuado manejo de cualquier publicación. Pero la composición de paginas con ventura requiere las mismas consideraciones que la composición de paginas con métodos tradicionales:

-elección de: formato, diagramación, tipografía, gráficos, leyendas, títulos, plecas decorativas, etc.; para posteriormente adecuarse al diseño de la publicación.

Una vez aclarado este punto mostramos las consideraciones que fueron tomadas para la realización de este proyecto gráfico, ajustandonos a las especificaciones de diseño que nos ofrece ventura.³

3-Marilyn Hot, Ricardo Birmale "ventura, manual de referencia", pp 3-14.

4.6. FORMATO

El formato es la primer fase del diseño de cualquier publicación y en sus dos aspectos forma y tamaño tiene sus propias cualidades estéticas. El formato se define como el tamaño de cualquier impreso que adopta una forma determinada por sus dimensiones y por su posición la cual puede ser vertical u horizontal. La elección del formato tiene como criterio principal el de la funcionalidad, su fin es utilitario generalmente se opta por la forma rectangular sin embargo la elección puede ser otra de acuerdo a las posibilidades técnicas, maquinas y sistemas de impresión. Algunas características para su elección son:

- La adecuación del formato en función de la cantidad de información.
- La manipulación del impreso es importante para su manejo y su lectura.
- Reunir las condiciones necesarias para que el texto, ilustración, cumplan con su función.
- Entre mas grande el formato mayor capacidad de información.
- Al igual que los otros elementos, el formato también tiene una carga expresiva por lo que se puede hablar de una psicología del formato.
- La elección de un formato debe de comenzar y terminar siempre con el propósito editorial. Su tamaño influye directamente en la cantidad de hojas. Como vemos su elección obedece a una mezcla de consideraciones técnicas, físicas, comerciales y editoriales.

El diseño que se haga dentro del formato una vez fijado repercute sobre la índole y cantidad de información, si el formato es pequeño difícilmente se podrá hacer un buen manejo de ilustraciones, fotografías y texto, por lo que las alternativas compositivas están limitadas.

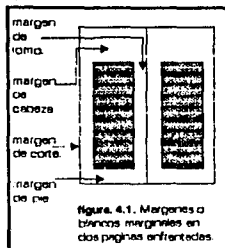


figura. 4.1. Márgenes o blancos marginales en dos páginas enfrentadas.

4.9. MARGEN

La mancha o área de trabajo, queda siempre rodeada de blancos por una parte por motivos técnicos. El corte de las páginas varía normalmente entre 1 y 3 mm, a veces hasta 5mm. Así se evita que el texto quede cortado. Y otra por motivos estéticos. Unos blancos bien proporcionados pueden acrecentar extraordinariamente el goce de leer. El buen gusto, el estudio y la investigación han sugerido el modo de establecer algunas normas que determinan la disposición y la proporción de los blancos marginales o márgenes que se muestran en la figura 4.1.

se clasifican en:

- margen de lomo.
- margen de cabeza.
- margen de corte.
- margen de pie.

Las respectivas proporciones de la mancha o margen de trabajo se determinan progresivamente, partiendo del margen del lomo, esto claro sin ser una regla establecida:

- En el lomo, la mitad del margen de corte.
 - En la cabeza, un poco más que en el margen del lomo.
 - Al pie, aproximadamente el doble del margen de cabeza.
- Otros factores que influyen en la elección de la mancha son:
- El número de columnas.
 - Tamaño de letra, ya que dependiendo de este será el ancho de la columna.
 - Que tipo de información textual se va a incorporar a la mancha: Textos con notas al margen del pie, textos con imágenes y leyendas, etc.
 - La cantidad de ilustraciones que se utilizarán, Así como de su tamaño.

4.-Germen F. abría, "Los blancos o contraespacios en el impreso. Prontuarios Gráficos 1" pp. 21-23

4.10. TIPOGRAFIA

En la actualidad, el diseñador tiene a su disposición un sinnúmero de tipos de letra. Desde la invención de los caracteres móviles por Gutenberg en 1436-1455 se han proyectado y fundido en plomo cientos de tipos de letras. Y con el desarrollo técnico de la fotocomposición y la computación ha traído al mercado tipos de letras nuevos o variantes ya existentes.

El conocimiento de las cualidades de un tipo de letra es de mayor importancia de cara a los efectos funcionales, estéticos y psicológicos del material impreso. Así también los espacios adecuados entre letras y palabras, los espacios interlineales y la longitud de las líneas que favorezcan a la legibilidad tienen importancia a la hora de producir un buen efecto. La fotocomposición y la edición por computadora ejerce una amplia hegemonía en este campo. Es así como por su parte el programa Ventura nos ofrece la construcción de cualquier documento, como si hubiera sido compuesto en una imprenta. Así pues Ventura nos ofrece dos tipos la Serif Dutch (con serif) y la Swis (sin serif) y de acuerdo al tipo de impresora y las fuentes que maneje se podrá ampliar la gama de familias a elegir. La función principal de la tipografía es comunicar con las mínimas interferencias posibles el mensaje que se desea transmitir, así pues al realizar una composición tipográfica debe ser lo más clara y consisa para esto se tiene que tomar en cuenta las características del alfabeto que se elegirá para trabajar.

Es así como los alfabetos Sans Serif nos ofrecen tres formas básicas de letras:

- a) De curvas y líneas rectas, como la Futura.
- b) En segundo lugar encontramos las letras del estilo del renacimiento que le dieron sus proporciones al Gill Sans.
- c) Y finalmente los grotescos o góticos. Este último se ha utilizado en la actualidad para uso de encabezados o titulares y existe una gama muy amplia, desde condensadas, negrillas, anchas y de ojo abierto. Por otra parte los tipos con serif contribuyen a darle un mayor valor para el reconocimiento a demás constituyen una ayuda para la lectura por palabras o líneas.

En lo que respecta a el uso de tipografía en los titulares los cuales, como sabemos es cualquier composición de tipos que tiene como fin atraer la atención del lector, intrigarlo y convencerlo de que lea el mensaje, en este caso cualquier truco tipográfico es justificado.

Otra norma que debe de tomarse en cuenta para la valorización estética de una composición gráfica exige que el blanco o soporte predomine sobre el negro o impreso. Ya que el blanco o espacio hace destacar la composición y facilita su lectura más que dimensiones del mismo negro.

Acerca de esto Germani-Fabris 5 nos menciona que el acertado manejo y control del espacio o blanco es indispensable para la adecuada valoración de una letra o palabra, soportar y controlar el espacio blanco que se crea alrededor y dentro de cada letra, esto es que debe de existir un equilibrio entre la masa exterior e interior, una debe de convenir a la otra, como parte del todo, por posición, dirección y dimensión, cada una debe de completar a la otra. Respecto al espaciado de letras en una palabra es un punto que debe de cuidarse ya que como se menciono anteriormente un adecuado manejo creara una composición armónica y una sensación visual agradable. Las letras de una palabra deberan estar visualmente enlazadas mediante un acercamiento adecuado ya que la vista se ve obligada a seguir un determinado movimiento. Para lograr esto deberan de estar distribuidos uniformemente los puntos de tensión, sin que existan interrupciones innecesarias con esto se lograra un equilibrio visual de la palabra.

Germani-Fabris menciona algunas normas que son dignas de tomarse en cuenta:

"*Dos letras que ocupan globalmente un espacio recto exigen mayor distancia entre sí que dos letras limitadas, un espacio abierto y otro cerrado.

*Dos formas redondas piden menor distancia, que la que requieren dos formas diagonales, o por una diagonal y otra curva, las de forma cerrada requieren mayor espacio que las de forma abierta.

*Las palabras con letras anchas tiene proporcionalmente espacios anchos y las letras estrechas tendrán espacios estrechos.

*Generalmente, el espacio entre una y otra palabra debe de ser mayor que la anchura media de las letras del alfabeto empleado. Tanto en mayúsculas como en minúsculas.

*Cuando sea necesario espaciar la palabra entre letra y letra, también el espacio entre palabra y palabra debera de aumentarse."

5-1810, pp. 5-19

4.11.LA RETICULA:

Una vez habiendo mencionado las características generales del formato, el material textual y gráficos, del tipo de letra y el espaciado, se esbozan a continuación algunas reglas para la cantidad de columnas que se pueden utilizar.

En lo que respecta a la anchura de las columnas influye en el tipo y tamaño que se utilice:

"Cuanto mas estrecha sea la columna más pequeña será, normalmente, la letra. La anchura de columna no solo es cuestión de diseño o de formato también es importante plantear el problema de la legibilidad. Un texto debe de leerse con facilidad y agrado. Esto depende, del tamaño de la letra, de la longitud de las líneas y del interlineado entre estas. Generalmente cualquier material impreso se lee a una distancia de 30-35 cm. Si al leer la publicación causa cansancio o esfuerzo de lectura hay que ajustar el tamaño y tipo de letra. De acuerdo a una norma empírica para un texto de alguna longitud debe haber por término medio siete palabras por línea. El ancho de columna adecuado crea las condiciones para un ritmo regular y agradable, que posibilita una lectura distendida y por completo pendiente del contenido." 6

4.12.INTERLINEADO

El interlineado es el espacio entre las líneas del texto. Este factor al igual que los otros ya mencionados influyen directamente en la composición y con ello en la legibilidad del texto. Las líneas demasiado proximas entre sí perjudican la velocidad de lectura puesto que entran al mismo tiempo en el campo óptico de el renglón superior y el inferior. El ojo no es capaz de ajustarse a líneas muy apretadas con una precisión tal que sólo se lea la línea en cuestión y no se lean las de las inmediaciones. La vista se desvía, el lector gasta energías donde no debe y se cansa antes de lo preciso. Lo mismo ocurre con el interlineado excesivo. Al lector le cuesta encontrar la unión con la línea siguiente, la inseguridad crece y el cansancio llega con mayor rapidez. Un buen interlineado puede conducir ópticamente al ojo de línea en línea, le presta apoyo y seguridad, el ritmo de la lectura se puede establecer rápidamente, lo leído se recibe y se conserva en la memoria mas fácilmente. En las lecturas sin esfuerzo, las palabras son comprendidas con mayor intensidad en su significado, recibiendo un contenido expresivo. 7

6- Josef Müller-Brockman, Sistemas de retículas, pp 30-31

7-ibid, pp .35 -35.

En lo respecta a este punto el programa de Ventura ofrece un ajuste de interlineado que calcula automáticamente, para un etiqueta o tipo de texto ya establecido aun cuando el tipo de letra crezca; pero si se quiere aumentar o disminuir el espaciado entre líneas, es decir "ribetear" se puede realizar. Con esto se pueden ver en pantalla el ajuste que mas nos funcione.

4.13. FOLIO

Un elemento en la configuración del material a imprimir es el numero de la página. Según su colocación, la página puede cobrar un aspecto tranquilizante o dinámico.

4.14. COLOR CORPORATIVO

La necesidad de comunicarse, motivacionalmente ha hecho que el uso del color sea indispensable, ya que como sabemos lo primero que recordamos de todo aquello que hemos visto es el color, la actitud del ser humano ante el color son de carácter fisiológico y psicológico, logran efectos variadísimos en nosotros, existen reacciones a los colores en donde los órganos de la vista lo reciben y transmiten al subconsciente para con ello obtener una reacción. Un ejemplo de esto es la Cromoterapia para tratamientos de disturbios psíquicos. De ahí la importancia de una acertada elección del color que se aplicara en cualquier proyecto gráfico.

En lo que respecta a esta publicación los colores que se eligieron de acuerdo a la explicación obtenida de COLOR SELIS YOUR PACKAGE: 6

AMARILLO:

"Es el color mas luminoso de todos es también el más escandaloso y el mas brillante, es joven, vivaz y extrovertido. Este carácter es evidente en los tonos claros. Contrastado con el azul se pierde la sensación de profundidad. Es agradable a la vista es afectivo al corazón y confiere un sentimiento de alegría y satisfacción.

AZUL:"Es un color profundo y femenino que descansa en una atmosfera relajada.Es preferido por el adulto,expresa cierta madurez que al mismo tiempo,recuerda memorias de la niñez.Al azul,concieme una vida interior y espiritual.No se quiere dispersar como el rojo pero desea ser atrapado por el amor y no con una actitud violenta;ciertamente es callado pero no como el verde que nos da una impresión de reposo terrestre mas que de complacencia.La profundidad del azul es de una gravedad solemne y celestial en donde las consideraciones racionales son ignoradas.Mientras más oscuro sea el azul más nos lleva a la Infinidad un azul más claro es menos impactante,su carácter es más indiferente y vacío llevándonos a sueños.La vista del azul nos da un sentimiento de frescura,limpieza e higiene especialmente cuando es combinado con el blanco"

Debido a la particular riqueza de estos colores,unidos en una imagen crean una agradable sensación visual,ademas estos colores son representativos de la UNAM,a la cual pertenece la ENAP por lo que fueron elegidos.

Es así como conociendo los fundamentos teoricos sobre diseño editorial en el siguiente capitulo nos abocamos con mayor seguridad a la explicación y realización de la maqueta del boletín Hoja suelta.

8-Recárdez,gonzález Jaime A.El diseño gráfico aplicado a envases y empaques con fines didácticos,demostrativos adecuados a la formación de comunicadores y diseñadores gráficos .Mexico, ENAP-UNAM,1989,pp82-83.

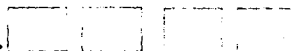
5. PROYECTO GRAFICO

5.1. ANATOMIA DE LA RETICULA DEL PROPUESTA GRAFICA.

Con la presentación del diseño básico de la retícula que contiene puntos de referencia que nos permitirá conocer los rangos característicos de diseño de esta publicación.

EL TAMAÑO DE CORTE DE LA PAGINA TAL COMO DEBE DE APARECER EN SU FORMA ACABADA ES DE :

CAJETINES RESERVADOS PARA INDICAR LA EDICION, FASE DE PRODUCCION Y ESPECIFICACIONES DE COLOR.



DIVISIONES VERTICALES QUE INDICAN LA ALTERNATIVA DE LA DIVISION EN SEIS COLUMNAS (.91 PULGADAS)

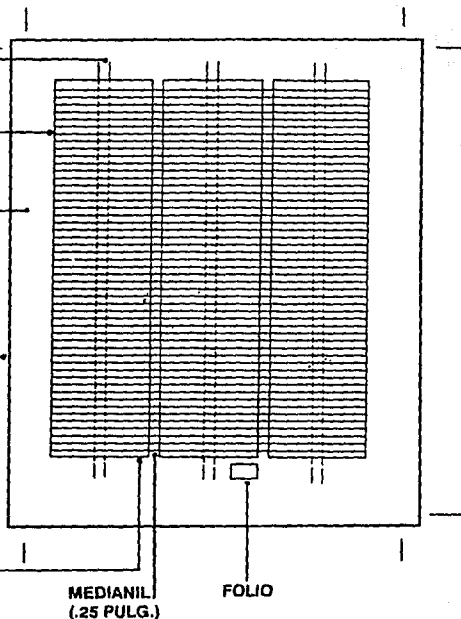
AREAS PARA LA COLOCACION DE TEXTO, PARA FACILITAR EL CALCULO Y LAS GALERADAS.

MARGEN CENTRAL (1.50 CM.)

MARGEN DE SEGURIDAD PARA PROLONGAR LAS IMAGENES O COLORES Y COMPENSAR ASI LAS PEQUEÑAS IMPRESIONES CUANDO SE HACE EL CORTE

MARCAS DE CORTE

RETICULA DE TRES COLUMNAS QUE INDICAN LAS DIVISIONES VERTICALES (2.08 PULGADAS)



6.2. DESCRIPCIÓN DE SECCIONES .

En cualquier mensaje el contenido es fundamentalmente lo que se está expresando directa o indirectamente. Este se compone con el fin de: decir, expresar, explicar, dirigir, instigar o aceptar. La forma es aceptada por el contenido y el contenido es aceptado por la forma. El mensaje es emitido por el creador y modificado por el observador. El mensaje y el significado no están en la substancia física sino en la composición. La forma expresa el contenido. Es artísticamente bueno todo aquello que articule presente una sensación a nuestro entendimiento. De acuerdo a estas aseveraciones presentamos las propuestas nombres de las secciones y del nombre del boletín así como de diseño de los mismos.

EDITORIAL:

Esta sección es una tribuna abierta al comentario de acontecimientos relevantes de la ENAP comentados por colaboradores, estudiantes, académicos y profesores. Debido al carácter interno de esta sección optamos por que el titular de esta fuera del mismo tipo de alfabeto que se utilizara en el boletín, obviamente en un tipo de 16 o 20 puntos.

EDITORIAL

LOS SERVICIOS DE SERVICIOS:

La información que proporciona el departamento de servicios escolares de la ENAP es básico para que el propio alumno lleve un adecuado manejo de su situación administrativa dentro de esta institución, puesto que de no ser así, podrían surgir problemas para el alumno, afectando su vida académica. Y es por ello que este espacio se dedicara a aclarar la información que este departamento envíe. Por la importancia y tipo de información que proporciona este departamento se busco una tipografía clara, de fácil lectura y que proporcionara confianza, este último aspecto se trato de tomarlo más en cuenta ya que generalmente la realización de tramites es tedioso y aunado a esto si la tipografía que se utiliza en el titular es seria y fría los resultados en el receptor son de apatía y falta de interés; es así como se eligió el alfabeto COOPER BLACK EN BOLD Y EN OUTLINE en dos diferentes puntajes, se uso la figura retórica de la redundancia, combinando el contraste bold y outline para jerarquizar la frase "servicios" y darle diferente connotación aun siendo la misma palabra; el uso de un signo gráfico como el subrayado para acentuar la palabra "de" le da continuidad a la frase, y el alfabeto con su cuerpo grueso y sus remates redondeados le dan énfasis a la características de la sección de propiciar confianza y motivar a que el alumno realice sus tramites sin ningun problema.

LOS **SERVICIOS** DE SERVICIOS

NO LO CONOCIA!

Mediante esta sección se pretende dar a conocer y al mismo tiempo brindar un reconocimiento a miembros académicos destacados y desconocidos en algunos casos, que por su dedicación, entrega y desarrollo en su carrera sean un ejemplo y motivación para los estudiantes. La entrevista debe mostrar esto de manera breve y clara. Mediante la reiteración de la expresión no, en diferentes alfabetos outline, se busca atraer la atención del lector con esto afirmar el desconocimiento de estos personajes.

NO &&
NO NO !!
¡NO LO
CONOCIA!

INTERCAMBIO CULTURAL:

La información de esta sección será proporcionada por el depto. de difusión cultural y por las diferentes asociaciones con las cuales se realizó un acuerdo de intercambio de información sobre eventos, conferencias y cursos, que apoyen el desarrollo profesional del estudiante de la ENAP. Para el diseño de este largo titular se buscó una solución que no rompiera con las características de la información que maneja esta sección, además que no perdiera legibilidad, es por ello que se utilizó tipografía egipcia la cual tiene un carácter de intelectualidad además de un tipo clásico para darle el carácter de institucionalidad estas fueron: la AMERICAN EXTRA BOLD Y LA CASLON ANTIQUA MEDIUM, la primera en altas y bajas y la segunda solo en altas. Tratando de reforzar la semántica de la frase intercambio se buscó mediante la utilización de un tamaño pequeño y en bajas intercalar la palabra cultural dentro de la palabra cambio, con esto se logró compactar la frase dándole jerarquización a cada palabra y de este modo esta no perdió su unidad.

INTERCulturalAMBIO

LOS DE AFUERA

Sección por medio de la cual el egresado de la ENAP se puede manifestar ante sus compañeros estudiantes compartiendo su acontecer en el campo profesional, sus experiencias y de esta manera orientar al futuro egresado, este espacio busca ser un puente entre profesionista e institución logrando que no se pierda el vínculo con la escuela que lo formó. Para reforzar este concepto se utilizó un alfabeto sans serif bold condensado: BRITISH INSETAT EXTRA CONDENSED, y con el al distorcionarlo se creó una sensación difusa al incertar unas palabras encima de otras, denotando que todas forman parte de la misma frase aun estando en diferentes planos y se utilizó una parte del texto (afuera) en medio tono para que no tuviera problemas de lectura.

LA
LOS DE

CONECTATE

Espacio estudiantil donde el alumno podrá expresar sus sentimientos sobre cualquier tema que aporte y motive a los lectores en su trayectoria profesional. Esta sección que será básicamente compuesta por las participaciones libres del estudiante se busca una tipografía moderna sencilla y sin complicaciones que indicara la unión y vitalidad de los jóvenes estudiantes. Se utilizó la tipografía STILUS.

CONECTATE

DE PINTA EN LA ENAP

Esta sección busca llenar las horas libres y de esta manera enriquecer su desarrollo personal mediante eventos culturales deportivos y recreativos por y para los alumnos. Se realizó una composición con dos tipos de familias como son las romanas y las serif; la integración de imágenes fotográficas dan a este una sensación de la realidad que vive la ENAP y con esto se busca enriquecer las características de esta sección.

DE
PINTA
EN LA ENAP

EMPLEANDOTE

Ante la gran competencia y poca facilidad colocarse en campo laboral se creó esta sección que será alimentada por organizaciones que nos proporcionen información fresca de empresas que soliciten la colaboración de profesionistas de estas áreas. Así como de la solicitud de servidores sociales dispuestos a aportar beneficios a su entorno social. La palabra empleandote tiene un sentido gramático el cual indica la labor de emplearte esta en ti, es por ello que en este diseño se utilizó una imagen característica de la gente que busca empleo en el periódico. Y para enriquecer más aún este término se fragmentó la frase en dos partes (empleandote).



BAZAR

Ante la exagerada contaminación visual de anuncios de compra y venta de artículos necesarios para el desarrollo profesional del egresado se creó esta sección cuyo objetivo es organizar de manera funcional la compra y venta de artículos, partiendo de la definición de bazar: lugar donde se comercializan diferentes artículos. En el diseño de esta sección se utilizaron de diferentes familias tipográficas connotando con esto la significación de bazar.

BAZAR

ENAPUROS

En esta sección alumnos, ex-alumnos y profesores podrían expresar a través del dibujo, caricatura o ilustración su opinión sobre los sucesos simpáticos o criticables que se dan en la ENAP. Para fortalecer las características de esta sección se utilizó una tipografía fantástica la cual connotara la creatividad e ingenio que se necesita para la realización del dibujo y con la ayuda de un dibujo de una mano con una plumilla y aprovechando la silueta de este dibujo en forma de "p" se insertó en la frase dándole una sensación distinta.

ENAPUROS



HOJA SUELTA

Como hoja suelta que libremente guiada por el viento esta publicación busca tener la libertad necesaria para que esta hoja sea leída, analizada y apoyada por la gente que lo desee.

Hoja suelta es un proyecto que pretende, elevar el interés de los estudiantes, profesores y ex-alumnos a su superación personal, unión y mayor preocupación por la problemática de la institución que los forma.

Por otra parte mediante la utilización de prestadores de servicio social en las diferentes áreas de producción de esta publicación, permitirá con supervisión de los directores de cada área, la renovación periódica de esta, con nuevas ideas y una evolución positiva.

Otro punto importante es que las secciones que la forman, están guiadas por un objetivo principal, tendrán su personalidad y características propias, haciendo que cada página que forma parte de esta publicación sea igual de importante.

En lo que respecta a la opción tipografía que se eligió para explotar las características del boletín "hoja suelta" fue la familia de tipo antiguo: BASKERVILLE ITALICA, este alfabeto cautiva por sus expresivas formas. Jenson, el mismo diseñador tipográfico, observa que los tipos Baskerville son los que poseen las proporciones geométricas de mayor exactitud y elegancia. Se basan en escrituras manuales, es muy utilizado por la facilidad de lectura y de manejo tanto en textos como en titulares, además la forma de sus empastes triangulares pero sin ser rectos, permite jugar con el espacio entre letra reduciéndolo hasta el máximo sin que esto afecte su lectura y la combinación de líneas rectas y curvas es visualmente agradable; otra característica de su empaque que tiene una forma irregular en el plano horizontal denotando movimiento muy parecido al de una hoja llevada por el viento en sentido horizontal, enriqueciendo y complementando el significado del propio nombre. Por otra parte al presentarlo de manera itálica el concepto de movimiento es más acentuado. Finalmente la simbolización mixta -verbal e icónica- que consistió en incrustar la imagen de hojas sueltas en la frase hoja suelta, recurriendo a la redundancia y a la metáfora al dibujar una de las hojas en forma de ave que vuela libremente de manera similar a la que el hombre tiene de imaginar y crear, que son las características de los estudiantes de esta escuela, buscando con todas estas características memorabilidad y pregnancia en el público.

HOJA SUELTA

6.3. DESCRIPCION SOBRE LA COMPOSICION DE LA MAQUETA DEL PROYECTO GRAFICO.

Generalmente componer se entiende como un medio para organizar provocar una visión, una lectura, suscitar ciertas sensaciones y emociones para obtener un determinado efecto, dicho así resultaría aparentemente fácil, pero lo que nos expresa MOHOLY aclara tal afirmación:

"En el arte compositivo, el progreso no proviene de la forma nueva como de la nueva organización; no radica en los caracteres nuevos, sino en la eficacia óptica de la nueva página". 1

Por ello es importante analizar y conocer la definición de composición en las artes gráficas en específico:

"Es la tarea de disponer en el espacio-formato varios signos (letras ó elementos gráficos) una idea directriz, para obtener un resultado estético que provoque el efecto deseado y una lectura ágil y agradable" 2

De acuerdo a esta definición y los tres conceptos que menciona GERMANI-FABRIS acerca de el material técnico y racional de la composición gráfica realizamos la maqueta del boletín "HOJA SUELTA":

- 1.-Determinación del límite de la página, o sea, el formato, el espacio, el soporte, el blanco, etc,..de que se dispone.
- 2.-Disposición de los elementos que deberá contener la página: signos, letras, ilustraciones...esto es el negro o parte impresa.
- 3.-Evaluación rápida, aunque sólo sea aproximadamente, de las relaciones de influencia y de conformidad que se originan entre los blancos y negros, de las tensiones, los valores cromáticos, proporcionales y rítmicos que ofrecerá la composición.

1-Germani Fabris,Fundamentos del proyecto grafico,pp

2-IBID p.

Y completando estos conceptos con los de WILL BURTIN acerca de los requisitos para armonizar un proyecto gráfico:

- 1.-El dibujo debe de ser sencillo, de modo que permita una rápida comprensión del mensaje.
 - 2.-La percepción visual debe asegurar una impresión, fuerte y segura en la memoria.
 - 3.-La forma gráfica debe de ser capaz de suscitar un sentimiento positivo hacia la idea que proclama.
- Estos tres puntos, nos aclara, no se usan forzosamente en ese orden."3

Es así que por las características de esta publicación (formato carta, características de la información, y uso de elementos gráficos como fotos, viñetas e ilustraciones) se optó por utilizar una composición continua, cuyas características son:

-La acción se desarrolla dominando la totalidad del espacio-formato con una narración continua, sin que ningún punto preciso sea determinado por un interés preponderante.

-La lectura visual es continua y sucesivamente coordinada en todas las zonas del cuadro.

Estas aseveraciones se explican a continuación describiendo las características de cada página.

3.-IBIDEM

PAGINAS 3 Y 4. Dentro de la composición de estas paginas nos enfrentamos al encuentro de tres secciones importantes que forman parte del boletín, las cuales tienen sus características propias por lo cual con un adecuado manejo de elementos de diseño nos conducirá a una composición plana y homogénea, y con esto se rompería con la continuidad de la lectura que proponemos. Es así que se recurrió a la utilización de diferentes familias tipográficas además de el uso de diversas En esta la justificación tipográfica del logotipo "Hoja suelta" predominante fue el nombre de la primera sección ("Los servicios de servicios") el cual abarco dos columnas mismas que necesito para vaciar la información que contenía. A estos párrafos se les dio un tratamiento Bold (negritas) y alineación central, además para evitar que este arreglo tuviera mucho peso, en comparación con los posteriores párrafos, en la primer columna se vacio el texto en el espacio que abarca una de seis el cual siguió fluyendo hasta una tercera parte de la segunda columna, la cual se respeto el ancho de las columnas de tres. Enseguida para no romper con el ritmo de lectura se continuo con la siguiente sección ("Los de afuera") , cuyo nombre al igual que el de la anterior sección abarco dos columnas, visualmente logrando una composición simétrica; en esta sección se utilizo el cuerpo de texto normal así como la justificación de los párrafos. En la pagina subsecuente la cual da inicio a otra sección (De pinta en la ENAP) se dejo un espacio blanco buscando un descanso visual además que permite adentrar en la lectura de la sección. Respecto al nombre de esta es colocado visualmente entre los nombres de las secciones que se encuentran en la pagina anterior, creandose una triangulación entre los diferentes nombres lo cual crea una tensión agradable; en cuanto al cuerpo de texto de esta pagina este se mantiene igual lo único que cambia es la justificación la cual esta cargada a la derecha en relación al nombre de la sección "De pinta en la ENAP" , esta disposición crea una sensación distinta, pero agradable permitiendo continuar la lectura; respecto a las fotografías del evento descrito son elementos en posición de subordinación respecto al texto que junto con el recorrido crean una sucesión lógica para una lectura continua.

PAGINA PAGINAS 11 Y 12 Estas paginas tienen la peculiaridad de manejar párrafos breves los cuales por el tipo de información deben de ser leídos con mayor lentitud por lo que se utilizo, una letra grande al inicio de cada párrafo para destacar a cada uno de estos, además de darle un espaciado entre párrafo y párrafo equitativo a todos los bloques de texto. En lo que respecta a los nombres de las secciones (Empleandote, Bazar) se realizaron con tipos grandes (40,60 pts.) y se insertaron dentro de los bloques de texto de cada una de sus correspondientes secciones pero sin entrar del todo abarcando el blanco de márgenes y columnas creando una sensación agradable y equilibrada entre texto e imagen.



EMPLEANDOTE

SELECCIÓN DE SERVICIOS PARA SERVIDOR Y EMPLEADOS DE EMPRESAS

Comunicación de servicios para el personal de las empresas y el personal de las empresas que deseen contratar servicios de mantenimiento y limpieza para sus oficinas y locales.

Desarrollo de servicios para el personal de las empresas que deseen contratar servicios de mantenimiento y limpieza para sus oficinas y locales.

Servicios de mantenimiento y limpieza para el personal de las empresas que deseen contratar servicios de mantenimiento y limpieza para sus oficinas y locales.

Sección dedicada al personal de las empresas que deseen contratar servicios de mantenimiento y limpieza para sus oficinas y locales.

SERVICIOS DE MANTENIMIENTO Y LIMPIEZA

1. Servicio de mantenimiento y limpieza para el personal de las empresas que deseen contratar servicios de mantenimiento y limpieza para sus oficinas y locales.

2. Servicio de mantenimiento y limpieza para el personal de las empresas que deseen contratar servicios de mantenimiento y limpieza para sus oficinas y locales.

3. Servicio de mantenimiento y limpieza para el personal de las empresas que deseen contratar servicios de mantenimiento y limpieza para sus oficinas y locales.

4. Servicio de mantenimiento y limpieza para el personal de las empresas que deseen contratar servicios de mantenimiento y limpieza para sus oficinas y locales.

4. Programa de mantenimiento y limpieza para el personal de las empresas que deseen contratar servicios de mantenimiento y limpieza para sus oficinas y locales.

5. Programa de mantenimiento y limpieza para el personal de las empresas que deseen contratar servicios de mantenimiento y limpieza para sus oficinas y locales.

6. Programa de mantenimiento y limpieza para el personal de las empresas que deseen contratar servicios de mantenimiento y limpieza para sus oficinas y locales.

7. Programa de mantenimiento y limpieza para el personal de las empresas que deseen contratar servicios de mantenimiento y limpieza para sus oficinas y locales.

PROGRAMAS INTERNOS

COMUNICACIÓN Y ORDEN OFICIO

1. Programa de comunicación y orden de oficina para el personal de las empresas que deseen contratar servicios de comunicación y orden de oficina para sus oficinas y locales.

2. Programa de comunicación y orden de oficina para el personal de las empresas que deseen contratar servicios de comunicación y orden de oficina para sus oficinas y locales.

3. Programa de comunicación y orden de oficina para el personal de las empresas que deseen contratar servicios de comunicación y orden de oficina para sus oficinas y locales.

4. Programa de comunicación y orden de oficina para el personal de las empresas que deseen contratar servicios de comunicación y orden de oficina para sus oficinas y locales.

5. Programa de comunicación y orden de oficina para el personal de las empresas que deseen contratar servicios de comunicación y orden de oficina para sus oficinas y locales.

6. Programa de comunicación y orden de oficina para el personal de las empresas que deseen contratar servicios de comunicación y orden de oficina para sus oficinas y locales.

7. Programa de comunicación y orden de oficina para el personal de las empresas que deseen contratar servicios de comunicación y orden de oficina para sus oficinas y locales.

8. Programa de comunicación y orden de oficina para el personal de las empresas que deseen contratar servicios de comunicación y orden de oficina para sus oficinas y locales.

9. Programa de comunicación y orden de oficina para el personal de las empresas que deseen contratar servicios de comunicación y orden de oficina para sus oficinas y locales.

10. Programa de comunicación y orden de oficina para el personal de las empresas que deseen contratar servicios de comunicación y orden de oficina para sus oficinas y locales.

11. Programa de comunicación y orden de oficina para el personal de las empresas que deseen contratar servicios de comunicación y orden de oficina para sus oficinas y locales.

BAZAR

V. Programa de comunicación y orden de oficina para el personal de las empresas que deseen contratar servicios de comunicación y orden de oficina para sus oficinas y locales.

W. Programa de comunicación y orden de oficina para el personal de las empresas que deseen contratar servicios de comunicación y orden de oficina para sus oficinas y locales.

X. Programa de comunicación y orden de oficina para el personal de las empresas que deseen contratar servicios de comunicación y orden de oficina para sus oficinas y locales.

Y. Programa de comunicación y orden de oficina para el personal de las empresas que deseen contratar servicios de comunicación y orden de oficina para sus oficinas y locales.

Z. Programa de comunicación y orden de oficina para el personal de las empresas que deseen contratar servicios de comunicación y orden de oficina para sus oficinas y locales.

AA. Programa de comunicación y orden de oficina para el personal de las empresas que deseen contratar servicios de comunicación y orden de oficina para sus oficinas y locales.

AB. Programa de comunicación y orden de oficina para el personal de las empresas que deseen contratar servicios de comunicación y orden de oficina para sus oficinas y locales.

AC. Programa de comunicación y orden de oficina para el personal de las empresas que deseen contratar servicios de comunicación y orden de oficina para sus oficinas y locales.

AD. Programa de comunicación y orden de oficina para el personal de las empresas que deseen contratar servicios de comunicación y orden de oficina para sus oficinas y locales.

AE. Programa de comunicación y orden de oficina para el personal de las empresas que deseen contratar servicios de comunicación y orden de oficina para sus oficinas y locales.

AF. Programa de comunicación y orden de oficina para el personal de las empresas que deseen contratar servicios de comunicación y orden de oficina para sus oficinas y locales.

AG. Programa de comunicación y orden de oficina para el personal de las empresas que deseen contratar servicios de comunicación y orden de oficina para sus oficinas y locales.

AH. Programa de comunicación y orden de oficina para el personal de las empresas que deseen contratar servicios de comunicación y orden de oficina para sus oficinas y locales.

HOJA SUELTA

BOLETIN INFORMATIVO DE LA ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLASTICAS
QUINCENAL *VOL. 1 AÑO 1*

00

» He tenido exposiciones de tapices, menciones en bienales y llevo mas de diez años impartiendo catedra en la ENAP.....pág. 2

» Inicio del semestre periodo 92-1 4 noviembre de 1991.....pág. 3

» Los exhorto a que se preparen lo más completo que puedan (no sean buenos sean los mejores).....pág. 3

» "A los que buscan originalidad habría que decirles que buscarla es una manera poco sutil de lograrla, ya que para conseguirla les bastaría con ser ellos mismos.".....pág. 9

» Cámara Cannon AE-1, con lentillas buenas condiciones.....pág. 12



EDITORIAL

Después de más de dos años, de esbozar las primeras ideas, llegamos por fin a la realización de esta prueba piloto del boletín informativo de la Escuela Nacional de Artes Plásticas: HOJA SUELTA

-Los objetivos principales de esta publicación son:
Informar de manera clara, breve, oportuna y objetiva sobre los eventos, acontecimientos, manifestaciones a la comunidad de la ENAP, además de actividades académicas, administrativas y estudiantiles de la escuela, así como de otras instituciones; con la finalidad de APOYAR el desarrollo profesional de la comunidad estudiantil.

-Organizar y proyectar el mercado de compra y venta de equipos, materiales, objetos, necesarios para la comunidad de la ENAP.

-Crear y organizar una sección de bolsa de trabajo para APOYO de la comunidad estudiantil así como la de egresados
Mediante secciones como:

Editorial: Es el punto de vista de la publicación. De él se responsabiliza el director o coordinador de la publicación.

Los servicios de servicios: La información que proporciona el departamento de servicios escolares de la ENAP es básico para que el propio alumno lleve un adecuado manejo de su situación administrativa dentro de esta institución, puesto que de no ser así, podrían surgir problemas para el alumno, afectando su vida académica. Es por ello que este espacio se dedicará a vaciar la información que este departamento proporciona.

No lo conocía: mediante esta sección se pretende dar a conocer y al mismo tiempo brindar un reconocimiento a miembros académicos destacados y desconocidos en algunos casos que por su dedicación, entrega y desarrollo en su carrera sean un ejemplo y motivación para los estudiantes de esta escuela.

Bazar: Ante la exagerada contaminación visual de anuncios de compra y venta de artículos necesarios para el desarrollo profesional del egresado se creó esta sección, cuyo objetivo es organizar, de manera funcional, la compra venta de artículos.

Enapuros: en esta sección alumnos, ex-alumnos y profesores podrán expresar a través del dibujo, caricatura o ilustración su opinión sobre los sucesos simpáticos o criticables que se den en la ENAP.

Intercambio cultural: la información de esta sección será proporcionada por el departamento de difusión cultural y por las diferentes instituciones, asociaciones con las cuales se realizará un acuerdo de intercambio de información sobre eventos,

conferencias, cursos, etc., que apoyen el desarrollo profesional del estudiante de la ENAP.

Los de afuera: sección en la cual el egresado de la ENAP sepuede manifestar ante sus compañeros estudiantes, compartiendo su acontecer en el campo profesional, sus experiencias y de esta manera orientar al futuro egresado. Este espacio busca ser un puente entre profesionista e institución logrando que no se rompa el vínculo con la escuela que lo formó.

Conéctate: espacio estudiantil donde el alumno podrá expresar sus sentimientos sobre cualquier tema que aporte y motive a los lectores en su trayectoria profesional.

De pinta en la ENAP: esta sección busca llenar las horas libres del estudiante para que de esta manera se enriquezca su desarrollo personal mediante ventos culturales, deportivos y recreativos.

Empleándote: ante la gran competencia y poca facilidad que tiene el profesionista de colocarse en el campo laboral, se creó esta sección que será alimentada por organizaciones e instituciones que proporcionen información fresca de empresas que soliciten la colaboración de profesionistas de estas áreas.

Si desas participar en alguna de estas secciones acude con tu material al depto. de difusión cultural ubicado en la galería #2. Es así como ponemos a tu consideración esta publicación y estamos abiertos a todo tipo de críticas, comentarios y aportaciones que enriquezcan este proyecto.

NO NO ¡NO LO CONOCIA!

En los pasillos de la ENAP, por donde diariamente circulan una gran cantidad de profesores y estudiantes, hoy detuvimos a uno para platicar y conocerlo más a fondo: ¿Cual ha sido su trayectoria como artista? "Estudie la carrera de artes visuales en Mendoza República Argentina, fui ayudante de cátedra del taller de pintura, posteriormente obtuve una beca en México para estudiar pintura e historia. Más tarde, trabajé dos años en Teotihuacán en restauración de pintura mural y cerámica. Mi primera exposición en 1964 fue patrocinada por la embajada de Argentina. He trabajado en la elaboración de murales: cinco en Ciencias Médicas en Mendoza, dos en una biblioteca pública, un mural en la radio nacional y un mural en la casa cuna del IMAN, este último en México. También trabajé en la realización de tapices para el Banco de México. Para la editorial Colibrí realicé poemas e ilustraciones. He tenido exposiciones de tapices, menciones en bienales y llevo mas de 10 años impartiendo cátedra en la ENAP, y asesoramiento para tesis"

desarrollar y exhibir, pueden también desenvolverse en: museografía, editoriales (ilustraciones, diagramación, etc) en el INBA, en la investigación del arte, como maestro, e incluso en áreas de comunicación masiva (portadas de discos, carteles, etc.)

"Quizá dentro de cada uno de Uds. exista un artista reprimido"

¿Cuáles considera los campos más propicios para el desarrollo de los artistas visuales?

“ En primera instancia y la más importante de todas, es su producción personal la cual tiene que

¿Finalmente, algún mensaje que nos quiera dar?

“ Aconsejo que las carreras de diseño y comunicación gráfica busquen opciones en la escuela para un desarrollo mas completo y versátil, como son los talleres de cerámica, grabado, escultura, ya que quizá dentro de cada uno de ustedes hay un artista plástico que se reprime por falta de interes y orientación”.

Esta breve entrevista fue una de tantas que se pueden obtener en una breve platica con gente tan importante y sabia que han aportado sus conocimientos para la ENAP. Como la Profesora BEATRIZ BUBEROF a quien quizá muchos de nosotros no conociamos



LOS SERVICIOS DE

*** FECHAS PARA INSCRIPCIÓN PARA LAS CARRERAS DE:**

DISEÑO GRÁFICO:
7-OCTUBRE.

COMUNICACIÓN GRÁFICA
8-OCTUBRE.

ARTES VISUALES
9-OCTUBRE

*** RECURSAMIENTO Y CAMBIOS DE GRUPOS:**

DISEÑO GRÁFICO:
10-OCTUBRE.

COMUNICACIÓN GRÁFICA:
11-OCTUBRE.

ARTES VISUALES
14-OCTUBRE.

*** INICIO DEL SEMESTRE PERIODO 92-1:
4-NOV.-92**

*** RESELLO DE CREDENCIALES Y ENTREGA DE INSCRIPCIONES PARA CREDENCIAL: DEL 4 AL 8 DE NOVIEMBRE DE 1992.**

*** PERIODO DE EXÁMENES EXTRAORDINARIOS PERIODO 92-1 ENTREGA DE INSCRIPCIONES: 6 AL 10 DE ENERO**

*** REALIZACIÓN DE EXÁMENES EXTRAORDINARIOS:
-DEL 13 AL 14 DE FEBRERO.**

*** TRÁMITES PERMANENTES EN SERVICIOS ESCOLARES:
-CONSTANCIAS.
-CERTIFICADOS.
-REVISIONES DE ESTUDIOS.
-ENTREGA DE DOCUMENTOS OFICIALES.**

-CARTA DE CREDITOS.
-REPOSICIONES DE CREDENCIAL.
-RESELLOS

Es egresado de la carrera de comunicación gráfica de la ENAP, generación 76-79. El área en la cual se desarrolló fue la ilustración, actualmente cuenta con 11 años de experiencia en el campo profesional, ha trabajado en diferentes despachos, así como en dependencias como SEP, LICONSA, hoy trabaja por su cuenta ilustrando para diferentes publicaciones, al respecto le preguntamos **¿qué consejos darías a las generaciones que están saliendo de la ENAP?**

"Cuando era estudiante soñaba con ganar mucho dinero, desafortunadamente no es nada fácil, yo les digo que sueñen todo lo que quieran en la escuela, porque afuera es otra la realidad, y les aconsejo que se preparen lo mejor que puedan, no sean buenos sean los mejores."

¿Dada tu experiencia qué sugieres para cuando el egresado se enfrente al mercado de trabajo? "Cuando uno empieza es casi inevitable trabajar en despachos, empresas o en instituciones, y como parte del aprendizaje en, los primeros años hay que ceder en salarios y exigencias, esto poco a poco se va conquistando, con la dedicación y experiencia;

es importante que con el tiempo, experiencia y capital busquen su independencia quizá poniendo un despacho, y con esto vienen otros

problemas a los que hay que enfrentarnos, como es la competencia desleal de gente que no cuenta con la formación académica profesional, y vende su trabajo a menor precio, no por esto estoy diciendo que esa gente trabaja mal, pero sí nos perjudica por que es competencia barata, por la falta de información real del mercado de trabajo." Este egresado que paso por las aulas, hace ya 12 años se llama:

Gerardo Cunillé Velázquez. 

SEMANA DE CONTRASTES EN LA ENAP

Eran las 10:00 a.m. del lunes 26 de agosto del 91, para algunos un inicio de semana como cualquier otro, pero para otros una semana

DE PINTA EN LA ENAP

muy importante en su vida académica, se respira un ambiente de nerviosismo y expectación, se iniciaría un ciclo de conferencias organizado por un grupo de alumnos, que pretenden llevar a cabo un trabajo de producción y difusión gráfica de alto nivel, como requerimiento para la aprobación de un par de materias. Los carteles que se dispersaban en diferentes paredes de la escuela nos mostraban temas interesantes así

como a un grupo de especialistas destacados en diferentes ámbitos de la cultura comunicativa. A pesar de esto el evento no había levantado mucho interés. Pero esto se revirtió minutos después, cuando eran las 10:45, el auditorio se encontraba casi lleno, la expectación crecía, los presentadores no podían ocultar su nerviosismo, por fin las autoridades dieron por inaugurado el evento, el reloj marcaba las 11:10, después del protocolo y dedicatorias se apagaron las luces y dio



comienzo el audiovisual, que acompañará el inicio de cada conferencia, el cual refleja el entusiasmo y esperanza puesta por los organizadores en este evento.

"FLOR DE INSPIRACION"

La flor de inspiración para la introducción de este evento corrió a cargo de Karen Fragoso con una tropical coreografía, que alegró y levantó el ánimo de los espectadores. De lo tratado en este primer evento cabe destacar tres puntos: -En primera instancia las palabras de apertura del Maestro José de Santiago director de la ENAP, el cual destacó la evolución de la comunicación gráfica: "Se han dado elementos en el seno de la comunicación gráfica que la van constituyendo como una carrera muy específica que aborda problemas de carácter teórico y de profundidad crítica entorno al diseño y a los medios de comunicación, que augura un futuro promisorio. Hay que comprometernos comunitariamente para ir transformándola haciéndola más vigorosa y efectiva en el desarrollo de la conciencia".

LUNES



→ crítica para el mejoramiento de nuestra patria, universidad y de nuestras propias familias.
 "Respecto a los papeles que juegan el hombre y la mujer en la fotografía, el cine y el arte el maestro José de Santiago expreso: "Desde mi perspectiva particular el problema de el activismo feminista es emular las actitudes masculinas que

deben de ser totalmente igualitarias. Y finalmente a pregunta de que si en el cine mexicano la mujer ha llevado toda la carga sexual, ¿Por qué abundan los desnudos femeninos y no los masculinos ya que el cuerpo del hombre también es bello? El maestro de Santiago opino: "Desde el renacimiento el desnudo femenino adquirió una característica o utilización mercantil dentro del arte, como los desnudos de Josefina de Bonaparte, donde la imagen del hombre crece y se confirma y se reproduce como prepotencia al tener la capacidad de congrega a damas guapas, se trata de un fenómeno contra el que hay que luchar y que desgraciada- mente este proceso tiene una

MARTES

continuidad clara en la publicidad contemporánea..

CONTRASTES MUSEOGRAFICOS
 En este, tema, que para la gran mayoría es desconocido, fue acertada la elección de los

conferencistas, que nos mostraron el panorama actual de la museografía en México, clara y firmemente. Desgraciadamente esta realidad no es alentadora ya que no existe un apoyo económico por parte de las autoridades encargadas a esta disciplina, por lo que los profesionistas que intervienen en esta área, de diseñadores, arquitec

tos, antropólogos, historiadores, etc. Trabajan literalmente por "amor al arte". Sin embargo, existe gente preocupada por este problema, un ejemplo de ello es el grupo formado por: L.C.G. OFELIA MARTINEZ Y L.C.G. MAURICIO RIVERA que pueden interesar a las personas interesadas en esta disciplina.
"REALIDADES: EL DISEÑO Y LA COMUNICACION GRAFICA HOY"

ADRIAN FLORES expuso que el espacio que brindan los profesionales del diseño y la comunicación a la teoría y a la investigación es mínimo, se le da mas importancia a la "práctica. Con esto se podrá llegar a la búsqueda de elementos de signos, para poder articular mensajes y con ello expresarlos claramente."
ABELARDO RODRIGUEZ por su parte mencionó la necesidad de "juntarnos, organizarnos. →

MARTES

no siempre son loables, y que no siempre han sido equitativas, el punto correctivo sería entender que se trata de un compartir derechos y responsabilidades y tanto como en el arte y el alcohol los derechos y las responsabilidades



→ Realizar eventos, desarrollar este oficio y solidificarlo es necesario para las nuevas generaciones de diseñadores anclar el soporte teórico. La búsqueda de la asociación es:

- Solidificarse, ser participativo con las realidades de nuestro país.
- Seguir con los encuentros de escuelas de diseño y comunicación gráfica.
- Lograr que el quehacer docente se enriquezca
- Mejorar los planes de estudio con miras a los profesionistas del futuro. Es importante destacar que nuestro que hacer no soló es práctico sino de actitud de organización y de conocimientos para la toma de decisiones.

ABEL FLORES: "Nos preocupa saber el nivel en el que se están desarrollando los profesionistas de esta carrera, que puede ser a nivel técnico o al nivel real profesional. También me preocupa el empirismo y sobre todo esas carreras afines que lleva una materia de dibujo y diseño y que de alguna manera están invadiendo el campo del diseño y la comunicación gráfica en este planeta. Es bastante cómodo acusar a las escuelas de no tener una visión amplia en este problema, con respecto a la actitud profesional del egresado en el campo de comunicación y el diseño gráfico. Es importante que asumamos como

responsabilidad de nosotros mismos, ya que muchas veces actuamos no con el carácter de mando, no con la posición de dirección sino más bien asumiendo cómodamente la responsabilidad de otros que en ocasiones incluso no tienen nuestra formación. Sin duda alguna es culpa de la falta de información que tenemos y creo que el diseño gráfico es uno y la responsabilidad es compartida, desafortunadamente somos diseñadores seis horas al día y en ocasiones mucho menos el compromiso es de 48 hrs. profesión difícil, golpeada, compleja y en ocasiones injusta que no es entonces fácil de poderla manejar, yo diría que la reflexión o la autorreflexión es muy importante con respecto al campo que nosotros mismos nos estamos generando y la calificación nos corresponde por nosotros mismos."

FRANCISCO FUENTES: comentó sobre la importancia del diseño y la comunicación gráfica dentro de la sociedad, por ejemplo, "si cerramos los ojos y nos imagináramos que no existe el diseño gráfico y todo lo que aporta como las imágenes, las letras, los

libros, periódicos, revistas, carteles, y todo lo que nos rodea como señalamientos, anuncios, etc., viviríamos en un entorno vacío. Con esto le dio la importancia que el diseño y la comunicación tienen en la sociedad actual.

Finalmente el grupo de alumnos de diferentes universidades, coincidieron con las necesidades y la problemática que la carrera requiere y asumieron el compromiso para mejorar como profesionistas y aportar soluciones a este oficio tan importante en el mundo actual

“ DIRECCION DE ARTE”

Los ponentes ampliamente reconocidos en sus diversas áreas coincidieron en algunos puntos de suma importancia para los profesionales que se desarrollan día a día, en un país que quiere y necesita estar a la vanguardia de adelantos tecnológicos. →

MARTES



MARTES



→ FRANCISCO MONTERO, publicista afamado quien con una muestra de su trabajo impactó y cautivó a los asistentes al evento, y de una manera amena planteó cinco puntos básicos para el óptimo desarrollo del profesionista gráfico.

- Aptitudes
- Vocación
- Interés
- conocimiento
- práctica.

Por su parte el reconocido diseñador y profesor JAIME RESENDIZ enriqueció estos conceptos aseverando "no tenemos la conciencia de que estamos en una profesión en la que sólo tienen cabida los excelentemente adiestrados". Y con respecto a la dirección de arte mencionó que es algo tan serio que requerirá madurez de práctica y de capacidad. El destacado fotógrafo FEDERICO BANEGAS, comentó



el desarrollo del diseñador, menciono también que este debe comprometerse con áreas afines para lograr un desarrollo completo y así estar a la vanguardia. Finalmente de una manera espontanea el artista plástico creador del "ARTE ACA" expuso de manera sencilla y clara sus propuestas plásticas en las cuales busca representar mediante imágenes una ideología utópica para la sociedad, pero no para él, ya que está en busca de lo imposible

“ LA HISTORIETA.”

Este tema se desarrolló con ponentes que a lo largo de su desarrollo profesional han aportado elementos importantes a la historieta. Tal es el caso de RICARDO PELAEZ quien a pesar de su juventud esta realizando un taller de historieta en la ENAP, lo cual muestra su preocupación por esta disciplina que en nuestro país en los últimos años se ha mercantilizado haciéndola caer en la mediocridad. Otro de los caricaturistas que forman una escuela importante de la caricatura mexicana es SIXTO VALENCIA, dibujante del famoso "Memin pinguin", mención la problemática a la que se ha enfrentado al querer enriquecer

los guiones así como la creación de nuevos personajes. Por su parte RAFAEL BARAJAS (el figgón) el cual es uno de los caricaturistas contemporáneos que aportan conceptos nuevos, expuso

algunas alternativas para la superación de este medio tan corrompido y mercantilizado, como la formación de pequeñas editoriales independientes, lo cual no es fácil ya que las grandes editoras aplastan a las pequeñas pues estas últimas presentan propuestas mas ambiciosas en contenidos; ejemplo de esto es La historieta de la "jornada suplemento dominical".

Finalmente, FRANCISCO ORTEGA que es el presidente de la asociación de caricaturistas mencionó la importancia de esta disciplina en el acontecer nacional. La escenografía y la excelente actuación de mimo nos introdujo de manera excelente al tema que se desarrolló. —

JUEVES



que a pesar de los adelantos tecnológicos la fotografía sigue siendo un importante instrumento para capturar fragmentos de la realidad. Es por ello que la fotografía sigue siendo una herramienta necesaria para

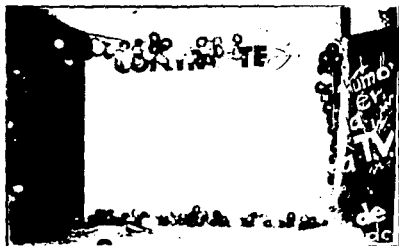
“ROCK E IMAGEN”

Esta conferencia levantó mucho interés entre los numerosos seguidores de esta vanguardista estación radifónica (Rock 101), los cuales no se vieron defraudados al oír y ver a sus locutores preferidos. Aunque el tema no se desarrolló en su total amplitud, por la ausencia de algunos expositores, los asistentes al evento salieron complacidos. Por su parte una vez mas la escenografía cumplió espectacularmente su cometido.

“IMAGEN Y EROTISMO”

Un tema que generalmente es reprimido y censurado por la sociedad, fue tratado de manera clara y explicita. Las imágenes eróticas en el arte son mal vistas, por lo que no se permite su total apreciación así como su riqueza visual. Por otra parte la publicidad utiliza al erotismo de manera distorsionada, creando una falsa imagen de esta, para lograr sus fines comerciales y con esto crear seres insensibles. Se concluyó que el erotismo es importante para la plena relación y el desarrollo humanos.

VIERNES



Los invitados fueron:

-FERNANDO
CASTAÑEDA
-GUSTAVO GARCIA
-GILBERTO ACEVES
NAVARRO
-ANDRES LUNA

El audiovisual espectacularmente introdujo de manera clara el tema que se expuso, complementado por la escenografía y el performance

VIERNES



“CLAUSURA”

La conclusión de este excelente evento no pudo haber sido mejor ya que se volvió una fiesta, la magnífica coreografía que dio preámbulo al evento, y la presencia de dos espléndidos

CONTRA TE



actores como Victor Trujillo y Ausencio Cruz dieron un tinte de inolvidable al evento el cual unio aun mas a la generación 88-91 DE LA CARRERA DE COMUNICACION GRAFICA fraternalmente. Es importante destacar que este proyecto fue financiado por los

alumnos de esta generación Pero todo esto no hubiese sido posible sin la atinada dirección y apoyo de un universitario destacado, que desinteresadamente ha aportado a la ENAP todos su conocimientos, el profesor EDUARDO SOTO RUBIO, así como de las autoridades.

- EVENTOS EN LA ENAP**
- 1.- Exposición colectiva "Los Sonidos del Huevo". (Gravados) Jesús Martínez, Ricardo Crusatei, Antonio Yarse y Antonio Sánchez Igüiza. Del 11 al 26 de Septiembre en las galerías 2 y 3.
 - 2.- Exposición "Arte Objeto" del taller de la maestra Begoña Zorrilla. Expositor Luis Manuel Alva. Del 12 al 24 de Septiembre. Galería 1.
 - 3.- Recital de música urbana, por Juan José Mendoza. El 19 de Septiembre a las 17:00 hrs en el auditorio Francisco Goitia.
 - 4.- Obra de teatro por alumnos de diseño gráfico "La Risa del Tlacuache". El 20 de Septiembre a las 12:00 hrs en el auditorio "Francisco Goitia".
 - 5.- Exposición de alumnos del maestro Ignacio Salazar. Mauricio Cervantes, Javier Guadarrama, Ulises García Ponce de León. Del 27 de Septiembre al 29 de Octubre. Galería 1.
 - 6.- Exposición fotografía de Fernando Varela. Del 1 al 18 de Octubre. Galería 2 y 3.
- CINE CLUB ENAP.** Todos los viernes a las 12:00 hrs y 18:00 hrs.
- Próximamente se publicará una monografía póstuma de "Carlos Olachea", por su brillante trayectoria como maestro y productor plástico de alta calidad.
- Con prólogo de Arturo Fuentes, esta es coedición del gobierno de Baja California Sur y el

departamento de publicaciones de la ENAP. Este lo podrás adquirir en la ENAP.



INTERCulturalAMBIO

- Cerámica taller de Fany Morel. Del 6 al 20 de Septiembre. FES Cuautitlan. "Cajas" Taller 474 de pintura del maestro Javier Anzures. Inauguración 11 de Septiembre a las 7:30 pm. En la Esmeralda. Obra teatral "La loca de la casa" con la participación de Juana Inés Irujo, Adriana Suari, María Susana González. El 20 al 27 de Septiembre. Inauguración a las 19:00 hrs. En radio educación.
- Diseño Desarrollo para América Latina Congreso Internacional de Diseño ALADI Expo ALADI MEXICO 91 Ciudad de México 91 Hotel Camino Real. Del 12 al 15 de Noviembre 1991. Informes y ventas: 5 16 95 00 5 15 74 30 5 15 46 35
- Olimpiada cultural Barcelona 92. Premio internacional de Artes Plásticas "JUAN MIRO" Pueden participar obras

realizadas o exhibidas durante el periodo comprendido del 8 de octubre de 1988 al 31 de marzo de 1992. Informes cubículo sección amarilla.

- Beca a Canadá para estudios de posgrado. Dirigido a egresados en el campo de la Ciencia, Tecnología, Artes y Humanidades.

Lugar provincia de Quebec
Requisitos:

- *Título profesional
- *constancia de aceptación de la institución educativa canadiense
- *Examen toefel IFAL o CELE.
- *Fecha límite 24 de octubre de 1991.

CONECTATE

El uso de la computadora abarca muchas áreas como el arte. Uno de los pintores mexicanos de caballete, más preocupado por la difusión del arte por medios electrónicos es Zalathiel Vargas, quien hasta hace unos años radicaba en París y a quien su interés por proponer nuevas alternativas de creación que el que enriqueciera su obra le llevó al arte por computadora, todo esto aunado además a que en sus presentaciones, siempre trata de exponer nuevas propuestas. Cabe destacar que Zalathiel Vargas trabaja en la ENAP, en la investigación y docencia, donde actualmente realiza un proyecto para incluir el diseño y arte por computadora en los próximos planes de estudio.

Este artículo fue proporcionado por el alumno Jorge Moreno de la carrera de c.g. del grupo 8808.

OTRA FORMA DE CAPTURA DE IMAGENES.

Los scanner son una forma practica de transferir a la computadora imágenes originales de papel, pero si las imágenes originales no están en el papel, es decir vienen en una diapositiva, la solución pasa por obtener una fotografía convencional para introducirla en

el scanner, pero esto no siempre es fácil o posible. Existen métodos alternativos a ellos para procesar imágenes del

mundo real. Los scanner de diapositivas, por ejemplo, son especializados en la lectura de diapositivas y transparencias, que normalmente no podría leer una scanner normal. Estos son capaces de alcanzar resoluciones muy altas dado que normalmente los originales tienen un tamaño muy pequeño. Existen también cámaras de digitalización de imágenes que pueden convertir en bitmaps la imagen que procede de una señal de video. Estos sistemas son útiles en estudios de video y publicidad para diseñadores e incluso en la industria, por ejemplo, para el control visual automatizado de una cadena de producción. En ambos casos, la captura de imágenes se realiza por sistemas análogos a los de las scanner de sobre mesa y el procesamiento de las imágenes para su tratamiento informático sigue el mismo curso.

Artículo proporcionado por Marueugenia Saldaña de d.g.

ORIGINALIDAD.

"A los que buscan originalidad habría que decirles que buscarla es una manera poco sutil de lograrla ya que para conseguirla les bastaría con ser ellos mismos".

Esta líneas fueron escritas por Enrique Vila Matas.

MUSEA.

A Callope se le ha caído el estilete al suelo porque la casa de Cifso se sumergió en el Caspio. El mundo es un esclavo enfermo, inútil gime por negar que Mnemosyne fue decapitada Ayer Euterpe sopló su doble flauta.

Terpsicore bailaba la noche tropicana.

Mientras tanto

Melpómene

vieja, desdentada

-su llanto huele a rancio-
arrastra los pies en la aburrida Arcadia y tiene en la oreja rústicas vellosidades.

Urania es fea y áspera su esfera y su compás divagan entre gases letalísimos

¿Qué río, qué se carcajea Thalia?

Anda cínica la cósmica, olfateando el elixir de máscaras perversiones.

Ya agotó el Kama Sutra en una noche fabricente Erato,

y Polymnia, lírica insobornable,

cambió los peplos por los pelos.

Por Elsa Torres Garza. 

EMPLEANDO TE

SOLICITUD DE EMPLEOS PARA DISEÑO Y COMUNICACION GRAFICO.

Compañía editorial lider solicita dibujantes, que manejen figura humana tipo caricatura con escenografía realista (no estilo comic), interesados favor de concertar cita al tel. 576-90-44, extensiones 180 y 181, con la Sra. Carmen García.

Diseñador gráfico jr. con experiencia en tipografía en equipos Macintosh y conocimientos en Quark Xpress y Page Maker. Citas: 5 50 31 95. Lunes a viernes, Sr. Espinoza.

Solicito estudiante de diseño o dibujo zona Naulcalpan. TEL. 3 59 56 55. facilidades. Importante empresa lider en su ramo solicita: dibujantes publicitarios
-Experiencia mínimas dos años en artes gráficas,
-Experiencia en dibujo de letras para nuncios publicitarios
-Experiencia en paste-up.
Horario de 8:30 a 6:00 pm de lunes a viernes. Interesados presentarse en poniente 134, #510 . Col. Industrial Vallejo de 8:30 a 6 p.m.

Solicito serigrafista con experiencia en papelería, tiempo completo, prestaciones de ley, antillas 607 Col. Portales.

servicio social externos:

1.-Escuela Nacional de Antropología e Historia. Programa: Diseño editorial apoyo en la elaboración de la revista E.N.A.H., carpeta de trabajo, C.G. o D.G. Presentarse en el depto de publicaciones con Juan Antonio Perujo. Dos prestadores. Beca \$150,000 mensuales.

2.-Apoyo permanente a Banamex solicita tres prestadores de D.G., interesados presentarse en Barranca del muerto #209, San José Insurgentes, con la Lic. Gloria Hernandez, Tel. 5 63 98 55. apoyo económico.

3.-Apoyo gráfico a la Presidencia de la Republica solicita prestadores en Diseño y Comunicación Gráfica. Entrevistarse con la Srita. María Soledad Ortiz Ponce en la coordinación de apoyo gráfico en la avenida Constituyentes No. 750 tel. 271 76 00. Apoyo económico.

4.-Programa de apoyo gráfico de la Procuraduría Social del D.F. solicita cinco prestadores. Interesados presentarse con el LIC: Falvio Ruvalcaba Márquez en Colima 161 Col. Roma. Tel. 2 08 40 10 ext. 230.

5.-Imagen corporativa y aplicación de todos los medios de desarrollo del ILCE. (Instituto Latinoamericano de Comunicación Educativa) solicita D.G. interesados acudir con el Lic. Jaime Humberto Fortis Sánchez en calle del puente 45 Col. Ejidos de Huipulco.

6.-Programa de "Adiestramiento y ejecución de Ilustración para servicio del Hospital General de México". S.S. solicita prestador para su departamento de dibujo Médico, interesados acudir a Dr. Balmis 148 Col Doctores con SR. Jotge Pérez Vela Muñoz Tel. 588 01 00 ext. 165.

PROGRAMAS INTERNOS:

COMUNICACIÓN Y DISEÑO GRAFICO:

1.- Programas rurales: Los Cedros II, San Sebastián II, Raudales, Malpasos I, San Francisco I. Interesados presentarse con Lic. Juan Carlos Avila Carizal en el programa de Servicio Social Multidisciplinario entre las facultades de Ingeniería y arquitectura de lunes a viernes de 10 a 14 hrs. Beca de \$ 500,000 mensuales. + |

- **2.**-Apoyo al taller de serigrafía del P.S.S.M., interesados presentarse en las oficinas del mismo con la Lic. Guillermina Basurto de lunes a viernes de 10 a 14 hrs. y de 17 a 20 hrs. Beca \$125,000 mensuales.

3.-Comisión audiovisual de la ENAP, solicita prestadores para producir material audiovisual, interesados dirigirse al Profesor. Abel Sánchez Castillo, Secretaria academica. Beca \$125,000 mensuales.

4.-Coordinación de Difusión cultural solicita dos prestadores de servicio social para su departamento de diseño. Diseño y elaboración de originales mecánicos, manejo de cálculo tipográfico, supervisión de impresos, cuatro horas diarias apoyo económico \$ 125,000 mensuales, interesados presentarse con Miguel Angel Diaz Ruiz, en el edificio "d" primer piso zona administrativa, circuito exterior de C.U., frente al CONACYT de 9 a 15 hrs. Tel. 6 65 13 44. ext. 7242.

ARTES VISUALES

Mtro. Federico Silva Lombardo solicita 25 prestadores de servicio social de artes visuales para el "proyecto de integración plástica de la ENAP Zaragoza". Interesados acudir a academia 22 ENAP, depto. taller de arte urbano. Lunes, miércoles y viernes de 18 a 22 hrs., apoyo económico.

BAZAR


Vendo computadora AT con 1 mega, disco duro de 40 mb, 1 floppy de 5 1/4, monitor vga alta resolución, gabinete del cpu de lujo, programas instalados, mesa con agujeros para cableado y fundas, mouse, impresora de matriz con 5 tipos, seminueva a buen precio, súper completa para ti que quieres conocer este maravilloso mundo, lista para que trabajes diseño editorial o gráfico. Tel 5 25 25 20 (tardes y noches)

- ¿Te has puesto a pensar cuanto dinero desperdicias a la semana?, si esto te preocupa solucionaló e invierte en un buen libro con "CHARLY" que te brinda libros especializados en tu área a buen precio. Lunes, Miércoles, Jueves, Viernes de 10:00 a 14:00 hrs. NO TE ARREPENTIRA

Importante empresa editorial vende una encuademadora Harris de nueve estaciones, una máquina Solna #125, modelo 70, Una máquina Solna #124, una insoladora con cuadro de vacío, una lavadora de rodillos, una mesa de revelado de lámina. Interesados presentarse en Av. de la Granjas #131 Col. Jardín Azpeita Azacapotzalco (a dos cuadras de la golorieta camarones), de 10:00 a 14:00 y de 15 a 18 hrs. de lunes a viernes.

Vendo restridor de 90 X 1.50 de aglomerado con banco y lámpara. Informes 5 34 28 15.

Vendo cámara Canon AE-1 con flash, y lentiillas de acercamiento, buen estado. Informes con Javier García al tel. 6 35 60 80.

Remato máquina Niehle 59 X 915 dos colores frente blanco y vuelta, una Rollan un color 58 X 75 Alemana Chieff 20 38 X 52 American Type, una Spress Sauger 61 X 75 un color. Viaducto río piedad 353 telefono 6 50 27 18. 

PRECIOS DE REMATE

COMPUTADOR AT 80286

MONOPROCESADOR AT 80286 16
1024 K RAM EXPANDIBLE A 8 M B
DRIVE DE 1.2 M.B. DE 5 25"
MONITOR SUPER VGA COLOR 14"
DISCO DURO DE 40 M.B. INTELIGENTE
CÁBINETE TIPO TORRE
TECLADO DE 101 TECLAS

REMATAMOS \$ 3'499,000. MAS IVA.

OFICERINYO EQUIPO DE OFICINA S.A. DE C.V.

PRESIDENTES # 60

CDJA PORTALES

532 24 83 672.36.55 539.60.69



GARANTIA ANUAL
POR ESCRITO

COMPUTADOR SX 80386

MONOPROCESADOR SX 80386 16
1024 K RAM EXPANDIBLE A 8 M B
DRIVE DE 1.2 M.B. DE 5 25"
MONITOR SUPER VGA COLOR 14"
DISCO DURO DE 40 M.B. INTELIGENTE
CÁBINETE TIPO TORRE
TECLADO DE 101 TECLAS

REMATAMOS \$ 4'199,000. MAS IVA.

OPCIONES ADICIONALES

IMPRESORAS, REGULADORES

MOUSE, SCANNER ETC

DE VENTA EN PUESTOS DE PERIODICOS

Despegue

- Infiltración e ingreso a la sala.
- El Pacto, concertación obligada
- Reforma agraria
- Latifundismo y libre empresa en tiempo
- Estado, tesis radicales a la clandestinidad
- "¿por qué no quiere el régimen el "despegue"?"
- Lucía Méndez en la Meherade

LIBRERIAS DE CRISTAL, SANBORN'S Y PRINCIPALES LIBRERIAS.

DATE TU TIEMPO EN FOTOGRAFIA

INSCRIPCIONES ABIERTAS

INICIAMOS DEL 21 AL 25 DE ENERO

EL ATENE MEXICANO DE FOTOGRAFIA ES TU OPCION *HOY*

Cursos Básicos Intermedios y Avanzados

Para mayores informes diríjase a:
Av. Juárez No. 56 1er. Piso
(Frente a la Alameda) Centro, México D.F.
Tels. 510-00-14 y 510-87-84

Estudios que no requieren de valores iniciales
Registra S.C.F. sin trámite

Con la presentación de este anuncio recibirás un 5 % de descuento.

ENAUROS



HOJA SUELTA



» ORGANO INFORMATIVO DEL
DEPARTAMENTO DE DIFUSION CULTURAL
DE LA ESCUELA NACIONAL DE ARTES
PLASTICAS. México, D.F. Xochimilco
Av. Constitución # 600.

» DIRECTOR DE ORGANIZACION:
Profra. Margarita Ruiz Reyes.

» DIRECTOR DE PRODUCCION:
Profr. Mauricio Rivera.

» DISEÑO GRAFICO Y FOTOGRAFIA:
Daniel Leija Alva
Oscar Mario Herrera Lang.

» La responsabilidad de los artículos
publicados en Hoja Suelta recae, de manera
exclusiva en sus autores, y su contenido no
reflejan necesariamente el criterio de la
institución; no se devolverán originales no
solicitados, ni se entablará correspondencia al
respecto.

» UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE
MEXICO.

» *DR. JOSE SARUKHAN.
RECTOR.

» DR. SALVADOR MALO ALVAREZ.
SECRETARIO GENERAL.

» MTRO. MARIO MELGAR ADALID.
SECRETARIO ADMINISTRATIVO.

» DR. ROBERTO CASTAÑON ROMO.
SECRETARIO DE SERVICIOS ACADEMICOS.

» LIC. DAVID PANTOJA MORAN.
SECRETARIO AUXILIAR.

» LIC. LEONCIO LARA SAENZ.
ABOGADO GENERAL.

»

» ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLASTICAS.

» MTRO. JOSE DE SANTIAGO SILVA.
DIRECTOR.

» PROFR. BENJAMIN SANCHEZ CORREA
SECRETARIO GENERAL.

» MTRA. MA. ELENA MARTINEZ DURAN.
SECRETARIA ACADEMICA.

» LIC. MARTHA PATRICIA CASTRO
SECRETARIA ADMINISTRATIVA.

» PROFRA. MARGARITA RUIZ REYES
JEFE DEL DEPTO. DE DIFUSION CULTURAL.

» PROFR. EDUARDO SOTO RUBIO.
COORDINADOR DE LA CARRERA DE C.G.

CONCLUSIONES:

El crecimiento de la información originó, la necesidad de agilizar y adoptar nuevas formas, naciendo las publicaciones periódicas sistematizadas como son:

- Gacetas.
- Periódicos.
- Revistas.
- Plegables.
- Boletines.

Es por ello que el progreso de México y el mundo no se detiene y ante él no podemos continuar indiferentes. Hay que capacitarnos y elevar nuestro nivel profesional orientando nuestra mentalidad hacia los infinitos beneficios que ofrecen los sistemas automatizados por computadora. Sabemos que no es una tarea sencilla, pero cuanto más nos tardemos más nos costará la integración.

El boletín se remonta al siglo pasado, en el cual no era muy utilizado y sus características de diseño eran diferentes. Paralelamente a la evolución tecnológica también fue desarrollándose y su uso se fue convirtiendo en necesario, ya que sus características de manejar información breve, clara, actual y la utilización de la tecnología permitieron la creación de diseños más acordes con la agitada vida de las empresas e instituciones. Estos factores hicieron de este medio informativo un elemento accesible, que permite tener comunicada a un número razonable de personas sobre la problemática y opiniones que se dan dentro de la comunidad a la cual va dirigido. Además de que su proceso de producción es accesible y rápido.

Al cuestionarnos sobre la naturaleza de la educación superior que esta recibiendo la comunidad estudiantil de nuestro país, nos percatamos de que existen diferencias marcadas en los planes de estudio vigentes en universidades públicas y privadas. Podemos destacar que los programas que manejan algunas universidades son acordes a las necesidades que exige nuestra sociedad. Desafortunadamente otras, como la ENAH, requieren de una adecuación a la realidad que exige nuestro país. Por otra parte detectamos la importancia de un órgano informativo que vincule al estudiante a su entorno académico profesional, como pudimos palpar en otras universidades tanto públicas como privadas.

Respecto a la incursión en el mercado de trabajo de los diseñadores gráficos egresados de la ENAP, parece cada vez más difícil al conocer cifras que nos indiquen la gran problemática de su desarrollo profesional; ya que la existencia de aproximadamente 30 instituciones en la república mexicana que imparten estas mismas disciplinas de diseño y comunicación gráfica y los cambios por los que está atravesando la UNAM, crean un ambiente de incertidumbre en los futuros egresados de la ENAP. Pero la realidad no es tan fatalista, ya que todas estas situaciones que se están dando indican que el profesionista en diseño y comunicación gráfica se está convirtiendo en un vínculo importante entre la sociedad y el mundo artificial que lo circunda.

Por ello a los egresados de estas carreras y en especial a los de la ENAP se les exige que tomen conciencia de las carencias que como profesionistas padecen y busquen los mecanismos necesarios para superarse, y al ingresar al competitivo mercado de trabajo puedan desempeñarse de manera eficaz aplicando los conocimientos que la sociedad les exija. Este proyecto busca ser uno de esos mecanismos que lo orientarán acerca de la problemática de su escuela, de los avances tecnológicos, de las experiencias de profesores y egresados destacados, de eventos culturales que le ayudarán a ampliar su intelecto, así como de la facilidad para ingresar al mercado competitivo de una manera más directa, mediante la solicitud que realizarán diferentes asociaciones especializadas en el diseño y la comunicación gráfica.

Por lo que podemos concluir que con la coordinada colaboración tanto de autoridades como de estudiantes y profesores se puede hacer realidad un proyecto que nos beneficiaría a todos.

Al realizar un estudio de las necesidades y forma de producción de un boletín informativo en la ENAP obtuvimos resultados que brindarían apoyo tanto a miembros de la comunidad de la ENAP así como a futuros profesionistas. La contribución de este medio informativo a la vida diaria de la comunidad de la ENAP será de gran ayuda, puesto que los objetivos y características del boletín, así como de sus secciones, fueron obtenidas con base en opiniones expresadas por los propios estudiantes, así como las diferentes áreas que conforman la ENAP (Servicios escolares, depto. de difusión cultural, departamento servicio social, biblioteca), acerca de la necesidad de un vínculo entre autoridades, profesores, egresados y estudiantes, así como de eventos culturales, recreativos, ofertas de empleo y anuncios clasificados. El boletín propuesto será el medio idóneo para conjuntar lo antes mencionado.

Respecto al funcionamiento del boletín dentro de la ENAP podemos concluir que el estudio que presentamos permite que este proyecto se lleve a cabo sin afectar el organigrama institucional de la ENAP. Asimismo, beneficia a toda la institución que requiere de un órgano informativo interno para un mejor desarrollo en conjunto.

Otro aspecto importante que aportará este proyecto, es la participación directa que tendrán los estudiantes en primera instancia al realizar su servicio social en esta publicación, la cual será elaborada de manera profesional. Ello ampliará sus conocimientos acerca del diseño editorial, de administración, de técnicas de reproducción, en fin, de todo el proceso de producción y posteriormente les dará la oportunidad de brindar estos conocimientos a la institución que los formó (UNAM). De esta manera los enriquecerá, gracias al conocimiento de herramientas necesarias para su desarrollo como profesionistas.

La composición gráfica que se llevará a cabo en el boletín estará basada en las relaciones de influencia y conformidad que se originan entre texto e imagen, permitiendo una rápida comprensión del mensaje y una percepción visual que asegure una impresión fuerte y segura en la memoria

Es así como podemos concluir que los objetivos que se plantearon se cumplieron satisfactoriamente, por el hecho de que la problemática existe y es una necesidad que requiere ser cubierta para beneficio de la comunidad de la ENAP.

Este es sólo un aspecto de la complejidad académica a la que hay que enfrentar y buscar soluciones que beneficien a los futuros profesionistas que egresen de esta institución académica.

Finalmente, este proyecto de investigación ha enriquecido nuestra experiencia personal, dejando una grata satisfacción al adentrarnos al conocimiento de un tema tan necesario que creemos ayudará a la institución académica que nos formó.

GLOSARIO DE TERMINOS.

Alfabeto.-Vocablo derivado de Alfa y Beta, las dos primeras letras griegas, y que significa abecedario; es decir, serie de letras de un idioma.

Altas.-Letras mayúsculas.

Anteportada.-Primera página de un libro, en el caso de que no lleve páginas de cortesía, que procede a la portada. Suele constar solo de título, nombre y el número de la colección de que forma parte, etc. Llamase también portadilla, anteportada y falsa portada.

Apéndice.-Parte del libro, texto que se une, añade o agrega al final de otro principal del cual depende; el apéndice continua el desarrollo de la obra y su autor es el mismo.

Arábigos.-Ornamentaciones de estilo árabe o mudéjar, formadas al entrecruzarse líneas.

Armonía.-La agradable combinación o consonancia entre las formas y estilos de las cosas.

Artes Gráficas.-Nombre general que abarca las diversas especialidades y procedimientos que intervienen en la realización de los impresos.

Artículo.-Una de las partes en que suelen dividirse los escritos.

Bajas.-Letras minúsculas.

Blanco.-Zonas del papel no impresas: márgenes, separación entre letras, palabras o líneas, espacios interiores de letras o signos, espacio de contorno de las ilustraciones, etc

Cabeza.-Parte superior de una hoja, página, molde, etc...

Caja.-Espacio rectangular que ocupa en la página de papel el bloque impreso.

Calado.-Atravesar la tinta de un texto impreso.

Caracteres.-Palabra usada en tipografía para designar letras y signos de puntuación.

Columna.-Cada una de las partes en que suele dividirse la página en sentido vertical.

Compaginación.-Consiste en reunir armónicamente todos los elementos que deben integrarlo: texto, ilustraciones, blancos, Titulares, etc, haciendo páginas exactamente iguales en sus medidas.

Componer.Combinar a mano o mecánicamente caracteres, matrices, espacios y otros elementos produciendo textos para imprimir.

Contraste.-Oposición, contraposición o diferencia notable que existe entre personas o cosas.

Copyright. - (voz inglesa). Formula internacional con la que se indica que queda hecha la reserva de los derechos de autor.

Cornisa.-En algunos países hispanoamericanos, cabeza y folio explicativo.

Corte.-Arte y acción de cortar las diferentes piezas que requieren la hechura de un vestido, de un calzado u otras cosas.

Cromático.-Dícese del cristal o del instrumento óptico que hace a los objetos y irisados.

Cubierta.-Lo que se pone encima de una cosa para taparla o resguardarla.

Diagramación.- Realizar un boceto o proyecto de un libro o de un impreso cualquiera, esquemático o detallado.

Digitalizar.- Transformar una imagen análoga en digital con el fin de poder reconstruirla y modificarla electrotécnicamente con un ordenador.

Dinámica.-Parte de la mecánica que trata de las leyes del movimiento en relación con las fuerzas que la producen.

Disco Duro.-Es el que esta dentro de la computadora.Un disco duro puede guardar mucha mas información que un disco flexible y la computadora puede obtener información de él mas rápidamente.

Doumy:Croquis más o menos realizado de forma elemental y todavía sin refinar.

Edición.-Impresión de una obra para su publicación.

Editorial.-Artículo de fondo no firmado.

Egipticia.-Estilo de carácter gráfico, cuyas características son: esta uniforme en su densidad, remate rectangular que no suele tener tampoco diferencia sensible en cuanto su espesor.

Elemento.-Fundamento móvil o parte integral de una cosa.

Emisor.-Es el que emite.

Equilibrio.- Forma parte de las tensiones o recursos que hacen posible la composición y que permite conseguir la unidad y el ritmo, resultados finales, que se pretenden en la obra.

Estético.-Ciencia que trata de la belleza de la teoría fundamental filosófica del arte.

Estilógrafo.-Pluma cuyo mango hueco va lleno de tinta, la cual al escribir baja automáticamente a los puntos en la cantidad necesaria.

Telefax.-Dispositivo que permite enviar reproducciones fáciles de textos a través de la reproducción telefónica.

Folio.-Numeración que va a la cabeza de cada página.

Folleto.-Obra impresa de poca extensión. Suele ser de carácter informativo.

Forma.-figura exterior de la materia. Aptitud, moda y disposición de hacer una cosa.

Fonogramas.-Sonido representado por una o más letras. Cada una de las letras del alfabeto.

Formato.-Medida del libro según el alto y el ancho de sus páginas contando los márgenes.

Fotocomposición.-Es una forma de composición tipográfica que se produce fotográficamente sobre película o bromuro. Tiene calidad suficiente para ser reproducida directamente y extremadamente exacta.

ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA

Fotomecánica.-Empresa o taller en el que se producen planchas para impresión mediante una técnica de fotograbado.

Gaceta.-Periódico dedicado algún ramo especial de literatura.

Glosario.-Catálogo o vocabulario de palabras, con definición o explicación de cada una de ellas.

Gótica.-Letra de forma rectilínea y angulosa que se emplea todavía en Alemania.

Grabado.-Estampa que se produce por medio de la impresión de laminas grabadas.

Hardware.-El equipo que constituye un sistema de computación.No confundir con programas o Software.

Ideograma.-Signo que expresa una idea, haciendo abstracción del signo con que la misma se expresa en una u otra lengua.Reproduce la lengua pensada, no la hablada.

Ilustración.-Término usado para describir una imagen dibujada,por oposición a una imagen fotografiada.

Imagen.-Te visual para una ilustración, diseño o fotografía.

Imprenta.-Local o taller donde se imprime. Máquina que se utiliza para imprimir.

Impresión.-Efecto producido sobre los órganos sensoriales por una excitación venida del exterior.

Impulso.-Disposición innata a actuar sin intervención consiente de la voluntad.

Índice.-Lista ordenada de libros, capítulos o cosas notables.

Interlinea.-Espacio, medido en puntos, existente entre dos líneas de texto.

Jeroglíficos.-Aplicace a la escritura en la que no se representa las palabras con signos fonéticos sino el significado de las palabras con figuras o símbolos.

Justificado.-Término utilizado para describir el texto cuyas líneas se han espaciado y compuesto de forma que quede alineadas por ambos extremos.

Letra.-Cada uno de los signos con que se representan los sonidos de un idioma.

Leyenda.-Epígrafe o pie explicativo de cuadros o mapas.

Libro.-Reunión de muchas hojas de papel,vitela,etc.,cocidas o encuadradas en un mismo volumen.

Línea.-Recorrido de un punto en movimiento.

Líntipo.-Máquina de componer, dotada de matrices de un teclado parecido al de máquina de escribir; de ella salen las líneas fundidas en una sola pieza.Fue inventada por Mergenthaler.

Logotipo.-Iniciales o palabras ordenadas según una sola unidad compositiva que sirven,generalmente,como firma o sello de una empresa.

Lomo.-Parte del libro opuesta al corte de las hojas.

Mancha.-Cualquier zona impresa en particular se dice mancha de la página que equivale a rectángulo del texto o caja

Maqueta.-Bosquejo reducido de una obra de escultura o de una pintura decorativa.

Margen.-Area en blanco, en los bordes de la página, que rodea el tema impreso.

Masa.-Uno de los tres elementos primarios o fundamentales de la composición, que se forma con la combinación de puntos o líneas, constituyéndose en elemento constructivo. Fondo no tramado que es llamado tinta plana y tope.

Montaje.- Ajuste o compaginación.

Negrilla.-Letra especial gruesa que se destaca de los tipos ordinarios, resaltando en el texto.

Negro.- Carácter o tipo de perfiles gruesos.

Ojo.-Grueso de los caracteres tipográficos.

Organigrama.-Gráfico de la estructura de una organización compleja que determina el lugar y la responsabilidad de cada servicio, pues en el mismo se representan todos los elementos que constituyen la organización, así como sus relaciones recíprocas.

Página.-Cada una de las dos planas de la hoja de un libro o cuaderno.

Palo Seco.-Carácter gráfico de asta siempre uniforme en su grosor y sin remates o adornos, de gran utilización en una época en sus diversas variedades.

Panfleto.- Publicaciones cortas en forma de opúsculo o librito de pocas páginas cuyo contenido es de carácter polémico, político y personal

Párrafo.-Cada una de las divisiones de un escrito señalada con letra mayúscula al principio del renglón y punto y aparte al final del fragmento de escritura. Signo ortográfico con que se denota cada una de esas divisiones.

P.C. .-Ordenadoras o computadoras que I.B.M. lanzó al mercado.

Pergamino.-Piel de la res, rápida, adobada y estrada, que sirve para diferentes usos.

Periódico.-Publicación diaria compuesta de un número variable de hojas impresas en las que se da cuenta de la actualidad informativa en todas sus facetas, a escala local, nacional e internacional.

Perspectiva.-Conjunto de objetos que desde un punto determinado se presentan a la vista del espectador. Aquella que por la de tamaños y la graduación de tonos representa el alejamiento de las figuras y objetos, conservando estos su aspecto de corporeidad en su ambiente.

Persuadir.-Inducir,mover,a obligar a alguien con razones a creer o a ser una cosa.

Pictografías.-Escritura ideográfica que consiste en dibujar toscamente los objetos que han de explicarse con palabras.

Pie.-Expresión de la oficina,lugar y año de la impresión,que suele ponerse al principio o al fin de los libros y otras publicaciones.

Pieca.-Filete corto de una sola raya que se emplea en finales de capítulos separación de títulos,etc.

Portada.-Primera plana de los libros impresos en que se pone el título de libro, el nombre del autor y el lugar y año de impresión.

Prefacio.-Prologo de un libro.

Preliminares.-Cada uno de los artículos generales que sirven de fundamento para un tratado.

Presupuesto.-Cómputo anticipado de gastos o ingresos,o de unos y otros,en cualquier negocio.

Programa.-Un conjunto de instrucciones,escritas en el lenguaje de computadora que le indican como realizar algunas tareas.

Proporción.-Dos magnitudes de igual especie que están relacionadas entre si de idéntico modo que lo están otras dos de la misma especie.

Punto.-Unidad de medida utilizada para describir tamaños de tipos y espaciados.Un punto pica equivale a 0,352 mm.Este sistema se usa principalmente, en los países anglosajones.El sistemas de puntos DIDOT es el mas utilizado en el resto del mundo.Estos sistemas no son intercambiables.

Punto de fuga.-O línea de fuga:es la horizontal que contiene todos los puntos de fuga,se le llama también línea de horizonte o perspectiva.

Realismo.-Doctrina filosófica según la cual las ideas generales y los géneros tienen existencia real.Descripción objetiva de los objetos,formas y figuras,percibidas con atención.

Recuadro.-Compartimiento o división en forma de cuadro, en un muro u otra superficie.

Redundancia.-Sobra o demasiada abundancia de cualquier cosa o en cualquier línea. Superfluidad de palabras.

Relieve.-Figura que resalta sobre el plano.

Retícula.-Hojas utilizadas en diseño para representar una página o área de diseño, en la que se han impreso todas las medidas relevantes: Tamaño de página, márgenes, marcas de corte, etc. Lo que permite al diseñador situar con precisión todos los componentes del diseño.

Retórica.-Arte de bien decir, de dar al lenguaje la eficacia necesaria para deleitar, persuadir o conmover.

Ritmo.-Sucesión y armonía de los valores visuales, dibujo, espacio, claro oscuro, color, dimensión, movimiento.

Romanas.-Se suelen llamar romanas a los tipos clásicos, de transición o modernos.

Sans Serif.-Terminó usado para describir las letras que no tienen pequeños rasgos terminados.

Serif.-Pequeños rasgos terminales de ciertas letras.

Sección.-Cada una de las partes en que se dividen un todo continuo o un conjunto de cosas.

Semántica.-Ciencia que se ocupa de las relaciones entre palabras y los objetos designados por ellas.

Símbolo.-Figura o divisa con que se representa un concepto, con alguna semejanza que el entendimiento persive entre ambos.

Simetría Bilateral Cruzada.-Simetría alternada que está formada por un ritmo de período simple de modo que las partes son simétricas a un solo eje imaginario. El eje bilateral puede ser horizontal, vertical o diagonal. Cuando el eje es diagonal recibe el nombre de cruzamiento o inversión.

Simetría Lineal.-Se da cuando un mismo elemento parece dispuesto en espacios sucesivos: Movimiento de traslación según la recta imaginaria.

Simetría Radial.-Es aquella en que las partes son simétricas respecto a un centro real o imaginario.

Software.-Los programas rutinas o instrucciones que le permiten a la computadora realizar tareas. Algunos ejemplos de software incluyen sistemas operativos, programas de procesamiento de palabras y hojas de cálculo.

Subjetivo.-Pertenece o relativo al sujeto.

Sumario.-Resumen, compendio.

Tensión.-Estado de un cuerpo sometido a fuerzas de tracción o compresión.

Tipo.-Término general usado para designar todos los variados estilos de letras existentes en tipografía.

Tipografía.-Arte, diseño general y aspecto del material impreso usando tipos.

Título.-Es el nombre o logotipo que aparece en la cubierta de una revista o periódico.

Tonos.-Matices variados de un mismo color.

UNESCO.-Siglas de United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. Institución dependiente de la ONU, fundada en 1946, con el fin de contribuir a la paz mediante el desarrollo de cultura y de ciencia.

Valor.-El grado de claridad u oscuridad de los colores. El blanco más claro y el negro más oscuro.

Vifleta.-Dibujo o estampita que se pone para adorno en el principio o en el fin de los libros y capítulos y en algunas ocasiones en los contornos de las planas.

Vitelas.-Piel de ternera curtida que se empleaba para la escritura y la impresión antiguamente y hoy en la encuadernación de libros sólidos y elegantes especialmente para encuademaciones de tapa blanda.

Volante.-Hoja de papel en la que se manda, recomienda, pide, pregunta o hace constar una cosa en términos precisos.

Volumen.-Corpulencia o bulto de una cosa. Cuerpo material de un libro encuadernado. Tomo.

FUENTES DE INFORMACION

BIBLIOGRAFIA.

*AVILA, Mendoza Rigoberto, *La crisis en la industria editorial mexicana*, México .D.F., UNAM,1984.

*BELTRAN, Felix, *Acerca del diseño* ,La Habana ,Ed.Cuadernos de la revista Unión,1975. 98 páginas.

*CHAVES, Norberto, *La imagen corporativa*, Barcelona, Ed. G.Gilli, 1988,188 páginas.

*EHEMER, Herman k.*Revistas Juveniles comerciales*, Barcelona, Ed.G.Gilli, 1977, Gilli, 428 páginas.

*GERMANI, Fabris, *Fundamentos del proyecto gráfico*, Barcelona, 1973, Ed. Don Bosco, 288 paginas.

*GERMANI, Fabris ,*Los blancos y los contragalismos en el impreso*, Barcelona Ed. Ediciones don Bosco, 1975, 24 páginas.

*HOLT, Marilyn, Birmele Ricardo,*Ventura manual de referencia* ,México.Ed. Mcgraw-Hill,1991,535 páginas.

*LEWIS, Jhon, *Principios básicos de la Tipografía*, México, Ed. Trillas,1974, 99 páginas.

*MADRID, Juan Antonio,*Cuadernos de diseño 4,"Comentarios sobre el diseño gráfico de 4 revistas Mexicanas del principio de siglo"*,México,D.F. U.I.A.1985.

*MARTINEZ, Lopez Luis Alberto ,*Proyecto de rediseño del boletín informativo, órgano oficial de la ENEP Acatlan*, México. ENAP-UNAM,1986,292 páginas.

*MULLER, Josef-Brockman, *Sistema de retículas*, Barcelona ,Ed. Gustavo Gilli,1982.

*SIERRA, Escalante Joaquín, *Uso de retículas En el Diseño Gráfico de revistas*, México, ENAP-UNAM, 1988, 75 páginas.

*SWANN, Alan, *Como diseñar retículas*, Barcelona, Ed.G. Gilli, 1990, 143 páginas.

*T. Turnbull Arthur, *Comunicación gráfica, diagramación, diseño, producción*, México, Ed. Trillas, 1986 429 páginas.

*RECENDIZ, González Jaime A., *El diseño gráfico aplicado a envases y empaques con fines didácticos demostrativos adecuados a la formación del comunicador y diseño gráfico*, México, ENAP-UNAM, 1989, 140 páginas.

*RIOS, Salay Jorge, *Relaciones Públicas*, México, D.F., Ed. Trillas, 1987, 130 páginas.

REVISTAS

* Compuedición, "APERITIVO, TODO EN UNO", D.F. Junio de 1990 página 3.

*Compuedición "ADQUIERA SU HARDWARE IDEAL PARA SUS NECESIDADES", México D.F., Septiembre 1990, página 3.

*De Publicidad y Comunicación, "LAS AGENCIAS PORTATILES" México D.F., Agosto-Septiembre 1989, página 7.

*Díaz Domínguez-Marin, "LA EDICION POR COMPUTADORA EN LA PRENSA NACIONAL," Compuedición, México, D.F., Julio de 1991, páginas 14 y 15.

OTROS

*BOLETIN DE LA COMPUTACION, Grupo IPSA, año 5, # 57, noviembre 1990.

*BOLETIN QUORUM, Quorum, año 1, # 4, agosto 1989.

*BOLETIN AMARAMA, Amarama, nueva epoca, # 15, enero-febrero 1990.

*BOLETIN OIKOS, Centro de ecología, # 11, septiembre-octubre.

*BOLETIN IMAGGEN, Universidad Simón Bolívar, año 3, # 16, marzo-abril 1991.

*BOLETIN INTERANAHUAC, Universidad Anahuac norte, #15, 22 a 26 de abril de 1991.

*BOLETIN INFORMATIVO, Universidad Autonoma Metropolitana, año 2, # 28, 7 a 12 de octubre de 1991.

*BOLETIN BIBLIOGRAFICO ENAP, ENAP, # 9, agosto 1991.

*PLAN DE ESTUDIO DE LA U.S.B. DE LA CARRERA DE DISEÑO GRAFICO.

*PLAN DE ESTUDIOS DE LA U.A.N. DE LA CARRERA DE DISEÑO GRAFICO.

*PLAN DE ESTUDIOS DE LA U.A.M. DE LA CARRERA DE DISEÑO DE LA COMUNICACION GRAFICA.

*PLAN DE ESTUDIOS DE LA ENAP-UNAM DE LA CARRERA DE COMUNICACION Y DISEÑO GRAFICO.