

Nº 6
251



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE
MEXICO

Escuela Nacional de Artes Plásticas

Proceso de rediseño de una revista aplicado a la
revista TIEMPO

Tesis para recibir el título de:
LIC. EN COMUNICACION GRAFICA

Presenta:
Ana María Magdalena Martínez Rodríguez

Director de Tesis:
Profr. Mauricio Rivera F.

Asesor:
Lic. Salvador Carreño G.



SECRETARIA
ACADEMICA
Escuela Nacional de
Artes Plásticas



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

Introducción	9
CAPITULO I	
A. Antecedentes	
1) Sinopsis histórica de la revista como medio de comunicación.	13
2) Crónica de la revista TIEMPO	15
CAPITULO II	
A. Marco Teórico	
1) El Editor	21
2) Los medios	24
3) El público	27
B. Marco Contextual	
1) Situación ideal	33
2) Situación real	34
3) Discrepancias	36
4) Alternativas	37
CAPITULO III	
A. Solución Gráfica	
1) Formato	41
2) Retícula o diagramación	43
3) Columnas	44
4) Medianiles	45
5) Margen espacial	46
6) Tipografía	48
7) Jerarquización de textos	55
8) Imágenes	63
10) Publicidad	64
11) Producción	65
12) Distribución	67
CAPITULO IV	
A. Validación	71
B. Conclusiones	75
BIBLIOGRAFIA	79

Debido a la transformación que se está originando en el mundo, México también se encuentra sumergido en una profunda innovación que abarca todos sus ámbitos, desde el económico, el social, el político, el empresarial, el laboral, el cultural y hasta el ecológico. Tenemos una sociedad mexicana con un proyecto bien definido y claro, que esta viviendo un cambio mundial; es una sociedad civil más participativa y crítica que cuenta con una generación de opiniones y pensamientos propios.

Por esa razón, en esta evolución constante de superación para enfrentarnos a un mercado cada vez más competitivo, el diseño gráfico no podría quedarse atrás, y es necesario hacer conciencia de una buena planeación y originalidad, de una mejor calidad y perspectiva del diseño para que podamos competir con cualquier medio impreso de comunicación ya que es una imagen que periódicamente se transmite a los lectores tanto del país como en el extranjero; de tal manera que mi principal preocupación es la realización de un diseño editorial enfocado a las revistas y especialmente a las de género político, que son el reflejo de una sociedad mexicana ansiosa por superarse, y de un gobierno que en todos los aspectos está cambiando para ser mejor.

Es importante enfocarnos a estos medios impresos en un género periodístico que cada vez tiene más auge, quizá por su dinamismo en algunos casos, o por la controversia de sus artículos; muchas revistas lo están llevando a cabo, pero no todas con una calidad satisfactoria que pueda rivalizar con otras de la misma especialidad, en una lucha comercial cada vez más disputada.

Mi afán, es que no únicamente la revista sea competitiva a un nivel nacional, sino que también lo sea internacionalmente, puesto que cualquier medio de comunicación, es el reflejo de un México veraz e inquieto, que se supera día con día.

Capítulo 1

A. Antecedentes

- 1) Sinopsis histórica de la revista como medio de comunicación**
- 2) Crónica de la revista TIEMPO**

1) Sinopsis histórica de la revista como medio de comunicación

Durante el siglo XIX, Europa vive cambios industriales que provocan desigualdad económica y social aunado a los avances tecnológicos y científicos que conducen al desarrollo de la sociedad europea, esta transformación ayuda al avance técnico en la imprenta para la reproducción en serie de las revistas, que en su inicio aparecen como periódicos políticos y literarios de pocas páginas, publicadas únicamente para la clase burguesa de esa época.

En su evolución, la revista se convierte en un medio de experimento gráfico, primeramente con la explotación de la ilustración y después con la aparición de la fotografía, llegando a convertirse en adversarios que hasta cierto punto toman características una de la otra. A pesar de los avances técnicos y periodísticos a principios del siglo XX, las revistas seguían siendo muy artesanales y parecidas a los libros, con la única diferencia de tener una portada más flexible y frágil.¹

La revista contemporánea se desarrolló paralelamente a una estética vanguardista después de la Primera Guerra Mundial, y para 1930 en Nueva York se crean las revistas de masas, con nuevos elementos gráficos y literarios que se combinan refinándolos para una comercialización más productiva.

Cuando se desata la Segunda Guerra Mundial las revistas adoptan un papel político y social informando de manera reaccionaria el conflicto mundial, dando noticias a manera de reflexión. Al finalizar ésta guerra y con los restos del Imperio Británico, la revista desaparece subjetivamente ya que estaba dominada por periódicos sensacionalistas de los años 1945 a 1966 aproximadamente.

La llamada "era dorada del diseño"² se desarrolló aproximadamente entre 1945 y 1968 en los Estados Unidos aplicando a las revistas el *collage* y fotomontaje,

1 William, Owen. Diseño de revistas, p.p. 14-19, 198-203.

2 Op. cit. p.p. 16,17

experimentando la combinación de yuxtaposición de la tipografía y las fotografías de la Bauhaus, que se utilizaron 16 años antes.

Los sesentas son una era de cambios en el contenido y diseño de las revistas rompiendo con el pasado, por lo que en Europa y Norteamérica en el año de 1966 las revistas tuvieron una transformación editorial completa visual y literariamente; se hacen más conservadoras, desapareciendo algunas publicaciones y adoptando otras una línea más creativa de los editores que se anteponen a las limitaciones del mercado y la publicidad.

A fines de los años setenta el diseño estadounidense se encontraba dominado por la tipografía y composición gráfica plana, las revistas carecían de espontaneidad y fuerza, igual que en Europa.

El crecimiento del diseño de revistas a partir de 1985 contribuye al aprendizaje de los 15 años anteriores, así el nuevo diseño de revistas de acuerdo al autor William Owen, afirma que se basa en cuatro condiciones: la primera, que gracias a las nuevas tecnologías los diseñadores se han liberado hasta cierto punto de las ataduras convencionales; la segunda, es la influencia de la televisión en el público consumidor; la tercera, el establecimiento de editoriales con un carácter general que no adopta la tradición en las publicaciones, y por último el mejoramiento y la firmeza de los diseñadores en el progreso editorial como comunicadores y creadores de ideas, floreciendo las revistas en lo pronosticable y no en el asombro.

El desarrollo de la revista siempre estará al corriente de un pasado trascendental que gracias a las nuevas técnicas computarizadas, los diseñadores tienen un control sin precedentes sobre la producción y el diseño, dominando una variedad y riqueza visual para el estímulo de los lectores.

2) *Crónica de la revista TIEMPO*

Atentos a los cambios políticos y sociales que el mundo y el pueblo mexicano sufrían debido a los estragos de la Segunda Guerra Mundial, un grupo de periodistas españoles, en compañía de Martín Luis Guzmán, crean el 31 de marzo de 1942 una revista a prueba, de dos tomos con 16 páginas cada uno, y debido a la aceptación que tuvieron, para el 25 de abril de ese mismo año, nace la revista TIEMPO.

En sus inicios pretende ser el espejo de la vida política material y espiritual del país, con una constante agilidad y modernidad en su pensamiento, con información seria y profunda que tiende a agudizar y despertar el interés del lector, procurando que los dibujos no llamarán más la atención que los propios artículos y con ello opacar el tema principal, por lo que Martín Luis Guzmán desarrolla un estilo periodístico, de forma literaria, que registra con minuciosidad el personaje y el asunto abordados, lo que impulsa a revisar las primeras pruebas de impresión de cada número y a introducir las correcciones que juzgaba pertinentes.

En TIEMPO, Martín Luis Guzmán edifica el liberalismo de origen juarista, de un profundo respeto por las respuestas maderistas y de una identificación total con las bases revolucionarias en México.

Fue una revista que nunca tuvo apoyo empresarial, salvo de gente muy ilustrada dentro de las empresas, era anticlerical, lo cual en aquel entonces repercutía mucho.

Por lo que se refiere a la estructura, se requería una publicación informativa general, donde el alma fuera el reporte nacional federal, abriendo paso también a las noticias internacionales y a la cultura, reflejando lo que estaba sucediendo en la sociedad de aquel momento.

El papel de la revista era no caer en la reacción, evitar el conservadurismo contrario a las innovaciones políticas, pero dándole cabida en cuanto a lo que sucedía, manteniendo una línea definida, la que han tratado de llevar sus editores con los

cambios que varían de acuerdo a la dinámica de la sociedad mexicana.

Definitivamente ha sido una revista de controversia a todo lo largo de su historia, ya que en los años 40 su lucha contra el antifascismo, y su posición frente al sinarquismo que trataba todavía de manipular a la política; así como en el 68 la postura que tomó ante los movimientos estudiantiles, causó de igual forma polémica, unida con la comisión de Martín Luis Guzmán al ser fundador y presidente de los libros gratuitos de texto.

En la actualidad el objetivo principal de la revista TIEMPO, es el de mantener informados a sus lectores de los acontecimientos políticos del país y del mundo, de los eventos sociales y ecológicos, de los avances científicos, de las contingencias culturales y de la economía de nuestro México; ofreciendo información confiable y honrada; permitiendo que la sociedad misma, pueda moldear su propia opinión de los hechos.

Motivados por una falta de interés del público y por su bajo volumen de ventas, fundamenta a solicitar la intervención de sus colaboradores en el mejoramiento de la publicación, pues se considera que no se integran los elementos gráficos que tiene, éstos en su mayoría son demasiados para el espacio editorial de sus páginas. El impacto visual que provoca la portada de la revista, quizá por su calidad de impresión, se demerita con la saturación interior de todos sus elementos, originando cierta indiferencia en sus páginas para la mayoría de sus lectores.

TIEMPO se ve en la necesidad de superarse cada vez más, tanto en su contenido periodístico como en su diseño editorial; por tal motivo, pretendo lograr un cambio a través de una metodología basada en el diseño instruccional, tomando como referencia un marco teórico que me sirva como punto de partida en la investigación que desarrollaré, y un marco contextual al establecer las circunstancias que rodean mi proyecto, en cuanto a su función laboral y administrativa.

También especificaré la situación real de TIEMPO y su posible propuesta de cambio en su edición, logrando que esta publicación semanal cumpla con la calidad y las exigencias del pueblo joven de México, llegando a ser competitiva con otras revistas del mismo género, tanto en el país como en el extranjero, justificando la razón de que en el México actual tenemos la inquietud de ser mejores y evolucionar acorde a las técnicas actuales y futuras del diseño.

Capítulo 2

A. Marco teórico

- 1) El editor**
- 2) Los medios**
- 3) El público**

B. Marco contextual

- 1) Situación ideal**
- 2) Situación real**
- 3) Discrepancias**
- 4) Alternativas**

1) El editor

Desde su nacimiento hasta nuestros días, la revista TIEMPO ha tenido cuatro editores encargados del manejo y funcionamiento de la publicación, cuidando que los textos respondan a los criterios filosóficos en los que se fundamenta la revista a lo largo de su aparición.

Su primer editor y dueño fue Martín Luis Guzmán, que desarrolló una larga y constante trayectoria durante 75 años de su vida periodística.

A los 14 años junto con su familia llega al puerto de Veracruz y funda un periódico quincenal llamado *La Juventud*. Para el año de 1908, publican sus primeros comentarios periodísticos en *El Universal*. Tras la muerte de Madero y Pino Suárez comienza la impresión del diario *El Honor Nacional*, en el cual reclama castigo para los traidores.

En 1917 dirige en Nueva York la revista *El Gráfico* publicación de habla hispana, y en el año de 1920, en la ciudad de México se hace cargo del periódico *El Herald*.

Subsecuentemente en 1922 crea el semanario *El Mundo* sin mayor trascendencia periodística.

Al partir a España, en los años de 1925 hasta 1934 colabora en *El Debate*, *El Sol de Madrid*, *Ahora y Luz* y *La Voz*, está última publicación es la que llega a distribuirse en México.

Posteriormente imprime sus artículos en *La Opinión* de los Angeles, California y dirige en San Antonio, Texas, *La Prensa*.

Al regresar de su exilio reanuda la colaboración en *El Universal* de 1936 a 1941. Participó en el *Ateneo de la Juventud* y es considerado gran novelista de los temas revolucionarios como *Muertes históricas*, donde habla de don Porfirio Díaz. En el año de 1928 publica *El águila y la serpiente*, obra de carácter autobiográfico y *La sombra del caudillo* en 1929. Estas últimas obras son las más importantes que literariamente muestran con claridad el origen, crecimiento y madurez de la novela revolucionaria.

Después, por cuestiones políticas escribe *Mina el mozo, Piratas y corsarios, Filadelfia, Paraíso de conspiradores, Memorias de Pancho Villa y Febrero de 1913*.

Con Martín Luis Guzmán, encontramos un anhelo y un logro en el estilo que determinan su visión del mundo y muestra en la lectura de sus libros, una perspectiva diferente de los hechos. Es considerado primero escritor y después testigo presencial de los acontecimientos que vivió durante la Revolución Mexicana.

En el año de 1976 Martín Luis Guzmán nieto, toma la dirección de la revista. Su propósito era mantener vivo el estilo de la publicación en un alto nivel periodístico, tomando inclinación por las doctrinas de su fundador variando algunos aspectos, adquiriendo un estilo exterior muy personal, más ágil y flexible, que tiene éxito por 9 años.

"Para 1985, Víctor García Solís toma las riendas de la revista llevándola casi a su desaparición por el enfoque oficial, lo que provoca la pérdida de ventas y acreditación ante el público".³

En marzo de 1989, Renward García Medrano se hace cargo del rumbo de la revista TIEMPO renovando sus aires críticos, tomando siempre como base el proyecto original, "ofrecer a los lectores información confiable y también ofrecerles una edición honrada del México y del mundo en el que vivimos, no hay muchas versiones honradas, la mayor parte de las versiones son sesgadas por intereses políticos o por intereses estrictamente financieros".⁴

Renward García Medrano estudió en la Escuela Nacional de Maestros, ahí fue director de un periódico estudiantil llamado

3 Entrevista realizada a Gilberto Guerrero, Jefe de Redacción. Oficinas de la revista TIEMPO, 1o. de Julio de 1992.

4 Entrevista realizada a Renward García Medrano, Director de TIEMPO, en las oficinas de la publicación, 16 de abril de 1992.

La Telera, donde conoce la tremenda influencia y poder de los medios de difusión. Ejerció su profesión durante 3 ó 4 años.

Empezó a escribir en *El Día*, posteriormente en *El Sol de México* bajo la dirección de Benjamín Wong. Fue uno de los miembros fundadores del periódico semanal *Punto*, *La Jornada* y del *Uno más Uno*.

Llega a ser Director General de Comunicación Social de una Secretaría de Estado, lo que hoy es la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial.

Estuvo trabajando en lo que antes fuera el Instituto Federal de Capacitación del Magisterio, como Jefe del Departamento de Orientación Popular y en la Secretaría de la Presidencia.

Dirigió una revista para difusión al extranjero llamada *Carta de México*, que se reproducía en inglés, francés y español con un tiraje de 150 mil ejemplares, su distribución era en las universidades, en los parlamentos y en los gobiernos de todo el mundo.

Asesoro la colección del gobierno mexicano como una crónica de la historia de las actividades presidenciales.

Creó un periódico en doble idioma dirigido a los chicanos llamado *Foméxico de México*, que hablaba de la historia y de la vida de este país.

Posteriormente queda al frente del Comité de Acción para el Desarrollo Económico Social de Centroamérica, durante un período de 4 años, al finalizar se va como asesor para el Secretario de Relaciones Exteriores, licenciado Bernardo Zepúlveda Amor. Y llegó a ser consejero del Secretario de Gobierno del Departamento del Distrito Federal.

En la actualidad es uno de los 5 miembros del Consejo Editorial de *El Nacional*, donde escribe una columna llamada al igual que su programa periodístico en la televisión *Fin de Siglo*, es comentarista de la estación Cultural del Instituto Mexicano de la Radio y Director de la revista TIEMPO.

2) Los medios

Conforme a la investigación realizada en las propias oficina de la revista TIEMPO, uno de sus colaboradores opina: "La revista no depende del gobierno, creo que es un órgano de la sociedad y del estado mexicano, la dependencia que tiene del gobierno es la dependencia que tiene en mayor parte las publicaciones, nosotros no somos una empresa paraestatal sino que tenemos una parte de nuestros ingresos porque vendemos publicidad a las Secretarías de Estado y a los organismos públicos, del mismo modo que lo hacen casi todas las publicaciones del país".⁵

Las circunstancias históricas de la revista, hicieron que se identificara con una parte del gobierno, "La relación del *Nacional* con TIEMPO es su línea editorial parecida y por la maquila, por su política editorial y por la afinidad, además de que el director actual de TIEMPO fue nombrado por el periódico *El Nacional*, éste es una empresa descentralizada que esta en vías de venta, lo cual no afectará a la revista".⁶

Los recursos humanos con los que cuenta la publicación en su mayoría son de planta; con 24 personas en el área de redacción, 16 en el sector administrativo y 4 personas por honorarios.

Se encuentran contratados como freelance o por obra determinada entre 10 a 15 personas, empleando a 1 ó 3 personas como cartonistas.

Sus colaboradores son periodistas de diarios como *El Día*, *Uno más Uno*, *La Jornada*, *El Financiero*, *El Nacional*, *El Universal* y *Novedades* entre otros, que fluctúan entre 15 y 20 personas.

Las corresponsalías en el extranjero son 5, distribuidas en Latinoamérica, Comunidades Europeas, Medio Oriente y Países Unificados. También cuenta con dos fotógrafos

⁵ ID. (4.)

⁶ ID. (3.)

profesionales y un voluntario del servicio social en periodismo. En lo que se refiere a los recursos materiales propios, cuenta con un equipo de cómputo que consta de 15 computadoras de 7 terminales; de éstas, 3 son para el diseño con los programas de Windows3, Page Maker4 y Coreldraw; las otras terminales se utilizan para la captura en planas del texto con el programa Word5. Las fuentes de alfabetos utilizadas son Times Roman de 10 a 12 puntos para texto normal, Helvética de 9 puntos para texto de opinión externa y en ocasiones emplean Avant Garde de 8.5 a 9 puntos.⁷

Cuentan con una impresora láser, un laboratorio fotográfico, un taller de formación, dos teléfonos con 6 líneas, un fax y un archivo. En la mayoría de los artículos se emplea el archivo fotográfico para ahorrar gastos de producción.

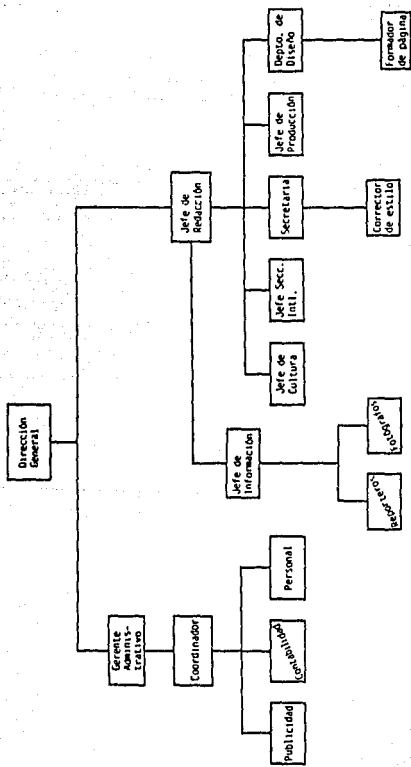
Los recursos materiales en el exterior son la utilización de un fotolito para los negativos; la impresión de las páginas interiores se lleva a cabo en los talleres de *El Nacional*; el tiraje de la portada y el engrapado se realiza en los talleres de *La Prensa*.

Ver figura 1

7 Son los nombres que se utilizan en el Departamento de Diseño de la revista TIEMPO. En el programa Page Maker a la fuente Helvética se le llama Sans; en Ventura se la llama Swiss y en Corel Draw se la llama Sans.

Figura 1

Organigrama de la revista TIEMPO



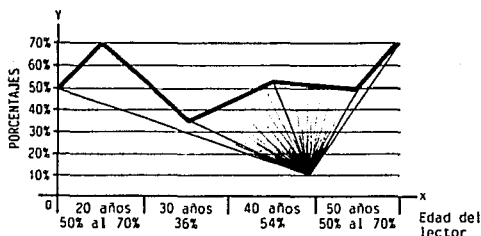
3) El público

La revista TIEMPO se esmera por brindar información política y cultural a un público especializado y en general, al ofrecer artículos a estudiantes, políticos, maestros y amas de casa, con el objetivo de tener el perfil de un público universitario en un 40% y profesionales de edad media entre los 20 a 35 años.

Por tal motivo, últimamente la revista ha publicado un tipo de cuestionario en sus ejemplares, pidiendo sugerencias a sus lectores de las secciones, de los artículos y de la información que prefieren, con el objetivo de conocer el tipo de lectores sin pagar una encuesta.

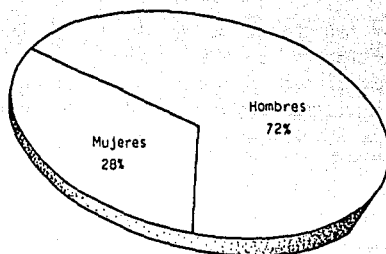
A continuación se mencionan los datos corroborados por el Director de la revista TIEMPO, Renward García Medrano para establecer el tipo de lector con el que cuenta la publicación. Y que sirven como punto de referencia para establecer el porqué del cambio en la imagen gráfica de la revista.

Gráfica 1

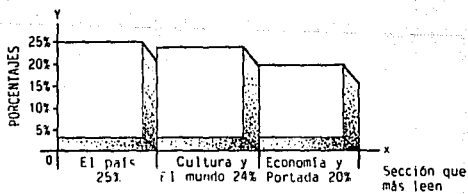


Gráfica 2

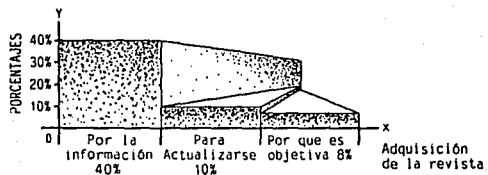
Sexo del lector



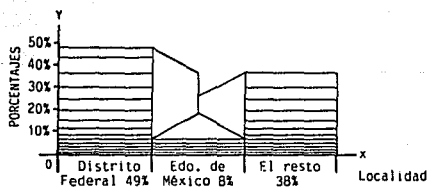
Gráfica 3



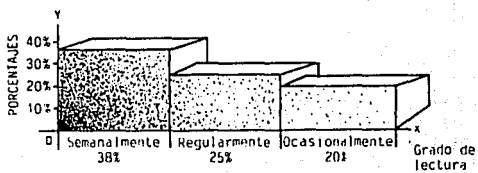
Gráfica 4



Gráfica 5

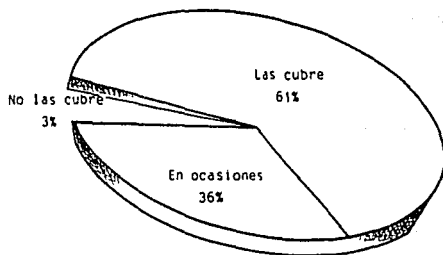


Gráfica 6

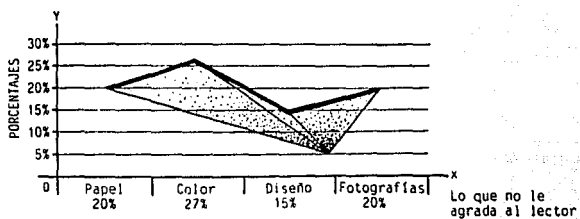


Gráfica 7

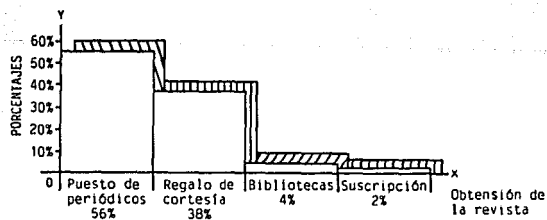
Necesidades
informativas
del lector



Gráfica 8

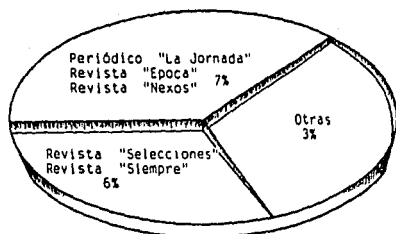


Gráfica 9

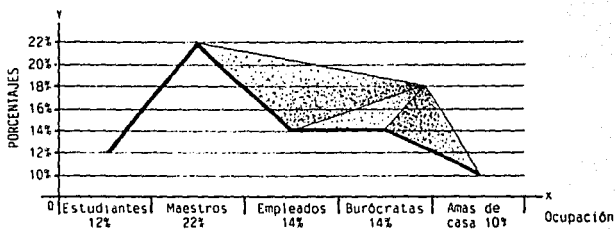


Gráfica 10

Publicaciones que
comparten a los
lectores de TIEMPO



Gráfica 11



1) Situación ideal

Puntualmente las juntas editoriales se llevarán a cabo en las oficinas de la revista TIEMPO, no se pospondrán para la siguiente semana; en dado caso se realizarán otro día específico.

Se pondrá mayor atención para que la Junta Editorial defina correctamente los artículos que irán en la publicación, y con ello evitar un cambio constante a última hora de los temas, logrando ahorrar tiempo para seleccionar adecuadamente las fotografías y las viñetas, cuidando siempre la calidad de contrastes y la relación que exista entre el tema a tratar y la imagen seleccionada.

Los reporteros cuidarán con mayor detalle las erratas de todos los artículos, y no únicamente la sección "El país", para que tenga mayor calidad la redacción.

La diseñadora tomará en cuenta la idea general de la portada que le de el Jefe de Redacción, y junto con la fotógrafa realizarán un esbozo de la idea fotográfica para que después se lleve a cabo la toma y no se pierda tiempo con una primera prueba. También la diseñadora se encargará de vigilar el manejo de las fotografías de archivo, de la formación de los originales y de la impresión de la revista.

Se cuidará que la publicación salga puntualmente en todos los puestos de periódicos y no en algunos expendios, por consiguiente su difusión será mayor y subirán las ventas.

2) Situación real

La producción de la revista TIEMPO tiene actualmente un tiraje semanal de 12 a 14 mil ejemplares distribuidos en toda la República Mexicana y en el Distrito Federal, así como de 2 mil ejemplares que se exportan a diferentes países de Latinoamérica, llegando a tener un costo de producción de 20 a 25 millones por impresión.

Su proceso editorial comienza con una junta semanal donde se comentan los tópicos a tratar para la semana siguiente; en esta junta bajo la coordinación del Director de TIEMPO, los jefes de cada departamento se ponen de acuerdo para la realización de los temas a tratar en cada sección de la revista; en ocasiones las juntas se suspenden hasta la semana siguiente sin especificar el día de reunión.

Una vez que la Junta Editorial ha cubierto los puntos a tratar, los reporteros y diseñadores reciben órdenes para comenzar a laborar. En los siguientes días el Jefe de Información recibe los artículos mecanografiados, donde cada uno de los reporteros es responsable de las erratas y solamente la sección "El país" se llega a revisar unas 15 veces por el reportero que redactó la nota, el Jefe de Información y el Jefe de Redacción.

Al mismo tiempo que los artículos se capturan, la diseñadora junto con el Jefe de Redacción, se ponen de acuerdo para la fotografía de la portada que será el tema principal, y al día siguiente con el auxilio de la fotógrafa elaboran una prueba de la portada que se le enseña al Director de TIEMPO para confirmar la idea; si se rechaza, se hace una segunda prueba la cual una vez terminada se manda a imprimir por proceso fotomecánico a los talleres de *La Prensa*, 3 días antes que el resto de la publicación.

Al aprobarse los artículos, se pasan al Departamento de Diseño para estructurarlos de acuerdo con la extensión de cada uno; ya recabada toda la información se cierra la edición, generalmente los martes por la mañana. Posteriormente se mandan al Departamento de Formación para armar los originales. Con frecuencia se llegan a sacrificar unos artículos

por otros de mayor importancia que son recabados a última hora.

Terminados los originales, son enviados a un fotolito, donde se tardan 1 ó 2 horas en su elaboración y de ahí los negativos se mandan a los talleres de *El Nacional* y se imprimen en rotativas de offset, en 2 ó 3 horas. Al término de su impresión se envían a los talleres de *La Prensa* donde la portada ya está lista y se engrapa junto con el interior de la revista.

Después de que han sido cortadas al tamaño requerido las revistas se empaquetan por montones de 50, cuando consta de pocas páginas o de 30 si es mayor su volumen.

Una vez que estan en la oficinas de TIEMPO se distribuyen a la Asociación de Voceadores de México, y el resto se exporta a Latinoamérica por correo aéreo. Así la publicación está a la venta todos los viernes.

3) *Discrepancias*

El presupuesto que tiene la casa editorial obliga a recurrir en la mayoría de los casos a las fotografías de archivo, las cuales en su totalidad llegan a carecer de la calidad básica de contraste, de los tonos de grises y del manejo de luces y sombras para una buena identificación de la imagen.

Las fotografías empleadas para la publicación no tienen un encuadre preciso; en múltiples ocasiones se escogen con un tema independiente del argumento a tratar en los artículos y en consecuencia, se origina una desintegración entre las fotos y el reportaje publicado. Lo mismo llega a pasar con la viñetas, que no siempre son las más acertadas.

La diagramación que se maneja en el diseño de la revista en ocasiones no se respeta porque los artículos son extensos o bien, por el tamaño de la fotografías.

La saturación de elementos gráficos y su mala colocación en el interior y la portada de la publicación, provoca desagrado y falta de interés del lector hacia la revista; en cuanto a los filetes, se utilizan arbitrariamente provocando el rompimiento de la secuencia en el texto y la confusión si el artículo es de un solo tema.

El folio es muy extenso y ópticamente provoca una línea sin completar. La colocación de las plecas es pesada y arbitraria al igual que los capitulares; además en el interior y la portada se emplean cabezas muy largas y monótonas, que tipográficamente son pesadas y sin variación alguna en cada ejemplar. Con respecto a su impresión, se originan serios problemas al no respetar los colores marcados, llegando a utilizar tintas parecidas que dan como resultado la variación del color en el tiraje de las revistas.

4) Alternativas

La calidad de las fotografías será la meta principal a cuidar, ya que refleja la personalidad de la publicación. Su empleo, requiere de una sensibilidad y valentía en el conocimiento de qué foto debe utilizarse para cada artículo, y la habilidad de transformarla si es necesario, cumpliendo con el carácter de identificar a la revista en su relación con el texto.

La diagramación se respetará para que la revista adquiera una estructura integrada, trabajando en conjunto el Departamento de Diseño y el de Formación, abriendo cada sección con los capitulares que se formarán de acuerdo con la retícula que se establezca.

El espacio en blanco entre los titulares y las columnas será muy importante al provocar el efecto óptico de una zona de descanso, y como un elemento estructural que proporciona una sensación más agradable al leer, evitando el rompimiento innecesario de los textos, siguiendo una lectura lógica y ordenada.

Los titulares de la portada y del interior de la revista serán cortos y dinámicos; con un cambio de familia tipográfica para dar una imagen nueva y moderna, por medio del empleo de la tarjeta Laser Master.⁸

El control de calidad en la impresión será la finalidad para obtener un mejor producto.

Dentro de estas posibles soluciones, el diseñador sacará el máximo provecho de los recursos disponibles, con la misión de comunicar y transmitir un mensaje visual al público.

⁸ Esta tarjeta Laser Master LS proporciona 120 familias tipográficas desde 4 puntos hasta 780, por incrementos de una décima de punto. La más económica es la tarjeta Laser Master LS Win Jet con 8 mbram de 800 x 800, originando una calidad en la impresión de la revista con un precio actual de 925 dólares.

Capítulo 3

A. Solución gráfica

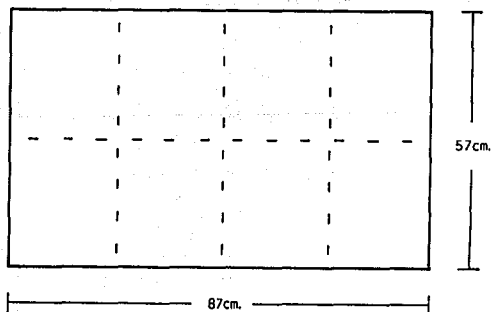
- 1) Formato**
- 2) Reticula o diagramación**
- 3) Columnas**
- 4) Medianiles**
- 5) Margen espacial**
- 6) Tipografía**
- 7) Jerarquización de textos**
- 8) Imágenes**
- 9) Publicidad**
- 10) Producción**
- 11) Distribución**

1) Formato

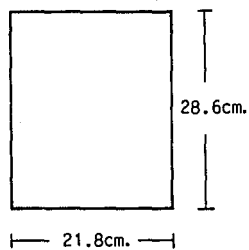
Este nuevo diseño de la revista TIEMPO tratará de tener un criterio más actual y dinámico, sin perder la identidad propia de la publicación. Su formato es la base de su presentación visual y de su manejo con el consumidor y los impresores. Para llevar a cabo este rediseño se tomó en cuenta el formato del papel para rotativa, que es el empleado actualmente y se siguió esta misma medida del pliego para ahorros de producción.

La medida de un pliego entero es de 87x57 cm, doblándose en octavos para obtener 8 hojas, con su equivalencia a 16 páginas midiendo cada una 28.6x21.8 cm, y al darle un refinamiento de 5 mm, por lado, medirá finalmente 27.6x21.3 cm.

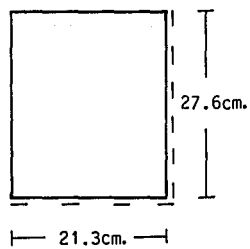
Pliego entero



Medida del doblez



Medida final



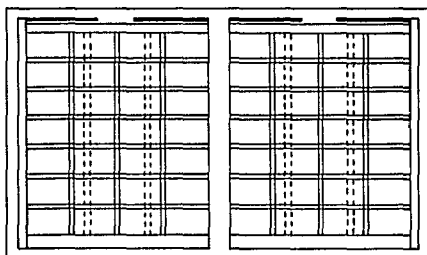
2) Retícula o diagramación

Actualmente la diagramación empleada en el diseño de la revista TIEMPO carece del manejo de alternativas nuevas, y aunado al uso inadecuado de la misma, provoca un diseño editorial monótono en sus artículos, por tal motivo la retícula propuesta servirá como base fundamental para ordenar con precisión y estructura los títulos, subtítulos, capitulares, viñetas, fotografías, textos, plecas y folio, permitiendo que el diseño adquiera un carácter claro y funcional.

Con la retícula o diagramación se subdivide el formato ya establecido en una red de campos que tendrán las mismas dimensiones para ordenar los elementos de la publicación tanto en su interior como en la portada, de acuerdo a los criterios y objetivos ejecutados para cada caso.

Esta diagramación se utilizará en escala de 1:100.⁹

Retícula propuesta



⁹ Actualmente las computadoras miden en centímetros, pulgadas y picas para una mejor precisión.

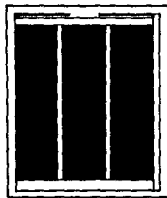
3) *Columns*

Las columnas facilitan la lectura del texto y son instrumento básico que se delimitan por los medianiles. En este proyecto se maneja una retícula con un juego de 2, 3 y 4 columnas.

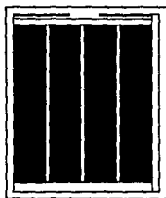
El ancho de las 3 columnas es de 5.7 cm., teniendo un total de 21 campos por página, ofreciendo un número idóneo de posibilidades en su variación de imágenes y colocación de texto.

La medida de las 4 columnas es de 4.2 cm. obteniendo 28 campos en cada página, y se ocuparán cuando el texto sea amplio.

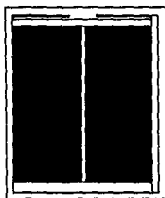
Por último, se manejarán 2 columnas tomando como base la retícula de 4 columnas, midiendo 8.9 cm. comprendiendo finalmente 14 campos en total por página; esta alternativa brindará menos variación en el texto, utilizándose lo menos posible. El ancho de las columnas influye en el puntaje del texto, entre más estrecha la columna más pequeña será la tipografía y el interlineado.



3 columnas



4 columnas



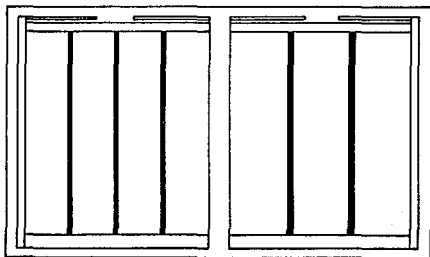
2 columnas

4) Medianiles

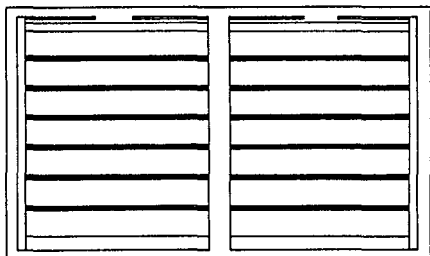
Los medianiles originan un espacio entre columnas agilizando la lectura al crear una división en la mancha tipográfica.

Los medianiles verticales miden 6mm. para la separación de 3 columnas y en la utilización de 2 y 4 columnas medirán 5mm. entre cada una; mientras que los medianiles horizontales tienen 5mm. de ancho, determinando los campos reticulares.

medianiles verticales



medianiles horizontales



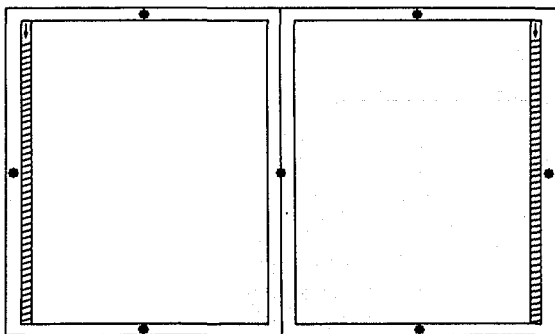
5) Margen espacial

El margen es el espacio que se encuentra en blanco y delimita al texto con la página. Es primordial para dar una limpieza en la impresión de los textos, teniendo un efecto de luz y realce.

Este margen abarca 1.2 cm. a los lados y en la parte superior; mientras que en la parte inferior y en el centro de la compaginación abarca 1 cm., para evitar cualquier amontonamiento.

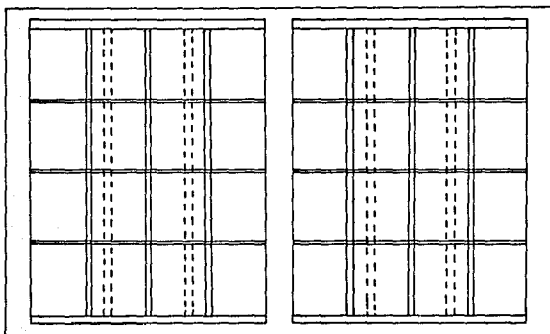
Dentro de este margen, se delimita un espacio en la diagramación que permitirá que las columnas puedan desfazarse sin romper el equilibrio, éste espacio se llamará tolerancia y servirá para el acomodo de viñetas, fotografías, gráficas o texto si el diseño editorial así lo requiere.

- Margen espacial

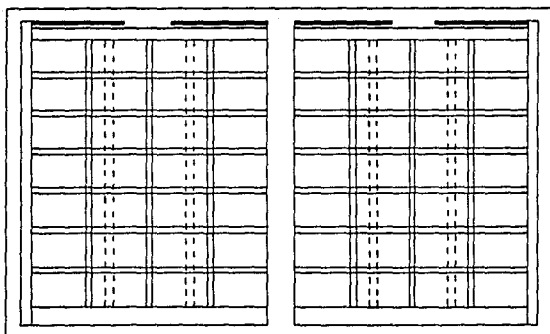


↓ Tolerancia

Diagramación anterior



Diagramación propuesta



6) Tipografía

Debido a que la revista no quiere perder esa imagen periodística clásica de antaño, pero sí darle un poco de modernidad, se buscó un alfabeto que reuniera estas características para el nombre de la publicación, clasificándose como opciones las familias Century, Baskerville y Caslon; eliminando además el primer alfabeto por carecer de la imagen que se busca, ya que es parecido a la actual familia que se utiliza en el nombre de la publicación.

Con el alfabeto Baskerville como segunda propuesta, se desechó por ser más extendida, abarcando un mayor espacio en el nombre de la revista, perdiéndose el bloque compacto que se busca, y además por la fineza de su trazo, ya que al manejarse en masa originaría problemas en cuanto a su impresión, porque la impresora de la editorial no tiene tal resolución.

En la tercera propuesta se originó una variante, utilizando la misma familia pero en Italic, quedando descartada porque salía de los cánones que marca la editorial, quedando así como propuesta final para el nombre de la publicación el alfabeto Caslon en su versión modern, que da otra imagen sin salir del estilo periodístico de la revista al seguir manejando ese trazo de gruesos y delgados que proporciona la familia Caslon.

En lo que se refiere a las cabezas y subcabezas del interior como en la portada, se manejarán las familias Garamond y Helvética, normal y condensed para dar también ese cambio en la evolución de la revista y originar un juego de familias y de trazos, descartando por completo a la familia Times new roman que actualmente emplean por la resolución de su trazo y la calidad de línea. En el empleo del texto, su tipografía será con el alfabeto Helvética para agilizar la lectura evitando el cansancio óptico del lector.

Alfabeto actual:

TIMES

TIEMPO

Propuestas:

1a. Familia CENTURY

TIEMPO

2a. Familia BASKERVILLE

TIEMPO

3a. Familia CASLON ITALIC

TIEMPO

4a. Familia CASLON versión MODERN

TIEMPO

Portada actual

TIEMPO

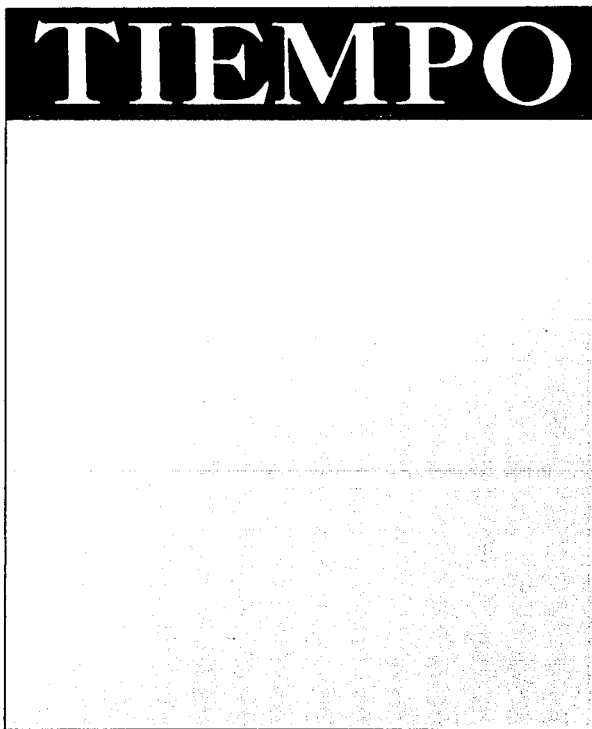
NÚMERO 2823 MÉXICO 30 DE MARZO DE 1992 PAGO \$300.00

LECHE... LA MADRE DECIDE



GUILLERMINA RICO: "NO SOY UNA VIVIDORA"
EL COSTO DE LA UNIDAD EUROPEA
GABY RIVERO HABLA DE LA CADENA DE LAS AMÉRICAS

Propuesta A



Propuesta B

TIEMPO

Propuesta C

TIEMPO

Propuesta final

TIEMPO

Leche...la
madre decide

Guillermina Rico
"no soy una viudora"

El costo de
la Unidad
Europea

Gaby Rivero
habla de la
Cadena de las
Américas

México 20 de marzo de 1992
\$3000.00 M.N.
HS 3.00 M.N.



17

7) Jerarquización de textos

Los encabezados tendrán un puntaje desde 72 a 36 puntos de acuerdo a las necesidades requeridas; las subcabezas entre 12 y 18 puntos, manejándose ambas en altas y bajas. Para el pie de foto estarán entre 6 y 9 puntos proporcionando el menor puntaje que llega a ser legible para el ojo humano. En cuanto al folio será de 9 puntos, sin modificación alguna que el actual.

En lo que se refiere a las capitulares, serán de 72 puntos en altas, empleando la familia Garamond, la cual será únicamente para el artículo que abra cada sección, ésta llevará su nombre en 11 puntos, en altas, con la familia Helvética para integrarla al texto correspondiente y su localización será en las cornisas de cada página; de la misma forma, el nombre de los reporteros estará en 11 puntos, en altas y bajas, localizándose debajo de los subtítulos, antes o después del título, según el caso.

Para el texto de los artículos se manejará un interlineado idóneo para dirigir ópticamente la lectura siendo como puntaje e interlínea máxima de 9/12 y como mínima 8/10, teniendo un punto medio de 9/11.

Familias de alfabetos propuestas:

Sans (Helvética)

Sans Condensed

Sans Black Condensed

Sans Thin Condensed

ITC Garamond

ITC Garamond Condensed

Alfabetos

Familia Helvética

SANS (HELVETICA)

ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
1234567890 \$ % ! ? * / %
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Eag2 60 Pts.

Eag2 30 Pts.

Eag2 15 Pts.

Eag2 7 Pts.
Eag2 5 Pts.

SANS CONDENSED

ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
1234567890 \$ % ! ? * / %
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Eag2 60 Pts.

Eag2 30 Pts.

Eag2 15 Pts.

Eag2 7 Pts.
Eag2 5 Pts.

Alfabetos

Familia Helvética

SANS THIN CONDENSED

ABCDEFGHIJKLM

NOPQRSTUVWXYZ

1234567890 \$&!?'*/%

abcdefghijklmnopqrstuwxzy

Eag2 60 Pts.

Eag2 30 Pts.

Eag2 15 Pts.

Eag2 7 Pts.
Eag2 5 Pts.

SANS BLACK CONDENSED

ABCDEFGHIJKLM

NOPQRSTUVWXYZ

1234567890 \$&!?'*/%

abcdefghijklmnopqrstuwxzy

Eag2 60 Pts.

Eag2 30 Pts.

Eag2 15 Pts.

Eag2 7 Pts.
Eag2 5 Pts.

Alfabetos

Familia Garamond

ITC GARAMOND

ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
1234567890 \$%?!*/%
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Eag2 60 Pts.

Eag2 30 Pts.

Eag2 15 Pts.

Eag2 7 Pts.
Eag2 5 Pts.

ITC GARAMOND CONDENSED

ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
1234567890 \$%?!*/%
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Eag2 60 Pts.

Eag2 30 Pts.

Eag2 15 Pts.

Eag2 7 Pts.
Eag2 5 Pts.

Interlíneas

8/11

atribuyen a los bajos niveles educativos y económicos prevalentes en la región que impide la existencia de una democracia estable. Estos y otros argumentos de tendencia similar pueden ser refutados con un solo ejemplo, el de la mayor democracia -en número de habitantes- en el mundo, la India.

¿Qué sucede entonces en América Latina? Hacia mediados de 1991, en la I

9/11

"Cuando se quiere, se puede", dice la filosofía popular. Y ninguna frase podría describir mejor a Dicort, empresa mexicana conocida en el mercado con la firma Salomon. Dedicada desde hace más de seis años a la fabricación y venta de ropa deportiva, Salomon quiere crecer, y lo está logrando a base de iniciativa, agresividad en el mercado y preocupada en la superación tecnológica y en la capacitación de su personal.

Dicort nace en 1977 con capital 100 por ciento mexicano. "Cuando empezó la em-

9/12

Después de una breve espera, la señora Guillermina Rico atraviesa el umbral de la puerta dispuesta a regalarnos un poco de su TIEMPO.

¿Cuál es su opinión de los acontecimientos del pasado 14 de febrero?

Doña Guille da un grito: "Oye Dame un Juguito, por favor". Tose y luego responde:

-Yo no tengo gente en el metro, mis agremiados están fuera de él, y además la estación Indios Verdes pertenece a otra delegación; creo que está bien lo que ha hecho el gobierno de poner un hasta aquí para que sepamos que sí hay quien nos gobierna. Desgraciadamente (el agresor) fue una persona que no pensó en su familia, pues sólo un loco le saca la pistola a una persona nada

EL MUNDO

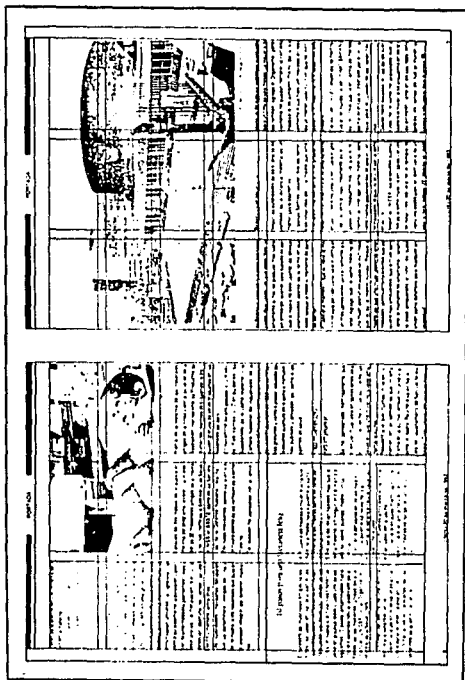
<p>CON LA CAIDA DEL PLENIO vuelve a abrirse el camino de los países que con un año de crisis y sus dolores se están abriendo paso a la normalidad. En este sentido, el informe de la OEA sobre el desarrollo de la economía de América Latina muestra que el crecimiento de la región en el primer trimestre de este año ha sido superior al registrado en el mismo período del año pasado.</p>		<p>Señala, refiriéndose a la situación de la deuda del Golfo Pérsico y las décadas negociaciones sobre el financiamiento de los países en desarrollo. Finalmente, el informe indica que el crecimiento de la región en el primer trimestre de este año ha sido superior al registrado en el mismo período del año pasado.</p>	<p>encuentra la economía brasileña no solo el principal tema político en el país durante los últimos meses. Los analistas consideran que el mayor desafío es la economía de Brasil, que se encuentra en un momento de transición económica.</p> <p>Las elecciones legislativas de próximo 9 de abril prometen ser las más disputadas desde hace varios años, pues contendrán a candidatos de izquierda, marxistas y liberales, marcando el inicio de una nueva era política en el país.</p>
<p>La realización del plebiscito en el mes de febrero sobre el ingreso a la Unión Africana de los países que se encuentran en el grupo de países en desarrollo, el cual incluye a los países de África, América Latina y el Caribe, es un hito importante en el proceso de integración regional.</p>		<p>El plebiscito en el mes de febrero sobre el ingreso a la Unión Africana de los países que se encuentran en el grupo de países en desarrollo, el cual incluye a los países de África, América Latina y el Caribe, es un hito importante en el proceso de integración regional.</p>	<p>El plebiscito en el mes de febrero sobre el ingreso a la Unión Africana de los países que se encuentran en el grupo de países en desarrollo, el cual incluye a los países de África, América Latina y el Caribe, es un hito importante en el proceso de integración regional.</p>
<p>El plebiscito en el mes de febrero sobre el ingreso a la Unión Africana de los países que se encuentran en el grupo de países en desarrollo, el cual incluye a los países de África, América Latina y el Caribe, es un hito importante en el proceso de integración regional.</p>		<p>El plebiscito en el mes de febrero sobre el ingreso a la Unión Africana de los países que se encuentran en el grupo de países en desarrollo, el cual incluye a los países de África, América Latina y el Caribe, es un hito importante en el proceso de integración regional.</p>	<p>El plebiscito en el mes de febrero sobre el ingreso a la Unión Africana de los países que se encuentran en el grupo de países en desarrollo, el cual incluye a los países de África, América Latina y el Caribe, es un hito importante en el proceso de integración regional.</p>

El temor del plebiscito

Sudáfrica

17 de mayo de 1992

A dos páginas



8) Imágenes

Debido a los recursos económicos de la editorial, únicamente la fotografía de la portada y contraportada se imprimirá a color, de igual forma la publicidad en la 1a. y última de forros. Los interiores estarán a una tinta, por lo que las viñetas y fotografías serán claras y precisas, cuidando la resolución en su contraste y acabado para que al lector no le resulte complicado indentificarlas; de igual forma se cuidará la calidad en el caso de emplear gráficas, dibujos o ilustraciones.

EL DÍA
.....

Una visión serena y veraz
de la realidad nacional
e internacional

Consulte diariamente sus secciones:

- CIENCIA
- CULTURA
- ECONOMÍA
- POLÍTICA
- DEPORTES
- INTERNACIONALES
- ESTADÍSTICAS Y SOCIOLOGÍA

PÍDALO A SU VOCEADOR
O SUSCRIBASE AL 537-45-69



9) Publicidad

Como ya se dijo anteriormente, ésta se maneja por recursos etiquetados¹⁰, asignando para la contraportada, 1a. y última de forros un precio superior al que se cobra en la 2a. de forros y en el interior de las páginas, quedando como criterio el usar la página completa en el caso de las Secretarías de Estado y organismos públicos, y un cuarto de plana para anunciar a los periódicos y revistas culturales que así lo requieran.

**94% de los
lectores
reconoce
cambios
positivos.**

El Nacional

FIN

DE SIGLO

**Dirigido y conducido por
Renward García Medrano
PRESENTA ESTA SEMANA**

**NEO-RACISMO: LA
FACTURA DE LA
GUERRA FRÍA**

**Domingo 24 de mayo
9:00 hrs. CANAL 13**

¹⁰ Cuando la editorial vende con un año de anticipación el espacio publicitario a las Secretarías de Estado y a los organismos públicos.

10) Producción

Para la elaboración de la revista TIEMPO se propuso un papel nuevo tanto en la portada como en el interior de la misma, para mejorar su calidad y presentación.

El papel para los interiores se llama Kymadcote, es un couché filandés de alta blancura y opacidad ideal para prensa plana; con un gramaje de 80; la medida de un pliego es de 57x87 cm. Para la portada, el papel se llama Kimexcote de 135 gramos midiendo por un pliego 57x87 cm.; este es un papel couché Filandés con doble recubrimiento, blancura y brillantez.

Tomando como base la impresión de 16 mil ejemplares se obtuvieron los siguientes presupuestos:

4 pliegos para interiores de 1 ejemplar.

64 mil pliegos para 16 mil ejemplares.

1 pliego para 4 portadas.

4000 mil pliegos para 16 mil portadas.

El costo de un millar para interiores es de \$285,000.00 M.N. (N\$285.00), con un costo para los 16 mil ejemplares de \$18,240,000.00 M.N. (N\$18,240.00) y el precio del papel para la portada por un millar es de \$477,380.00 M.N. (N\$477.38), obteniendo un costo de los 16 mil ejemplares de \$1,909,520.00 M.N. (N\$1,909.52).¹¹

11 Precios vigentes a partir de abril de 1992, cotizados por Grupo Pochteca, Mariano Escobedo 752 piso 12, colonia Anzures 11590, México, D.F.

El costo de la revista por 16 mil ejemplares es de:

\$ 20,149,520.00 por el papel

\$ 3,337,000.00 de los negativos

\$ 20,320,000.00 por impresión y acabado

Dando un monto total de:

\$43,806,520.00 M.N. (N\$43,806.52)

Originando el costo de un ejemplar en:

\$ 2,740.00 M.N. (N\$2.74)

De acuerdo al anterior presupuesto la revista puede seguir siendo solventada, ya que su precio actual es de \$3,000.00 M.N. (N\$3.00), y si tomamos en cuenta que la calidad de impresión y presentación de la revista ha mejorado, su precio podría elevarse en un 50% más que el actual.

11) Distribución

De la casa editorial de TIEMPO, la camioneta repartidora lleva los ejemplares de la revista, dejando una parte de ellos en el servicio de paquetería del Aeropuerto Internacional Benito Juárez de la ciudad de México, que serán enviados a diferentes países de Latinoamérica, tales como Buenos Aires, Argentina, Guatemala, San José de Costa Rica, República del Salvador, Ecuador y Brasil, entre otros. Una vez que se ha realizado este envío, la camioneta se dirige a la Unión de Voceadores y Expendedores de los Periódicos de México, A.C., y CITEM, S.A., donde los voceadores solicitan la revista para venderla al público. Esta distribución y venta seguirá llevándose a cabo sin modificación alguna porque ha tenido resultados óptimos para la editorial.

casa editorial de TIEMPO



Capítulo 4

- A. Validación
- B. Conclusiones

A. Validación

Después de una investigación con las publicaciones del mismo género que TIEMPO, y siendo sus competidores más fuertes las revistas *Epoca*, *Vuelta* y *Nexos* se llegó a la conclusión que todas siguen un esquema muy tradicional en su compaginación, lo que me llevó a crear una de las reformas principales y de mayor impacto ante el consumidor: el aumentar en forma adecuada y conveniente la cantidad de páginas que comprende la revista, con el beneficio que los artículos de los corresponsales, reporteros y colaboradores contarán con los espacios suficientes para que se puedan explayar y tales artículos se hagan más profundos y por lo tanto más extensos.

Las revistas *Vuelta* y *Nexos* son muy parecidas en su formación interior manejando básicamente 3 y 2 columnas con fotografías y viñetas en blanco y negro dentro de la misma caja tipográfica, con la diferencia de dar una imagen muy personal en su portada; en lo que se refiere a la revista *Epoca*, sigue utilizando el formato de 3, 2 y en ocasiones de 4 columnas variando en un gran porcentaje a las anteriores por la calidad del papel y fotografías que utiliza, además de que su interior y portada son a color.

Mi propuesta no pretende copiar a las anteriores publicaciones sino el estar a la vanguardia para competir en el mercado, cambiando el papel para dar una mejor presentación y ofrecer al público esa calidad en el producto. El rediseño de la revista TIEMPO origina, en general, una mejor captación en cuanto al mensaje y colocación de sus elementos, integrando de manera clara las secciones de toda la publicación. El cambio del alfabeto en el nombre de la revista es mínimo porque la editorial no quiere perder esa identificación con su público, únicamente se modificó la familia tipográfica y la sustitución de la pleca haciéndola más delgada, para darle una imagen más actual y moderna; en cuanto a su color corporativo, éste no se modificará en ninguno de sus tirajes ya que se estableció como tal desde hace 2 años.

El colocar los títulos en varios renglones cuando sean extensos (es decir, más de tres palabras), e integrarlos a la fotografía que se maneja en recuadro, nos proporciona una portada con un blanco mayor que origina un descanso visual y el emplear colores más vivos y brillantes la hace más llamativa, dándole un enfoque diferente que provoca la atención del público. Este rediseño interior integró y estandarizó las cornisas de las secciones porque carecían de personalidad.

Las nuevas cabezas hacen menos pesada la lectura, de fácil comprensión, más llamativas que al integrarlas en un bloque con el manejo diferente de gruesos y puntajes, simplifican la lectura y definen los artículos como un solo tema ya que a simple vista la cabeza origina la separación de cada crónica haciéndola independiente una de la otra.

Para las fotografías se buscó darle un carácter más actualizado y que se relacione con el tema a tratar, no necesariamente ilustrando el artículo tal cual, sino que den un mensaje visual que aumente la información del tema, con una mejor calidad y contraste que la obtenida actualmente.

El folio, se siguió manejando igual, ya que después de un análisis obtenido de la lectura del libro de Brockmann Muller se consideró funcional y estético, cambiando el orden de su leyenda para hacerlo más legible.

De esta forma, después de conocer los resultados de un análisis efectuado con las diferentes publicaciones, al comparar y establecer que en su mayoría las revistas tienen un tamaño carta para su mejor manejo, se concluye que la medida de la revista es la adecuada y por lo tanto debe conservarse.

Al tener un tiraje promedio de 16 mil ejemplares semanales, puede proponerse un excedente que servirá para una labor altruista, pues estas reproducciones llegarán gratuitamente a las universidades y bibliotecas del Distrito Federal y los Estados, con el propósito de hacer una labor para que el pueblo se habitúe en la política del país, llegando a ser deducible de

Impuestos, por lo que su valor sería rentable y un vehículo de publicidad y extensión de la revista; al tener saturado el mercado con 5 mil ejemplares más, podría cambiarse su publicación semanal a una revista quincenal debido a que las actividades políticas en ocasiones no son muy cambiantes. Al proponer esta edición de 2 veces por mes, estamos dando oportunidad al consumidor de que la adquisición de la revista se haga más beneficiosa, más fresca y factible, con artículos que reflejen con exactitud el resultado de los acontecimientos que privan en el país.

El presente trabajo es el resultado de un esfuerzo conjunto llevado a cabo en la Escuela Nacional de Artes Plásticas, donde de manera clara y sencilla por medio de un seminario, se especificaron los objetivos a realizar de acuerdo al tema *diseño editorial* que, en cada uno de los casos correspondientes, los integrantes tuvieron una mínima variación en su trabajo con respecto al plan señalado en un principio.

En este seminario se mantuvo muy claro el objetivo que se perseguía debido a la asesoría bajo la dirección de profesores calificados donde los alumnos de este curso lograron que a través de bocetos se obtuvieran diferentes propuestas que llevaron a la realización de maquetas que sirvieron como base gráfica en el proyecto realizado y que conjuntamente con la elaboración de una redacción clara y precisa alcanzaron finalmente el objetivo señalado en un tiempo mínimo al programado antes de la aparición de esta nueva propuesta de titulación.

Debido a que las revistas cubren una función cultural básica en la sociedad de nuestro tiempo; que son un estímulo para la superación personal; que sirven como distracción al usuario y nos trasladan a la noticia, llegando a ser la unión de intereses y expectativas que comparten la sociedad, he tomado en cuenta el mercado al que va dirigido la publicación al hacer una comparación con la anterior revista y este nuevo diseño a través de la opinión del público. Al preguntarles qué les parecía esta nueva imagen, se llegó a la conclusión de que de 20 personas entrevistadas a 16 de ellas les agradó la portada, al tener una imagen más actual y joven, con colores más llamativos y agradables visualmente; sus interiores son más concretos y legibles, de fácil lectura con viñetas y fotografías que van acordes al tema y que tienen una mayor calidad. En esta nueva imagen de la revista resalta la aceptación visual de una portada más actualizada, con espacios en blanco más grandes y una gama de colores más brillantes tanto en su tipografía como en la fotografía empleada. En sus interiores se

tipografía como en la fotografía empleada. En sus interiores se advierte la constante de sus páginas con la utilización de placas uniformes, integrándose el nombre de la sección a la que pertenecen, además que en el inicio de artículo de cada sección se abre con una capitular lo que provoca la unificación en todo el diseño de la revista. El manejo de los diferentes tipos de columnas la hace más versátil y al poder desfasar algunos elementos gráficos, si el caso lo amerita, dentro del margen espacial establecido, hace que esta retícula no sea tan rígida y estática y aunado al cambio en la calidad de impresión, facilita al consumidor su lectura. En sí, esta nueva imagen de TIEMPO con respecto a la anterior imagen gráfica, no difiere mucho en cuanto a su presentación debido a las bases convencionalistas que la casa editorial ha tenido a través de todos estos años, y que aún con esta nueva portada señala el carácter editorial de la revista.

Debemos tomar en cuenta que, para cubrir en un gran porcentaje el nuevo diseño de la revista TIEMPO, es necesario que la editorial abra nuevas fronteras y dé oportunidad a las Escuelas de Periodismo, Comunicación y Diseño para realizar su servicio social y retomar de ellos ideas innovadoras que proporcionen un aire más contemporáneo a la publicación, así como la contratación de fotógrafos capaces que necesitan una oportunidad para explorar sus conocimientos. La recomendación principal de este cambio es que el equipo de impresión, de fotolito, la calidad de las materias primas y la calidad de la mano de obra, debe optimizarse para que se tenga la mayor seguridad de que el producto que va a salir al mercado, será un producto deseable, o susceptible de ser consumido apropiadamente.

Esta nueva imagen de la revista TIEMPO, busca elevar las ventas, y ampliar el número de lectores, sobre todo de los suscriptores que actualmente son muy pocos.

Por ello, con el avance tecnológico en la computación, se reduce el costo de producción de la revista en un gran porcentaje con resultados económicos que pueden ser solventados por la casa editorial y que permiten a los diseñadores tener control absoluto del manejo en la producción de nuevos diseños, consiguiendo una variedad ilimitada de

elementos gráficos que originan una riqueza visual sin precedentes.

La propuesta al presente proyecto, que es la adaptación al sistema Page Maker4 de la tarjeta Laser Master permite una mejor resolución en la definición de las páginas y al utilizar la Impresora laser tendrá mayor calidad favoreciendo en un gran porcentaje los costos de producción, y la inversión económica será redituable a la economía de la casa Editorial, trayendo en consecuencia grandes beneficios para todos los recursos humanos y materiales que intervienen en la creación de la revista TIEMPO.



REVISTA TIEMPO

Febrero 3, 1993.


D.G. MAURICIO RIVERA F.
DIRECTOR DE TESIS
P R E S E N T E .

Con el debido respeto y a petición de la interesada, ANA MA. MAGDALENA MARTINEZ RODRIGUEZ, me permito dirigirme a su fina atención, con el propósito de asentar que el trabajo ilustrativo del rediseño de la revista TIEMPO, lo considero de orden académico y resolución gráfica, por lo que no tengo inconveniente en que se utilice únicamente con fines académicos.

Aclaré a la señorita Martínez Rodríguez que su reproducción para uso comercial o lucrativo entrañaría autorización expresa de TIEMPO, S. A. de C.V., así como el pago de regalías conforme a lo dispuesto por la ley.

Me es muy grato proporcionar por medio de estas líneas nuestro reconocimiento al trabajo realizado a la señorita Martínez.

A T E N T A M E N T E



RENWARD GARCIA MEDRANO
DIRECTOR GENERAL

- CANAL, Julio de la. Diccionario de sinónimos e ideas afines. Ed. Continental, 4a. ed. México 1977.
- DONDIS, A Dondis. La sintaxis de la Imagen. Ed. Gustavo Gilli, 6a. ed. Barcelona 1985.
- ENCICLOPEDIA, Historia de México. 16 volúmenes, México 1986, p.p. 2143, 2462, 2474, 2478, 2479, 2550 (Colección Salvat).
- GARCÍA Medrano Renward. Director de TIEMPO. Entrevista sobre su trayectoria periodística. Por Dulce Ma. Vázquez Martel (audiocinta 48 min.). Oficinas de la revista TIEMPO, abril 16 de 1992. México, D.F.
- GARCIA, Ramón (et.al.). Diccionario Pequeño Larousse Ilustrado. Ed. Larousse Francia 1976.
- GRAN Diccionario Enciclopédico Ilustrado. 12 volúmenes, México 1979 (Colección Selecciones del Reader's Digest).
- GUERRERO Gilberto. Jefe de Redacción de TIEMPO. Entrevista sobre la publicación. Por Ana María Martínez R. Oficinas de la revista, julio 10. de 1992. México, D.F.
- GUEVARA, R. Luis (et.al.). Hoy en la historia. Ed. Herrero, México 1983.
- GUZMÁN Ferrer Martín Luis. Entrevista sobre la publicación. Por Ernesto Villanueva, sección "El país". Revista TIEMPO, abril 24 de 1992 México. p.p. 10-12.
- HAROLD, Evans. Diseño y compaginación de la prensa diaria. Ed. Gustavo Gilli, 3a. ed. México 1984.
- HOLTJE, Heber F. Publicidad. Ed. Mc Graw-Hill, Bogotá Colombia 1982.
- KARCH, Randolph. Manual de las artes gráficas. Ed. Trillas, 9a. ed. México 1986.
- KING, Callan. The designer's guide to text type. Ed. Van Nostrand Reinhold.

ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA

MARTINEZ DE SOUZA, José. Diccionario de tipografía y del libro.

Ed. Labor, España 1974.

MULLER, Brockmann. Sistema de retículas.

Ed. Gustavo Gill, Barcelona 1982.

OCHOA, Ramiro J. Libro Azul.

Ed. Libro Azul, México 1984, p.p. 357, 390, 430.

OWEN, William. Diseño de revistas.

Ed. Gustavo Gill, México 1991.

PESCADOR, Alejandro. "Tiempo en Tiempo", sección portada. Revista

TIEMPO, abril 24 de 1992. México. p.p. 5-9.

SOLARES, Ignacio. "Martín Luis Guzmán en nuestro tiempo". Revista

TIEMPO, abril 24 de 1992. México. p.p. 73, 77.

SUTTON, James (et.al.). An atlas of typeforms.

Ed. Wordsworth.

EN LA FIESTA MEXICANA...



15 DE SEPTIEMBRE
PREMIOS POR MAS DE
114,700 MILLONES
Premio mayor
35,000 Millones
7 series

22 DE SEPTIEMBRE
PREMIOS POR MAS DE
65,500 MILLONES
Premio mayor
20,000 MILLONES
4 series
Vigésimos \$25,000.00

 **LOTERIA NACIONAL**
PARA LA ASISTENCIA PUBLICA



Una visión serena y veraz
de la realidad nacional
e internacional

Consulte diariamente sus secciones:

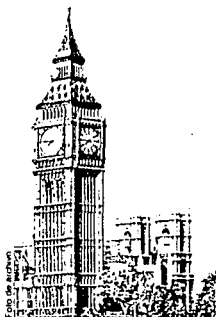
- CIENCIA
- CULTURA
- ECONOMIA
- POLITICA
- DEPORTES
- INTERNACIONALES
- TESTIMONIOS Y DOCUMENTOS

PIDALO A SU VOCEADOR
O SUSCRIBASE AL 537-65-69

espacio
publicitario

siones. LA DAMA DE HIERRO explicó en aquel entonces que "después de consultar con los dirigentes y sus colegas llegó a la conclusión de que su renuncia servía a la unidad del partido y daba la perspectiva de una victoria en las elecciones generales".

De acuerdo a las leyes electorales británicas, el jefe del partido en el poder es elegido automáticamente primer ministro, por ese motivo no fueron necesarias nuevas elecciones para que John Major ocupara el cargo. Desde entonces, Major ha luchado por establecerse como líder de su propia



Gran Bretaña

derecha, ayudando a su nación a superar la Guerra del Golfo Pérsico y las delicadas negociaciones sobre la unidad europea.

Normalmente cuando un estadista decide convocar unas elecciones, lo hace con la seguridad de que será elegido para un nuevo periodo. Sin embargo, una encuesta, de THE FINANCIAL TIMES otorga un empate del 38 por ciento entre ambos partidos, mientras que THE GUARDIAN da ventaja del 42 por ciento a los laboristas sobre el 38 por ciento del partido de Major.

El pobre estado en el que se

encuentra la economía británica ha sido el principal tema político en el país durante los últimos meses. Los analistas concideran que Major demoró las elecciones el mayor tiempo posible, anticipando un largamente esperado vuelco económico.

Las elecciones legislativas del próximo 9 de abril prometen ser las más disputadas desde hace varios años, pues conservadores y laboristas marchan a la par y no se descarta que sea la oposición quien asuma el poder el próximo 27 de abril. □

La realización del plebiscito entre la minoría blanca sobre el régimen segregacionista estuvo precedido de la peor violencia entre fracciones negras en lo que va del año.

Al cierre de esta edición, y de acuerdo con diversas encuestas, el grupo encabezado por el Presidente Frederik de Klerk debía ganar -con sólo el 55 por ciento- en los comicios del 17 de marzo, donde se decidirán los futuros cambios en el país, incluyendo la política racial.

En diversos enfrentamientos, que incluyeron dos atentados dinamiteros en contra del Partido Nacional en el poder, al menos 24 personas perdieron la vida.

El Presidente del Congreso Nacional Africano (CNA), Nelson Mandela, señaló que cualquier intento por reimponer el sistema de segregación racial llevaría a la guerra civil en el país, y conduciría a un nuevo boicot contra Sudafrica. En conferencia de prensa, el líder negro indicó que si la derecha llega al poder y desarrolla sus políticas, "la guerra civil es inevitable".

Por su parte, los extremistas blancos de Sudafrica advirtieron el 10 de marzo al Presidente De Klerk que si continúa tildando de nazis, pueden reiterar sus ataques con gases lacrimógenos. A principios de la semana, en una reunión del mandatario sudafricano con los estudiantes del país, un atentado con gas lacrimógeno dispersó la manifestación; en la acción resultó herido el ministro de Justicia, Koble Coetsee.



Foto de S. M. K. M. K.

Sudafrica

El temor Sudafrica del plebiscito

Al cierre de su campaña electoral, De Klerk señaló que su gobierno no negocia con la mayoría negra la rendición de la minoría blanca, sino su supervivencia, y exhortó a los blancos a rechazar la presión de los grupos nazis. En medio de un clima de tensión y violencia terminó la campaña política.

El Presidente sudafricano señaló que de ninguna manera "va a entregar el poder a unos locos", y agregó que una buena mayoría de votos afirmativos daría la "confianza necesaria para que el gobierno negocie de buena fe el futuro del país".

Asimismo, Frederik de Klerk fue franco al advertir sobre un pronunciamiento negro si sus partidarios no obtienen la mayoría y es instalado de nueva cuenta el APARTHEID. Desde el anuncio del plebiscito hace tres semanas, se desató en el país una ola de violencia que arrojó como resultado al menos 240 víctimas. De Klerk finalizó: "No quiero atemorizarlos, pero tan sólo sean honestos con ustedes mismos y piensen qué pasará. Sería el caos. Sería una catástrofe". □

Nueva TRAGEDIA para el país

Turquía

Un violento terremoto de 6.8 grados en la escala de Richter azotó amplias zonas de Turquía el pasado 13 de marzo dejando un saldo de entre mil y cuatro mil muertos, centenares de heridos y unas 90 mil personas sin hogar.

El epicentro del terremoto se localizó a mil kilómetros al este de Estambul y afectó a 14 provincias del noroeste, centro y sureste del país, según informó el ministro del Interior Ismet Sezguin.

Entre las principales ciudades afectadas se encuentran Erzincan, Erzurum, Bingol, Diyarbakir, Batman, Mardin y Malatya. El número de víctimas variará cuando concluyan las labores de rescate.

En Erzincan más de 200 edificios se derrumbaron y otros dos mil resultaron dañados por el sismo. El vicepresidente de la ciudad reveló que escasean el agua y las tiendas de campaña, pues la Media Luna Roja sólo consiguió enviar siete mil. Pese

al crudo invierno, la mayor parte de los damnificados prefieren pasar la noche a la intemperie por temor a nuevos temblores. Una réplica de 6 grados en la escala de Richter se registró el 15 de marzo, provocando histeria entre los habitantes de la zona.

El vicegobernador de la ciudad Mehmet Unal dijo que hasta el 16 de marzo habían sido rescatados 320 cadáveres y unos 550 heridos, pero que seguían perdidas unas 150 personas.

El Primer Ministro Suleimán Demirel visitó la ciudad y admitió que no sabían qué hacer para rescatar a las personas enterreadas en los grandes edificios.

El Presidente Turgut Ozal informó que más de 2 mil 500 soldados y equipos médicos participan en las labores de rescate, junto con la ayuda extranjera procedente de Estados Unidos, Suiza, Francia, Gran Bretaña, Suecia y Grecia.

En Erzincan, miles de damnificados exigieron que "se les entregue la ayuda internacional que está llegando de todo el mundo".

También hubo descontento en las aldeas cercanas, cuyos dirigentes acusan a las autoridades de concentrar los esfuerzos sólo en la ciudad. La situación se agrava porque el frío se hace muy intenso en la noche y las condiciones higiénicas sanitarias son pésimas, por lo que existe el temor de una epidemia. Los acueductos están interrumpidos y la gente es obligada a disolver hielo para poder conseguir agua. Turquía es uno de los países con mayor índice de terremotos en el mundo y en los últimos 63 años se han registrado 58 sismos en los que murieron cerca de 60 mil personas. acaba de ser escenario de la mayor tragedia minera de su historia, al perecer 300 trabajadores de la mina de Kozlu. ■

Comicios anticipados

Gran Bretaña

La Cámara de los Comunes quedó oficialmente disuelta el pasado 16 de marzo, por petición del primer ministro John Major, quien había solicitado a la reina Isabel II -cinco días antes- la adopción de esa medida y la convocatoria de comicios anticipados para el próximo 9 de abril.

El premier justificó el no haber convocado antes a los comicios anticipados "por la necesidad de emplearse a fondo en las negociaciones relativas a la Comunidad Europea".

El sucesor de Margaret

Thatcher dijo que no tenía ninguna duda de que el Partido Conservador, en el poder durante los últimos 13 años, obtendría una amplia victoria en esas elecciones, en las cuales se elegirá a 651 diputados. Por su parte el líder de los laboristas, Neil Kinnock, dijo "que estaban preparados para la victoria".

Como se recordará, Major sustituyó en el cargo a Margaret Thatcher, quien gobernó durante once años y medio los destinos de la Gran Bretaña, pues fue reelegida en tres oca-

FINANCIAMIENTO a pequeñas industrias

Zacatecas



Impulso y la transformación del Estado

La canalización de 260 mil millones de pesos para financiar, este año, a mil 378 micro, pequeños y medianos industriales zacatecanos fue anunciada por el Presidente Carlos Salinas de Gortari, quien elogió el trabajo comprometido del gobernador Genaro Borrego Estrada para impulsar la transformación del estado. Preciso que serán recursos crediticios a tasas más accesibles y competitivas con los mercados internacionales.

En su gira de trabajo por la entidad, en una reunión de evaluación industrial, el primer mandatario inauguró una planta dedicada a la fabricación de arneses eléctricos para automóviles, construida con inversión de 60 millones de pesos y que genere 2 mil 600 empleos en este municipio.

Ahí, el jefe del Ejecutivo tuvo palabras de reconocimiento para la labor del mandatario estatal: "Los resultados que estamos verificando muestran la visión, el talento y el compromiso del gobernador Genaro Borrego, para sentar las bases de la transformación del estado".

Luego señaló que Genaro Borrego ha sido

el verdadero constructor de la modernización de Zacatecas. Con su compromiso, con su trabajo y su verdadero anhelo de llevarles bienestar a sus conciudadanos, ha sentado las bases para un Zacatecas moderno, próspero, trabajador.

Durante una Reunión de Evaluación Industrial del estado de Zacatecas, el jefe de la nación refrendó el apoyo de su gobierno para esta identidad y, particularmente, en el ramo industrial.

Señaló que en 1990 se apoyaron a 140 micro, pequeñas y medianas empresas en la entidad, con alrededor de 20 mil millones de pesos. El año pasado se respaldaron a 160 empresas y este año se financiarán mil 378 empresarios con 260 mil millones de pesos.

Evaluación del programa carretero

El Presidente Carlos Salinas de Gortari inauguró en forma simultánea el tramo de la carretera Aeropuerto-Enrique Estrada por

ocho carreteras más en el estado. El jefe del Ejecutivo dijo que las carreteras son transformación de la infraestructura del país pues llevan más justicia y libertad.

Durante la reunión de la evaluación del Programa Carretero del estado, el primer mandatario dijo que en toda la historia de Zacatecas había alrededor de 500 kilómetros de caminos pavimentados; hoy con el apoyo del gobierno federal y la obra del gobernador Genaro Borrego Estrada tiene otros 600 kilómetros.

"Aquí está la prueba de lo que Zacatecas puede hacer cuando en su esfuerzo, cuando el trabajo de todos se suma para poder salir adelante", indicó.

El Presidente Salinas de Gortari destacó que esta entidad nuevamente se coloca en la vanguardia de trabajos a lo largo de todo el país, "ese es el despertar de este gran estado, ese es el significado de la extraordinaria transformación de Zacatecas".

Asimismo manifestó que en este esfuerzo extraordinario, con este trabajo que están construyendo sus habitantes, seguirán contando con el apoyo del gobierno de la República.

En la ceremonia firmaron el convenio de concertación en la construcción, reconstrucción y conservación de carreteras federales y estatales de 1992, el secretario de Comunicaciones y Transportes, Andrés Caso Lombardo y el gobernador Genaro Borrego, que representan una inversión de 52 mil 522 millones de pesos. ■

SALOMON: una empresa mexicana ante el TLC

Hablan Isidoro y Mayer Ambe

Elia Baltazar

"Cuando se quiere, se puede", dice la filosofía popular. Y ninguna frase podría describir mejor a Dicort, empresa mexicana conocida en el mercado con la firma Salomon. Dedicada desde hace más de seis años a la fabricación y venta de ropa deportiva, Salomon quiere crecer, y lo está logrando a base de iniciativa, agresividad en el mercado y preocupada en la superación tecnológica y en la capacitación de su personal.

Dicort nace en 1977 con capital 100 por ciento mexicano. "Cuando empezó la empresa nunca imaginamos hasta donde podíamos llegar. Así comenzamos con nuestra propia ropa deportiva para dejar de ser un negocio y en 1986 pasar a ser una mediana empresa, tan agresiva como las mejores, y así se nos conoce en el mercado".

Lo anterior dice mucho del carácter de los empresarios de Salomon, los hermanos Isidoro y Mayer Ambe, ambos muy jóvenes y poseedores de una gran iniciativa y visión del futuro.

"No nos sentimos en desventaja con marcas del exterior porque nosotros somos fabricantes, desarrollamos nuestro propio catálogo y tenemos toda la estructura y capacidad instalada para poder competir en el extranjero", comenta Isidoro Ambe. La seguridad que hoy reflejan estas palabras no es gratuita y, como ellos mismos indican, "hemos tenido que desarrollarnos conforme al mercado y la moda lo requieren. Al principio Salomon no se conocía, y por más diseño que tuvieramos no era suficiente".

Con la seguridad de poseer un excelente nivel de competitividad, la empresa Salomon ha empezado a exportar sus productos. Comenzaron con viajes al extranjero para conocer los últimos en moda deportiva y

sentando las bases para su participación en la Feria de Atlanta, evento que se realiza una vez al año y que en esta ocasión contó con la participación de 5 mil expositores.

"Después de abarcar el mercado nacional en más del 70 por ciento con la calidad de nuestros productos, nos dimos cuenta de que podíamos entrar al mercado internacional. Queríamos entrar con el pie derecho y así fue", comenta Isidoro Ambe.

Y agrega su hermano Mayer: "En dos años nos preparamos para llegar a la feria de un catálogo de la línea Invierno 92. Confecionamos prendas especiales de acuerdo a la talla y la manera de vestir de los países

La Dirección General
y el Personal de
la revista TIEMPO
lamentan el sensible
fallecimiento
del periodista
Rogelio Cárdenas
Pérez Redondo
acaecido el 15
de Marzo de 1992
en la Ciudad de
México D:F:

que estarían en el evento. También llevamos a cabo un estudio sobre los productos que se necesitaban para entrar en competencia y estudiamos las características de los artículos de los otros países expositores. Esto nos demostró que estábamos a un nivel internacional".

¿Qué resultados se obtuvieron de su participación en la Feria de Atlanta?

-Fueron resultados muy satisfactorios, como el contrato que se hizo con una empresa de Moscú. Con ellos se hizo un programa semestral a fin de que empezaran a conocernos y poder surtirlos para abastecer el mercado paulatinamente. Porque no por surtir a Rusia vamos a descuidar a los Estados Unidos y Europa, que actualmente es mejor, pues no sufren de recesión. Tampoco podemos descuidar el mercado nacional; eso sí sería un gran error. Debemos buscar el equilibrio.

"En Estados Unidos ya tenemos representantes con quienes hemos acordado llegar a los 2 y medio millones de dólares en el primer año, y ya se logró una venta que asciende a los 500 ó 600 mil dólares en la primera entrega.

¿A qué problemas se ha tenido que enfrentar la empresa Salomon para lograr el éxito de sus productos?

-Uno de los mayores problemas han sido las materias primas, pues México se ha caracterizado por ser productor de mano de obra, pero nunca de las primeras. Si bien teníamos la posibilidad de competir a nivel internacional en diseño, no así en calidad. Ahora utilizamos materia prima de importación, y hemos obligado a los proveedores a preocuparse por entregar mejor calidad, tal como se les pide. Es necesario adaptarnos a las nuevas condiciones del mercado y en México todavía no estamos acostumbrados a eso. ■

la aduana y los judiciales, antes nos correaaba todo mundo y ahora como vemos en las tiendas que ya la venden, que ya vienen con todos los permisos y todos los derechos, pues la compramos con más razón: esto también es trabajo.

De acuerdo, ¿pero qué hay acerca de lo que se dice de ustedes: que están organizados en una mafia de comerciantes?

-Mire, joven, yo lo invitaría a que se sentara un ratito (en un puesto) o un día y que alguna persona por aí se quitara para que usted se diera cuenta de cómo funcionan las cosas aquí y de cómo sufre el comerciante ambulante, de cómo en ocasiones se tiene uno que ir comiendo poco a poco lo que hay en el puesto de mercancía y así va bajando la maleta, o de cómo algunos establecimientos prestan mercancía o dinero a rédito; no, de verdad, créame que se sufre. Por eso nuestra organización está con lo que dispongan el señor Presidente de la República y el señor regente.

¿Estuvo en la pasada firma de la reubicación de vendedores ambulantes?

-Ahí estuve.

¿Está de acuerdo con la reubicación?

-No, reubicación no, se trata de una reordenación. Usted sabe que donde estábamos ubicados se va abrir un museo, el Museo Cuevas y el acceso a la escuela de San Carlos; nosotros con el dolor de nuestro corazón, tenemos que retirarnos, aun cuando ahí fuimos reubicados y esto se certificó ante notario público, yo estoy en la mejor disposición de ayudar a mi país, al señor Presidente, al Departamento del DF y al regente.

¿Entonces está de acuerdo en que esos lugares sigan siendo turísticos?

-Claro, estoy con lo que nuestro mandatario disponga, por muertos de hambre qué vamos a hacer. Puede que éste sea un país muy bonito, pero si no trabajamos y tenemos hambre no le vamos a dar una mordida al adoquín ni a una fachada, si eso fuera pues cuántos y cuántos ya estuviéramos adentro del Centro Histórico.

"Ahora, en realidad, si nos van a mandar a otros lados, lejos, pues usted sabe que allí ya venden desde una aguja hasta un alfiler y encuentran mercancía donde quiera; y nosotros, pues mire cuánta gente pasa aquí, vea, hay muchos compradores, tan sólo la gente de provincia, que si se le antoja algo lo compra y se lo lleva, pero si nos vamos a ir a meter a cualquier parte yo creo que no, pues para que se acredite algún lugar comercial tienen que pasar muchos años; La Merced tardó 5 años para acreditarse".

¿Qué opina de los diferentes medios de comunicación que dicen que usted nunca da entrevistas?

-Mire, joven, se les ha dado la información, así como ahorita estoy hablando con usted a todos los recibimos, lo que pasa es que nunca sacan lo que uno les dice (siempre deforman las cosas), y eso pues no se vale, los que ganan son ellos; al contrario, lo único que consigo es que me ataquen y muy duro.

¿Cómo es Guillermina Rico?

Entonces guarda silencio. Suspira al momento sus ojos se humedecen y con voz entre cortada dice: "No joven, la vida es dura", al momento que con su mano retira la grabadora "Ya estuvo!". Más tarde insistimos:

-Mire, yo ayudo al comerciante porque también he sufrido golpes, vejaciones y otras cosas; trato de ser una persona humana, pues si yo fuera vividora pondría a mis hijas a trabajar en una esquina a ver qué consiguen, sin embargo, bendito sea Dios, todos se mantienen de sus propias manos y de sus propios puestos.

¿Cómo son sus actividades, es decir, cómo se organiza para atender a sus puestos y a su gente?

-Mire, ahorita por el movimiento tengo mis puestecitos de tacos que me están manteniendo, en cuanto termine esto regreso a mis actividades normales, un rato atiendo a mi gente y otro mis puestos.

¿Los que están cerca de usted son sus secretarios o qué función desempeñan?

-No son mis secretarios, me ayudan a organizar a la gente, pero también tienen sus puestos.

Entonces su mano y nos regala la mejor de sus sonrisas mientras se incorpora para continuar con sus actividades. Guillermina Rico, líder de más de 10 mil comerciantes ambulantes, espera con paciencia los cambios. ■



Guillermina Rico:

"no soy una vividora"

Ambulantes
Horacio Polanco Flores

Los peatones recuperan poco a poco las banquetas del Centro Histórico; calles como Corregidora y otras de la zona, durante mucho tiempo ocupadas por vendedores de diversos tipos de artículos, ofrecen ahora al transeúnte la posibilidad de desplazarse con tranquilidad. Ahora sólo las ocupan estibadores que cargan y descargan la "mercancia" de procedencia extranjera, para luego distribuirla entre los diferentes expondedores de vía pública que desde temprano se dan cita a las alfileras de las bodegas disfrazadas de "ferreterías". El vendedor ambulante se mueve de aquí para allá, acarreado los productos que venderá. Tacos, ropa, chácharas y tamales se encuentran listos para su consumo. La actividad en las calles de Roldán es la de un día normal; aquí vive Guillermina Rico, en el número 40 para ser exactos. Hija de padres humildes, desde muy pequeña quedó huérfana de padre. Acuciada por las necesidades, desde temprana edad se incorporó al comercio mediante la venta de jitomates y limones; soportó las inclemencias del tiempo y pudo aportar sus ganancias al gasto familiar. Doña Guille, como la llaman sus agremiados, empezó desde abajo, y gracias a sus agallas y a su recio carácter ha logrado sacar adelante a sus 4 hijos. Católica de nacimiento, es devota del Sagrado Corazón de Jesús; las paredes de sus oficinas están repletas de imágenes religiosas y de fotografías donde aparece con diferentes Presidentes de la República. Después de una breve espera, la señora Guillermina Rico atraviesa el umbral de la puerta dispuesta a regalarnos un poco de su TIEMPO.

¿Cuál es su opinión de los acontecimientos del pasado 14 de febrero?

Doña Guille da un grito: "Oye! Dame un juguito, por favor". Tose y luego responde:

-Yo no tengo gente en el metro, mis agremiados están fuera de él, y además la estación Indios Verdes pertenece a otra delegación; creo que está bien lo que ha hecho el gobierno de poner un hasta aquí para que sepamos que sí hay quien nos gobierna. Desgraciadamente (el agresor) fue una persona que no pensó en su familia, pues sólo un loco le saca la pistola a una persona nada más por testearle sus cosas, alguien así no piensa en las demás familias que deberas tienen necesidad de trabajar, porque mil veces preferible ser un comerciante y no un ratero o mujer galante. *¿Está de acuerdo en que los vendedores se coloquen dentro de las instalaciones del metro?*

Antes de que tenga tiempo de contestar nos interrumpen para entregarle sus jugo, que termina de dos grandes tragos, y unos tacos.

-No, adentro no, a los lados, o donde el señor Presidente y el señor regente lo ordenen. Que ellos consideren que hay muchas



Foto de archivo

Guillermina Rico

familias que quieren seguir adelante y tienen necesidad, porque sólo los comerciantes sabemos si calzamos, si vestimos, si comemos, si les damos media educación a nuestros hijos, etcétera. Nosotros ponemos esto en manos de las autoridades para que concideren la situación del comerciante y no creen que se la pasa sentado, "pues también la silla cansa"; el comerciante debe soportar el aire, el agua y las demás inclemencias del medio ambiente. A mí me gustaría que funcionarios grandes que hablan de nuestra economía se vinieran a sentar nada más una hora y se dieran cuenta de nuestra realidad.

Se dice que ustedes son quienes más ingresos económicos tienen,

-Sí, es cierto, pero vamos a suponer que vendo una caja de chicles y me apuro y me muevo por todos lados, para arriba y para abajo, la vendo y voy a comprar otra; ya Dios me socorrió, la verdad, y una persona que está sentada aquí vende una picecita o cualquier cosa, se va rápido y compra otra a las casas que están aquí; usted sabe que antes vendíamos fayuca y nos correteaba

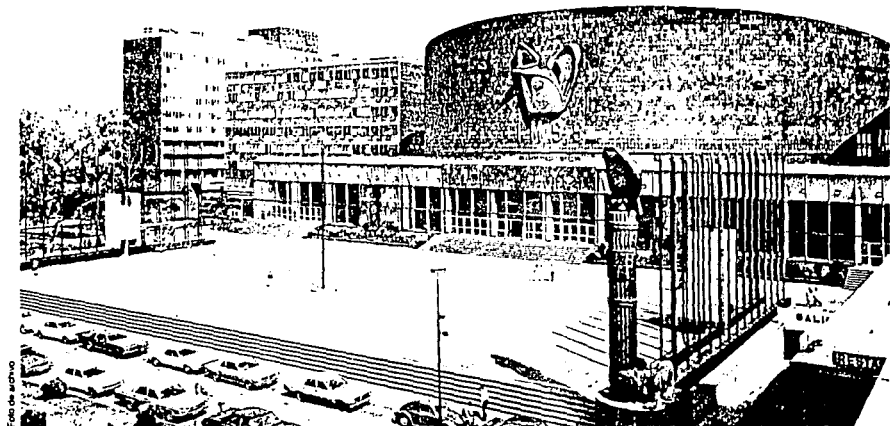


FOTO DE ARCHIVO

Instituto Mexicano del Seguro Social

de Pediatría, sostuvo que éstos son casos muy raros, ya que entre más se amamanta al hijo se produce más leche; sin embargo, cuando esto sucede es porque la madre no está usando las técnicas aconsejadas acerca de la forma en que debe colocar al bebé al momento de darle de comer.

El pediatra manifestó que aunque la madre no esté del todo sana, se encuentra en óptimas condiciones para amamantar a su bebé. Agregó que "la leche materna de una mujer desnutrida puede ser aún mejor que la de la madre nutrida. Porque el hecho de que una mujer padezca enfermedades continuamente provoca que adquiera más anticuerpos, que la mujer sana tiene; al momento de amamantar transmite esos anticuerpos al niño, los cuales sirven como defensas para cualquier enfermedad".

Beneficios económicos

Según las autoridades del país, otra de las ventajas de la lactancia materna es un menor gasto económico.

Yolanda Sentiles recalcó que los beneficios obtenidos por una madre que amamanta a su hijo son, entre otros, el dejar de desembolsar dinero para las latas de leche en polvo, para los biberones y para el gas, "pero el ahorro más importante es el no gastar en medicamentos, ya que al alimentar al niño con leche materna, éste tiene menos posibilidades de adquirir enfermedades, lo que no ocurre con la leche en polvo".

Según la UNICEF, los productos sustitutos de la leche materna son caros y el uso de biberones requiere de la compra de utensilios especiales; el costo varía de un país a otro, siendo 22 dólares el costo

mensual de adquirir alimentos sustituidos para un niño de seis meses. La mayoría de las familias, agrega el Organismo, generalmente no pueden comprar la cantidad necesaria de alimento Infantil, por lo que alimenta a sus hijos con mezclas diluidas de un menor valor nutritivo, que no contribuyen a un crecimiento y desarrollo adecuados.

De las cuatro mil 237 especies de mamíferos en el mundo, la del *HOMO SAPIENS* es la única que va en contra del método de mayor eficacia, diseñado por la naturaleza para el cuidado de los recién nacidos.

Desde hace décadas, el uso de los sustitutos de la leche ha provocado que la lactancia materna se encuentre en peligro de extinción, tanto en países ricos como pobres, es tiempo de que el mundo se ponga a recuperar esta práctica. ■

través de la promoción y el fomento de la lactancia materna".

Nuestro país se ha comprometido, para el año 2000, a reducir la mortalidad materna e infantil a un 50 por ciento de los índices actuales y a impulsar acciones que atiendan a la salud integral del niño con mejoramiento de la calidad y la calidez en la atención institucional. El programa se basa en "Los 10 pasos para una lactancia exitosa", tomados de la iniciativa de la UNICEF y la OMS; sin embargo, en nuestro país la Secretaría de Salud anexó otras medidas para la salud materno infantil: la inmunización universal, la vigilancia y el control del crecimiento, la detección y atención de enfermedades gastrointestinales y respiratorias, la hidratación oral, y la detección oportuna del cáncer cervicouterino y mamarlo, entre otras.

Las autoridades mexicanas decidieron que se denominara "Amigos del niño y de la madre" a los hospitales que buscan la atención integral del binomio madre-hijo.



Hospitales amigos del Infante

Después de dos meses de la puesta en marcha del programa, existen ya alrededor de 30 "Hospitales amigos de la madre y del hijo", tanto de la Secretaría de Salud, el IMSS, el ISSSTE, como de las Secretarías de la Defensa Nacional, Marina y Petróleos Mexicanos, donde se orienta a la madre acerca de las ventajas de la leche materna.

Tal decisión ha coincidido con el lanza-

miento de la iniciativa de los Hospitales amigos de la niñez y con el acuerdo de la Asociación Internacional de Productos de Alimentos Infantiles de suspender la distribución gratuita de estos productos en los hospitales del país.

En noviembre del año pasado, El Consejo de Fabricantes y Distribuidores de Sucédáneos de la Leche Materna, y la Cámara Nacional de Industriales de la Leche (CANALIC), convinieron suspender, a partir de enero de 1992, los suministros gratuitos y venta a precio reducido de productos sustituto de la leche a instituciones públicas y privadas, así como a los agentes de salud.

Toda mujer es apta
paramamantar

Se ha demostrado científicamente que cualquier mujer está en condiciones para proporcionar leche y que son raros los casos en que una mujer no puede amamantar a su hijo.

Respecto a lo que muchas mujeres comentan en el sentido de que no amamantarán a su hijo porque no producen leche, el doctor Paulino Álvarez Navarro, Jefe del Departamento de Servicio de Medicina Comunitaria del Instituto Nacional

10 pasos para una lactancia feliz

El concepto de "Hospitales Amigos de los Niños" se basa en dar prioridad a las necesidades de la madre y su recién nacido. Para poder ser declarado "amigo de los niños", el hospital o la maternidad deben de poner en práctica todos y cada uno de los siguientes 10 pasos, encaminados hacia una feliz lactancia natural, elaborado por el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF) y la Organización Mundial de la Salud (OMS):

1. Disponer por escrito de una política relativa a la lactancia natural.
2. Capacitar al personal de salud para que pueda poner en práctica esa política.
3. Informar a las embarazadas de los beneficios de la lactancia natural.

4. Ayudar a las madres a iniciar la lactancia durante la media hora siguiente al parto.
5. Mostrar a las madres cómo se debe dar de mamar al niño.
6. No dar a los recién nacidos más que la leche materna, sin ningún otro alimento o bebida, salvo cuando medie indicación médica.
7. Facilitar la cohabitación de las madres y los niños durante 42 horas del día.
8. Fomentar la lactancia natural cada vez que el niño la pida.
9. No dar chupetes artificiales a los niños alimentados con el pecho.
10. Fomentar el establecimiento de puntos de apoyo a la lactancia natural y procurar que las madres se pongan en contacto con ellos.

sabían nuestros bisabuelos: que la lactancia materna es el "tratamiento personal" perfecto que brinda la naturaleza a los recién nacidos.

Las estadísticas mundiales indican que alrededor de 4 mil niños mueren diariamente a causa de diarreas e infecciones agudas de las vías respiratorias, porque se ha privado a sus madres de la posibilidad de alimentarlos de la forma apropiada.

Un poco de historia

El desafío a la naturaleza que implica reemplazar la lactancia materna por sucedáneos de la leche se generalizó en los países industrializados durante el siglo XX, pues un mayor número de mujeres participaban en la fuerza laboral. Los adelantos tecnológicos en materia de alimentos envasados posibilitaron que se ofreciera sustitutos de la leche materna a las madres que trabajan dentro y fuera del hogar. A mediados de los setenta era evidente que las técnicas de comercialización de los sucedáneos de la leche materna habían ganado la batalla. Se consideraba, erróneamente, que lo nuevo significaba entrar a un mundo moderno, sin embargo la presunción estaba costando la vida a muchos niños.

Yolanda Senties, Directora General de Atención Materno Infantil, indicó que al comenzar la comercialización del producto mencionado, la mujer con recursos económicos decidió sustituir la leche materna con él, "entonces muchas mujeres de diferentes estratos sociales trataron de copiar esa imagen equivocada, pensando que esto era símbolo de la modernización".

Tan sólo en las naciones subdesarrolladas, los niños no amamantados corren un riesgo de 10 a 15 veces mayores en los primeros tres o cuatro meses de vida.

Ventajas de la leche materna, según la UNICEF

1. Brinda al bebé todos los elementos nutritivos que necesita durante sus primeros cuatro a seis meses de vida.
2. Contiene elementos y sustancias anti-infecciosas, componentes inmunológicos y de otro tipo que recubren las paredes interiores del estómago, de los intestinos y de los pulmones, y que atacan las bacterias y los virus patógenos.
3. Los bebés no amamantados en los dos primeros meses de su vida, son por lo menos dos veces más propensos a sufrir diarreas que los bebés amamantados, y el peligro de muerte es 25 veces mayor para ellos.

4. Brinda a la madre 98 por ciento de protección contra el embarazo durante los primeros seis meses después del parto.
5. Cuando el amamantamiento empieza durante la primera hora después del nacimiento, la placenta es expulsada más rápidamente y se reduce el riesgo de hemorragia posparto, que puede poner en peligro la vida de la madre.
6. Reduce sustancialmente el riesgo de cáncer de mama y brinda protección contra el cáncer ovárico.
7. No requiere más recursos que los que ya tienen las madres. Representan una ventaja económica para los hospitales, las comunidades y los países.

Como resultado directo de la alimentación por medio de biberón, que es insuficiente y a menudo carece de esterilización, la mortalidad infantil aumenta en las poblaciones pobres del mundo industrializado. Lamentablemente en los países más pobres y menos educados hay una mayor tendencia a alimentar con biberón al niño.

Hospitales amigos de la niñez

El fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF) y la Organización Mundial de la Salud (OMS), instituciones preocupadas por el bienestar del niño, convocaron a los países que las integran que firmaran la Declaración Innocenti, considerando como un acuerdo unánime acerca de la necesidad de apoyar mundialmente la lactancia natural.

Ambas organizaciones seleccionaron doce países en vías de desarrollo (México, Bolivia, Brasil, Costa de Marfil, Egipto, Gabón, Kenia, Nigeria, Pakistán, Tailandia y Turquía) para que realizaran esta iniciativa llamada en todo el mundo "Hospitales Amigos de la Niñez".

Liceniada Senties, hemos notado que todos los países que están llevando a cabo este programa son subdesarrollados, ¿por qué se tomó en cuenta a los desarrollados donde la lactancia materna podría ser menor?

-Mire, la Declaración del Innocenti la firmaron tanto los países en vías de desarrollo como los industrializados. Estos países subdesarrollados fueron elegidos para que recibieran apoyo especial de los organismos internacionales; esto no quiere decir que los industrializados no estén fomentando la lactancia materna, lo que pasa es que los países desarrollados no requieren de este apoyo. Todos los países miembros de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) están desarrollando el programa, considerado como una estrategia mundial para mejorar la salud del niño.

Disminuir la mortalidad infantil

México creó, en mayo de 1991, el Comité Nacional de Lactancia Materna, cuyo propósito consiste en "contribuir a la disminución de la morbilidad y mortalidad infantil a

Leche • la • madre • decide

Ma. Eugenia Montañón
y Anastacia Rodríguez

Desde enero del presente año, por instrucciones de la Secretaría de Salud los fabricantes de los sucedáneos de la leche en polvo dejaron de distribuir muestras gratuitas a través de las instituciones del sector, porque el niño desde que nace se acostumbra a la leche en polvo de determinada marca comercial, porque la institución no debe ser intermediario para la publicidad de empresas privadas en este ramo y, especialmente, por la importancia de fomentar la lactancia materna.

A partir de la suspensión de las muestras gratuitas se han manifestado inconformidades de diferentes grupos no organizados, los cuales sin contar con los conocimientos respectivos, han señalado que las instituciones de salud del país no pueden dejar de otorgar las prestaciones conseguidas desde hace años, como en el caso de las mujeres aseguradas que cuentan con raciones de leche en polvo.

Al respecto, Yolanda Senties, Directora General de Atención Materno Infantil de la Secretaría de Salud aseguró que la dotación de leche que proporcionan tanto el IMSS como el ISSSTE, continuará entregándose a las aseguradoras, "en México no se puede quitar una prestación conseguida después de muchos años".

Señala que en realidad lo que ya no se permitirá es que los agentes profesionales de ventas regalen muestras de sucedáneos de la leche en las instituciones de salud, como una forma de publicidad comercial

que se venía efectuando hasta diciembre del año pasado.

Licenciada, ¿por qué ha habido inconformidades con respecto a este programa?

-En primer lugar, ha sido por falta de una información clara. Los grupos opositores no habían entendido en qué consistía el programa; hemos platicado con algunos de ellos y lo han comprendido. Pensaban que se iba a quitar la dotación de leche que el IMSS y el ISSSTE otorgan a las madres aseguradas, esto no es así, lo único que se está haciendo es evitar la promoción de los sucedáneos dentro de las instituciones de salud y hacer que el médico le informe sobre las ventajas de la leche materna para que la madre pueda decidir qué tipo

de alimentación debe dar al hijo.

Lactancia materna, método eficaz

Estudios recientes han confirmado que en la alimentación de un recién nacido no existen sustitutos óptimos. La leche materna ha sido, es y será el mejor alimento en los primeros meses de vida del ser humano.

Los expertos en nutrición, salud y desarrollo infantil coinciden en que la lactancia materna constituye el método más eficaz para otorgar al bebé una alimentación completa, que lo proteja de infecciones y enfermedades.

La ciencia está redescubriendo lo que ya



Foto de servicios especiales

La leche es el mejor alimento

EDITORIAL

Ideología, política y congruencia histórica

Al insistir con la representación presidencial al III Informe de Labores del Gobernador de Jalisco, Guillermo Cosío Vidaurri, el Secretario de Gobernación Fernando Gutiérrez Barrios, pronunció un discurso que ofrece una visión de la coyuntura, coherente con las ideas y la práctica que han prevalecido en los grandes capítulos de nuestra historia.

Ideología, principios, política y práctica, no son, en la visión de Gutiérrez Barrios, hechos casuales; responden a la misma lógica que vincula a la Independencia con la Reforma y la Revolución; es decir, nacen de la voluntad popular y la reflejan. El razonamiento se sustenta en la Constitución y en la permanencia de principios esenciales en la historia nacional: soberanía, justicia, democracia y libertad.

El nuestro es "un pueblo constituido por individuos libres, pero ampliamente solidarios frente a un destino común". Por eso la ideología predominante -el liberalismo social- es "producto de convicciones y de grandes esfuerzos, y no de sectarismos; compromiso, pero no sujeta ni limita... emerge para fortalecer nuestro Sistema Político, a fin de resolver los retos del presente, sin dar la espalda a lo mejor de nuestra historia".

La política electoral -pieza esencial de la democracia- no puede modernizarse con sólo perfeccionar normas y procedimientos; es preciso que éstos se acaten y se cumplan, y que los partidos políticos respetan la voluntad popular. "En este proceso de modernización -señala el Secretario de Gobernación- un elemento sustantivo lo constituye el cambio de actitudes y comportamientos. Sobre la intransigencia, el diálogo; sobre el dogma, el respeto a la indiferencia; sobre el aniquilamiento del adversario, el reconocimiento de la más amplia pluralidad".

Ingrediente sustancial de la democracia y del Estado del Derecho es la garantía que los partidos políticos gozan de autonomía y libertad. Por ello el Secretario Gutiérrez Barrios fue particularmente enfático al decir: "Reprobamos todo intento de obtener indebidamente información sobre personas, organizaciones o partidos políticos... Condenamos por ello, acciones de este tipo, vengan de donde vengan".

La libertad y la democracia no son conceptos aislados; se validan en la justicia social y exigen la observancia del Derecho y el respeto mutuo. Por eso no hay que olvidar que "la paz, la tranquilidad y el orden que se dan a lo largo y a lo ancho de nuestro territorio -como advierte Gutiérrez Barrios- no son un bien gratuito. No se ganaron de una vez y para siempre. Se conquistan todos los días".

Año XLIX No. 2603 Vol. XCIX

20 de marzo de 1992

Fundador

Martín Luis Guzmán

(1887 - 1976)

Director General

Renward García Medrano.

Gerente Administrativo

María Elena Orozco.

Jefe de Redacción

Gilberto Guerrero.

Secretaría de Redacción

Irene Gómez Baas.

El Mundo

Jorge Carrasco.

Cultura

Georgina Obregón.

Jefe de Producción

Juan Servín.

Diseño Gráfico y Portada

Teresa del Castillo.

Foto de Portada

Alejandra Vega.

Redactores

Cristóbal Rojas Millán, María

Esther Espinosa Calderón,

Lucía Carrasco, Alejandro

Correa, Ana Laura Ortega,

María Alejandra Arroyo,

Anastacia Rodríguez, Rafael

Pérez Fons y María Eugenia

Montaño.

Corresponsales

Cono Sur: Leobardo Juárez

U., Moscú: Evguenie

Umerenkov, Jerusalén:

Moshé Perat, Brasil: Hugo

Coya, Guanajuato: Martín

Ocampo, Michoacán: María

de los Angeles García.

Corrección

Georgina Obregón, Humberto

Bates y Víctor Manuel Banda.

Colaboradores

Germán Malvido, Berta

Taracena, Rafael Cardona,

José Manuel Padilla, Javier

Cabrera, José Andrés

Oteyza, Jorge Eduardo

Navarrete, Federico Barrera

Fuentes, Federico Navarrete

Linares, Fernando M. Garza,

Aurora del Villar, Eduardo

Ruiz Healy, Alfredo Pérez

Bravo, Isela Fernández

ESTA TESTS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA

■ Portada

Leche...la madre decide

Desde enero del presente año, por instrucciones de la Secretaría de Salud los fabricantes de los sucedáneos de la leche en polvo dejaron de distribuir muestras gratuitas a través de las instituciones del sector. TIEMPO se dedicó a disipar la confusión que trajo la medida ... 4

■ EL PAÍS

Guillermina Rico: "no soy una vividora" ... 8

Juárez y el discurso político de hoy, Javier Oliva ... 14

PEMEX, puntal estratégico del desarrollo ... 15

Semblanza: Juan de Dios Castro ... 16

IMER renueva su Carta de Programación ... 20

Liberalismo Social, ¿Contradicción o Propuesta histórica? ... 23

■ Economía

Deuda Externa: Cuestión de Semántica o de Pragmática. Victoria Nieto ... 28

El mundo ante las amenazas proteccionistas. Antonio Gazol ... 29

Salomon: una empresa mexicana ante el TLC ... 30

■ EL MUNDO

El costo de la Unidad Europea ... 32

Desde Moscú: la CEI camino a la desintegración ... 34

Fundamentalismo: cohabitación y conflicto. Zidane Zeraqui ... 35

Desde Jerusalén: la danza macabra de los 10 mil millones ... 36

EU: se aclara el panorama electoral ... 38

Venezuela: Pérez en la encrucijada. Stella Calloni ... 43

India: el segundo paso de la Reforma.

Jorge Eduardo Navarrete ... 45

■ Futuro

Cuidado con el tren. Alejandro Pescador ... 46

Violencia: la caída del disco de acetato ... 47

■ Cultura

Teatro de la Ciudad, la historia de un coloso ... 48

Años 20/50: los caprichos del Barroco ... 49

Artes Plásticas: continuidad histórica ... 50

Cuba: la Catedral de los helados ... 51

Reporte Médico: combata el insomnio ... 54

Nº 6
2 EJ.



SECRETARIA
ACADEMICA
Escuela Nacional de
Artes Plásticas

espacio
publicitario

PEMEX PARTICIPA EN LA PRESERVACION DEL AMBIENTE



- Distribuye diesel con bajo contenido de azufre en el Valle de México, Guadalajara y Monterrey, a efecto de reducir la emisión de contaminantes a la atmósfera.



PEMEX

ORGULLO Y FORTALEZA
DE MEXICO

TENER MEJOR AMBIENTE ES UNA NECESIDAD... LOGRARLO ES TAREA DE TODOS

TIEMPO

Nº 6
2 EJ.

Leche...la
madre decide

Guillermina Rico:
"no soy una vividora"

El costo de
la Unidad
Europea

Gaby Rivero
habla de la
Cadena de las
Américas

México 20 de marzo de 1992

\$3000.00 M.N.

NS 3.00 M.N.