

14  
rej



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO  
ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLASTICAS

# REDISEÑO DEL ORGANO INFORMATIVO INTERNO DEL BANCO DEL ATLANTICO S.N.C.

CON APOYO DE LA INFORMATICA



SECRETARIA  
ACADEMICA  
Escuela Nacional de  
Artes Plásticas

Tesis que para obtener el Título de  
Licenciado en Diseño Gráfico presenta  
Irma Garduño Bucio.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

**Garduño**  
m é x i c o , d . f . m a y o 1 9 9 3



## **UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso**

### **DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

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

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

**INDICE JUSTIFICACION**

---

**CAPITULO I****1 INTRODUCCION A LA INFORMATICA**

- 1.1 Antecedentes
- 1.2 ¿ Qué es una computadora ?
- 1.3 Herramientas al servicio del Diseñador Gráfico

---

**CAPITULO II****2 LA INFORMATICA Y EL DISEÑO GRAFICO**

- 2.1 La Graficación
  - 2.1.1 Antecedentes de la Graficación
  - 2.1.2 Aplicaciones de la Graficación
- 2.2 La Graficación aplicada al Diseño Gráfico
- 2.3 Cómo se elaboran los gráficos por computadora

---

**CAPITULO III****3 APLICACION: DISEÑO Y ELABORACION DEL ORGANISMO INFORMATIVO INTERNO DEL BANCO DEL ATLANTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARES APLICADOS AL DISEÑO EDITORIAL**

- 3.1 Metodología enfocada al diseño de impresos
- 3.2 *FASE DE ESTUDIO*
  - 3.2.1 **Investigación**
    - 3.2.1.1 **Areas del Diseño Gráfico**
      - Diseño de Identidad
      - Diseño de Información
    - 3.2.1.2 **House Organ**
      - Definición General
      - Definición Física
      - Definición Funcional
      - Clasificación dependiendo de su función

**3.2.2 Análisis****3.2.3 Evaluación****3.2.4 Síntesis****3.3 FASE DE PROYECTACION**

Causa primera

Causa formal

Causa material

**3.3.1 Primeras imágenes**

Proceso de bocetaje

**3.3.2 Anteproyecto**

Formato

Diagramación

+Márgenes

+Reticula

+Tipografía

**3.3.3 Proyecto**

Alternativa 1

Alternativa 2

La Portada

El Logotipo de la Publicación

Composición de la Portada

**3.4 FASE DE REALIZACION**

Causa Técnica

Ventura Publisher

Cómo se arma una página en Ventura

Alternativa 1

Alternativa 2

**3.5 CONCLUSION****BIBLIOGRAFIA**

## **JUSTIFICACION**

El presente trabajo tiene la finalidad de introducir al Diseñador Gráfico, que no se ha involucrado de manera directa, en la actual tecnología enfocada al diseño y elaboración de impresos. Dicho proyecto ha sido generado como un apoyo didáctico, conteniendo la información mínima necesaria, con la que el Diseñador se relacionará de manera general para cubrir el objetivo del mismo, sin requerir la profunda consulta de otra bibliografía adicional.

Por otra parte presenta a las computadoras como una herramienta importante y necesaria pero de ningún modo indispensable, atribuyéndole una utilidad como instrumento de trabajo.

En la actualidad la utilización de equipos de cómputo para la realización de publicaciones es algo muy común, por lo que toca al Diseñador Gráfico involucrarse con la gran variedad de softwares existentes, quienes lo ayudarán a cubrir sus necesidades a través de paquetes de aplicación útiles y flexibles.

Ventura Publisher es uno de los paquetes más conocidos, por su especialización en el diseño y producción de publicaciones; fue diseñado por Xerox, básicamente para ser aplicado en conjunto con sus poderosos equipos de impresión, pero hoy en día, al ser mayor la demanda de su uso, es compatible con varios equipos, amén de presentar importantes opciones que incrementan la flexibilidad del mismo.

Ahora bien ¿Por qué un rediseño?

En primer lugar se solicitó de manera particular, la mejora de la publicación, del boletín informativo del Banco del Atlántico, en cuanto a diseño y contenido. Aprovechando por otra parte la futura adquisición de equipos de Cómputo para el área encargada de su elaboración.

Cabe aclarar que las personas involucradas en la realización del impreso, son redactores, comunicólogos y dibujantes, pero no hay en sí una persona involucrada directamente en el área de Diseño, motivo por el cual se requirió la consultoría en diseño editorial, para que así, al tener un formato ya establecido de la publicación en cuestión se obtenga un beneficio en cuanto imagen, tiempo y dinero.

**capitulo**

**UNO**

**INTRODUCCION A  
LA INFORMATICA**

## **ANTECEDENTES**

La motivación del hombre por dominar el entorno que le rodea, surge directamente de la necesidad de mejorar su nivel de vida. Por tal motivo, el desarrollo de su ingenio lo lleva a moldear elementos tan importantes, como en el caso del agua y el fuego. Cuando se le presenta al hombre la necesidad de contar, hace uso de lo que le brinda la naturaleza, de lo primero que tiene a su alcance, los cinco dedos de cada una de sus manos. Al elevar la importancia y la complejidad de las operaciones aritméticas, inventa instrumentos que le faciliten dicha tarea.

En un desarrollo secuencial tenemos así, los elementos que lo llevan a desarrollar su capacidad creativa, al grado de crear las actualmente indispensables computadoras. Dentro de los primeros ideados para facilitar el cómputo o cálculo aritmético tenemos:

### **EL ABACO**

Cuya invención se le atribuye a los Babilonios. Es un dispositivo digital, en el que se pueden realizar, sumas, restas, multiplicaciones y divisiones con cierta rapidez. Está conformado por varias columnas de cuentas, para las unidades, decenas, centenas, etc.

### **TABLAS DE LOGARITMOS**

(John Napier, 1614)

Método que redujo la dificultad de las operaciones de multiplicación y división al traducirse en sumas de logaritmos y restas de logaritmos respectivamente.

### **REGLA DE CALCULO**

(1650)

Es un dispositivo analógico, menos exacto que la tabla de logaritmos, pero de manejo más simple. Los números se representan como longitudes de medidas sobre una escala, dichas longitudes se determinan por logaritmos de los números.

### **CALCULADORA MECANICA DE RUEDAS**

(Blas Pascal, 1642)

Primera sumadora mecánica, conformada por un conjunto de ruedas dentadas engranadas entre si dependiendo de su ubicación corresponden a las unidades, decenas, centenas, etc. Cada rueda está marcada con los dígitos del 0 al 9.

### **MAQUINA DE BABBAGE**

(Babbage, 1812-1834)

Máquina Diferencial.- Calculadora automática capaz de generar diversos tipos de tablas. Se basaba en el método de cálculo numérico llamado de diferencias.

Posteriormente Babbage ideó una máquina analítica capaz de ejecutar procesos más complicados, donde la alimentación de datos sería por medio de tarjetas perforadas.

Ambos proyectos fueron suspendidos por falta de financiamiento y por ser superiores a la capacidad técnica de la época, pero sus bases constituyeron la pauta en la realización de la primera computadora electrónica.

### **TARJETAS PERFORADAS**

(H. Hollerith, 1880-1890)

Sistema que se desarrolló, con la finalidad de reducir el tiempo de compilación de resultados del censo de 1880 en Estados Unidos. Los datos de dicho censo se perforaron manualmente y se contaron en una tabuladora construida para tal efecto. Las respuestas ("SI" o "NC") eran representadas por la presencia o la ausencia de una perforación en un lugar determinado de la tarjeta.

### **COMPUTADORA MARK I**

H. Aiken (Universidad de Harvard, 1937-1944)

Primera computadora electromecánica automática, gigantesca calculadora, capaz de realizar largas secuencias de operaciones aritméticas y lógicas. Su capacidad de operación dependía de la rapidez de sus numerosos componentes electromecánicos, por lo que resultaba muy lenta. Fue utilizada durante 15 años para realizar cálculos astronómicos.

### **COMPUTADORA ENIAC**

Electronic Numerical and Calculator,  
J. Mauchly y J. Eckert,

(Universidad de Pennsylvania, 1943-1945)

Primera computadora electrónica, que a diferencia de la Mark I, empleaba bulbos, era más rápida y carecía de memoria interna. Fue ideada para resolver problemas de balística y aeronáutica.

### **COMPUTADORA EDVAC**

Electronic Discrete Variable Automatic Computer  
(J. Mauchly y J. Eckert, 1945-1950)

Más pequeña y potente que la ENIAC, realiza las operaciones aritméticas con números binarios (base 2) y almacena instrucciones interiormente.

### **COMPUTADORA UNIVAC**

Universal Automatic Computer

(Remington Rand Company, 1951)

Primera computadora de uso comercial, utiliza cinta magnética para la entrada y salida de datos. Tiene la característica de procesar datos alfanuméricos y numéricos; emplea un programa especial capaz de producir programas en un lenguaje particular a un lenguaje de máquina.

---

## GENERACIONES DE COMPUTADORA

### **PRIMERA GENERACION**

Las máquinas computadoras mencionadas anteriormente, formaron parte de ésta generación, cuyas principales características son: el empleo de bulbos como componentes básicos de sus circuitos internos, motivo por el cual eran muy voluminosas, consumían mucha energía, eran relativamente rápidas y su capacidad de almacenamiento era insuficiente.

### **SEGUNDA GENERACION**

1959. Emplean transistores como componentes básicos. Implementación de memoria de ferritas, elementos conformados por imanes cuya función es servir de medio de conducción, agilizando así, la comunicación entre los componentes internos de la máquina, lo que reduce considerablemente el tamaño de la computadora. Consume menos energía, tiene mayor velocidad y capacidad de almacenamiento.

### **TERCERA GENERACION**

1960. Emplean circuitos integrados monolíticos (de una sola pieza) con lo que se eleva su velocidad operacional, así como su confiabilidad, disminuyendo por otra parte su tamaño y el costo de las máquinas.

La compatibilidad de sus componentes proporcionan una gran flexibilidad en la modificación o expansión de sistemas de cómputo, sin alterar los sistemas básicos. A mediados de ésta década y dentro de ésta generación, surge el minicomputador como respuesta a la demanda que tienen las computadoras y a un costo menor. "Las minicomputadoras pueden reemplazar a una computadora estándar centralizada, en un sistema de procesamiento distribuido, ya que es posible agregarles más procesadores y módulos de memoria"<sup>1</sup>

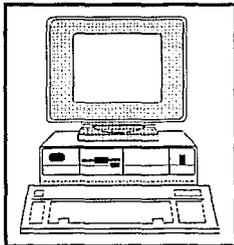
#### **CUARTA GENERACION**

A ésta generación corresponden la incorporación de miles de componentes activos en volúmenes de una fracción de pulgada, integración a gran escala de circuitos, lo que proporciona un incremento a la velocidad de proceso interno de las computadoras.

Surgen así, los microprocesadores, dispositivos que desarrollan las funciones de la unidad de procesamiento central, ejecuta operaciones aritméticas y lógicas básicas. Una microcomputadora está constituida por un microprocesador con circuitos de suministro de poder e interfaces de control de entrada-salida.

Al igual que el minicomputador consume menos energía y tiene controles para aplicaciones específicas, con la diferencia, que las microcomputadoras poseen un conjunto más limitado de instrucciones, tienen un tiempo de ciclo más lento y son más baratas.

### **QUE ES UNA COMPUTADORA**



**MICROCOMPUTADORA**

"Es un equipo electrónico, creado como un instrumento de apoyo para el desarrollo de diversas labores, como la investigación, la producción y más recientemente la educación."<sup>2</sup>

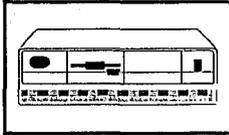
Las computadoras efectúan de manera automática operaciones lógicas (matemáticas) utilizando información de entrada y entrega respuestas, según un programa predeterminado de instrucciones.

Cabe recordar que no son "cerebros pensantes", sino una importante herramienta creada por y para el hombre; actualmente debe su importancia, al apoyo que brindan en el desarrollo de actividades técnicas y administrativas, así como a su capacidad de procesar y almacenar grandes volúmenes de información en un tiempo relativamente corto.

Las computadoras están conformadas por los siguientes elementos:

---

### UNIDAD CENTRAL DE PROCESO (CPU)



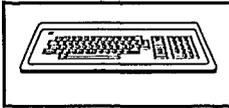
CPU

Es la sección que realiza las instrucciones. "Procesa la información, comparando un elemento con otro; posteriormente realiza uno u otro proceso de acuerdo con las instrucciones de control del programa que se esté utilizando"<sup>3</sup> Todos los cálculos y funciones de memoria son manejados por el CPU.

---

### DISPOSITIVOS DE ENTRADA

Son las herramientas necesarias para comunicarse con la máquina, dentro de los que destacan:



TECLADO

**EL TECLADO.-** Quien tiene la apariencia física y funcional de un teclado de máquina de escribir, es el más preciso de los dispositivos de entrada ya que permite una directa comunicación con la máquina.

**CURSORES GRAFICOS.-** Funcionan como el lápiz con el que se dibuja en la computadora, ayudan a hacer trazos de una manera cómoda y rápida; su función consiste en controlar la posición del cursor. Entre los más comunes tenemos, el lápiz óptico, el lápiz electrónico, el cursor con teclado y el mouse (ratón).

---

### DISPOSITIVOS DE SALIDA

Son las herramientas, como es el caso de los monitores, las impresoras, los plotters, que se utilizan para la obtención de los resultados de los procesos.



MONITOR

**EL MONITOR.-** Es el medio, por el cual, la computadora se comunica con nosotros; el tipo de información que despliega depende del programa que se esté utilizando en ese momento, así como lo que se escribe por medio del teclado.

El monitor de las computadoras es semejante a un televisor, pero tiene mayor definición.

La resolución en un monitor, la determina el número de píxeles por pulgada, a lo ancho y a lo alto de la pantalla; la mayor parte de los monitores tienen una resolución comprendida entre 60 y 70 píxeles por pulgada, la suficiente definición para la mayoría de las aplicaciones de diseño

#### TIPOS DE MONITOR

NOMBRE	RESOLUCION	COLORES
CGA Color Graphics Adapter	640 X 200	2
EGA Enlaced Graphics Adapter	640 X 400	64
VGA Video Graphics Adapter	800 X 600	256

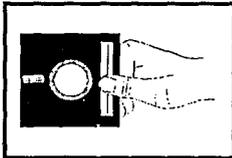
---

#### MEMORIA

---

Es un medio de almacenamiento de información interno; la capacidad de memoria se mide en BYTES, un byte equivale a 8 BITS, que pueden representar a una letra, un número, un signo de puntuación o un símbolo especial. La unidad de proceso la determina en parte el número de Bits, que es la unidad mínima direccionable en un PC (Personal Computer).

Existen 3 tipos de memoria, Memoria Rom, Memoria Ram y Discos.



**DISCO FLEXIBLE**

**MEMORIA ROM.-** Guarda instrucciones fundamentales, que el ordenador utiliza para sus funciones internas, no puede borrarse o modificarse.

**MEMORIA RAM.-** Es donde se ejecutan los programas, aquí se acumula la información que el usuario está utilizando, es temporal.

**DISCOS.-** Area de memoria permanente.

---

#### HARDWARE Y SOFTWARE

---

Basicamente una computadora se compone de 2 partes:

**HARDWARE,** que conforma la estructura física, es el encargado de ejecutar los procesos de captación, almacenamiento de información y la obtención de resultados.

**SOFTWARE.-** que es el lenguaje propio de las computadoras, los programas. Un programa de computación es una representación formal de conceptos, definiciones y relaciones. Su desarrollo está completamente apegado a los objetivos y necesidades del área para el que está diseñado.

La mayoría de los programas pueden clasificarse en cuatro categorías: Procesador de Textos, Hoja de Calculo, Base de Datos, Gráficos

## **HERRAMIENTAS AL SERVICIO DEL DISEÑADOR GRAFICO**

La influencia de la informática en el área del Diseño Gráfico, presenta a la tecnología de cómputo como un atractiva alternativa en el desarrollo de proyectos, proporcionando al Diseñador los medios para la simplificación del trabajo de composición y edición, sin omitir calidad, aclarando que los resultados impresos están íntegramente ligados a la capacidad del equipo con que se cuenta, manejando como un estándar la resolución que nos da la impresora Laser Jet, 300 puntos por pulgada cuadrada, siendo ésta una definición bastante aceptable.

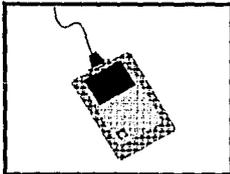
No es necesario dominar sofisticados lenguajes de computación, su facilidad de aprendizaje y de uso, mediante el dispositivo de señalamiento (ratón) y una interacción a través de menús (lista de funciones), presenta a la computación aplicada al Diseño como una herramienta muy completa, siendo posible aprender su manejo en poco tiempo.

Dentro de los elementos físicos (hardware), existen dispositivos que auxilian al Diseñador en la creación y manipulación de información gráfica, dentro de los que destacan:

**LIGHT PEN:** Conocido como lápiz óptico, sirve para dibujar directamente sobre la pantalla.

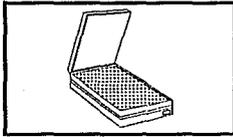
**LAPIZ ELECTRONICO:** Dibuja sobre una tableta magnética que le sirve de soporte. El lápiz electrónico activa un punto sobre la pantalla cuando se presiona la punta sobre la superficie magnética del tablero. El ordenador lee la posición del punto y la visualiza sobre la pantalla.

**MOUSE (ratón):** Es un periférico cuya función al igual que el lápiz óptico y el electrónico, es la de facilitar el manejo del cursor.



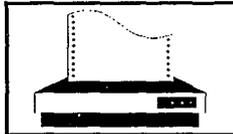
**MOUSE**

Es similar a un lápiz electrónico en cuanto a su funcionamiento, pero en el mouse "el punto se calibra por el movimiento de una esfera situada en la base, en lugar de hacerlo mediante la activación magnética del punto"<sup>4</sup>. No requiere de una tableta magnética, puede emplearse en cualquier superficie plana. En cuanto a su aspecto físico, el mouse cuenta con un pequeño teclado situado sobre una caja rectangular, para activar puntos y realizar funciones adicionales.

**SCANNER**

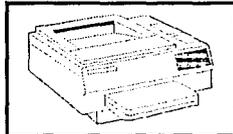
**SCANNER:** Es un derivado de los digitalizadores de video. Contiene un tubo de rayos catódicos, que rastrean una imagen previamente impresa, fotografías, mapas, planos, logotipos, firmas, etc.

Bajo el control de una microcomputadora esta imagen puede editarse, convirtiéndose en una gráfica de alta resolución, permitiendo incluirla en un documento diseñado también en computadora. El scanner funciona de manera similar a una fotocopiadora, solo que la imagen no es reproducida en un papel, sino en el monitor.

**IMPRESORA DE MATRIZ**

**IMPRESORAS:** En lo que respecta a dispositivos para la obtención de documentos impresos, están:

**IMPRESORA DE MATRIZ:** Imprime puntos sobre papel, estos pueden juntarse de tal suerte, que parezcan líneas, círculos y otra clase de gráficos o caracteres alfanuméricos.

**IMPRESORA LASER**

**IMPRESORA LASER:** Poseen mayor definición que la matricial, manejando 300 puntos por pulgada. Pertenecen al tipo de impresoras electrofotográficas, la técnica que emplean las fotocopiadoras.

"Su funcionamiento se basa en una placa que se carga con un alto voltaje y un láser "dibuja" sobre ésta una copia negativa de la imagen por imprimir, descargando la placa en los lugares donde se encuentra. La tinta de la impresora proporciona las partículas que se adhieren a la porción cargada de la placa y mediante presión o calor la placa fija la imagen sobre papel"<sup>5</sup>

**PLOTTERS:** Dibujan físicamente sobre un papel o película de acetato las imágenes creadas en la computadora. Trazan líneas con plumillas entintadas.

Requieren que la imagen esté codificada en formato de graficado por vectores, punto a punto.

**IMPRESORAS DE COLOR:** "Utilizan las tecnologías de las impresoras de matriz de impacto, por matriz de puntos, (usando varias cintas de impresión de colores), de las electrofotográficas (empleando varias placas de color) y de las de rocío de tinta, de varios colores"<sup>6</sup>.

Así pues, la tecnología nos brinda los elementos, el Diseñador Gráfico por su parte deberá cooperar con su talento creativo; quien por sobre todas las cosas no deberá subestimar el valor de sus cualidades, siendo las computadoras una herramienta más a su disposición.

- NOTAS**
- 1** MANUAL, INTRODUCCION A LA COMPUTACION  
Gómez Gabriela. Pág. 35
  - 2** MANUAL, INTRODUCCION A LA COMPUTACION.  
Gómez Gabriela. Pág. 41
  - 3** CAD, DISEÑO Y GESTION DE DATOS  
Kennedy Lee. Pág.11
  - 4** CAD, DISEÑO Y GESTION DE DATOS  
Kennedy Lee. Pág. 15
  - 5** GLOSARIO DE COMPUTACION  
Freedman A. Pág.62
  - 6** GLOSARIO DE COMPUTACION  
Freedman A. Pág. 64

**capitulo**

**DOS**

**LA INFORMATICA Y  
EL DISEÑO GRAFICO**

## LA GRAFICACION

Dentro de los programas de computación, es en la categoría de gráficos donde el Diseñador Gráfico obtiene mayor beneficio en cuanto a su desarrollo profesional.

La graficación es la manipulación, generación y procesamiento de imágenes por computadora. "Involucra la creación de imágenes a partir de información no gráfica, la cual es manejada mediante ecuaciones matemáticas basadas en trazos de línea, curvas y otras representaciones geométricas simples".<sup>7</sup>

En un sistema elemental las gráficas corresponderían a puntos, segmentos de línea, vectores, círculos, caracteres alfanuméricos, símbolos especiales, etc. En un sistema más sofisticado, serían cuerpos en 2 o 3 dimensiones como cubos, esferas, cilindros, etc.

---

### ANTECEDENTES DE LA GRAFICACION

---

La graficación tiene su origen en las gráficas interactivas, cuya información proviene del operador de la computadora, para crear alguna imagen, o bien, a través de comandos, tales como "traza una línea" a partir de un punto dado; "traza un círculo" dados el centro y el radio.

Las primeras gráficas por computadora, tuvieron su aplicación en el campo de las ciencias con las representaciones del cuerpo humano en tercera dimensión; a medida que su uso crece, la industria se vio motivada para usar imágenes creadas por computadora, sobre todo en aplicaciones ingenieriles. "General Motors fue la primer compañía que recurrió a un sistema gráfico, desarrollado por IBM, para el diseño de partes automotrices en 1964. Presentándose como la base de los sistemas que hoy conocemos como CAD, aprovechados en la industria al final de la década de los 60'S. Posteriormente se utilizó para controlar el proceso de fabricación y producción".<sup>8</sup>

Al comprender el gran potencial que representaban las gráficas por computadora, impulsa al fabricante de computadoras a construir máquinas con mayor velocidad de proceso y trabajo en tiempo real.

## APLICACIONES DE LA GRAFICACION

Frecuentemente encontramos su aplicación dentro de las más variadas áreas, como es el caso del diseño de gráficas administrativas, cartografía, animación, etc.

#### **GRÁFICAS ADMINISTRATIVAS:**

**Gráficas de barras**, cuando haya comparaciones en relación al tiempo, se representarán con gráficas de barras verticales; si la comparación es en un solo punto del tiempo, se manejan las barras horizontales.

**Gráficas de pie**, se utilizan cuando hay que mostrar las proporciones de las partes de un todo, expresadas en porcentajes.

**Gráficas de línea**, muestran la tendencia y ciclos en vez de valores.

**Gráficas de definiciones**, se emplean para la elaboración de diagramas de flujo, procesos químicos o rutas críticas.

#### **CARTOGRAFIA:**

Se refiere a todo tipo de mapas.

#### **CONTROL INDUSTRIAL:**

El diseño de piezas mecánicas, eléctricas y electrónicas, ha impulsado esta categoría. Las plantas petroquímicas y los sistemas de potencia, son algunos ejemplos de ésta área.

#### **ANIMACION:**

Es un ejemplo de la comercialización de la computación gráfica. Los anuncios de televisión y su aplicación en películas de ciencia ficción, son algunos ejemplos. Los juegos de video pertenecen también a este campo.

#### **SIMULADORES:**

Los más comunes son los de entrenamiento para pilotos de aviones, otros ejemplos serían los que involucran vehículos militares. Su principal característica radica en producir imágenes en tiempo real, las cuales van apareciendo en función de los comandos que ejecuta el operador.

#### **LA GRAFICACION APLICADA AL DISEÑO GRÁFICO:**

Siendo la principal función de nuestra actividad solucionar necesidades de comunicación, configurando mensajes visuales para su mejor comprensión, el Diseñador encuentra en la computación gráfica un aliado que le apoya en la elaboración de proyectos, ya sea para la producción de impresos, de diaporamas o presentaciones electrónicas.

---

**IMPRESOS**

---

El desarrollo del diseño de impresos, se manifiesta a través de los años de manera trascendente. Encontramos sus cimientos en la escritura de tipo cuneiforme avanzando así, hacia el siglo XII con los manuscritos y los copistas. Llegando así al momento donde a partir de un prototipo original se inicia la producción en serie, con la imprenta de tipo movable de Gutenberg. Es hasta el siglo XVII cuando se llega a los beneficios del Linotipo.

A nuestros días, encontramos la progresión del diseño de impresos con el desarrollo cibernético de la fotocomposición; dicho avance no presenta su mayor auge aquí, pues tal desarrollo tecnológico continúa con la composición y elaboración de impresos por computadora.

Así como existen softwares para la elaboración de gráficos, existen otros encaminados a la composición de páginas. Al requerir el trabajo de publicación el manejo de gráficos y texto a la vez, surgen softwares que facilitan el proceso de montaje.

Por otro lado presentan la ventaja de editar con la sencillez del movimiento de bloques en la pantalla, diseñando páginas en menos tiempo, amén de ofrecer las posibilidades de un sistema de publicaciones cuyo costo es muy accesible, finalmente tiene la ventaja de proporcionar con la ayuda de la impresora una muestra muy semejante al producto impreso.

---

**DIAPORAMAS**

---

La generación de imágenes por computadora aligera en gran medida el trabajo del productor de audiovisuales al poder elaborar cuadros en menos tiempo, con una gran calidad que a su vez reduce en el factor económico de manera determinante.

El armado de cuadros de texto se desarrolla de manera automática, dejando atrás el empleo de caracteres transferibles, presenta grandes posibilidades en cuanto al diseño de gráficas administrativas proporcionando variadas alternativas en cuanto a formatos y colores.

La edición en general resulta por demás sencilla. Otra de las ventajas a destacar, es la posibilidad de combinar fotografías con gráficos elaborados en computadora con la ayuda de softwares que manejen la digitalización de imágenes. Así pues, el tiempo que se requería en la elaboración de imágenes (gráficas, logotipos, dibujos, etc.) más el que se necesitara para la toma fotográfica se reduce notablemente al producir las imágenes por ordenador y fotografiarse por medio de una terminal fotográfica automáticamente.

---

## PRESENTACIONES ELECTRONICAS

Una presentación electrónica, es aquella exposición, plática u orientación que es apoyada de manera visual, con imágenes elaboradas por computadora. Dichas imágenes funcionan como afirmantes visuales de lo que se manifiesta verbalmente.

Las imágenes son proyectadas por medio de una salida de la computadora hacia la entrada de un video proyector de 3 cañones, las imágenes proyectadas alcanzan una dimensión aproximada de 3 x 2 m. Con una aceptable definición. El software "Story Board" es uno de los pioneros en este tipo de presentaciones.

Actualmente este medio ha ido adquiriendo gran aceptación en el mercado y como consecuencia, no solo surgen nuevos softwares sino que también hay novedades en el ámbito del hardware como es el caso del videoshow, que es un instrumento con la apariencia de una videocasetera, realizando, de alguna manera, las funciones de la misma, al transmitir las imágenes.

El videoshow se conecta a un video proyector, cuando la presentación va dirigida a mas de 20 personas, cuando se trata de una junta donde los participantes no exceden en su número de 8 se emplea un monitor de 27", de alta resolución donde la definición es superior.

Las ventajas que proporciona este medio, son varias dentro de las que destacan, la substitución de slides ya que almacena la información gráfica a manera de archivos en un diskette (floppy). Esto es importante cuando se maneja un número elevado de imágenes, resulta muy incómodo utilizar diapositivas con sus respectivos carruseles; existiendo el riesgo de extravío o daño del material al trasladarse.

Estos inconvenientes se solucionan al tener las imágenes almacenadas en un diskette, que tiene la facultad de almacenar un número elevado de gráficos sencillos, la capacidad de almacenamiento se reduce en el caso de gráficos muy elaborados o imágenes digitalizadas; se pueden obtener copias de manera automática.

En cuanto a la manipulación de esta clase de equipos es por demás sencilla. El operador manda las instrucciones a través de un control remoto, las imágenes contenidas en el diskette se van presentando una a una, dando la oportunidad de hacer la presentación más dinámica con atractivas transiciones en cada cambio de imagen. Se avanza o retrocede automáticamente con solo presionar sus botones de avance siendo posible ubicarse en un cuadro localizado a la mitad, al final o al inicio de la presentación lo cual resulta casi imposible manejando diapositivas.

Las presentaciones electrónicas son un medio ideal, cuando se requiere dar al público espectador una grata impresión en función de calidad, este medio lo emplean principalmente ejecutivos y empresas que tienen una imagen que cuidar.

### **COMO SE ELABORAN LOS GRAFICOS POR COMPUTADORA**

Existen varias alternativas dependiendo del software, pero en sí, el principio viene siendo el mismo. Se tienen básicamente 2 caminos:

- a) Partiendo de una imagen digitalizada, por medio de un Scanner o una cámara de video y editarla en función de nuestras necesidades.
- b) Apoyándonos en las funciones que nos brindan las herramientas del paquete a utilizar.

---

### **FREE LANCE**

---

Los gráficos que se presentan a continuación fueron realizados para el Banco del Atlántico, para este efecto se utilizó el software Freelance, quien brinda la facilidad de crear dibujos y gráficas para reportes, diaporamas y presentaciones al tener salida a impresora laser y slide, amén de ser compatible con el sistema videoshow.

Por otra parte, posee una amplia biblioteca de imágenes a línea, las cuales pueden editarse en cuanto a tamaño, posición, color y acabado. Contiene varias fuentes tipográficas para la elaboración de cuadros de texto y diagramas. Maneja varios formatos de gráficas administrativas. En general los gráficos elaborados en este paquete, pueden ubicarse en cualquier punto de la pantalla, alterar sus dimensiones y cambiar el color de manera automática.

Maneja un menú con las siguientes funciones:

**ADD.-** Para incluir en la pantalla texto, líneas, flechas, rectángulos, polígonos, círculos, arcos, marcas y brinda la opción de dibujar a mano libre.

**SELECT.-** Selecciona uno, varios o todos los elementos que se encuentran en la pantalla para su edición.

**EDIT.-** Modifica las características de los elementos seleccionados, en cuanto a tamaño, color, estilo, tipo de letra, etc.

**MOVE.-** Cambia de posición a uno o varios elementos seleccionados.

**RERANGE.-** Sus funciones son copiar, multiplicar, girar, borrar imágenes ó ubicar una imagen frente o detrás de otra.

**VIEW.-** Da la alternativa de zoom de toda la pantalla o una parte de ella.

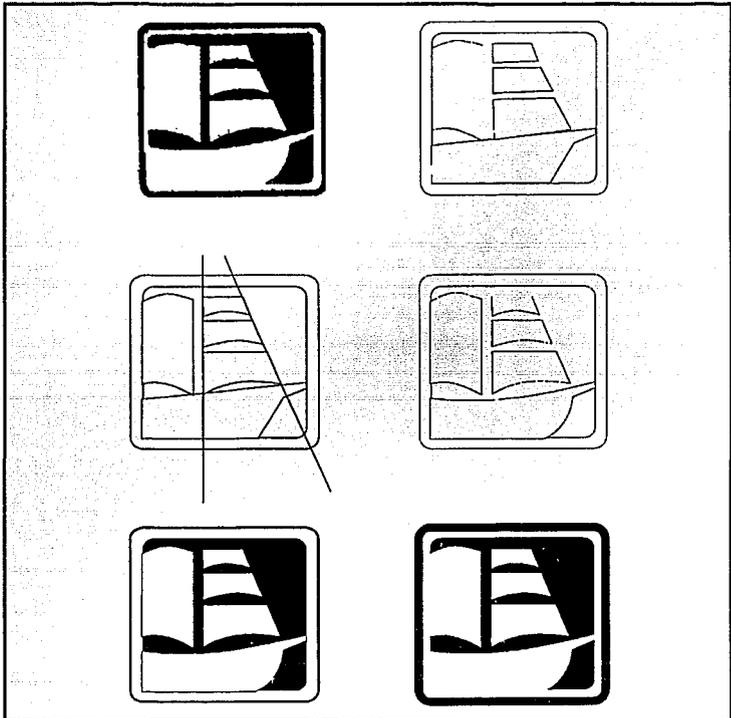
**PLOT.-** Tiene tres funciones:

- **PREVIEW.-** Presenta al gráfico tal y como aparecerá finalmente en la presentación o en la diapositiva con sus colores reales, con una perfecta definición con la ayuda de un monitor de alta resolución.
- **GO.-** Transforma el archivo (gráfico) en diferentes formatos dependiendo de su aplicación, ya sea para videoweb, impresión o slide.
- **OPTION.-** Es una eschela donde se especifican las características del área en la que se elaboran las imágenes, dependiendo de su aplicación. Se define el formato vertical u horizontal, el tipo de salida, si es para impresión laser, para videoweb o si se trata de una fotografía (slide).

**FILE.-** Función que se encarga de guardar y recuperar los archivos creados en el paquete.

Ahora bien conociendo las herramientas con las que contamos,entremos de lleno a lo que es la elaboración de imágenes por computadora. Lo primero que debemos delimitar son los parámetros de la misma, esto es definir de manera concreta la imagen que se requiere. Iniciaremos con la elaboración del logo-símbolo del Banco del Atlántico. Se trata de una imagen ya existente, para su elaboración es conveniente contar con un mouse o con un lápiz electrónico para su fácil desarrollo.

- NOTAS**    **7**            REVISTA 010 Vol. 6 No. 2. Pág.14
- 8**            REVISTA 010 Vol. 6 No. 2. Pág. 16



### PARTIENDO DE UNA IMAGEN DIGITALIZADA

1. Es posible redibujar la imagen, haciendo una calca de la misma, con la ayuda de un sacanner. La imagen digitalizada una vez convertida en archivo la importamos al paquete que estamos empleando, en este caso FREELANCE. con la función de línea se va dibujando segmento por segmento.
2. Al terminar de redibujar la imagen, se editan los puntos para definir la correcta posición de las líneas obteniendo así una forma regular. Se justifican los puntos de intersección, las curvas y detalles en general.
3. Se edita el grosor de línea.

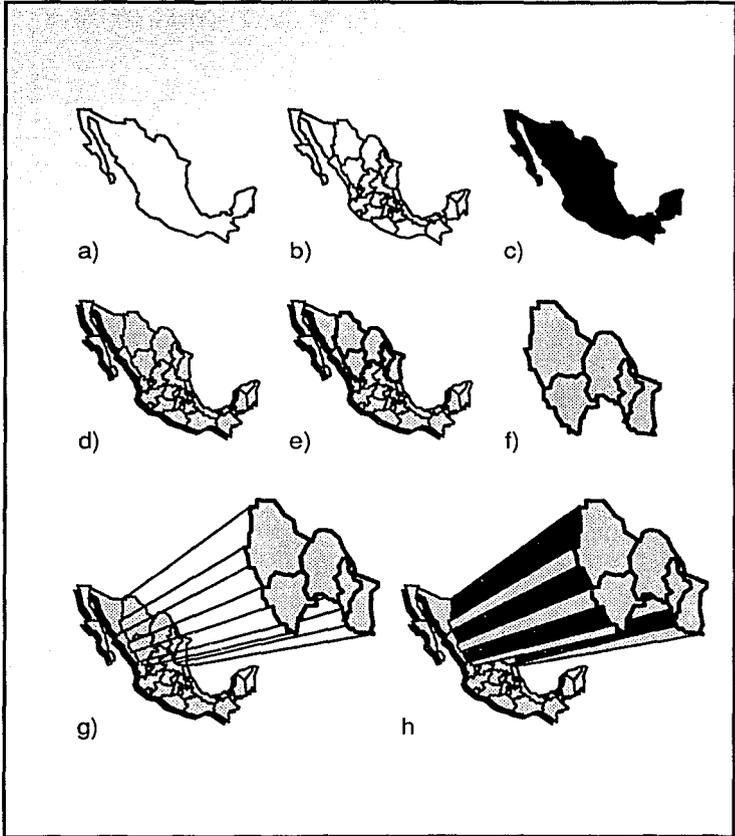
## REALIZACION CON MOUSE

Cuando no se cuenta con el apoyo de un scanner, se recurre al lápiz electrónico, y el procedimiento es el siguiente:

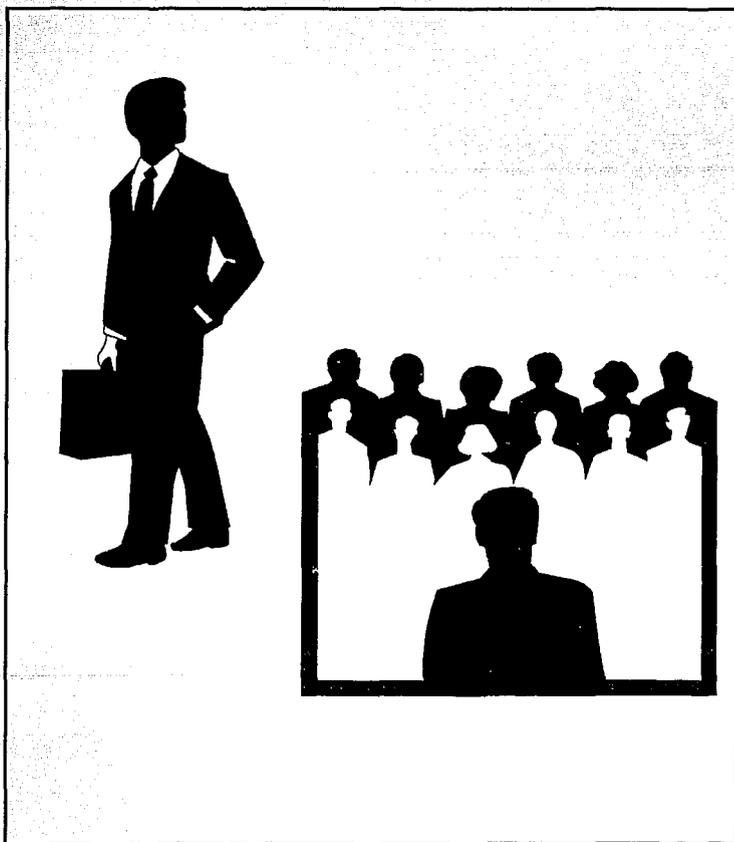
- a) Se requiere de un logo - símbolo de tamaño regular, puede estar impreso en un folleto, una revista, o ser una fotocopia. Se ubica esta imagen en la tableta magnética y con la función de línea se va redibujando como en el caso anterior segmento por segmento, aquí se tendrán que realizar los trazos y trabajar en la pantalla como si estuviéramos trazando en una cartulina.
- b) Una vez teniendo la imagen general se van editando punto por punto, la ventaja de éste método como en el caso anterior, es que se respeta la proporción de la imagen.

En el caso de que tengamos que diseñar las imágenes, como en los gráficos que a continuación se presentan, se elaborarán empleando las herramientas y opciones que nos brinda este software y con el apoyo de un mouse. En algunos casos se requirió del apoyo de imágenes digitalizadas como es el caso de los mapas.

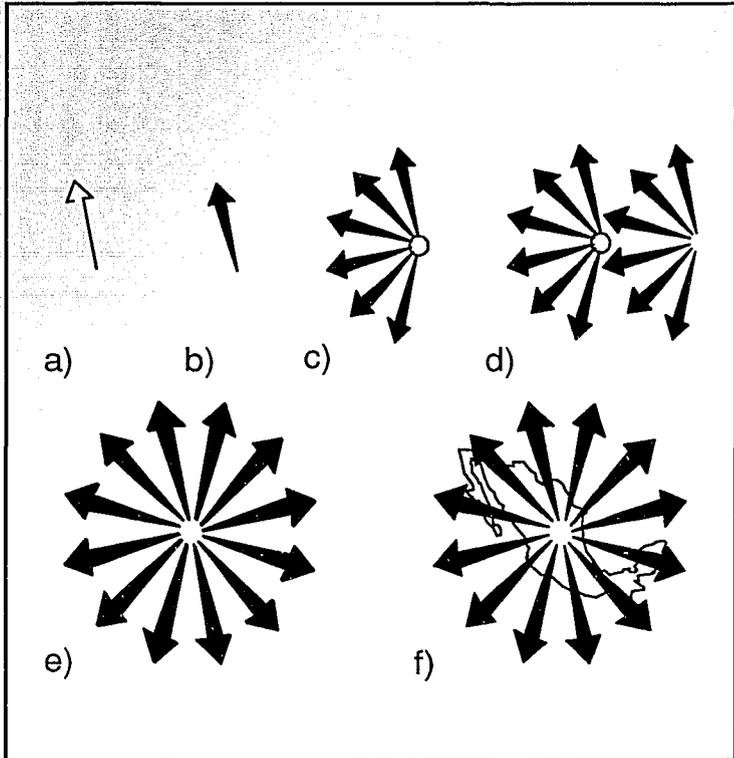
Otra alternativa, es emplear imágenes de la librería y adaptarlas a nuestras necesidades, como en el caso del gráfico correspondiente a la sección de PERFIL ATLANTICO y al de PERSONAJES.



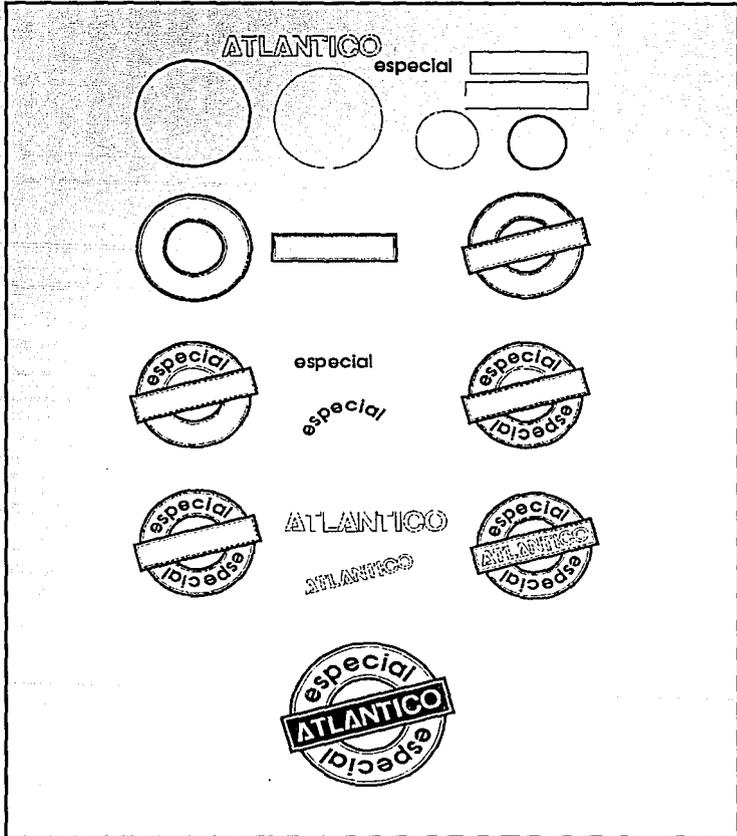
## CENTROS REGIONALES



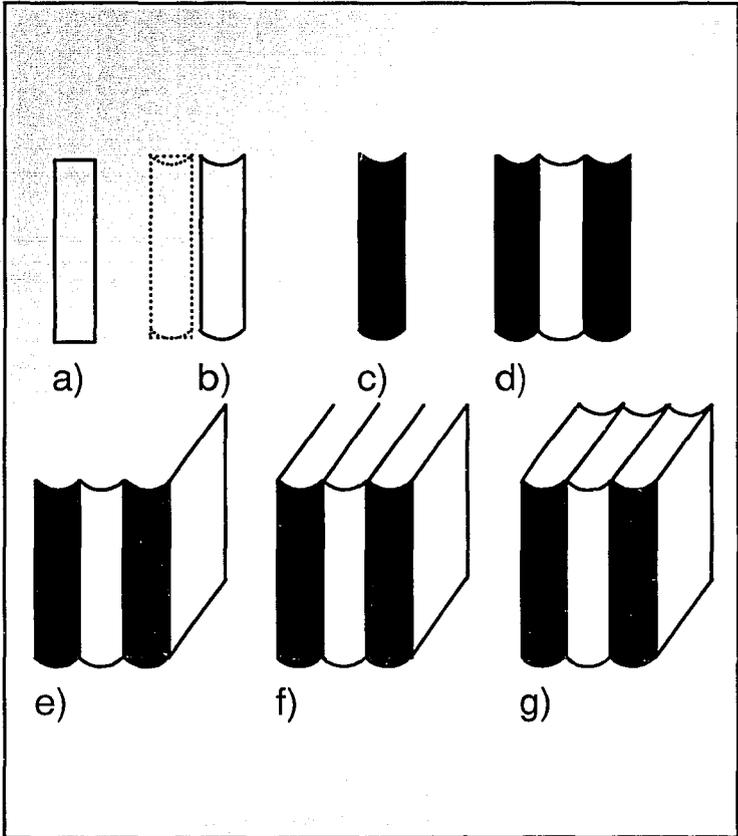
## PERFIL ATLANTICO Y PERSONAJES



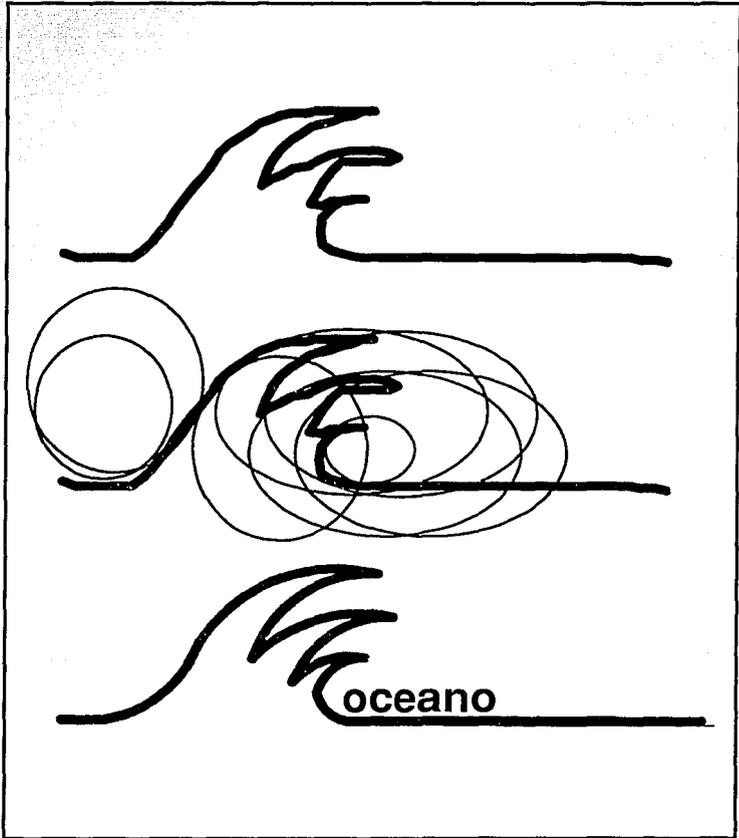
## TURISMO



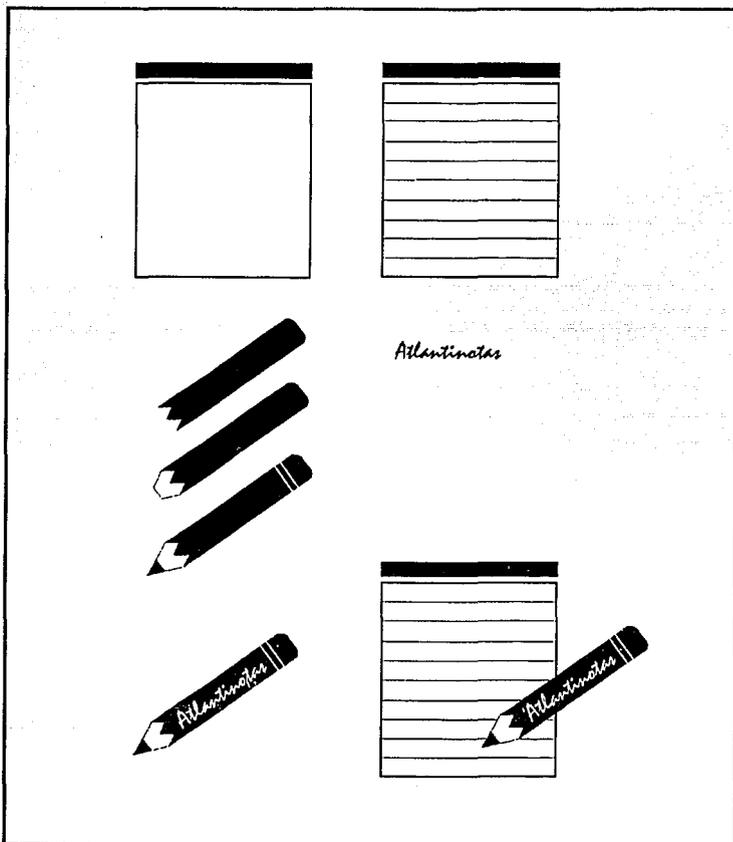
**ESPECIAL  
ATLANTICO**



## LIBROS



**OCEANO**



**ATLANTINOTAS**

# capítulo TRES

## aplicación

DISEÑO Y ELABORACION DEL ORGANNO  
INFORMATIVO INTERNO DEL BANCO DEL  
ATLANTICO, CON APOYO DE SOFTWARE  
APLICADO AL DISEÑO EDITORIAL.

## **METODOLOGIA**

Para el diseño de impresos se requiere, como en todo proceso de diseño, de una metodología, a fin de que las propuestas que se presenten, se encuentren cimentadas en argumentos lógicos.

En el presente proyecto, la metodología se desarrolla bajo las siguientes fases:

<b>METODOLOGIA</b>	<b>I FASE DE ESTUDIO</b>	Investigación Análisis Evaluación Síntesis
	<b>II FASE DE PROYECTACION</b>	Primeras Imágenes Anteproyecto Proyecto
	<b>III FASE DE REALIZACION</b>	

---

### **I FASE DE ESTUDIO**

En esta fase, se ubica el problema a solucionar, acumulando datos, criterios y necesidades para la investigación del proyecto.

**Investigación:** Por medio de la investigación se obtiene la información necesaria de los elementos que conforman el entorno general (actividades, medios y usuarios) del proyecto en cuestión, logrando un mejor entendimiento de las 3 necesidades existentes, a fin de proporcionar las mejores alternativas. Es en general la recopilación de datos provenientes de fuentes directas e indirectas.

**Análisis:** Se efectúa un análisis, en torno a la información adquirida en el punto de investigación, para llegar a conclusiones que presenten un panorama general sobre las características de nuestro plan de trabajo. Se razona y se detecta lo más importante de la información.

**Evaluación:** Se determina la problemática existente, dando prioridad a las actividades a realizar, en base a los recursos disponibles definiendo los objetivos para su realización. Se ordena y se jerarquiza la información, elaborando un informe completo, detallando todos los pormenores, con el objeto de garantizar su continuidad.

**Síntesis:** Se ordenan y se seleccionan las ideas, que se convertirán en el punto de partida, para buscar y concretar la solución más funcional. Definidos los requerimientos, se sientan las bases para el desarrollo secuencial del proyecto, es el paso inicial previo a su realización.

---

## II FASE DE PROYECTACION

En esta fase se lleva a cabo la evolución formal del proyecto, considerando los requerimientos surgidos en las especificaciones de la fase de estudio.

**Primeras Imágenes:** Son el resultado de transformar en imágenes los conceptos genéricos que se requieran utilizar en el proyecto.

**Anteproyecto:** Las primeras imágenes se transforman y se ordenan, hasta seleccionar las alternativas de solución, eligiéndose aquellas que configuren el objetivo del problema.

**Proyecto:** Determinación de la alternativa de solución, que de acuerdo a la síntesis conceptual y al desarrollo del proyecto sea la más óptima.

---

## III FASE DE REALIZACION

Consiste en la elaboración y presentación de 2 dummies, que constituyan lo más cercano a la impresión, es decir al producto final.

## **INVESTIGACION**

Se reúne toda clase de información, en torno al proyecto a realizar, considerando de antemano sus necesidades y objetivos. Para la obtención de información contamos con fuentes, que de manera directa están vinculadas con dichas necesidades, es decir, actividades, medios y usuarios, suministrando los datos mas inmediatos a cerca de nuestro objetivo.

Otra fuente de información, es la que se obtiene de manera complementaria, es decir, un tipo de información que sin resultar inmediata, ayuda a formar un panorama más preciso, apoyándose en visitas a soluciones del mismo género.

Para el desarrollo secuencial del impreso a diseñar se partirá de lo general a lo particular, ubicándonos en las bases de nuestra disciplina, el Diseño Gráfico, cuya principal función es transformar ideas y conceptos en una forma de orden estructural y visual.

El diseño gráfico, se divide básicamente en 2 áreas:

### **DISEÑO DE IDENTIDAD**

El cual transmite un tipo de información que le es propia, suscitando en el receptor la función de identificación, tal es el caso de la marca, el símbolo y el logotipo.

### **DISEÑO DE INFORMACION**

En esta área, el diseño tiene sus bases en los elementos de la información lingüística, la letra y el texto, y la información icónica, imágenes e ilustraciones, en ambos tipos de información, nos referimos a un tipo de comunicación funcional verbo icónica. Hablamos en esta área del diseño editorial o diseño de impresos, la cual presenta la siguiente división.

**Información Funcional**, enfocada a la utilidad pública, facilitando al individuo de una sociedad la información que corresponda a sus necesidades y expectativas, como en el caso de los planos y los mapas.

**Información Didáctica**, presenta contenidos de tipo cultural, científico y técnico, las publicaciones monográficas, los esquemas, los diagramas y las gráficas de tipo administrativo pertenecen a este género.

**Información Persuasiva**, impresos que buscan el impacto de la imagen sobre la sensación; la pregnancia

formal y el efecto de fascinación sobre la racionalidad, tal es el caso de la publicidad y la propaganda. Y es precisamente en este último tipo de información, donde se ubica, el impreso a diseñar, el órgano informativo interno (house organ) del Banco del Atlántico.

El house organ proviene de un tipo específico de publicidad, denominado publicidad directa, que es un procedimiento de transmisión directa de mensajes publicitarios, escritos o impresos a individuos previamente seleccionados por medio de una distribución controlada.

La publicidad directa implica el hecho de poder seleccionar al destinatario, su contenido es pensado especialmente para una persona en particular.

Dentro de su material encontramos a los prospectos, circulares, folletos, catálogos, tarjetones y los house organ. también engloba:

- ² La publicidad directa por correo
- ² Venta por correspondencia
- ² Distribución de puerta en puerta
- ² Edición de boletines de empresa (house organ)
- ² La inserción de impresos en los embalajes

---

**HOUSE ORGAN**

---

**DEFINICION GENERAL**

Impreso que publican algunas empresas importantes, destinado a sus clientes y empleados, en cuyo contenido predomina el deseo de servir, informando, orientando y aconsejando.

**DEFINICION FISICA**

Se presenta en forma de revista, formando un documento de no menos de 8 y no más de 24 páginas, impresas generalmente en papeles o cartulinas de gran o mediana calidad. Es una publicación periódica, regularmente mensual, bi o trimestral.

**DEFINICION FUNCIONAL**

Es el diario particular de una empresa o institución, un portavoz privado, su contenido esta en función del desarrollo de cuestiones de interés general, así como

las actividades y objetivos propios de la empresa, para que cada lector obtenga una enseñanza o provecho.

Según su función se dividen en:

**Portavoz de la casa para la clientela:** Destinado a usuarios y consumidores directos, como es el caso de las agencias de viajes, las casa que venden materiales y artículos de oficina; así como las que están dirigidas a intermediarios, como los distribuidores y los revendedores, en el caso de los laboratorios que fabrican medicinas para las farmacias, los cuales no tienen trato directo con el público.

**Portavoz de la casa destinado al personal que labora en la empresa:** tiene el fin de crear un espíritu de equipo entre los numerosos colaboradores de una importante compañía, condicionándolos a desarrollar una armónica unidad, con miras a favorecer el nivel de la empresa.

En ambos casos su redacción esta obligada a ser sumamente cuidada; la empresa deberá encomendar esta tarea a un excelente redactor, que tenga bases de publicista, para que no se aparte del fin que desea lograr; que por otro lado tenga nociones de periodismo, a fin de que sepa discurrir sobre un tema dado. Finalmente que esté en permanente contacto con los empleados y clientes, que sabe como hablarles y conoce sus deseos.

En la elaboración de un house organ, debe existir una constante preocupación en el cuidado de la publicación, en cuanto a su presentación (fin del presente trabajo) y contenido; recomendando un estilo familiar, procurando incluir información ágil y variada para mantener el interés y el entusiasmo del lector. Un punto a destacar es el contar con un número adelantado que se completará en el momento requerido, con información de última hora. Concluyendo que el house organ no tiene que esconder su origen, el nombre de la empresa que lo patrocina debe aparecer.

## **ANALISIS**

En este punto se pretende destacar lo mas importante de la información, a fin de reforzar lo estipulado en la investigación.

Atlántico es el nombre del actual órgano informativo interno del Banco del Atlántico, es una publicación bimes-bimestral, editada por la Dirección de Comunicación Interna y la Dirección de Medios Impresos, dirigida al personal que labora en dicha institución.

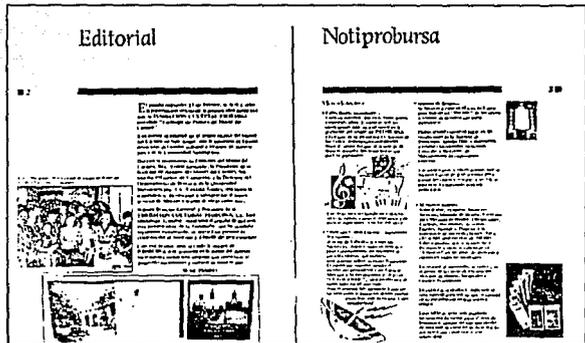
El tipo de información que maneja está directamente relacionada a las actividades que se desarrollan en la institución, las cuales van desde los asuntos de la dirección general, la participación de los centros regionales, las nuevas propuestas de inversión, cursos de capacitación, así como el desempeño de las labores realizadas por su personal, empleados administrativos y funcionarios, hasta las actividades de tipo social y deportivas.

El objetivo principal del presente trabajo es el rediseñar el actual house organ de la mencionada institución, con el fin de lograr una mejor comunicación entre la gente que conforma la comunidad del banco, logrando con ello, ser un medio de unión a través del cual se conozcan intereses particulares y se compartan logros en general.

Basándonos en el conocimiento del contenido y el tipo de lector, se logra determinar la estructura del impreso. Procurando una composición donde se conjuguen elementos estéticos que ayuden a la veraz y exacta comprensión del mensaje, proporcionando a su vez un mayor impacto visual, destacando aquellos elementos de composición que favorezcan el fin del impreso y evitando aquellos que representen un obstáculo.

## **EVALUACION**

Para crear un impreso que cumpla con lo fines estéticos y sobre todo utilitarios, es necesaria una retroalimentación, producto de un detallado análisis de publicaciones semejantes a nuestro objetivo; para este fin, se eligieron 4 impresos pertenecientes a diversas compañías, incluyendo al que actualmente circula en el Banco del Atlántico.



**ULTIMO HECHO**      COMPAÑÍA: Probursa

Nombre de la publicación: **ULTIMO HECHO.**

**CONTENIDO:** 24 páginas más forros, conformadas por 12 secciones, fijas.

**EDITORIAL:** Enuncia la situación actual de la empresa, se mencionan las necesidades y los logros.

**NOTIPROBURSA:** Se habla del acontecer actual de las áreas de mercadotecnia, recursos humanos, administración y finanzas, servicios internos, etc.

**SI SE PUEDE!:** Esta sección procura motivar al lector, para que desarrolle sus actividades con un espíritu de entusiasmo y competitividad; nombra a la gente que ha triunfado por su iniciativa y creatividad en el trabajo.

**ADELANTE:** Menciona los últimos nombramientos que se llevaron a cabo en la compañía.

**QUE HAY DETRAS DE:** Temas de interés general.

**DE INTERES:** Se presentan temas relacionados con las actividades de los empleados. Su principal objetivo es informar, sobre lo que se hace en PROBURSA y en el medio financiero en general.

**DESDE PROVINCIA:** Se habla de la situación y actividades de las sucursales ubicadas en la República.

**NUESTRA GENTE OPINA:** Varios empleados dan a conocer, los medios por los que procuran satisfacer sus expectativas de desarrollo profesional, económico y personal.

**EN EL ARTE:** Se entrevista a un artista plástico del momento, y se da a conocer su obra, desde sus inicios hasta su producción actual.

**TIEMPO LIBRE:** Tiras cómicas, adivinanzas y juegos.

**NOSOTROS:** Aniversarios de los empleados.

#### **COMENTARIOS GENERALES:**

La composición del impreso se rige por la unidad, justificación y estética; aún cuando las páginas en general poseen los mismos elementos, no es una publicación monótona. Una falla, quizás, sería el manejo de los márgenes correspondientes al lomo, en algunos casos son extremadamente amplios, provocando un blanco exagerado al juntarse las dos páginas.

En general se observa una composición pulcra, agradable y funcional. Hay unidad en el manejo de la tipografía, empleando los correspondientes tamaños y series en el caso de las secciones, títulos o texto base.

En sus interiores emplea dos tintas, para destacar la sección y los títulos, como motivo gráfico maneja una plega de mediano grosor, la cual aparece en todas las páginas.



**PRESENCIA** COMPAÑIA: Seguros Monterrey

Nombre de la publicación: PRESENCIA

CONTENIDO: 20 páginas más forros, esta conformado por los siguientes artículos fijos:

**CARTA DEL DIRECTOR GENERAL:** Mensaje bimestral de la dirección general, mencionando las actividades que se desarrollan en torno a la empresa.

**NOMBRAMIENTOS:** Se dan a conocer los nombres de las personas, que fueron ascendidas a nuevos puestos.

**ANIVERSARIOS:** Reconocimientos a la gente que cumple años de laborar en la Compañía.

**BIENVENIDOS:** Gente de nuevo ingreso a la Empresa.

**POR LA OFICINAS DE...:** Actividades que se llevan a cabo en las oficinas de la capital o del interior de la República, como la adquisición de equipo, cursos, capacitaciones.

**ENTREVISTA:** Una amena charla con uno de los ejecutivos de la empresa, se les cuestiona sobre su labor en la misma.

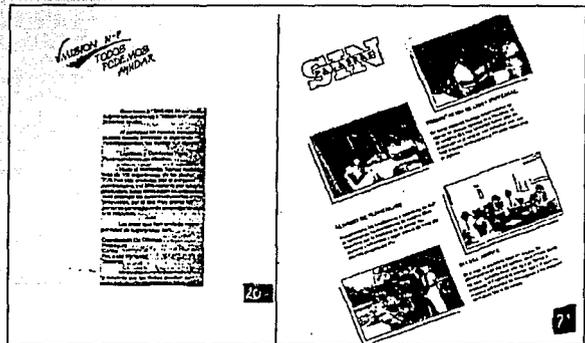
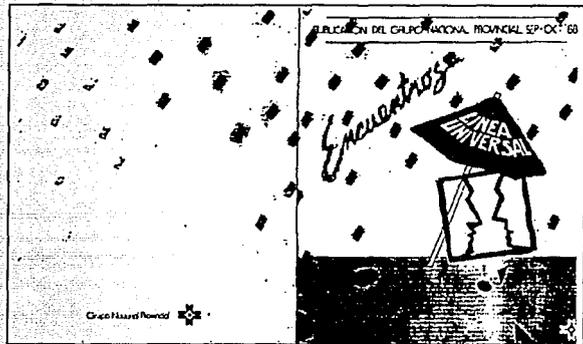
**VARIEDADES:** Sección de entretenimiento.

**COMENTARIOS GENERALES:**

Ocasionalmente aparecen secciones de vida y salud, prevención, etc. También se manejan como artículos variables, temas alusivos a la época, notas culturales...

En otros tópicos se habla del desarrollo organizacional de la Empresa, análisis de la responsabilidad del ejecutivo, puntos para administrar la calidad. etc.

En cuanto a diseño la publicación, en general, tiene una composición sin grandes pretensiones, no aporta nada nuevo. Presenta en su totalidad, páginas muy saturadas, casi idénticas, mismo tamaño y ubicación de fotografías, es un impreso monótono.



**ENCUENTROS** COMPAÑIA: Grupo Nacional Provincial

Nombre de la publicación: **ENCUENTROS**

**CONTENIDO:** Maneja 24 páginas más forros, teniendo las siguientes secciones fijas:

**EDITORIAL:** Mensaje del director general.

**SUCESOS:** Se enuncian los más recientes nombramientos, así como la antigüedad del personal y los ingresos que conforman la comunidad de la aseguradora.

**PERFILES:** Breve semblanza a manera de entrevista de funcionarios y colaboradores de la Compañía.

**ENTERATE:** Se habla de las diversas actividades de tipo laboral, cultural, social, deportivo y de esparcimiento.

**AQUI ENTRE NOS:** Notas generales en torno a la Compañía, escritas en un ámbito de camaradería y confianza.

**SIN PALABRAS:** Series fotográficas de los más recientes acontecimientos dentro de la Empresa.

**COMENTARIOS GENERALES:**

Maneja generalmente 6 artículos, sin tener una sección en especial; en todos los casos el tipo de información esta en función de la Compañía, en el caso de capacitaciones o el lanzamiento de nuevos productos.

Encuentros, es el extremo en todos los casos. No tiene una diagramación definida, cada página tiene una disposición diferente. No existe unidad. La tipografía que conforman los títulos, varían en cuanto a fuente, tamaños y estilos en cada caso. No hay jerarquización de la información.

El manejo de blancos es excesivo en algunos casos y casi nulo en otros. Presenta como únicos elementos constantes el texto base y el color en los gráficos que maneja. Emplea dos tintas en sus interiores.



**ATLANTICO** COMPAÑIA: Banco del Atlántico S.N.C.

Nombre de la publicación: **ATLANTICO**

**CONTENIDO:** 24 páginas más forros, presentando las siguientes secciones de manera permanente:

**CARTA DEL DIRECTOR:** Se plasman los puntos de vista del Director General de la Institución, con respecto a los parámetros que se manejan dentro y fuera del banco; lo anterior conlleva un mensaje motivacional a los empleados exhortándolos a ser mejores en sus actividades.

**TURISMO:** En esta sección se recomiendan sitios de interés histórico, cultural y de esparcimiento.

**LIBROS:** Presenta diversos puntos de vista, en torno a algunos libros, analizando su contenido en breves síntesis, calificando su excelencia o su mediocridad.

**PERFIL ATLANTICO:** Es una entrevista informal a un colaborador, funcionarios básicamente, de la institución. Principalmente se le cuestiona sobre su actividad en el Banco y aspectos de su vida personal.

**SALUD:** Se informa sobre las principales causas de diferentes enfermedades, mencionando posibles tratamientos y medios de prevención.

**PERSONAJES:** Se dan a conocer vida y obra de personas que han sobresalido de manera determinante, en alguna actividad a través de los años. Estos pueden ser personajes ilustres de la historia, viajeros, reyes, actores, etc.

#### **COMENTARIOS GENERALES:**

Existen otros artículos que no tienen una sección específica, donde se habla de las variantes de crédito a través del mercado de valores, artículos dedicados a mercadotecnia, recursos humanos, sucursales, promociones y actividades sociales del personal en general. En otro giro, se proporcionan consejos para mantener el ambiente familiar, recomendaciones culturales, en el caso de exposiciones o espectáculos, etc, la sección de humor y entretenimiento, aparece ocasionalmente.

En general se respeta la caja de la diagramación, pero no existe unidad en el manejo de títulos, lo mismo se emplea tipografía romana, gótica, manuscrita o de fantasía, con diferentes estilos. Posiblemente quisieron presentar un documento dinámico, al darle un tratamiento variado a los títulos, lo cual no es estético, ni funcional. Definitivamente le resta calidad al impreso el manejar títulos, tan sencillamente tratados que tachan en los simple, contrastando con otros tan rebuscados en su composición y tamaño. Maneja solo una tinta en la impresión de sus interiores.

En cuanto a las imágenes la mayoría se encuentran ubicadas dentro de la caja, pero existen casos en que salen de la misma sin ninguna intención o tienen una ligera inclinación sin ninguna justificación.

El número de columnas no es constante, maneja 2 y 3 columnas de manera regular y 4 ocasionalmente, presentando una composición poco atractiva y con dificultad para su lectura. En el caso de 3 columnas emplea 2 de una medida y la otra es ligeramente mayor. El medianil tampoco es constante siendo uno de 2 picas y el otro de uno.

Emplea como motivos gráficos, diferentes tipos de piecas en cada artículo.

A continuación se presenta un cuadro con los principales elementos que conforman la compaginación de cada una de las anteriores publicaciones.

COMPANIA	CASA DE BOLSA PROBURSA	SEGUROS MONTERREY	GPO. NAL. PROVINCIAL	BANCO DEL ATLANTICO
NOMBRE	ULTIMO HECHO	PRESENCIA	ENCUENTROS	ATLANTICO
PERIODICIDAD	BIMESTRAL	BIMESTRAL	BIMESTRAL	BIMESTRAL
<b>ELEMENTOS DE LOS EXTERIORES</b>				
FORMATO	CARTA	CARTA	CARTA	CARTA
PORTADA				
<b>ELEMENTOS TIPOGRAFICOS</b>				
FIJOS	- FECHA - LOGOTIPO DE LA PUBLICACION - NOMBRE DE 1 O 2 ARTICULOS	- FECHA - LOGOTIPO DE LA PUBLICACION - NOMBRE DE LA EMPRESA	- FECHA - LOGOTIPO DE LA PUBLICACION - NOMBRE DE LA EMPRESA - NOMBRE DE 1 & 2 ARTICULOS	- FECHA - LOGOTIPO DEL BANCO - NOMBRE DE 1 & 2 ARTICULOS
VARIABLES				
<b>ELEMENTOS ILUSTRATIVOS</b>				
FIJOS	- FOTOGRAFIA REFE- RENTE A ALGUN ARTICULO	- FOTOGRAFIA REFE- RENTE A ALGUN AR- TICULO - DIBUJOS A LINEA CON RELACION AL CONTE- NIDO	- SIMBOLO DE LA EMPRESA - DIBUJOS A LINEA CON RELACION AL CON- TENIDO	- FOTOGRAFIA DE ALGUN ARTICULO
VARIABLES				
2º DE FORROS	- CONTENIDO - DIRECTORIO	- CONTENIDO - DIRECTORIO	CONTENIDO	CONTENIDO
3º DE FORROS	- PUBLICIDAD DE LA EMPRESA	ARTICULO	DIRECTORIO	ARTICULO
4º DE FORROS	- PLASTA DE COLOR CONTINUACION DE LA PORTADA - LOGO-SIMBOLO DE LA EMPRESA CENTRADA EN LA PARTE INFERIOR	PLASTA DE COLOR CONTINUACION DE LA PORTADA	- CONTINUACION DE LA PORTADA - LOGO-SIMBOLO DE LA EMPRESA CENTRADO EN LA PARTE INFERIOR	- FOTOGRAFIA EN COLOR DE ALGUN PAISAJE
<b>ELEMENTOS DE LOS EXTERIORES</b>				
<b>MARGENES</b>				
CABEZA	5.6 PICAS	3.3 PICAS	3.9 PICAS	5.6 PICAS
PIE	3.6 PICAS	3 PICAS	VARIA	4.9 PICAS
LOMO	7.3 PICAS	3.3 PICAS	VARIA	2.6 PICAS
CORTE				

COMPANIA	CASA DE BOLSA PROBURSA	SEGUROS MONTERREY	GPO. NAL. PROVINCIAL	BANCO DEL ATLANTICO
NOMBRE	ULTIMO HECHO	PRESENCIA	ENCUENTROS	ATLANTICO
<b>CAJA</b>				
ALTO	58.3 PICAS	57.5 PICAS	VARIA	55.6 PICAS
ANCHO	41 PICAS	42.6 PICAS	VARIA	44 PICAS
<b>COLUMNAS</b>				
No. POR PAGINA	2 COLUMNAS	3 COLUMNAS	1 Y 2 COLUMNAS	2,3 Y 4 COLUMNAS
MEDIANIL	1.9 PICAS	1.4 PICAS	4 Y 1.9 PICAS	1.4 Y 1.6 PICAS
ANCHO	14.3 PICAS	13.3 PICAS	(1) 29.6 PICAS (2) 18 Y 17 PICAS	(2) 21.3; (3) 14.8; (4) 10 PICAS RESPECTIVAMENTE
CAMPOS	8 CAMPOS DE 6.3 PICAS	8 CAMPOS DE 5.5 PICAS		
<b>TIPOGRAFIA</b>				
<b>CABEZAS</b>				
FUENTE	TIMES	FOLIO	VARIA	VARIA
SERIE	NEGRITAS	NEGRITAS	VARIA	VARIA
COMPOSICION	ALTAS Y BAJAS	ALTAS Y BAJAS	ALTAS Y BAJAS	VARIA
FUERZA DE CUERPO	37 PUNTOS	18 PUNTOS	18 Y 36 PUNTOS	VARIA
No. DE LINEAS	1 LINEA	2 Y 3 LINEAS	1, 2 Y 3 LINEAS	1, 2 Y 3 LINEAS
<b>CUERPO DE LECTURA</b>				
FUENTE	TIMES	FOLIO	FOLIO	HELVETICA
FUERZA DE CUERPO	9/11	11/12	11/12	10/11, 10/12 Y 11/12
ALINEAMIENTO	JUSTIFICADO	JUSTIFICADO	A LA IZQUIERDA	JUSTIFICADO Y A LA IZQUIERDA
<b>FOLIO</b>				
UBICACION	CENTRADO EN LA PARTE INFERIOR DE LA PAGINA	EXTREMOSUPERIOR DERECHO	VARIA	EN EL EXTREMO INFERIOR IZQUIERDO EN LAS PAGINAS NON Y EN EL DERECHO EN LAS PAGINAS PAR
TIPO	NUMERICO	INF. NUMERICO	NUMERICO	NUMERICO
<b>ELEMENTOS ILUSTRATIVOS</b>				
LINEA	X	X		X
AREA	DENTRO DE LA CAJA Y REBASADAS	DENTRO DE LA CAJA		DENTRO DE LA CAJA
FOTOGRAFIA	BLANCO Y NEGRO	BLANCO Y NEGRO	BLANCO Y NEGRO	BLANCO Y NEGRO
AREA	DENTRO DE LA CAJA Y REBASADAS	DENTRO DE LA CAJA	?	DENTRO DE LA CAJA

## **SINTESIS**

En este punto se jerarquizan y se seleccionan las ideas, que se convertirán en el punto de partida, para concretizar la solución más funcional, donde se establecerá una síntesis conceptual, que se convertirá en una síntesis formal, determinando así la forma y el contenido.

El objetivo del impreso a rediseñar, es el de crear un sólido vínculo entre la institución y el personal que en ella labora; promoviendo un favorable ambiente, propicio para la iniciación de nuevos negocios y fomentar una activa propagación de lo que ahí se produce -instrumentos de inversión- con la participación activa de los empleados.

En cuanto a sus características mas importantes, destaca el ser una publicación periódica, donde no se manejan anuncios y su distribución es gratuita.

Al referirse a su contenido en particular, propongo establecer parámetros que ayuden a la creación de nuevas secciones, que conjugadas con algunas ya instituidas, den forma al contenido del impreso, determinando un número específico de secciones fijas, en las que el lector asiduo encontrara la lectura de su preferencia. Dichas secciones aparecerán de manera constante, así como el manejo e implantación de 2 o 3 artículos, que no tendrán, en si, una sección especial ya que trataran temas particulares del desarrollo y actividades de la institución.

---

## **SECCIONES**

### **CARTA DEL DIRECTOR**

Incluirá el mensaje que número a número, el director general transmite al personal, alentándolos a desarrollar su trabajo con empeño.

### **CENTROS REGIONALES**

Información del desarrollo de las diferentes plazas del interior de la República. Mencionando logros y metas de sus respectivas sucursales, así como sus colaboradores y funcionarios de manera particular.

**PERFIL ATLANTICO**

Se sigue con la misma tónica, que se maneja en los números anteriores. Se entrevista a un funcionario o dirigente de las distintas áreas, dando a conocer pasajes de su vida personal y profesional.

**TURISMO**

Reseña de lugares que deban su importancia a su historia, tradición o belleza.

**PERSONAJES**

Biografías y acontecimientos, en función de personas que han destacado en diferentes actividades y contextos a través de los tiempos.

**LIBROS**

Información de lo nuevo en el mercado. Recomendaciones de las diversas obras, que no deben faltar en nuestra biblioteca.

**OCEANO**

Se mencionan las actividades llevadas a cabo por el personal en general, tales como, eventos sociales, culturales, deportivos o de esparcimiento.

**ATLANTINOTAS**

Importantes temas de interés general, consejos para el hogar, prevención y cuidado de la salud, etc.

## **II FASE DE PROYECTACION**

Se toman en cuenta los elementos surgidos en las especificaciones de la fase de estudio, para lo que será el desarrollo del proyecto.

La base del diseño de impresos parte, principalmente de los originales manuscritos o mecanografiados de los autores, esto es, lo primero que tenemos para comenzar a trabajar, es el texto. Existiendo la posibilidad de encontrar una solución tipográfica se recomienda leerlo.

Apoyándonos en las notas de Robert G. Scott, surge la necesidad de determinar las causas que se presentan en el proceso de diseño, para que así, podamos desarrollar la solución a los problemas que estas presentan.

---

### **CAUSA PRIMERA**

Motivo por el que se desea realizar el proyecto, comprensión que se adquiere al desarrollarlo.

Básicamente se procura mejorar el impreso, distribuido en la institución bancaria, en cuanto a su contenido así como en su presentación gráfica.

---

### **CAUSA FORMAL**

Pensar como será nuestro impreso, esto comienza a adquirir forma en nuestra mente.

- a) Al tener un panorama general -resultado de la fase de estudio- se destacan 2 aspectos, el físico, información específica del soporte a utilizar y del tema que en él se va a tratar y el aspecto humanístico referente al receptor o consumidor.
- b) Se piensan soluciones que comuniquen los mensajes apropiados.
- c) Se decide sobre el tamaño y formato, en el diseño editorial esto significa, profundidad, anchura, número de pliegos, ha de caber dentro de un sobre o existirá un mueble dónde se exponga y el receptor tenga acceso a él deberá tener el mismo tamaño que otros impresos semejantes.

- d) La evaluación de las primeras consideraciones no se da sólo de manera mental, ideas y diseños son mejor juzgados cuando se trasladan al papel haciendo tantos cambios y correcciones sean necesarios.
- e) Vemos su forma preliminar, la forma en que se imagina y crea para solucionarlo.

---

**CAUSA MATERIAL**

---

Visualizamos su forma, pero no será de una manera concreta, real, hasta adoptarla en algún material.

**II FASE DE PROYECTACION**

Son el resultado de transformar en imágenes los conceptos genéricos que se requieran utilizar en el proyecto. Entramos así a la realización del boceto.

El boceto es un supuesto de garantía para la ejecución material segura del trabajo, el cual será más útil, cuanto más detallado este. Teniendo un conocimiento general en cuanto a tipografía y materiales, de los cuales disponemos, será sencillo realizar un boceto, quien presentará un idea previa, dando así la pauta a una guía segura en la realización de las primeras alternativas de solución.

Los bocetos que a continuación se presentan, están conformados con líneas generales, determinando las dimensiones y proporciones de la masa de texto y títulos principales, imágenes de primera intención.

Para su realización se requiere considerar:

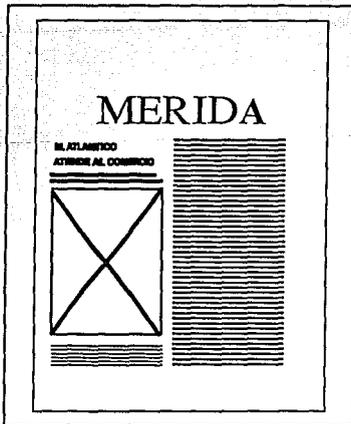
- a) Analizar el texto, es posible, como se menciono con anterioridad, que exista una solución tipográfica.
- b) Márgenes, posición de los títulos, subtítulos, folios, etc.
- c) Probar la ubicación de la apertura de un artículo.
- d) Se requiere a continuación el determinar los tamaños reales y las clases de caracteres que se van a utilizar.



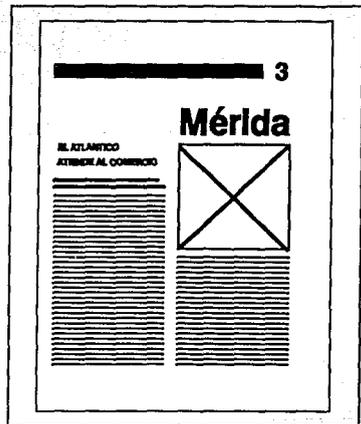
BOCETO 1



BOCETO 2



BOCETO 3



BOCETO 4



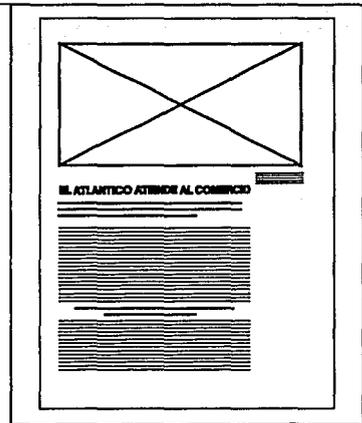
BOCETO 5



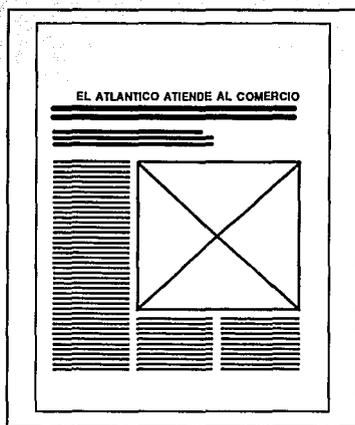
BOCETO 6



BOCETO 7



BOCETO 8



BOCETO 9



BOCETO 10

## ANTEPROYECTO

Se eligieron 2 opciones de los 10 bocetos presentados, esta elección se basó en la funcionalidad de los mismos esto es, en el conjunto de relaciones y cualidades formales que el impreso debe poseer para ser más eficiente.

Las relaciones entre la necesidad y el uso, mientras más cumpla con su uso más funcional será. En este sentido, el resultar un vínculo de comunicación con la gente que labora en el Banco. En cuanto a sus cualidades formales, poseen una mayor influencia entre la comunidad de la empresa, al captar su atención y ser originales.

Se consideraron como mejores opciones las composiciones de los bocetos número 1 y 9, como posibles alternativas de solución; quienes a partir de este momento denominaremos alternativa 1 y 2 respectivamente.

En este punto se definirán de manera detallada, las características que determinarán cada una de las diferentes alternativas.

El paso a seguir consistiría en la selección del soporte para el impreso a diseñar, pero como el presente proyecto culmina con la presentación de 2 dummies, sólo se hará mención a las cuestiones a considerar para determinar el soporte que abarcará dicho impreso. La selección del papel correrá a cargo de la Institución.

Para hacer la selección del papel es necesario conocer, tanto los tamaños, como las clases, que existen en el mercado. Recordando que el éxito de un impreso, está en función de su aspecto exterior, así como del interior.

Tenemos así, que las constantes que determinan la elección de un papel están en función de :

- El coste del papel
- Procedimiento de impresión
- Inserción de grabados, tramados o plumas
- La tersura de la superficie
- El trazo de la composición
- Los colores a utilizar

En cuanto a su tamaño, en Estados Unidos y Europa existen varios tamaños, en México se fabrican básicamente 2 medidas, que son las que se emplean generalmente en la elaboración de libros y revistas. Estas son:

Hoja carta: 57 cm x 87 cm = 8 hojas carta

Hoja oficio: 70 cm x 95 cm = 8 hojas oficio

---

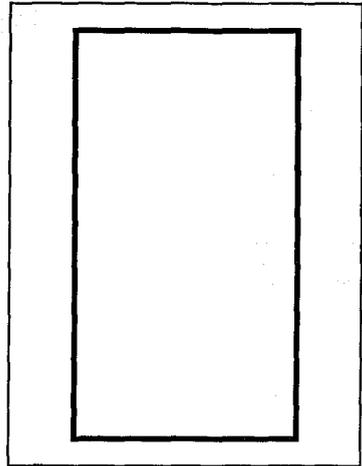
## EL FORMATO

En la mayoría de los impresos, es común que se adopten las formas rectangulares, ya que proporcionan mayor funcionalidad y practicidad por sus cualidades estéticas y psicológicas. Dentro de los rectángulos existe la siguiente división:

### RECTANGULOS ESTATICOS

Cuando la relación entre el lado mayor y el menor es un número entero o fraccionario, pero racional, es decir que los dos lados son conmensurables.

Dos medidas son conmensurables cuando existe una medida común, la cual está contenida en ambas medidas un número exacto de veces, tiene un divisor común.



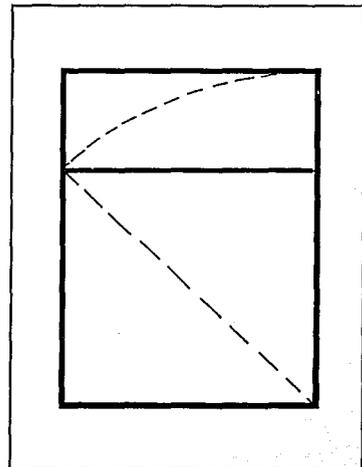
### RECTANGULOS ARMONICOS

Se dice que un rectángulo es armónico cuando el lado mayor y menor no son conmensurables, pero sus cuadrados son conmensurables.

Los rectángulos armónicos mas utilizados como formatos en impresos son:

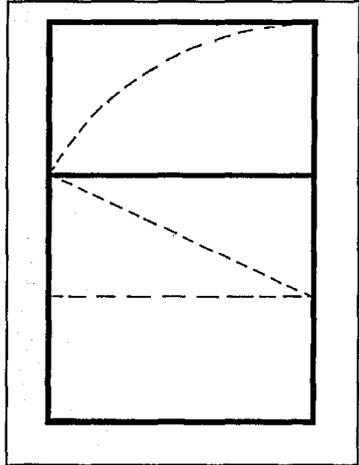
**Normalizado o Hipotenusa:**

Este formato es empleado en libros corrientes, por su mejor aprovechamiento del papel en obras de divulgación.



**Aureo:**

La proporción áurea en formato y márgenes, es aplicada generalmente a impresos con finalidades estéticas, como es el caso de los libros de estética, arte, arquitectura, etc.

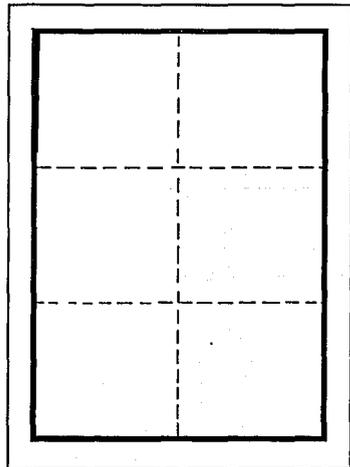


**2 X 3 o Ternario:**

Es una proporción intermedia, en la práctica es la de uso más general. Pretende establecer un equilibrio, entre la estética del formato áureo y la utilidad del formato normalizado. Sus lados están en proporción 2 : 3.

La hoja carta es considerada un formato ternario, sus proporciones son casi 2:3.

La elección del formato para el órgano informativo interno del Banco del Atlántico, será este último, considerando la convencionalidad del formato, adoptando así una forma de revista.



---

### LA DIAGRAMACION

---

En esta clase de impresos, aunque sus páginas contengan información muy variada, deben diseñarse bajo un patrón único, proporcionando al conjunto la sensación de unidad. La diagramación proporciona esta estética de uniformidad a los elementos que configuran una página impresa. El empleo de una bien lograda diagramación, brinda confianza al lector, al establecer con facilidad relaciones lógicas, entre los diferentes elementos que conforman el impreso.

Al diseñar una diagramación se debe considerar:

- El tipo de información
- La magnitud de información
- En qué circunstancias se leerá dicha información

Así pues, la diagramación "debe ser objeto de una concepción específica, correspondiente al problema en cuestión".<sup>9</sup> Del diseño de la diagramación dependerá la división del espacio de manera comprensible, para cualquier impreso, garantizando una composición armónica, rítmica y con movimiento. Dentro de los elementos primordiales en una diagramación tenemos:

#### LOS MARGENES

Que son los espacios en blanco que quedan en cada uno de los 4 lados de una página impresa, dependiendo de su ubicación se denominan, cabeza, pié, lomo y corte.

Son esenciales para la belleza del impreso, determinando su composición en general, dentro de sus principales funciones, destaca el proporcionar un efecto grato y tranquilizador.

Al determinar el grosor de los márgenes consideremos que:

- Una atractiva proporción en los márgenes, presenta un impreso que invita a ser leído.
- Los márgenes muy pequeños presentan la sensación de una página muy llena.

- Se recomienda dar al lomo una medida menor que la del corte, ya que se suman los márgenes de ambas paginas.
- En relación al tamaño de la página y las características de la edición, el área de texto suele ocupar del 30 al 70% de la superficie. Tenemos que para las ediciones de batalla se emplea del 70 al 75% de la superficie, en ediciones ordinarias el 50% y las de lujo el 25%

Los márgenes y las zonas blancas proporcionadas son un índice de riqueza y distinción, dan sensación de pausa, de protección y de descanso, elementos que facilitan la legibilidad y la captación del contenido. Solo la correcta proporción del formato, márgenes y el bloque de texto pueden garantizar la armonía de una página, que se complementa con la acertada elección de la tipografía.

Un sistema clásico recomienda la progresión de márgenes de menor a mayor partiendo del lomo. Dar al lomo la mitad del margen del corte, a la cabeza una mitad más que al lomo y al pié el doble de la cabeza. Otro recomienda dar a los laterales y a la cabeza una cantidad igual y al pie una mayor.

En lo que respecta a la retícula -diagramación interna- es necesario establecer las características tipográficas del texto base, iniciaremos con lo referente a tipografía, para después retomar, lo relacionado a la diagramación.

---

## TIPOGRAFIA

La selección de la tipografía se basa primordialmente en su estilo y legibilidad. Es inútil seleccionarla por su aspecto inusual, si resulta difícil de leer.

Debe establecerse un equilibrio para asegurar que el estilo encaje con el carácter del impreso y que no solo sea leíble, sino que despierte en el lector un interés de leer el texto, considerando así la parte funcional y práctica.

Para su elección "se tendrá que basar en los estudios y experiencias artísticas, psicológicas y científicas, efectuados hasta nuestros días, considerando las exigencias de todos los campos de aplicación..."<sup>10</sup>

Es importante conocer las cualidades de un determinado tipo de letra, encaminadas a los efectos funcionales, estéticos y psicológicos del material impreso.

### TERMINOLOGIA

**Fuente:** Es el alfabeto completo (letras, números, signos de puntuación).

**Familia:** Versión de un mismo tipo, se presentan en una serie de variaciones sobre la misma forma básica.

### FORMA ESTRUCTURAL

Dentro de la tipografía existen varias clasificaciones. Por sus características, en cuanto a su forma estructural:

- Romano Antiguo
- Romano Moderno
- Egipcio
- Palo Seco

### SERIE

Por su serie, es decir, por las características peculiares que presentan en función de su uso, se clasifican en:

- Redonda ó Normal
- Cursiva ó Itálicas
- Negritas
- Fantasía ó Historiadas

**ROMANO ANTIGUO**

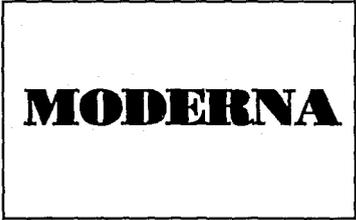
Es común por la desigualdad en el asta dentro de una misma letra -contraste entre gruesos y delgados- y la forma triangular y cóncava del remate. Expresa tradición.



**ROMANA**

**ROMANO MODERNO**

Caracteres rígidos y armoniosos de terminal fino y recto del mismo grueso, expresan tradición.



**MODERNA**

**EGIPCIO**

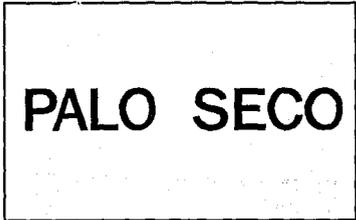
Asta uniforme y remate rectangular, contraste medio, serifs rectangulares, expresan vigor.



**EGIPCIO**

**PALO SECO**

Asta uniforme en grosor y sin terminal, expresan objetividad, no hay contraste ausencia de serifs.



**PALO SECO**

**REDONDA O NORMAL**

De trazo vertical, son mas bien finas, se emplean en la composición de texto para libros, revistas y periódicos.

When Jack first slipped that diamond on my finger, it looked enormous. But it seemed to get smaller and De Scenza's trade up policy allows me original diamond at today's full maerket, and to choose a perfect mounting superb

**CURSIVAS O ITALICAS**

Es semejante a la redonda diferenciándose por su inclinación, se emplean en medio de texto compuesto en redondas, para destacar palabras, frases textuales, palabras extranjeras, títulos de obras literarias, etc. Destacan en medio de las redondas y como tienen el mismo grosor no rompen con la armonía de la página.

Dentro de la PC servidor, la tarjeta adaptadora de redes y el *software* de capa de transporte, mueven las peticiones de servicio al *software* del servidor de l servidor de archivos.

**NEGRITAS**

Letras de trazo mas grueso que las redondas, se emplean en subtítulos, palabras de encabezamiento de algunos párrafos, o bien para destacar cierta información.

Queen's Grill Lounge, open only to passengers. **Most luxurious suites:** The Royal and has access to suites on Princess Cruises' Royal Prince. **Best staterooms:** Bay-window cabins on Royal.

**FANTASIA O HISTORIADAS**

No se basan en ningún estilo clásico o norma regular determinada, sino en la imaginación del creador. Su uso no es frecuente en la composición de textos extensos.

**FANTASIA**

En otro enfoque, se requiere considerar el tamaño de la tipografía, ya que aunado a la interlinea afectaran de manera directa a la mancha tipográfica, que es el tono que presenta el texto en la página. Una página de texto muy densa, muy negra, esta encaminada a la fatiga ocular y en algunas ocasiones a la confusión con la línea siguiente.

Tenemos pues que, el sistema tipográfico de medidas es el llamado duodecimal, por la relación que existe entre la unidad menor de medida, es decir el punto y la unidad superior, la pica que consta de 12 puntos. Para la creación de revistas, folletos, libros, son suficientes los cuerpos de 8 a 12 puntos, en el texto base, que es el que conforma el volumen principal del impreso.

Considerando que el lector ejerce una doble actividad mental: comprender e interpretar lo que lee. Es preferible, entonces, un texto corto en un puntaje adecuado, que un texto largo con caracteres reducidos al máximo. Si se crean textos que requieran mucha atención para leerlos, no quedara la suficiente para interpretar el sentido del mismo.

### INTERLINEA

Después de determinar el puntaje, con el que contará el texto base, es necesario establecer el de la interlinea, cuya función principal es la de mejorar la legibilidad, entendiéndose por legibilidad el hecho de leer, comprender y captar el mensaje que presenta un impreso, enfocando la forma de presentación de un mensaje escrito.

La interlinea, es la distancia vertical que hay entre dos líneas de texto, esta tendrá que adaptarse tanto a la fuerza de cuerpo (tamaño del carácter) como a la anchura de columna, considerando que las líneas de texto muy próximas hacen que el ojo no se ajuste al texto con precisión, así como las líneas muy separadas, dificultan al lector la unión con la línea siguiente.

"Un buen interlineado puede conducir ópticamente al ojo de línea en línea, le presta apoyo y seguridad, el ritmo de lectura se puede estabilizar rápidamente, lo leído se recibe y se conserva en la memoria mas fácilmente".<sup>11</sup>

Para el texto base uno o dos puntos de interlinea son suficientes.

**RETICULA**

Una vez establecidos los requerimientos necesarios en la elección de la tipografía, podemos retomar el punto de la diagramación, más específicamente, la retícula interna delimitada por la caja principal, resultante de la disposición de los márgenes.

La función principal del diseño de un impreso, es la de proporcionar la sensación de equilibrio y armonía, logrando un documento grato y eficaz, facilitando así su fin, tanto utilitario y estético al aparecer legible y atractivo.

Teniendo la caja principal delimitada, en sus cuatro lados, por sus correspondientes márgenes, el paso a seguir, será la obtención del módulo de la página, el cual servirá de guía para la compaginación, considerando la extensión del texto y la forma de las ilustraciones.

El módulo se fundamenta en una unidad de medida, determinada por la división geométrica del formato; basándose en los elementos que predominan en la página, para dar a dichos módulos, los valores que proporcionalmente le corresponden.

El elemento principal es el texto y así, tomando un determinado número de líneas del mismo cuerpo con su correspondiente interlineado, se establece la unidad básica, para distribuir ordenada y proporcionalmente todos los elementos que conforman las páginas.

Tomando como constante una línea de separación entre módulo y módulo, obtenemos así una retícula, la cual garantizará a los elementos que conforman la composición una estabilidad organizada, amén de la armonía y proporción, portadoras de los indispensables valores estéticos.

**COLUMNAS**

Tanto el grosor como el número de líneas, dependerán del cuerpo de la letra a emplear. En un periódico o en una revista las columnas contienen de 5 a 7 palabras. Esto es importante de considerar, ya que se tienen tendencia a leer, no como se cree, por letras o por palabras, sino por grupos de palabras.

Un texto puede ser leído sin dificultad si se optimiza el grosor de columna, junto con el tamaño de letra, el interlineado y la longitud de las líneas; ya que un largo correcto permite a los ojos captar los grupos de palabras mínimo de movimientos. Un adecuado grosor de columna da cabida a una lectura de ritmo regular, logrando con ello un buen entendimiento del contenido. Se debe procurar el evitar las líneas muy cortas o muy largas, ya que requieren un mayor esfuerzo y desgaste por parte del lector.

Una vez determinada la diagramación general del impreso, se requieren especificar los elementos que conformarán la total composición de la página. Esta última deberá estar regida por los principios de armonía y unidad básicamente, los cuales se verán favorecidos al emplear una sola fuente tipográfica, como elemento compositivo, con sus correspondientes series, tanto para el texto base, como para títulos, subtítulos y pies de foto.

---

### TITULOS

---

Los títulos son una composición de caracteres, cuya principal función consiste en resumir o sugerir directamente el contenido del artículo, así como llamar la atención del lector e impulsarlo para que lea la totalidad del contenido. Es necesario especificar, que las reglas de claridad y facilidad de lectura, que se siguen para la composición del texto, no necesariamente se aplican a los títulos, ya que estos varían considerablemente en cuanto a cantidad, tamaño y peso de los caracteres.

---

### SUBTITULOS

---

Los subtítulos reviven la atención del lector, subrayando algún detalle que despierte su curiosidad, al igual que el título sugiere el contenido, pero no lo describe del todo. Los subtítulos deben ubicarse cerca de los títulos y formar parte de él, así como los pies de foto dependen de las fotografías, ya que de lo contrario, pueden convertirse en elementos independientes del diseño, provocando desorden en la composición.

---

**BLANCOS**

Los blancos son una ornamentación abstracta de primer orden muy útiles, sobre todo para resolver los problemas de la disposición y del equilibrio estético. Conocidos también como contragrafismos o zonas que no imprimen, son estéticamente tan importantes como las zonas impresas, ambas de manera proporcional constituyen la estructura total de la página. Se consideran como blancos, los márgenes, la interlínea, los interpárrafos, la distancia que existe entre el título y la masa de texto.

---

**IMAGENES**

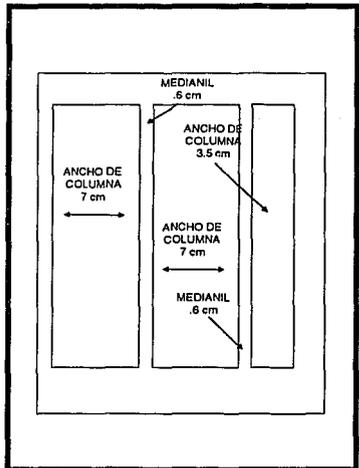
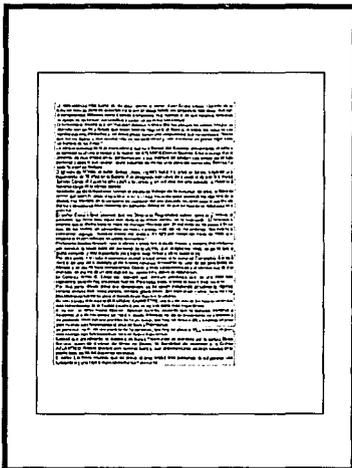
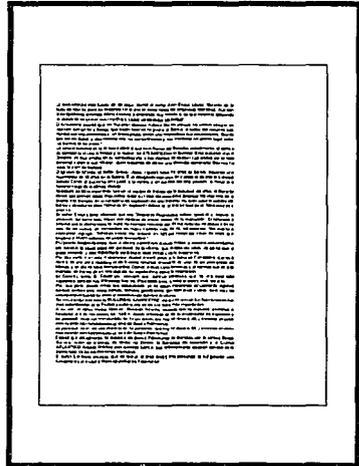
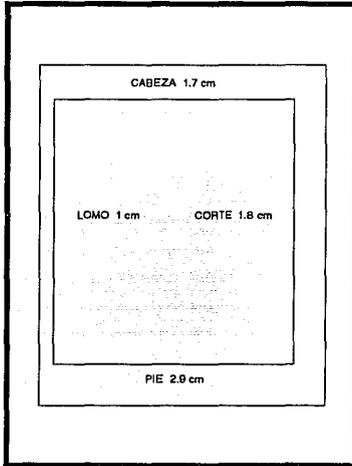
Las imágenes proporcionan interés y fuerza a la página, evitando un impreso monótono, al observar solamente letras, de diferentes series quizá, pero es obvio que no acapararán tanto la atención como las imágenes, ya sean estas fotografías, dibujos o viñetas; cuando se piense en la composición general del impreso, deberá existir la preocupación por la correcta ubicación de las imágenes, se recomienda colocarlas en las páginas impares, ya que son las primeras que se ven al hojear el impreso. Por otra parte es útil enfrentar 2 páginas continuas, sobre todo cuando ambas llevan ilustraciones, para que su ubicación se lleve a cabo de manera armónica.

En lo que respecta a las imágenes que ilustrarán los diversos artículos, en las tres alternativas que se presentan, son medios tonos en su mayoría los que se emplearán para la elaboración de este proyecto.

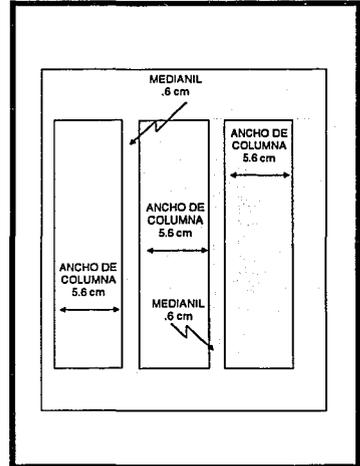
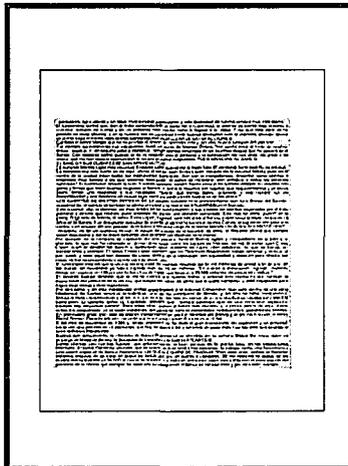
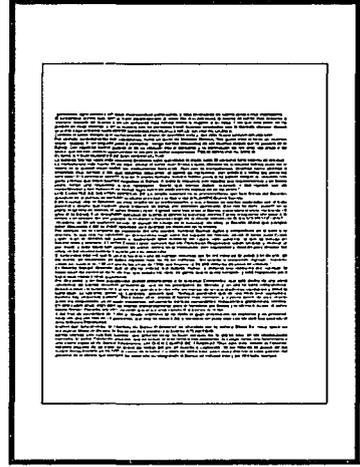
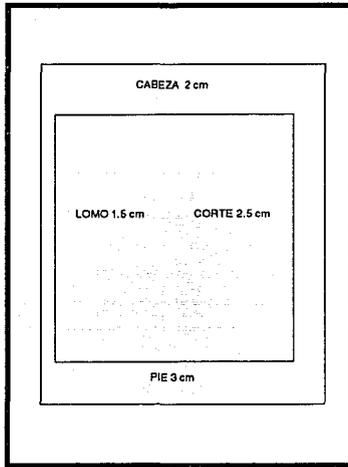
Existen por otra parte, imágenes creadas por computadora, en el caso de la alternativa número 1, donde la sección a la que pertenece el artículo se denomina con un gráfico.

Tomando como base los bocetos seleccionados anteriormente y retomando los conceptos mencionados, entraremos de lleno a la compaginación que "es la operación de unir armónicamente según un orden lógico, estudiado en el proyecto, todos los factores que deben integrar la página y hasta este momento han estado separados, texto base, títulos, subtítulos, imágenes, etc."<sup>12</sup>

DIAGRAMACION ALTERNATIVA No.1



DIAGRAMACION ALTERNATIVA No.2



**PROYECTO** Con los antecedentes expuestos, nos enfocaremos ahora, al desarrollo de los distintos elementos gráficos que componen a cada una de las diferentes alternativas de diseño del impreso en cuestión, procurando un desarrollo claro y funcional, ya que cualquier tropiezo en la lectura, ocasionará pérdida de la comunicación y capacidad de retener lo leído.

La compaginación se organiza con respecto al espacio y al tiempo, diversificando los tiempos de lectura al establecer en la página relaciones de diferencia, de equivalencia y de subordinación. "El lector deberá entender sin esfuerzo las prioridades informativas, su ojo debe ser automáticamente conducido por la situación y acentuación espacial del impreso".<sup>13</sup> Al entrar en la etapa de compaginación, debemos preocuparnos por manejar a lo largo de la misma los conceptos de:

### **ARMONIA**

Que será la agradable combinación de las formas y el estilo de los elementos gráficos. La armonía de la forma en cada una de las páginas, que conforman las 2 alternativas de nuestro proyecto, será la correspondencia de los caracteres con las imágenes y la ornamentación del mismo o semejante estilo.

### **PROPORCION**

La cual estará dada con la armónica relación del tamaños de los distintos elementos entre sí y de éstos con el conjunto.

### **UNIDAD**

que se encuentra garantizada con la diagramación y la tipografía. Sin unidad no hay estabilidad, ni claridad dando pauta a una mala interpretación y dispersión de los elementos que conforman la composición (en este caso de la página).

### **EQUILIBRIO**

Compendia y armoniza los valores de una composición, proporcionando las medidas a los elementos que la componen.

### **RITMO**

lo determina el movimiento marcado por una recurrencia regular de periodicidad o inesperada, determinando la sucesión ordenada del movimiento.

Por otra parte, el aspecto económico, el ambiente social y cultural al que va dirigido, aunado a los deseos y exigencias del cliente, determinarán la forma general de la composición, así como la clase y el estilo del impreso, junto con el formato, el tema que desarrolla el texto y su extensión, ilustraciones y demás elementos compositivos.

Cabe aclarar que en ambas alternativas, se procuro destacar ese conjunto de cualidades formales, mencionadas en el Anteproyecto, ya que la integración de sus elementos poseen una conjugación coherente, armónica y agradable (compartiendo este punto de vista con el receptor) posibilitando su visualización en general por ser clara y sintética, facilitando con eso la posibilidad de ser captadas y aprendida fácil y rápidamente por el observador (el usuario).

## **ALTERNATIVA 1**

Se eligió para esta primera alternativa, la fuente UNIVERS, (Swiss en láser) tomando en consideración su aspecto aséptico, adecuado para comunicaciones empresariales informes científicos, y anuncios, ya que concuerda con el carácter contemporáneo de la información.

Para el texto base se empleará la tipografía en 10 puntos con una interlinea de 2 puntos, es decir 10/12. Se manejarán 2 columnas de 7 cm. con un medianil de .6 cm y una tercera columna de 3.5 cm. Esta última no manejará texto, su función consistirá en sumarse a la columna anterior a ella, sirviendo así de soporte a imágenes grandes y de manera individual, serán contenedoras de pequeñas imágenes.

Se empleó como primer elemento compositivo una cornisa, cuya información se ve complementada con el título de artículo, se encuentra conformada en 14 puntos, en serie bold, compuesta en altas y bajas. Dicha cornisa se encuentra respaldada por una pleca, quien a demás de funcionar como elemento ornamental, junto con la cornisa, delimitan el ancho total de la caja principal. Cuando no se trata de una apertura de artículo, la pleca se ubica en la misma altura y abarca todo el ancho de la caja.

A continuación se observa un gráfico, ubicado a la altura del título, que representa la sección a la que pertenece el artículo en cuestión. Este gráfico desarrolla, por otra parte, la función de proporcionar al lector, un punto de arranque en la composición total

La composición de los títulos está conformada por la misma fuente que compone el texto base; obviamente con un puntaje y peso mayor, es decir 24/29 puntos, en serie bold, en altas y con una alineación a la izquierda, abarcando el ancho de la dos columnas base, lo mismo que los subtítulos. Estos últimos compuestos en 12 puntos, manejando altas y bajas, en serie bold.

La disposición de las tres columnas, dentro de las que se ubica la totalidad de la composición, configuran una simetría dinámica, proporcionando a la página variedad y dinamismo, dentro de la unidad necesaria.

Por otro lado la implementación de los blancos, ilumina y enmarca la composición, separando los diversos conceptos, lo cual permite hacer las pausas convenientes, reflexionando sobre lo que se lee.

# EL ATLANTICO ATIENDE AL COMERCIO



Se ubica en un punto turístico de primer orden  
Es nuestra oficina insignia en esa Avenida Señorial



Practicamente se duplicó la colocación de recursos en 1989, informó el Gerente de nuestra sucursal Montejo, señor Alberto Vargas Echeverría, quien cuenta con una experiencia de 31 años en el trabajo bancario

Después de la Sucursal Mérida, la principal en la capital yucateca, es la Suc. Montejo, afirmó el señor Alberto Vargas Echeverría, gerente de la oficina, moderna y señorial en su exterior; amplia fresca y dinámica en su interior.

El funcionario declaró que la Montejo marcha bien y maneja números altos e interesantes. "La responsabilidad del cargo -señaló- se facilita por el hecho de que

cuento con un magnífico equipo de colaboradores. "En cuanto a captación integral, a septiembre del presente había llegado a casi 20 mil millones; el crecimiento más destacado -de caso 90 por ciento- fue la colocación de recursos, que pasaron de 2,332 millones a 4,402 en seis meses.

Con orgullo, el funcionario declaró que en su oficina no hay cartera vencida. "Procuramos por lo general sanear de manera oportuna nuestra cartera y estar atentos al aspecto de cobros", aseguró. El señor Vargas Echeverría consideró que todos en la oficina tienen un mayor número de posibilidades en lo que a crecimiento se refiere, pues el campo bancario se amplía al establecerse mayores facilidades para el otorgamiento de créditos y los nuevos sistemas electrónicos facilitan multitud de operaciones rutinarias.

## CONOCER PARA PROGRESAR

Con dos años al frente de esta bella sucursal, el señor Vargas echeverría añade una satisfacción más a las muchas que conserva en su larga carrera bancaria: Ingresó a Banco del Sureste en 1958, hace 31 años a la oficina matriz.

Casi 20 años paso en los distintos departamentos de nuestra principal oficina en Mérida hasta que fue propuesto para ocupar la primera subgerencia que hubo en Banco del Sureste. Después de esta primera promoción recibió su primera Gerencia de Sucursal: la de la 60, y al cabo de dos años, recibió la Gerencia titular de la Montejo.

**ALTERNATIVA 2**

Se utiliza nuevamente una tipografía Sans Serif, por considerarse una expresión de la época, presentando una estructura sencilla, nítida y funcional, connotando un modernismo y un funcionalismo elegante. En general la composición se basa en 3 columnas, por lo que el texto base, se manejó en un puntaje de 10/11, de la fuente UNIVERS, en redondas, procurando evitar líneas demasiado largas que dificultaran la legibilidad.

Cómo arranque de artículo, se presenta un espacio en blanco, que proporciona claridad a la página y a su vez actúa como elemento ornamental, cumpliendo así su función constructiva arquitectónica, con igual mérito que las zonas impresas.

Los títulos se encuentran conformados en altas, en un puntaje de 18 puntos, serie bold y alineamiento a la derecha. Se maneja una doble pleca, cuya importancia radica en destacar el título a manera de subrayado, amén de constituir un elemento gráfico ornamental. Los subtítulos abarcan, la mayoría de las veces, 2 de las 3 columnas, compuestos en altas y bajas, en un puntaje de 12 puntos, en serie bold.

Debido a la disposición del área blanca en la parte superior de la página, no se manejará ningún espacio entre los párrafos; las mismas sangrías y las líneas incompletas, son las que proporcionarán dinamismo y variedad a la masa de texto, ya que el exceso de blancos arruina la estética y la regularidad de la página.

## EL ATLANTICO ATIENDE AL COMERCIO

---

---

Se ubica en un punto turístico de primer orden  
Es nuestra oficina insignia en esa Avenida Señorial



Practicamente se duplicó la colocación de recursos en 1989, informó el Gerente de nuestra sucursal Montejo, el señor Alberto Vargas Echeverría, quien cuenta con una experiencia de 31 años en el trabajo bancario.

Después de la Sucursal Mérida, la principal en la capital yucateca, es la Montejo, afirmó el señor Alberto Vargas Echeverría, gerente de la oficina, moderna y señorial en su

exterior; amplia, fresca y muy dinámica en su interior, tanto en sus instalaciones como en el personal que ahí labora.

Oportunamente el funcionario de esa bella ciudad declaró que la Montejo marcha bien y maneja números altos e interesantes. "La responsabilidad del cargo -señaló- se facilita por el hecho de que cuento con un magnífico equipo de colaboradores."

En cuanto a captación integral, a septiembre del presente había llegado a casi 20 mil millones; el crecimiento más ha destacado - de casi 90 % - fue la colocación de recursos, que pasaron de 2,332 millones a 4,402 en seis meses.

Con orgullo, el funcionario declaró que en su oficina no hay cartera vencida.

"Procuramos por lo general sanear de manera oportuna nuestra cartera y estar atentos al aspecto de cobros", aseguró.

El señor Vargas consideró que todos en la oficina tienen un mayor número de posibilidades en lo que a crecimiento se refiere pues el campo bancario se amplía al establecerse mayores facilidades para el otorgamiento de créditos y los nuevos sistemas electrónicos que facilitan las operaciones rutinarias.

### CONOCER PARA PROGRESAR

Con dos años al frente de esta bella sucursal, el señor Vargas Echeverría añade una satisfacción más a las muchas que conserva en su larga carrera bancaria: ingresó a Banco del Sureste en 1958, hace 31 años a la oficina matriz.

Casi 20 años paso en los distintos departamentos de nuestra principal oficina en Mérida hasta que fue propuesto para ocupar la primera subgerencia que hubo en Banco del Sureste. Después de esta primera promoción recibió su primera Gerencia de Sucursal: la de la 60, y al cabo de dos años, recibió la Gerencia titular de la Montejo.

### LA CLIENTELA BASICA SON LOS COMERCIANTES

El Gerente afirmó que la clientela básica de la sucursal se compone de comerciantes, El Gerente afirmó que la clientela básica se compone de comerciantes, pues el Paseo de Montejo es una avenida 100 % turística. Así como también, contamos con clientes industriales, ganaderos, agricultores y sin faltar inversionistas particulares, y esta diversidad de rubros la hace muy interesante.

## **LAPORTADA**

La portada sugiere de forma veraz, el contenido de los interiores. Es la primera relación o contacto que tiene el futuro lector con el impreso. Esta debe resultarle lo suficientemente atractiva, como para despertar el interés por seguir leyendo. Debe guardar una relación con el contenido de la publicación, pero no de manera absoluta, ya que debe mostrar cierta independencia.

Los elementos básicos que deben destacar, en esta primera hoja del impreso son, el nombre de la compañía que la publica, el logotipo, es decir, el nombre de la publicación, que se distingue por la forma y composición original de la tipografía; la fecha y el nombre de los artículos más importantes, que conforman el impreso.

## **EL NOMBRE DE LA PUBLICACION**

Se manifestó la inquietud de cambiar el nombre de la publicación ya que resultaba poco original, el utilizar el mismo nombre de Institución. Por lo que se presentaron las siguientes propuestas, proporcionando a la comunidad de la institución la oportunidad de participar de manera directa en lo que sería la nueva imagen de la publicación.

La única limitante que se les manifestó, fue la de proponer nombres a partir de la palabra ATLANTICO y que explicaran el por qué, de ese nuevo nombre; así que la mayoría de los entrevistados propusieron nombres tales como, MAR, OCEANO, OLA, AGUA, AZUL, MARINERO, dándoles en general la connotación del Océano Atlántico. De estas propuestas se descartaron OCEANO, por ser el nombre de una de las nuevas secciones y OLA, que es un díptico informativo para la clientela, en cuanto a los otros, no fueron considerados por resultar nombres con poco impacto.

En otro enfoque, se manifestó la inquietud de darle importancia al personal, ubicarlos como parte integral, personalizar más la publicación, por lo que se propusieron los siguientes nombres: PERSONAL, NOSOTROS, EMPLEADOS, ATLANTICOS, COMPAÑEROS, pero en realidad ninguno parecía lo suficiente atractivo, ni impactante como para encabezar una publicación.

Finalmente al retomar las dos tendencias para la propuesta de la nueva denominación, se propuso el nombre de GENTE ATLANTICO, el cual gustó por ser un

nombre corto al destacar la palabra GENTE, además degradable e Impactante, se logró presentar al impreso de una manera más personal, es decir, que la gente que labora en la institución, sepa que también se habla de ella, de las actividades que desarrolla, del lugar en qué labora, que se sienta parte integral de "su revista".

### **EL LOGOTIPO**

El logotipo se realizó, aprovechando las formas de las letras de la palabra "gente", compuestas con trazos nobles y curvos, los cuales contrastan con los trazos rígidos y rectos del logotipo de la institución.

La función de el logotipo de la publicación es la de lograr que el lector (la comunidad Atlántico) se grave visualmente el nombre de "su revista", el cual podrá reconocer con solo ver un rasgo del logotipo.



La composición general de la portada, se pensó como una unidad, anteponiendo el factor estético y funcional. Encontramos después del logotipo, ubicado en la parte superior de la portada, la fecha es decir, el primero de los 2 meses a los que corresponde la información del house organ y el año en curso.

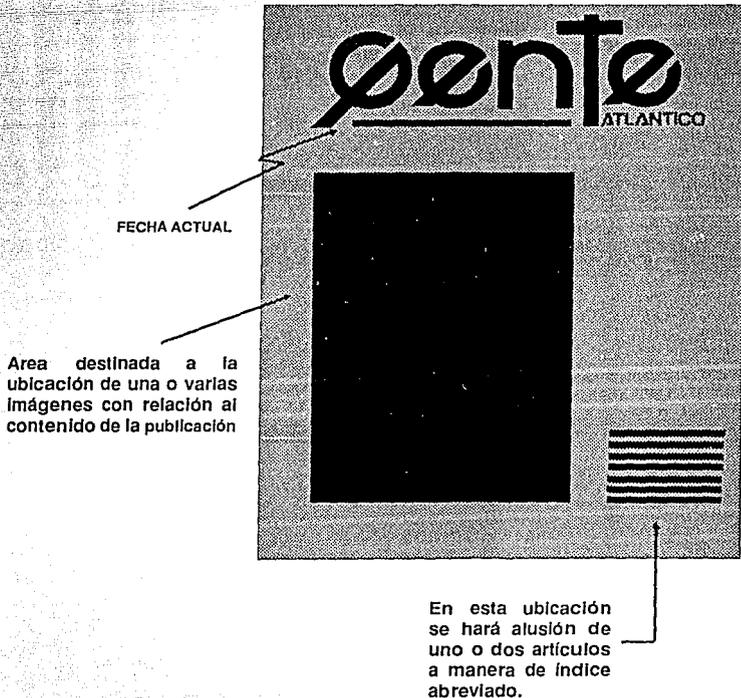
Se destina un espacio para una o varias imágenes con relación al contenido del impreso, una fotografía de algún artículo, o una imagen relacionada con la institución. Aparecen, también, el nombre de 1 o 2 de los artículos que integran el contenido de la publicación, a manera de un índice abreviado.

Se presentan 2 alternativas en cuanto al manejo del fondo; uno, empleando una masa de color con un tratamiento en pantalla en un porcentaje al 30 %, en este caso el logotipo tendrá el mismo color pero al 100 %, dicha masa se prolongará hasta la contraportada, donde se ubicara el logo-símbolo de la institución, centrado en la parte inferior.

## II FASE DE PROYECTACION

En la otra opción se utilizará en el fondo una repelición del símbolo que representa a la institución tratada como un sello de agua.

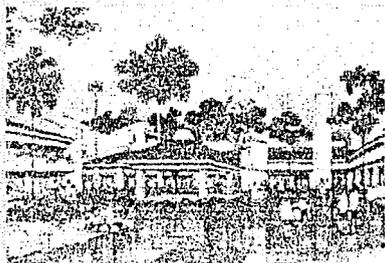
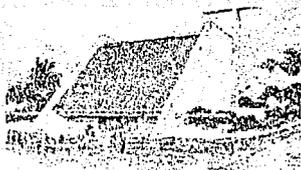
En el caso de emplear un color obscuro al 100 % el logotipo será invariablemente blanco o calado lo mismo que la información escrita que contenga la portada.



# ente

ORGANO DE COMUNICACION INTERNA AÑO 5 No.1 MAYO DE 1993

## ATLANTICO



loma  
dorada

toda una ciudad

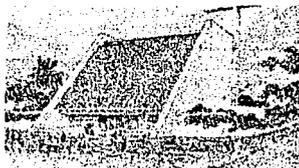


### LOMA DORADA:

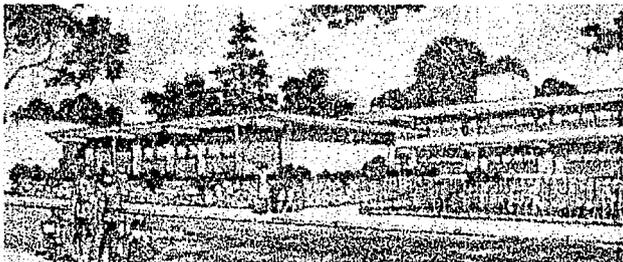
- El gran desarrollo inmobiliario, enclavado en la zona conurbada de Guadalajara, en el Municipio de Tonalá.
- Ofrecer al público vivienda decorosa y digna, un objetivo de la filial de BANCO DEL ATLANTICO.

# ente ATLANTICO

ORGANO DE COMUNICACION INTERNA AÑO 5 No.1 MAYO DE 1993



  
loma  
dorada  
toda una ciudad



## LOMA DORADA:

- El gran desarrollo Inmobiliario, enclavado en la zona conurbada de Guadajajara, en el Municipio de Tonalá.
- Ofrecer al público vivienda decorosa y digna, un objetivo de la filial de BANCO DEL ATLANTICO.

### **III FASE DE REALIZACION**

#### **CAUSA TECNICA**

Al tener establecidos los parámetros que conforman la composición general de la página ejemplo (de cada una de las diferentes alternativas) llegamos a la causa técnica, donde se enuncia lo que se desea hacer con el material elegido; sugiriendo técnicas y herramientas apropiadas.

Y es así, como entramos de lleno a la maquetación electrónica por medio de ordenador. Para tal actividad, contamos con el apoyo del software **VENTURA PUBLISHER DE XEROX**. Paquete que desempeña las funciones necesarias para el proceso de armado de originales mecánicos o de dummies, según sea el caso. Dentro de estas funciones destacan la diagramación electrónica, la compaginación y la composición del texto.

En cuanto a su funcionamiento, tiene la característica de poder conjugar información proveniente de diferentes softwares y unificarla en un mismo documento. esto es, combina imágenes y texto. Para la realización del impreso en cuestión, se obtuvo la información de las siguientes fuentes:

#### **TEXTO**

Software: **WORDS**

Las funciones de este paquete son particularmente, la creación de material escrito, como en el caso de la máquinas de escribir. Por otro lado almacena la información a manera de archivos, con el fin de hacer posible la edición del texto, corrigiendo ó aumentando información en cualquier momento.

#### **IMAGENES**

a) **GRAFICOS REALIZADOS EN COMPUTADORA**

Software: **FREELANCE**

**FREELANCE** es un paquete que proporciona los medios necesarios, para el diseño y la elaboración de gráficos en general. Al igual que el procesador de textos, almacena la información (gráfica) para posteriores ediciones ó aplicaciones. Se utilizó este software por las facilidades

que presenta en su manejo, independientemente de brindar numerosas opciones en sus funciones y herramientas.

Actualmente, existe una gran variedad de paquetes cuyo uso es particularmente enfocado al diseño y edición de imágenes, serán las necesidades en específico de cada diseñador lo que le llevará a elegir el que mejor le convenga.

#### **b) FOTOGRAFIAS**

Las fotografías que se emplearon, para conformar el dummy, se digitalizaron con la ayuda de un scanner. La digitalización de la información, en este caso de las fotografías, es la conversión de símbolos de comunicación humana en códigos numéricos.

### **COMO FUNCIONA VENTURA**

Ventura realiza las funciones tradicionales del paste-up de manera electrónica. A pesar de desarrollar funciones sumamente complejas, se basa en principios relativamente fáciles de comprender.

Básicamente Ventura, se encuentra constituido por 4 modos, quienes accionan los diferentes menús, con la totalidad de las funciones que conforman el paquete.

---

#### **MODO FRAME**

---

Entra en combinación con los menús que engloban todo lo referente a las dimensiones y orientación del formato, así como lo relacionado a la diagramación en general. Por otro lado delimita el área para el manejo de texto e imágenes.

---

#### **MODO PARAGRAPH**

---

El presente modo entra en combinación con el menú paragraph (párrafo) particularmente, en el cual encontramos las funciones para editar las características del texto en general. Aquí encontramos los atributos correspondientes a la tipografía, en cuanto a tipos de fuente, tamaño, interlínea, alineamiento, manipulando el texto en párrafos.

---

**MODO TEXT**

Actúa de manera independiente al modo paragraph, afectando directamente al texto, por este medio es posible escribir, corregir ortografía, aumentar, borrar, "corta e insertar" texto en general. Aquí se manejan atributos específicos del carácter en cuanto a su serie. Podemos convertir una palabra, una línea o un párrafo completo en negritas, cursivas o simplemente subrayar de manera automática. Este modo no tiene relación con algún menú en particular, ya que al ponerlo en función, presenta una lista de atributos correspondientes al texto.

---

**MODO GRAPHICS**

Junto con el menú graphics (gráficos), dibuja líneas, círculos y rectángulos, con variaciones en cuanto a grosor de línea, remates y tipo de relleno.

Por otro lado existen menús que trabajan con los 4 modos, como en el caso del menú EDIT (edición) por medio del cual podemos borrar, copiar o insertar imágenes, texto o algún gráfico, creado en Ventura.

Apoyándonos en los beneficios que nos brinda Ventura, sólo nos resta hacer la adecuada selección y entrar de lleno al proceso de realización.

## **COMO SE ARMA UNA PAGINA EN VENTURA**

La realización de publicaciones en Ventura, requiere de las mismas consideraciones, que el diseño de impresos con métodos tradicionales.

Así pues, de lo primero que debemos partir es de un boceto, no solo de una página, como lo hemos venido manejando hasta el momento, sino de todo el impreso. Disponiendo la ubicación de los diversos elementos que lo conforman, poniendo especial atención a la imágenes.

Partiendo del patrón establecido en la fase de bocetaje (de cada una de las alternativas) nos disponemos a armar de manera general, cada uno de los diferentes artículos que conforman la totalidad del impreso.

Para tal efecto, se requiere hacer un cálculo tipográfico de toda la información contenida en los artículos y determinar el número y el tamaño de las imágenes. Este boceto nos facilitará en gran medida, el armado de la publicación en pantalla.

#### **QUE SE NECESITA PARA TRABAJAR EN VENTURA**

- a) UN BOCETO que a grosso modo, presente la totalidad del contenido.
- b) EL TEXTO, como se mencionó en su oportunidad, la información escrita que conforma los artículos de la publicación, se creó fuera de Ventura. Para este efecto se empleó como procesador de textos el software WORD5, compatible con Ventura.
- c) IMAGENES, para este proyecto se manejaron dos tipos de imágenes.
  - Los gráficos creados en el software FREELANCE
  - Fotografías (medio tono) se crearon archivos con la ayuda de un lector de imágenes (scanner), configurando dichas fotografías en imágenes tratables por la computadora.

## **GENERALIDADES**

## **FORMATO**

Al iniciar el proceso de compaginación, se requiere determinar el tamaño y la orientación de la página del impreso. El procedimiento en Ventura, para establecer el formato sería el siguiente:

**MODO:** Frame

**MENU:** Chapter (capítulo)

**FUNCION:** Page Layout (características de la página)

Se despliega a continuación un cuadro de diálogo en la pantalla, donde presenta los 7 formatos, dentro de los más usuales encontramos el media carta, carta y oficio. Aquí mismo podemos establecer la orientación del formato, que en este caso será la disposición vertical.

## **DIAGRAMACION**

Una vez determinado el formato, se establecen las dimensiones de los márgenes, el grosor, el número de columnas y el tamaño de los medianiles. Esta información la ubicamos dentro del cuadro de diálogo, que se presenta al convocar la siguiente secuencia.

**MODO:** Frame

**MENU:** Frame

**FUNCION:** Margins and Columns (márgenes y columnas)

Aquí, asignaremos los valores correspondientes a cada uno de los elementos que conforman la totalidad de la diagramación, es decir las dimensiones de los márgenes, número de columnas y tamaño de medianiles.

## **INCORPORACION DE TEXTO**

**MODO:** Frame

**MENU:** File

**FUNCION:** Load text/picture (recuperar texto/imagen)

Aparece en pantalla una ventana que posee la información referente al tipo de archivo que se requiere, ya sea texto o imágenes, en este caso se selecciona el recuadro de texto.

Se desplegará a continuación una nueva ventana, mostrando una lista de nombres de procesadores de texto compatibles con Ventura, se selecciona Word5. Aparece una tercera ventana, con los archivos creados en Word5, basta situar el cursor, en el nombre del archivo correspondiente, pulsar un click con el mouse y posteriormente pulsar O.K. El nombre del archivo seleccionado, aparecerá en la lista de asignaciones del Modo Frame. De esta manera podemos incorporar a nuestro documento imágenes, claro que ahora en lugar de seleccionar un procesador de textos, se elegirá un software de dibujo.

Para ubicar el texto dentro de la página, se pulsa el cursor dentro de la misma, a fin de seleccionar la caja principal. Ubicamos el cursor en la lista de asignaciones, donde se encuentra el nombre del archivo, al pulsar un click sobre el él, de manera automática se llenan las columnas que conforman la diagramación. El texto se extiende, desde la primera página del capítulo hacia la

---

### III FASE DE REALIZACION

---

última, Ventura crea automáticamente el número de páginas que la totalidad del texto requiera. Hasta este momento el texto posee las características que el paquete proporciona asignándole al texto el nombre de la etiqueta Body Text.

## PARA CREAR UNA ETIQUETA

Es por medio de etiquetas, que proporcionamos los diferentes atributos al texto en general, determinando así, las características del texto que dará forma a los títulos, subtítulos, texto base, etc. La etiqueta Body text se toma como base para la realización de las nuevas etiquetas.

**MODO:** Paragraph

**BOTON DE ADICION:** Add a new tag

(incluir nueva etiqueta)

El Botón de adición se encuentra ubicado abajo de los modos. El cuadro de dialogo correspondiente aparecerá, donde escribiremos el nombre de la nueva etiqueta. Es recomendable utilizar nombres que estén relacionados con la misma, como por ejemplo **TITULO**, a la etiqueta correspondiente a todos los títulos de la publicación. Conforme se van generando las nuevas etiquetas, se definen las características de cada una.

## ELEMENTOS DE UNA ETIQUETA

---

### FUENTE

---

**MODO:** Paragraph

**MENU:** Paragraph

**FUNCION:** Font (fuente)

1. Se selecciona con el Modo Paragraph, el texto a modificar.
2. Se crea una etiqueta
3. En el menú de paragraph, se selecciona la función **FONT**.

Cabe mencionar que el paquete cuenta con 2 fuentes solamente, la denominada **SWISS**, que en fotocomposición correspondería a la **UNIVERS**, y la **DUTCH**,

conocida como TIMES en fotocomposición. Ambas fuentes poseen sus diferentes series, lo que nos permite tener variedad dentro de la limitación. Dependerá directamente de la capacidad de memoria que tenga la computadora, el poder incrementar el número de fuentes y el tamaño de las mismas, ya que dentro del software original se manejan 6 puntos como el tamaño mínimo y 24 puntos para el máximo.

El cuadro correspondiente a la sección de fuentes, presenta también, las opciones para determinar el tamaño y en algunas ocasiones la serie.

---

**ALINEAMIENTO**

---

**MODO:** Paragraph  
**MENU:** Paragraph  
**FUNCION:** Alignment (alineamiento)

Esta función presenta varias alternativas para la alineación del texto: justificado o en bloque, alineado a la izquierda, alineado a la derecha y centrado o en pinya. No hay que olvidar que el alineamiento del texto determina en gran medida el aspecto de la página.

En las dos alternativas correspondientes a este proyecto, se optó por un alineamiento justificado, debido a las dimensiones del ancho de columna que se manejaron; por otro lado tanto el alineamiento en bloque, como a la izquierda resultan seguros, ya que el ojo del lector, está acostumbrado a regresar a un punto común después de llegar al final de la línea.

---

**INTERLINEADO**

---

**MODO:** Paragraph  
**MENU:** Paragraph  
**FUNCION:** Spacing

El cuadro de dialogo correspondiente a esta función, presenta la oportunidad de dar un interlineado automático, pero es posible proporcionarlo manualmente. Aquí también se establecen las distancias entre párrafo y párrafo, ó determinar un espacio en blanco, arriba ó abajo de algún texto, como resulta en el caso de los títulos.

---

**USO DE PLECAS**

---

**MODO:** Paragraph

**MENU:** Paragraph

**FUNCION:** Ruling Line...Above, Below  
(línea arriba ó abajo)

1. Se selecciona el texto donde se desea ubicar la(s) pleca(s)
2. Definir la ubicación de la pleca, para utilizar la función correspondiente en el menú de párrafo, ya sea arriba, abajo ó en ambas partes a la vez.

Tenemos, como en los casos anteriores una ventana con información referente a las características de la pleca, en cuanto a su longitud, grosor y tipo de ashurado.

**CREACION DE ESPACIO  
PARA LA UBICACION DE IMAGENES**

**MODO:** Frame

**BOTON DE ADICION:** Add a new frame

El cursor aparece en la pantalla, como una esquina superior izquierda con las letras "FR". Se pulsa el botón del mouse y se mantiene sostenido, deslizando a la vez el cursor hacia la derecha y hacia abajo, cuando se tienen las dimensiones deseadas, se deja de precionar el botón del mouse. En esta área, podemos ubicar un gráfico creado en computadora o una fotografía digitalizada.

Una vez que este "marco" que creamos, se encuentre situado en la página, podemos moverlo, modificar sus dimensiones, copiarlo o borrarlo.

A continuación se presentan los elementos que conforman la totalidad de la composición de cada una de las alternativas, con los que se conformaran los dummies.

---

## III FASE DE REALIZACION

---

### ALTERNATIVA 1

---

1. **CORNISA** Swiss 14 puntos / Serie bold / Justificado a la derecha en páginas non y hacía la izquierda en páginas pares
2. **PLECA** Longitud: ancho de la caja principal. En caso de apertura de artículo, dependerá de la longitud de la cornisa
3. **GRAFICO** Imagen creada en Freelance
4. **TITULO** Swiss 24 puntos / Serie bold / Justificado a la izquierda
5. **SUBTITULO** Swiss 12 puntos / Serie bold / Justificado a la izquierda
6. **FOTOGRAFIA** Imagen digitalizada en scanner
7. **PIE DE FOTO** Swiss 8/12 / Serie redonda / Justificado en bloque
8. **TEXTO BASE** Swiss 10/12 / Serie redonda / Justificado en bloque
9. **SUBTEMAS** Swiss 10/12 / Serie bold / Justificación centrada

# EL ATLANTICO ATIENDE AL COMERCIO 4

Se ubica en un punto turístico de primer orden  
Es nuestra oficina insignia en esa Avenida Señorial 5



3



Practicamente se duplicó la colocación de recursos en 1989, informó el Gerente de nuestra sucursal Montejo, señor Alberto Vargas Echeverría, quien cuenta con una experiencia de 31 años en el trabajo bancario

7

Después de la Sucursal Mérida, la principal en la capital yucateca, es la Suc. Montejo, afirmó el señor Alberto Vargas Echeverría, gerente de la oficina, moderna y señorial en su exterior; amplia fresca y dinámica en su interior. 8

El funcionario declaró que la Montejo marcha bien y maneja números altos e interesantes. "La responsabilidad del cargo -señaló- se facilitó por el hecho de que

cuento con un magnífico equipo de colaboradores. "En cuanto a captación integral, a septiembre del presente había llegado a casi 20 mil millones; el crecimiento más destacado -de caso 90 por ciento- fue la colocación de recursos, que pasaron de 2,332 millones a 4,402 en seis meses.

Con orgullo, el funcionario declaró que en su oficina no hay cartera vencida. "Procuramos por lo general sanear de manera oportuna nuestra cartera y estar atentos al aspecto de cobros", aseguró. El señor Vargas Echeverría consideró que todos en la oficina tienen un mayor número de posibilidades en lo que a crecimiento se refiere, pues el campo bancario se amplía al establecerse mayores facilidades para el otorgamiento de créditos y los nuevos sistemas electrónicos facilitan multitud de operaciones rutinarias.

## CONOCER PARA PROGRESAR 9

Con dos años al frente de esta bella sucursal, el señor Vargas echeverría añade una satisfacción más a las muchas que conserva en su larga carrera bancaria: Ingresó a Banco del Sureste en 1958, hace 31 años a la oficina matriz.

Casi 20 años paso en los distintos departamentos de nuestra principal oficina en Mérida hasta que fue propuesto para ocupar la primera subgerencia que hubo en Banco del Sureste. Después de esta primera promoción recibió su primera Gerencia de Sucursal: la de la 60, y al cabo de dos años, recibió la Gerencia titular de la Montejo.

---

**ALTERNATIVA 2**

---

- 1. TITULO** Swiss 18 / Serie bold / Justificado a la derecha
- 2. PLECA** Doble pleca con una longitud correspondiente al ancho de la caja principal  
Ancho: 6 puntos, con un espacio de 6 puntos entre ambas plecas
- 3. SUBTITULO** Swiss 12 / Serie bold / Justificado a la izquierda
- 4. TEXTO BASE** Swiss 10/12 / Serie redonda / Justificado en bloque
- 5. FOTOGRAFIA** Imagen digitalizada en scanner
- 6. PIE DE FOTO** Swiss 8/10 / Serie redonda / Justificado en bloque
- 7. SUBTEMA** Swiss 10/12 / Serie bold / Justificación centrada

- NOTAS**
- 9** SISTEMAS DE RETICULAS  
Muller - Brockman. Pág. 50
- 10** LA COMPOSICION EN LAS ARTES GRAFICAS  
E. Martin. Pág. 183
- 11** SISTEMAS DE RETICULAS  
Muller - Brockman. Pág. 34
- 12** LA COMPOSICION EN LAS ARTES GRAFICAS  
E. Martin. Pág. 54
- 13** SISTEMAS DE RETICULAS  
Muller - Brockman. Pág. 50

# 1 EL ATLANTICO ATIENDE AL COMERCIO

2

Se ubica en un punto turístico de primer orden  
Es nuestra oficina insignia en esa Avenida Señorial

3



Practicamente se duplicó la colocación de recursos en 1989, informó el Gerente de nuestra sucursal Montejo, el señor Alberto Vargas Echeverría, quien cuenta con una experiencia de 31 años en el trabajo bancario.

6

Después de la Sucursal Mérida, la principal en la capital yucateca, es la Montejo, afirmó el señor Alberto Vargas Echeverría, gerente de la oficina, moderna y señorial en su exterior; amplia, fresca y muy dinámica

en su interior, tanto en las instalaciones como en el equipo que ahí labora.

4

Oportunamente el funcionario de esa sucursal declaró que la Montejo marcha bien y maneja números altos e interesantes. "La responsabilidad del cargo -señaló- se facilita por el hecho de que cuento con un magnífico equipo de colaboradores."

En cuanto a captación integral, a septiembre del presente había llegado a casi 20 mil millones; el crecimiento más ha destacado - de casi 90 % - fue la colocación de recursos, que pasaron de 2,332 millones a 4,402 en seis meses.

Con orgullo, el funcionario declaró que en su oficina no hay cartera vencida.

"Procuramos por lo general sanear de manera oportuna nuestra cartera y estar atentos al aspecto de cobros", aseguró.

El señor Vargas consideró que todos en la oficina tienen un mayor número de posibilidades en lo que a crecimiento se refiere pues el campo bancario se amplía al establecerse mayores facilidades para el otorgamiento de créditos y los nuevos sistemas electrónicos que facilitan una gran cantidad de operaciones rutinarias.

## CONOCER PARA PROGRESAR

Con dos años al frente de esta bella sucursal, el señor Vargas Echeverría añade una satisfacción más a las muchas que conserva en su larga carrera bancaria: Ingresó a Banco del Sureste en 1958, hace 31 años a la oficina matriz.

Casi 20 años paso en los distintos departamentos de nuestra principal oficina en Mérida hasta que fue propuesto para ocupar la primera subgerencia que hubo en Banco del Sureste. Después de esta primera promoción recibió su primera Gerencia de Sucursal: la de la 60, y al cabo de dos años, recibió la Gerencia titular de la Montejo.

## LA CLIENTELA BASICA SON LOS COMERCIANTES

7

El Gerente afirmó que la clientela básica de la sucursal se compone de comerciantes. El Gerente afirmó que la clientela básica se compone de comerciantes pues el Paseo de Montejo es una avenida 100 % turística. Así como también, contamos con clientes industriales, ganaderos, agricultores y sin faltar inversionistas particulares, y esta diversidad de rubros la hace muy interesante.

## **Conclusión**

Conforme creció la mecanización de la imprenta y la demanda del material impreso, se vieron impulsadas las investigaciones encaminadas a lograr sistemas de composición, mediante Fotografías de letras, así nació la fotocomposición.

"Los distintos equipos de fotocomposición proporcionan los textos en película o papel fotográfico, listos para la compaginación, y el pasado a las planchas o matrices de imprimir"<sup>14</sup>

Actualmente existen equipos de fotocomposición que incluyen la compaginación en pantalla, con auxilio de ordenadores (computadoras). Es así, como en su proceso de realización el diseño editorial debe adaptarse a las exigencias de las época actual, por lo que resulta necesario, estar al día en lo que a procedimientos tecnológicos se refiere, en aras de la originalidad en cuanto a la presentación y perfección del acabado. "Quedo atrás la artesanía y la industria gráfica se afianza cada vez mas en el aspecto técnico de la maquinaria, métodos y productos mas perfeccionados."<sup>15</sup>

Es en la época precolombina, donde las obras de arte, tenían bases en cálculos matemáticos; hoy en día, esto se logra con el apoyo de las computadoras electrónicas de rapidez y precisión ilimitadas, anteponiendo la perfección técnica, ya que el hombre (el diseñador gráfico en este caso) sera quien colabore con su formación artística.

Es necesario establecer, que la producción de impresos estéticamente originales, no debe su eficacia a la adopción de las modernas instalaciones de equipos encaminados al diseño de impresos, sino de la mentalidad creativa y abierta del diseñador gráfico, quien tiene la obligación de actualizarse, según las exigencias de la época y de la rápida evolución de la industria, provocada por la influencia de las ciencias aplicadas como en el caso de la cibemética, la electrónica, la informática...

Nuestra época reclama nuevas posibilidades y expresiones al impreso, y es aquí donde hace su aparición el diseño editorial apoyado por computadora, quien revaloriza al más importante y difundido medio de comunicación.

En Ventura se adopta una racionalización industrial adecuada para conservar principalmente la calidad, adaptada a una mayor productividad, buscando la facilidad y la rapidez en la ejecución del trabajo.

Un paquete como Ventura, realiza determinadas tareas mejor que un diseñador, técnicamente hablando, ya que calcula con más precisión, fiabilidad y rapidez, pero el diseñador crea y analiza con mas flexibilidad, y piensa con mas decisión.

Ventura es un adelanto histórico en la forma en que las publicaciones se han venido desarrollando durante años, permitiendo diseñar atractivas páginas en menos tiempo. En cuanto a su manipulación, es sumamente accesible, como para aquellos que jamás han tenido contacto con una computadora; por otra parte el programa es lo suficientemente complejo, como para un diseñador con experiencia en esta área.

Un punto a destacar es el control de producción, por medio de este software, se pone en manos del diseñador, sin necesidad de depender de terceras personas. El beneficio es palpable, en cuanto al ahorro de tiempo y dinero, ya que la realización de una página se lleva a cabo en unos cuantos minutos, permitiendo crear una gran variedad de alternativas.

Pensemos pues, en los beneficios que nos brindan las computadoras, quienes no solo nos ayudan a la realización, legándonos las tareas repetitivas y complicadas, sino a la creación, al proporcionarnos útiles y novedosas herramientas.

- NOTAS**
- 14 LA COMPOSICION EN LAS ARTES GRAFICAS  
E. Martin. Pág. 187
  - 15 LA COMPOSICION EN LAS ARTES GRAFICAS  
E. Martin. Pág. 109

## VENTAJAS

- No es necesario tener grandes conocimientos en cuanto a programación y lenguajes de informática.
- Existe una gran familiaridad con el ambiente original de trabajo, en cuanto a términos y herramientas.
- Estimula la creatividad, facilita la preparación de un proyecto o boceto y simplifica el tedioso trabajo de edición y composición. Permite manipular con rapidez la información combinando textos (con una variedad de tipografías, tamaños y estilos) y gráficos.

De la manera tradicional, una vez hecho el diseño general, por ejemplo de nuestro boletín en cuestión, hay que reunir el material escrito (los artículos), así mismo hay que conjuntar la totalidad del material gráfico (ilustraciones, viñetas, fotos, etc.) para esto se tendrá que calcular la longitud de los artículos y la cantidad de imágenes.

Al tener completo todo el material, que dará forma al impreso, se procede a realizar la etapa de paste up (formación y montaje), cortar y acomodar cada artículo.

En cambio con el apoyo de las microcomputadoras, el proceso de montaje se simplifica, solo basta diseñar el prototipo de la revista, e incluir los artículos y las imágenes que fueron previamente generados en los paquetes correspondientes.

Ya no hay que cortar y pegar, por otro lado no es tan dramático el hecho de encontrar un artículo con faltas de ortografía, incompleto o cancelado, o lo que es peor, incluir uno nuevo a última hora, ya que la manipulación del texto depende de nosotros.

Si la apariencia final del impreso no es satisfactoria, se puede editar, cambiar, modificar y/o alterar con la facilidad de seleccionar y mover bloques en pantalla.

El proceso es tan sencillo que se pueden probar alternativas, afinar detalles e incluso obtener una muestra, muy parecida al producto final, usando una impresora laser.

- Facilita varias etapas del proceso de diseño al concentrarse la mayor parte del trabajo en una sola persona, como por ejemplo la elaboración de tipografía, mensajería, paste up, en el caso del boletín para el Banco de Atlántico, solo se destinaron los

espacio para la fotografías, y en la impresión en laser obtenemos la elaboración simultanea de los originales mecánicos.

Dependiendo del tamaño del impreso podemos obtener los originales, hasta con registros impresos, cabe mencionar que las impresoras laser que se emplean a este nivel, manejan como formatos estándares el tamaño carta y el oficio, en empresas grandes cuya producción es muy elevada, tienen acceso a impresoras grandes que imprimen hasta en doble carta.

- Exactitud matemática y geométrica, ya que cuenta con reglas de diferentes unidades de medidas, milímetros, centímetros, pulgadas, picas y puntos, según sean nuestras necesidades, así como también cuenta con herramientas para trazar polígonos perfectos, de las dimensiones que se requieran.
- La producción en una computadora es cómoda, rápida y pulcra.
- La velocidad, gran ahorro de tiempo en la edición, entendiendo por edición las modificaciones, que afectan directamente al diseño, producto de las posibles correcciones o cambios que requiera, ya sea un impreso (ampliar márgenes, modificar el tipo de letra, cambiar de lugar una imagen, etc.); en el caso de una imagen, modificar sus dimensiones, su ubicación, su proporción, etc.
- Amplio desarrollo creativo, al tener a la mano todas las herramientas necesarias, permitiendo visualizar variaciones de una misma alternativa.

**DESVENTAJAS**

- Se requiere de una cantidad importante de dinero para la adquisición del equipo básico.
- Invertir en accesorios, para la obtención de óptimos resultados, se requiere equipo cada vez más sofisticado, sistemas de salida de alta resolución, como en el caso de la impresora, como se menciono existen varios tipos pero con diferentes resoluciones, entonces aquí hablamos de una impresora laser, para obtener mejores resultados. Por otra parte aditamentos como cartuchos de fuentes para la impresora, para tener acceso a diferentes tipografías; scanners, para digitalizar imágenes; impresora a color para dummies; tarjetas de expansión de memoria para la impresora, para que imprima mas rápido; tarjeta de expansión de memoria para la computadora para que tenga mayor capacidad de almacenamiento y velocidad de respuesta, etc.
- Para su aprendizaje se requieren de cursos introductorios, es muy difícil aprender de manera autodidacta. (Pero no imposible)

Dentro de los más necesarios tenemos, Introducción a la Microcomputación, para familiarizarnos con las maquinas; Introducción al Sistema Operativo (MS/DOS), para aprender a comunicarnos con la maquina; Word5, uno de los procesadores de textos mas comunes; Ventura Publisher, para diseño editorial, lo mismo que Page Maker, y Corel Draw, diseño y edición de imágenes.

- No existe un paquete tan completo para el área de diseño, en el que se combine el diseño de impresos y la elaboración de imágenes.

En este ámbito unos de los mas sobresalientes es el Ventura Publisher y el Page Maker en los que a diseño editorial se refiere, pero tienen la limitante de no poder generar imágenes, pero esta carencia la suplen al tener la facultad de importar imágenes de otros paquetes destinados a este propósito, como en el caso de Free Lance y Corel Draw, este último uno de los mejores hoy en día.

- Los paquetes con más potencial requieren de un equipo de gran capacidad.

Como se puede constatar, la mayor parte de las desventajas se centran en el plano económico, ya que desafortunadamente, no todos están en la disposición de hacer un desembolso importante de dinero. Por otra parte hay que pensar que no hay mejor inversión que en la propia actualización profesional.

## **ALCANCES**

Actualmente la presencia de las computadoras forma parte de la realidad en todos los campos del quehacer del hombre, por lo que su utilización, como herramienta, no debe estar al margen del desarrollo profesional del Diseñador Gráfico.

Existe una gran variedad en el ámbito del software, cuyas aplicaciones se encuentran a la medida de las necesidades de usuarios específicos, (paquetes de ilustración, de animación, diseño editorial, diseño tipográfico, diseño de gráficos, etc.) ambientándolos con herramientas tradicionales a su quehacer profesional.

La capacidad de las computadoras ha llegado a tales grados de sofisticación, presentando al productor gráfico la oportunidad de penetrar en espacios y dimensiones no comunes al ojo humano.

Verdaderos artistas, expertos en la utilización de esta clase de equipo, encuentran un aliado, al generar con su apoyo imágenes en un alto nivel de perfección en cuanto a su realismo y técnica, ya que por otra parte algunos fabricantes alcanzan mejoras día, tras día en cuanto a calidad de resolución se refiere.

Resumiendo, la reducción en tiempo y dinero es palpable, pero es importante recordar, que aquel diseñador sin creatividad, que trate de ocultar su limitación a través de las computadoras, estará en la misma situación que si se encontrase frente a un restirador y el equipo más completo que cualquier diseñador pudiera soñar y lo que es más triste, sin saber qué hacer con él.

**BIBLIOGRAFIA INTRODUCCION A LAS COMPUTADORAS**

Bartee, Thomas  
Barcelona, Ed. Gustavo Gili  
1978  
388 pag.

**LA LETRA**

Blanchard, Gerard  
Enciclopedia de Diseño  
1989  
295 pag.

**IMAGEN GLOBAL**

Costa, Joan  
Enciclopedia de diseño  
1989  
264 pag.

**COMPUTADORAS**

Fields, Graig  
Madrid, Ed. Alianza  
1978  
157 pag.

**GLOSARIO DE COMPUTACION**

Freedman, Alan  
México, Libros Mcgraw Hill de México, S.A de C.V.  
1986  
396 pag.

**MANUAL**  
**INTRODUCCION A LA COMPUTACION**

Gómez, Gabriela  
Mendoza, Eumelia  
Quijano, Guadalupe  
México, Centro de Servicios de Computo U.N.A.M.  
1980  
215 pag.

**COMPUTADORAS ELECTRONICAS**

Jacobowitz, Henry  
México, Cía. General de Ediciones  
1974  
265 pag.

**CAD, DIBUJO Y GESTION DE DATOS**

Kennedy, E. Lee  
Barcelona, Ed. Gustavo Gili  
1978  
175 pag.

**INFORMATICA Y SOCIEDAD**

Marengo, Claudine  
Barcelona, Ed. Labor  
1975  
194 pag.

**LA COMPOSICION EN LAS ARTES**  
**GRAFICAS**

Martín, E.  
Barcelona, Ed. Don Bosco  
1970  
599 pag.

**SISTEMAS DE RETICULAS**

Muller-Brockmann, Joseph  
Barcelona, Ed. Gustavo Gili  
1982  
179 pag.

**DISEÑO Y COMUNICACION VISUAL**

Munari, Bruno  
Barcelona, Ed. Gustavo Gili  
1973  
359 pag.

**MANUAL DE TECNICAS**

Murray, Ray  
Barcelona, Ed. Gustavo Gili  
1980  
199 pag.

**METODOLOGIA PARA EL DISEÑO  
URBANO, ARQUITECTONICO, INDUSTRIAL Y  
GRAFICO\_**

Olea, Oscar  
México, Ed. Trillas  
1988  
159 pag.

**COMPUTERS GRAPHICS**

Pruetti, Melvin  
New York, Ed. Dover  
1975  
69 pag.

**DISEÑO, HISTORIA EN IMAGENES**

Speak, Penny  
Madrid, Ed. H. Blume  
1987  
224 pag.

---

**REVISTAS**

**CERO UNO CERO**

Revista de Computación  
Vol.6 No. 2  
Septiembre de 1986  
México

**CERO UNO CERO**

Vol. 6 No. 3  
Octubre de 1986  
México

**CERO UNO CERO**

Vol. 6 No. 4  
Noviembre de 1986  
México

**PC/TIPS**

Revista de Computación  
Marzo de 1990

**COMPUTERS GRAPHICS AND APLICATIONS**

Revista de Computación  
July 1989

**CONFERENCIAS, SIGGRAPH 1989**

BOSTON, MASSACHUSETTS.

PRESENTACION DE DIFERENTES SOFTWARES  
APLICADOS A LA COMUNICACION VISUAL