

18  
2EJ.



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
Escuela Nacional de Artes Plásticas

*Propuesta metodológica para la producción  
de una publicación periódica*

Tesis que presenta para obtener el título de  
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN GRÁFICA

María de Jesús Mateos Romero

SECRETARÍA GENERAL  
UNIVERSIDAD NACIONAL  
DE ARTES PLÁSTICAS  
XOCHIMILCO, D. F.

FALLA DE ORIGEN

México, DF, 1995

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN



Universidad Nacional  
Autónoma de México



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

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

Todo el material contenido en esta tesis esta 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.

***Propuesta metodológica  
para la producción  
de una publicación periódica***

**T**e doy gracias Señor.  
Te ofrezco todos mis pensamientos,  
todas mis palabras,  
todas mis obras,  
y el alma mía.

## **DEDICATORIAS**

**A** mis padres,  
Sr. Gregorio Mateos y Sra. Lucina Romero de Mateos,  
por su amor, su gran apoyo y confianza  
que me han permitido llegar a este momento.

A mis hermanos Guadalupe y Marco Antonio,  
a quienes quiero profundamente.

A mi sobrino Armando, por su inocencia.

A Mauricio Rivera,  
por el cúmulo de cosas que me ha brindado  
y compartido conmigo.

A todos y cada uno de mis maestros  
que contribuyeron en mi formación, con todo el respeto  
y admiración que se merecen.

Al Sr. Agustín Arellano por sus palabras de aliento.

A mis amigos que me han ayudado a crecer  
y madurar. Especialmente a:  
Diana López Font, Angela Serrano,  
Victor Garrido, Alejandro Magallanes, Armando Quiroz,  
Daniel Díaz, Yohena Raya, Arturo Sierra y  
Marco Antonio Martínez Barrios.

## RECONOCIMIENTOS

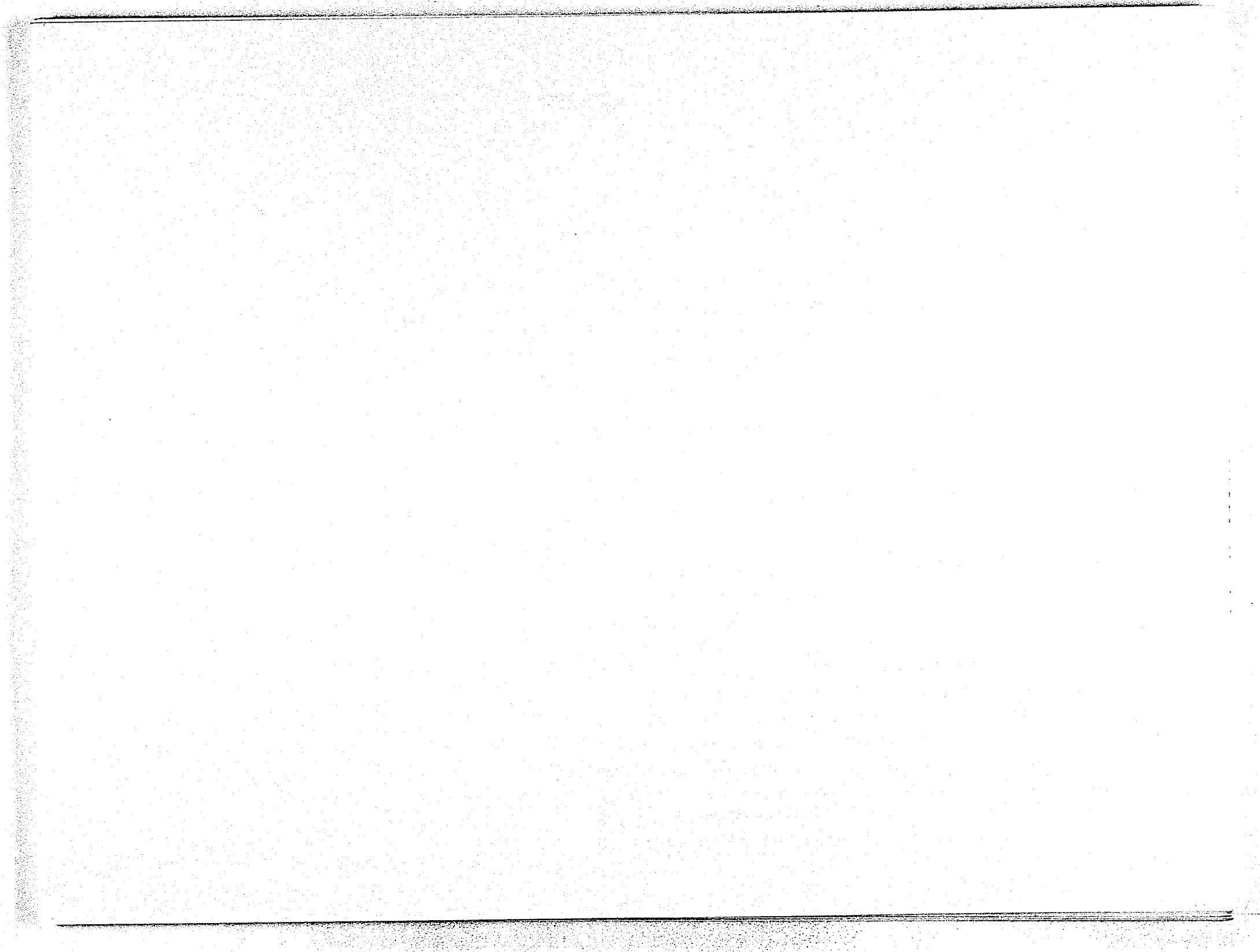
**A**gradezco la colaboración y ayuda de Martín Hernández en la impresión de las cubiertas de la presente tesis.

A Armando Quiroz y Daniel Díaz por la realización de las tomas fotográficas requeridas en la investigación, y en la realización del video de apoyo al examen profesional.

A Carlos Astorga, Manuel Marín y Mauricio Rivera, que contribuyeron con su tiempo y esfuerzo en la elaboración de textos originales para *Papel Picado*.

A Alejandro Magallanes por la elaboración de las ilustraciones incluidas en *Papel Picado*.

A la Lic. Berenice Miranda Vadillo, Carolina Herrera y Octavio Larrañaga, por su colaboración para el acopio de información de la sección *Café Paris*.



# ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	09
<b>CAPITULO 1. LA TIPOGRAFÍA Y LA IMAGEN EN EL DISEÑO EDITORIAL</b>	
1.1. Cinco siglos de tecnología editorial.....	13
1.1.1. La computadora.....	24
1.1.2. Equipo básico.....	28
1.2. El lenguaje de la revistas.....	34
1.2.1. Las vanguardias del siglo XX.....	37
1.2.2. La Escuela de Nueva York.....	41
1.2.3. Panorama actual.....	44
1.3. La palabra y la imagen como principales elementos en una revista.....	49
1.3.1. Elementos tipográficos en la revista moderna.....	61
<b>CAPITULO 2. METODOLOGÍA PARA EL ESTABLECIMIENTO DE LA DIRECCIÓN EDITORIAL Y LOS CRITERIOS TIPOGRÁFICOS EN UNA PUBLICACIÓN PERIÓDICA</b>	
2.1. Definición del contenido.....	67
2.1.1. Política editorial y orientación de una revista.....	70
2.1.2. Especificación del tipo de publicación a realizar.....	71
2.1.2.1. Dirección editorial y criterios tipográficos.....	71
2.1.3. Cuestionamientos para el tratamiento de la información.....	72
2.1.4. Revisión de material similar existente.....	74
2.2. Costos de una publicación. ....	75
2.2.1. Pago a colaboradores, equipo y materiales.....	76
2.2.2. Colaboraciones sin costo.....	76
2.2.3. Mecanismos de financiamiento.....	77



### **CAPITULO 3. METODOLOGÍA APLICADA A UN PROYECTO PRÁCTICO**

3.1. Desarrollo de la metodología para la publicación <i>Papel Picado</i> .....	81
3.2. Diseño.....	91
3.2.1. Formato.....	91
3.2.2. Diagramación.....	92
3.2.3. Composición.....	94
3.3. Proyección.....	100
3.3.1. Niveles de presentación y aprobación de un proyecto.....	101
3.4. Producción.....	112
3.4.1. Impresión-tiraje.....	112
CONCLUSIONES.....	116
BIBLIOGRAFÍA.....	119

**L**as propuestas de diseño que a finales de este siglo se presentan son innumerables. Cada vez de manera más acelerada, se produce una serie de cambios que con anterioridad hubieran sido difíciles de pensar o concebir.

Las ciudades crecen y los tiempos se tienen que acortar porque la sociedad misma lo demanda. Esta es la relación que durante todos los tiempos ha motivado grandes avances (o tal vez retrocesos) en distintas áreas del conocimiento y la comunicación. Y es en esta última, en donde la transformación del medio ha dado pauta para el desarrollo del *soporte*<sup>1</sup> que en esta investigación se trata: *la revista*.

Como medio de comunicación masiva la revista moderna actualmente ha logrado desprenderse de soportes que por excelencia habían sido los idóneos para contener a la palabra impresa: el *libro* y el *periódico*. Es decir, la información concebida para permanecer indefinidamente y la generada día con día, siendo en cada caso ese su gran mérito.

De tal forma, el **objetivo principal de la investigación es retomar información teórica y procedimientos técnicos en torno a la revista, para el desarrollo de una propuesta metodológica en la creación y producción de una publicación**

**periódica; resaltando de manera particular los elementos tipográficos y el código visual de la revista moderna.** El acercamiento específicamente con este soporte deriva del hecho de que reúne elementos gráficos aplicables en mayor o menor grado, a su vez, a otras publicaciones periódicas. Entendiendo por ello y de acuerdo a la Ley de Prensa e Imprenta, decreto 743/1966, artículo 7:

*Las que con un contenido informativo o de opinión normalmente heterogéneo se impriman bajo un mismo título y en serie continua con numeración correlativa y fecha de publicación y aparezcan con periodicidad regular determinada y con propósito de duración indefinida.*<sup>2</sup>

De manera específica se busca: 1) estudiar el desarrollo y evolución de la tecnología para la impresión que hizo posible el surgimiento de soportes de producción masiva, dirigidos por vez primera a grupos específicos. Se hace hincapié en la computadora por ser este el método de composición más reciente y de uso generalizado. 2) Conocer los antecedentes que permitieron el nacimiento y difusión de las publicaciones periódicas, específicamente de la revista, así como el uso generalizado e intuitivo, en muchas ocasiones, de

<sup>1</sup> "Cualquier instrumento de difusión capaz de llevar al público un mensaje -prensa, radio, televisión, cartel, cine, etc.", MARTÍNEZ de Sousa José, 1981, *Diccionario General de Periodismo*, p.481

<sup>2</sup> MARTÍNEZ de Sousa José, 1974, *Diccionario de tipografía y el libro*, p.231

un código visual que se emplea hoy día en distintos soportes de comunicación impresa. 3) Analizar el lenguaje visual que se ha desarrollado en torno a las palabras y las imágenes impresas en una publicación periódica. 4) Elaborar y proponer una metodología para la solución de una publicación periódica. 5) Mostrar de manera práctica la metodología propuesta para el número 0 de una publicación interna en la ENAP. 6) Diseñar, proyectar y producir un soporte de comunicación dentro del ámbito elegido para su circulación. 7) Difundir la publicación.

La manera de abordar los puntos anteriormente mencionados a lo largo de los tres capítulos es la siguiente. El capítulo primero es el marco teórico con el cual se retoman lo antecedentes necesarios para establecer el punto de partida de la revista. El segundo aborda específicamente la *metodología base* que propongo seguir para reconocer, reforzar y establecer el lenguaje visual y los parámetros particulares que cada nuevo proyecto implica. El último capítulo aborda directamente la investigación y la metodología que se desprende de ésta, para su aplicación en una publicación de circulación interna en la Escuela Nacional de Artes Plásticas.

*Papel Picado* se concibe desde su inicio como

una publicación periódica y no como una revista propiamente, esto visto desde el aspecto más técnico de su conformación; es decir, no cuenta con las partes que identifican y que permiten a un lector distinguir una revista de un periódico, de una gaceta, de un folleto, etc. Esas partes o características radican en su portada con color, índice, mayor número de páginas, papeles satinados e inserción de anuncios, por mencionar algunas de las soluciones más comunes, aunque no necesariamente siempre se tengan que manejar.

La publicación que propongo se compone de nueve páginas, que retoman muchos de los elementos gráficos que una revista maneja como publicación periódica. Mas adelante se pretende aumentar el número de páginas y darle una carácter que permita identificarla propiamente como revista. Por el momento es imposible de hacer, básicamente por los costos y el tiempo que un proyecto más extenso implica.

*Papel Picado* es una propuesta palpable que reúne y muestra los puntos que se analizan y plantean a lo largo de la investigación, brindando la posibilidad de que estos sean considerados para el inicio de nuevos proyectos que se ubiquen dentro de condiciones comunes.

**T**ype can be a tool, a toy and a teacher.  
It can provide a means of livelihood,  
a hobby for relaxation,  
an intellectual stimulant -  
and a spiritual satisfaction.

I believe an avid interest in Type  
necessarilly includes a zest for everyday life.

*Thompson Bradbury, 1956*

**L**a tipografía puede ser una herramienta,  
un juguete y un maestro.  
Puede proporcionar un medio para ganarse la vida,  
una actividad de esparcimiento,  
un estimulante intelectual -  
y una satisfacción espiritual.

Creo que un ávido interés en la tipografía  
necesariamente incluye un gusto por la vida diaria.

*Thompson Bradbury, 1956*

# Capítulo 1

---

## *La tipografía y la imagen en el diseño editorial*

## I.1. CINCO SIGLOS DE TECNOLOGÍA EDITORIAL

# A

mediados del siglo XV se dieron las condiciones necesarias para el surgimiento de la *tipografía*, término que se emplea para designar la impresión con piezas de metal individuales, intercambiables y movibles entre sí, que llevan un carácter o letra en la parte superior del tipo. Invento de gran trascendencia posterior a la escritura.<sup>3</sup>

El potencial que esto conlleva es sin precedente, debido a que las posibilidades de comunicación que se abrieron y ampliaron fueron enormes. Cuando Europa despertó del oscurantismo que la envolvió durante más de mil años, se dio paso a un renacimiento en todos los campos sociales, económicos y culturales. La división del trabajo se generó, la alfabetización se extendió y surgió una clase media culta, cuya necesidad de lectura iba en aumento. Fue entonces posible que un mayor número de personas lograra el acceso al conocimiento que durante siglos había formado parte de grupos privilegiados; hasta ese momento un libro de 200 páginas requería de 4 a 5 meses de trabajo de un copista, empleando 25 pieles de carnero, y con un valor semejante al de una granja o un viñedo.<sup>4</sup>

Entre las condiciones que permitieron tal desarrollo se encuentra el **uso del alfabeto**, unificado

por los Fenicios (1500 A.C.), perfeccionado por los romanos, quienes agregaron los sonidos de las vocales (a excepción de la U), y concluido tanto por los romanos como por los griegos al integrar los sonidos de las letras G, J, V, X y W. Quedando finalmente compuesto por 26 signos.<sup>5</sup> Un segundo factor fue el **empleo del papel** como material escritórico, que después de su descubrimiento en China (siglo I A.C.) se difundió al resto del mundo a través de Egipto por los árabes, llegando a España en 1151 D.C. Su uso se generalizó ampliamente en 1276 con una fábrica en Fabriano, Italia, y otra en Troyes, Francia, en 1348.<sup>6</sup> Finalmente la **introducción de la xilografía a Europa**, desconociéndose hasta la fecha la manera en la que se filtró al continente, sin embargo ya era utilizada para imprimir juegos de naipes y estampas religiosas en el año 1400.<sup>7</sup>

Tanto el papel como la impresión en tipos móviles en madera, arcilla y bronce habían sido descubiertos en Oriente (105 y 770 D.C., respectivamente) con gran anterioridad a Europa. Pero su uso no logró generalizarse debido a la cantidad de signos empleados por esas culturas, 5000 aproximadamente.

Johann Gutenberg hacia 1450 reunió todos los elementos anteriormente mencionados. Utilizó el alfa-

3 MEGGS Philip, 1989, *Historia del diseño gráfico*, p.87

4 *Ibidem*

5 *Ibid.*, p.60

6 FIORAVANTI Giorgio, 1988, *Diseño y reproducción*, p.p.18-19

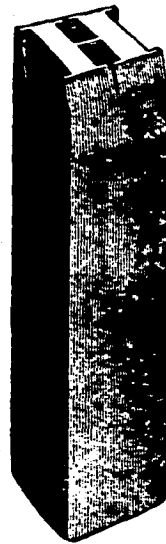
7 MEGGS Philip, *op. cit.* p.89

beto en tipos góticos, el papel en hoja elaborado a mano, y basándose en los tipos de madera, creó tipos metálicos compuestos de antimonio, estaño y bismuto que dieron dureza y maleabilidad en el manejo. Así también, ideó la prensa tipográfica a partir de una prensa de vinatero, que hizo posible la impresión de textos.

La clave y funcionalidad de este invento consistió en crear un *molde de tipo* para la proyección de cada una de las letras que constituyen el alfabeto, obteniendo tipos paralelos al plano por cada una de sus caras, con una misma altura y con la posibilidad de

adaptarse tanto a los caracteres más angostos -i-, como a los más anchos -m-.

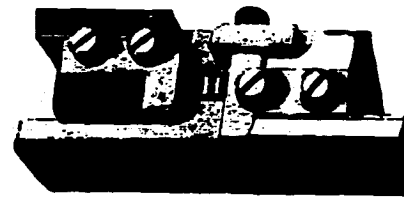
Técnicamente los pasos pueden enumerarse de la siguiente manera: 1) el caracter deseado es *tallado* en el extremo del punzón de acero al revés y en relieve, 2) esa forma se *estampa* sobre una plancha de bronce blando, 3) una *matriz ajustable*<sup>8</sup> se desliza en dos partes del fondo del molde, y 4) se hace el *vaciado* del metal fundido para obtener una pieza del tipo. Cuando éste se ha enfriado se retira del molde y se obtiene así un tipo movable.



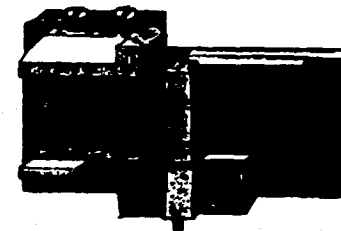
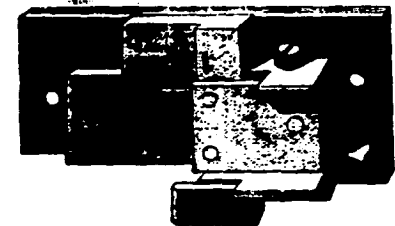
Paso 1



Paso 2



Paso 3



Paso 4

<sup>8</sup> "Cualquier molde (en relieve, en plano o en hueco) que sirva para estampar", MARTÍNEZ de Sousa José. 1974b. op. cit. p.177

Gran cantidad de libros se imprimieron basados en este procedimiento durante el periodo de los *incunables*<sup>9</sup> en Europa (1450-1500) y poco a poco su autonomía se fue haciendo presente. Dejaron de ser copias de manuscritos y comenzaron a manejar temas propios, quedando el libro constituido tal y como se conoce en la actualidad.

La imprenta en muy poco tiempo se difundió rápidamente, de tal manera que a finales del siglo XV "se produjeron más de 35 mil ediciones para un total de 9 millones de libros".<sup>10</sup>

Los dos siguientes siglos dieron paso a publicaciones ilustradas, al establecimiento de la escala de medidas tipográficas para el mejor manejo de los tipos, y al estudio y resurgimiento de la tipografía como entidad fonética y plástica. Entre algunas de las personalidades que dieron grandes aportaciones al diseño de alfabetos se encuentran: Aldo Manuzio, Nicolás Jenson, William Caxton, Christophe Plantin, John Baskerville y Giovanni Battista Bodoni; y familias de tipógrafos-editores: los Estienne, Elzevir, Fournier y Didot.

El crecimiento y desarrollo de la imprenta exigía a su vez un método de composición e impresión más rápido que permitiera cubrir la demanda de un público que iba en aumento; así, un avance genera a su vez otros. Hay cuatro hechos significativamente importantes durante el siglo XVIII y XIX que repercutieron directamente para que todo lo que hasta entonces había sido manual pasara a ser mecánico. Producciones que con anterioridad eran de un millar, llegaron a ser de un millón o más de copias. Estos fueron: la invención de la **litografía** (1726) y del **papel en bobina** (1798), el descubrimiento de la

**fotografía** (1838-1844) y la creación de la **rotativa tipográfica** (1870).

Además, a finales del siglo pasado y durante el presente se desarrollaron otros tres métodos de composición, la **linotipia**, la **monotipia** (composición mecánica (1887-1889) y la **computadora** (composición electrónica, 1940).

## LITOGRAFÍA (1726)

Invento de Aloys Senefelder, es el método de impresión que se hace mediante una matriz plana, sin partes en alto o bajorrelieve. Con este sistema las posibilidades técnicas para la reproducción de textos logró ampliarse y la experiencia estética de las imágenes a color se generalizó.

Inicialmente la impresión se realizaba utilizando una piedra pulida, un lápiz graso para dibujar sobre la superficie, agua y tinta grasa. Lo anterior se basa en el hecho de que el agua y el aceite se repelen.

El proceso consistía en dibujar sobre la piedra con el lápiz graso y esparcir agua en toda la superficie, dejando una fina capa en las zonas sin crayón (ya que este la repele). Después se aplicaba una tinta con base de aceite que se adhería a la imagen trazada y/o dibujada pero no así a las áreas humedecidas; podía colocarse entonces una hoja de papel sobre la piedra y ejercer presión de manera uniforme. De tal forma, la imagen entintada era trasladada al pliego.

Posteriormente la piedra fue sustituida por una plancha de cinc y en 1800 se empezó a experimentar la litografía multicolor. Para 1837 surgió la  **Cromolitografía**<sup>11</sup> que se basaba en el uso de placas inde-

<sup>9</sup> Del lat. *incunabulum*, cuna. En la cuna de la imprenta.

<sup>10</sup> MEGGS Philip, op.cit. p.103

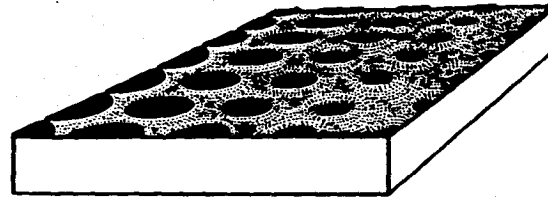
<sup>11</sup> "Arte de litografiar con varios colores, por medio de impresiones sucesivas. También se llama litocromatografía y litocromografía", MARTÍNEZ de Sousa José, 1974b, op. cit. p.66



pendientes; primero se implantaba la del negro y después las de color o los matices.

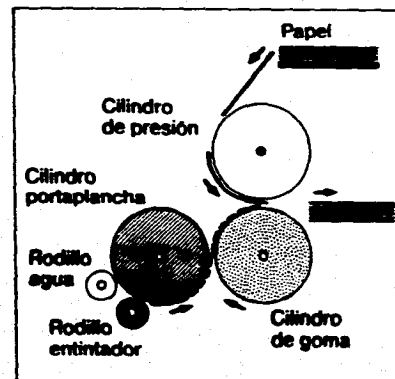
*Actualmente las nuevas máquinas han alcanzado un grado de sofisticación, pues la impresión ya no se hace directamente entre la placha de cinc y el papel, sino a través de un cilindro de goma interpuesto que transfiere del signo a la superficie (offset).<sup>12</sup>*

La calidad del papel no tiene que ser alguna en especial por lo que las posibilidades de impresión y de economía se ampliaron.



**ARRIBA.** Esquema de matriz para impresión offset. La tinta, retenida sólo en las partes oscuras, se lleva al cilindro de goma que lo transmite al papel.

**ABAJO.** Detalle esquemático de la máquina offset cilíndrica de hoja.



<sup>12</sup> FIORAVANTI Giorgio, op. cit. p.67

<sup>13</sup> BLANCHARD Gérard, 1988, *La letra*, p.252

## **PAPEL EN BOBINA (1798)**

Desde su invención, hasta mediados del siglo XIX el papel había estado constituido principalmente por fibras de algodón, lino, cañamo y un elevado porcentaje de celulosa; más tarde ese material fue sustituido por la pulpa de madera como elemento básico (que se obtiene de árboles como el pino, el abedul y el álamo), paja de yute o caña. Su historia evoluciona continuamente, la variedad de papeles es muy amplia y tiene un consumo incalculable.

En lo que se refiere a su proceso de fabricación, hasta finales del siglo XVIII era "a mano" y muy parecido al de la antigüedad. Los trapos de lino y de algodón se maceraban hasta alcanzar un punto semilíquido, del que se recogían pequeñas porciones de pasta en un tamiz para escurrir posteriormente todo el excedente de agua.

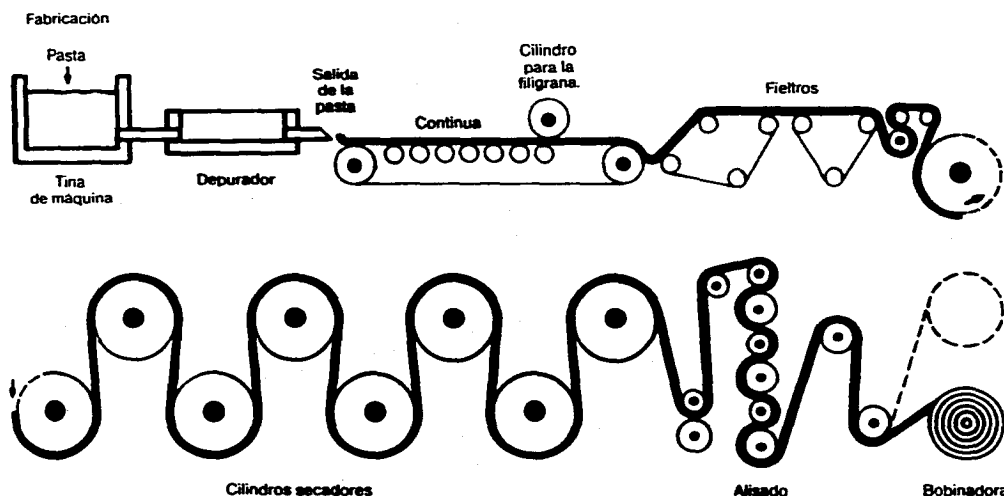
Con la llegada y desarrollo de la imprenta la producción de papel fue insuficiente, se demandaba una producción y distribución más rápida, por lo que se inventaron unas máquinas de cilindros u "holandesas", también conocidas como *tritadoras*. Sin embargo, el avance se dio notablemente en la maceración de los trapos, no en la elaboración de la hoja, deteniéndose en este punto la fabricación a pesar de contar con personal especializado capaz de producir 5000 al día (por obrero y por tina).<sup>13</sup>

Fue en 1799 que Louis Nicolas Robert inventó y patentó la primera máquina capaz de producir una tira ininterrumpida de papel (Louis era empleado de la papelería de Pierre Francois Didot, en Essones). Las características de su invento siguen siendo sustancialmente parecidas a las de la actualidad: la máquina

**IZQUIERDA.** La pasta de papel y el esquema de fabricación.

- 14 EUNICIANO Martín, 1975, *Artes Gráficas*, p.p.91-92  
 15 BLANCHARD Gérard, *op. cit.* p.254  
 16 MEGGS Philip, *op. cit.* p.186  
 17 "Grabado en hueco obtenido en planchas de cobre o acero por medio de un dispositivo expuesto a la luz solar / Como sinónimo de fotograbado es barbarismo, pues aquí no entra el grabado de la plancha ni el mordiente. La impresión de la plancha se hace por medios litográficos / También se llama heliografía y niepceotipia", MARTÍNEZ de Sousa José, 1974b, *op. cit.* p.41

consta de un tamiz de tela metálica que gira sobre un cilindro de manera horizontal. Sobre la tela se esparce constantemente una pasta líquida que mediante un movimiento sacudidor se extiende sobre la superficie; durante el trayecto relativamente corto, se desagua lo suficiente por efecto de bombas aspiradoras y por un chorro de aire caliente. Ya con un cuerpo, la pasta se destaca de la tela y continúa sobre un filtro giratorio a la vez de una larga serie de cilindros que la prensan, la enjuagan y la planchan. El papel termina por ser enrollado en bobinas.<sup>14</sup>



El invento se trasladó a Inglaterra, Alemania, Italia y al resto de Europa. Los papeles que se producían contaban con una longitud de 6, 12 y hasta 15 m, y con una anchura de 60 cm.

*Las máquinas para la fabricación de papel continuo han evolucionado considerablemente, siendo capaces de producir bobinas de papel con un ancho de 6 a 8 m, con longitudes indefinidas y a velocidades de 60 a 80 km por hora.<sup>15</sup>*

## FOTOGRAFÍA (1838-1844)

El principio básico de la *cámara oscura* consiste en hacer una pequeña abertura o lente en uno de sus lados, por el cual se filtra la luz y se proyecta al lado opuesto para formar una imagen brillante en el interior de los objetos del exterior. La cámara de luz "es la manera en que se integran espejos o lentes para proyectar la imagen sobre la superficie plana".<sup>16</sup> En el interior hay un material sensible a la luz que permite fijar y dar carácter propio a la imagen proyectada.

Joseph Nicéphore de Niépce, impresor-litógrafo, en 1822 se basó en un principio muy parecido al anterior. Cubrió con asfalto sensible a la luz (que se endurece al exponerlo a ésta) una lámina de peltre, después por contacto transportó sobre la misma un dibujo humedecido en aceite mediante luz solar. El peltre lo enjuagó con lavanda para remover las partes no endurecidas y nuevamente lo grabó con aceite para hacer una copia tallada del original (*heliograbado*<sup>17</sup>). Lo que finalmente consiguió fue el transporte de una imagen y una matriz para impresión.

En 1826 colocó una placa similar de asfalto en la parte posterior de la cámara oscura, la proyectó hacia afuera de su habitación y la expuso durante todo el día. Por vez primera se fotografiaron unos edificios brumosos por el sol. Niepce buscaba un método auto-

mático para fabricar *clisés*<sup>18</sup> y multiplicar imágenes con una prensa y tinta de impresión (hoy *fotograbado*), si bien lo que descubrió fue la fotografía.

Más de cerca, el fotograbado es el conjunto de operaciones que conducen por medio de la fotografía a la obtención de *clisés* cuyos elementos impresores pueden estar en relieve (*tipográfico de relieve*), ser planos (*offset*) o huecos (*huecograbado*).<sup>19</sup>

En 1829 Niépce se asoció con Louis Jacques Mandé Daguerre, pero antes de que la sociedad llegase a florecer Niépce murió. Daguerre por su parte descubrió que una imagen expuesta podía ser revelada con vapor de mercurio y fijada aplicando una solución de sal común, invento que dio a conocer en 1838 con el nombre de *daguerrotipo*.

Fue en 1844 cuando William Henry Fox Talbot obtuvo negativos de papel y copias, por contacto, sobre papel positivo, los cuales ilustraron *The Pencil of Nature*. Posteriormente Charles Guillot (1872) perfeccionó el sistema fotográfico abriendo con ello grandes posibilidades en el campo de la impresión.

Como resultado de todas las investigaciones anteriores, hoy en día existen tres categorías básicas en el tratamiento fotográfico:

**Originales de línea** (*alto contraste*). Las zonas más claras se traducen en blanco y las oscuras en negro, con una total ausencia de grises.

**Medio tono**. Una imagen se fracciona en superficies diferentes entre sí, de tan pequeñas dimensiones que engañan al ojo humano y producen la sensación de tono continuo. Se da un efecto óptico en base a la agrupación o dispersión del punto que siempre es ne-

gro. Esto se logra mediante una retícula o trama que es la que determina los puntos por pulgada. Las hay de 85, 100, 120, 133 y 150 líneas por pulgada (también se le conoce como "lineaje").



**ARRIBA.** Positivo en alto contraste.  
**ABAJO.** Medio tono de 100 líneas ampliado.

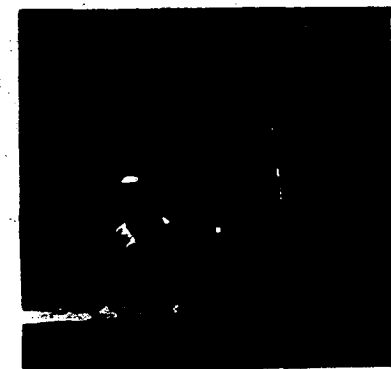
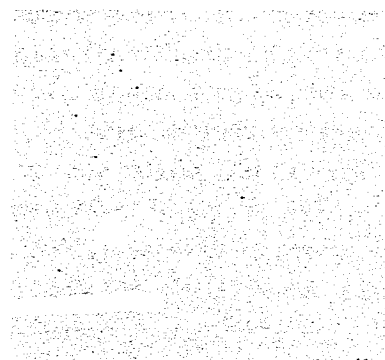
<sup>18</sup> "Plancha de metal, madera, piedra, etc., destinada a la reproducción de estampas".  
*Ibid.*, p.41

<sup>19</sup> BLANCHARD Gérard, *op. cit.* p.191

**Policromías.** Para reproducir cualquier original a color se requiere descomponer la imagen en los colores básicos y obtener *clisés* para cada uno. Estos son: amarillo-cromo, rojo-magenta y azul-cyan (primarios). De la mezcla de los mismos, se obtienen los secundarios: rojo anaranjado (magenta-amarillo), verde (amarillo-cyan) y violeta (magenta-cyan).

Cada uno de los primarios tiene como comple-

mentario al resultante de la suma de los otros dos, de tal manera, al fotografiar un original se superpone el filtro complementario al color que se desee obtener para conseguir las películas negativas de los tres básicos. El negro se obtiene superponiendo los tres filtros iniciales y es el que termina por dar todos los matices finales a la impresión. Al realizar la impresión con los cuatro básicos, la imagen a color inicial se recupera.



- 1 Rojo-magenta**
- 2 Azul-cyan**
- 3 Amarillo-cromo**
- 4 Negro**
- 5 La suma de los cuatro anteriores permite reproducir un original de tono continuo.**

## ROTATIVA TIPOGRÁFICA (1870)

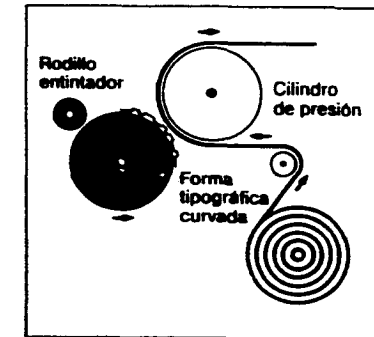
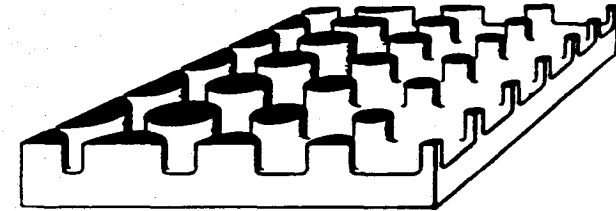
En la segunda mitad del siglo XIX (contando con el papel en bobina y los recursos fotográficos) se creó una máquina con un *movimiento continuo de rotación* que suprimía el tiempo muerto de detención y retorno de plataformas. La forma de impresión que había sido plana hasta entonces evolucionó de la prensa tipográfica a la planocilíndrica con la rotativa tipográfica.

La rotativa esta formada por cilindros portaformas, que a su vez cuentan con un cilindro de presión y un sistema particular de entintado, lo que permite imprimir por ambos lados del papel. El conjunto formado por el cilindro portaformas y de presión se llama *elemento*; la suma de dos de ellos, forman un *grupo*. Cada grupo se alimenta de una bobina de papel que cuenta con dos reservas más en un distribuidor; mediante un movimiento de rotación el papel extra cae inmediatamente una vez que se ha terminado para evitar que la producción se detenga. A su vez, cada sección cuenta con salida propia de papel impreso. Dependiendo del número de páginas empleadas será el número de grupos utilizados.

Algunas rotativas tipográficas han ido desapareciendo casi por completo, ya que maquinaria más reciente cuenta con dispositivos electrónicos de control de registro y de colores, con secadoras y con una o varias plegadoras, llegando a imprimir hasta 80 mil copias por hora, inclusive en varios colores.<sup>20</sup>

**ARRIBA.** Esquema de matriz para la impresión tipográfica. Las partes en relieve reciben la tinta de los cilindros entintadores para transmitirla seguidamente al papel.

**ABAJO.** Detalle esquemático de la máquina rotativa tipográfica.



## LINOTIPIA Y MONOTIPIA (1887, 1889)

La linotipia inventada por Ottmar Mergenthaler, fue la primera máquina capaz de producir líneas de tipos automáticamente.

Los elementos que la conforman son el *almacén*, parte de las matrices reunidas en un teclado y alineadas en el componedor; la *caldera*, que contiene plomo fundido el cual es prensado sobre las matrices y grabado por ellas; y los *mecanismos* que vuelven a tomar las matrices para restituir las al almacén.

La máquina resuelve automáticamente la composición, la fundición de la línea y la distribución de las matrices. Las correcciones se efectúan sustituyendo

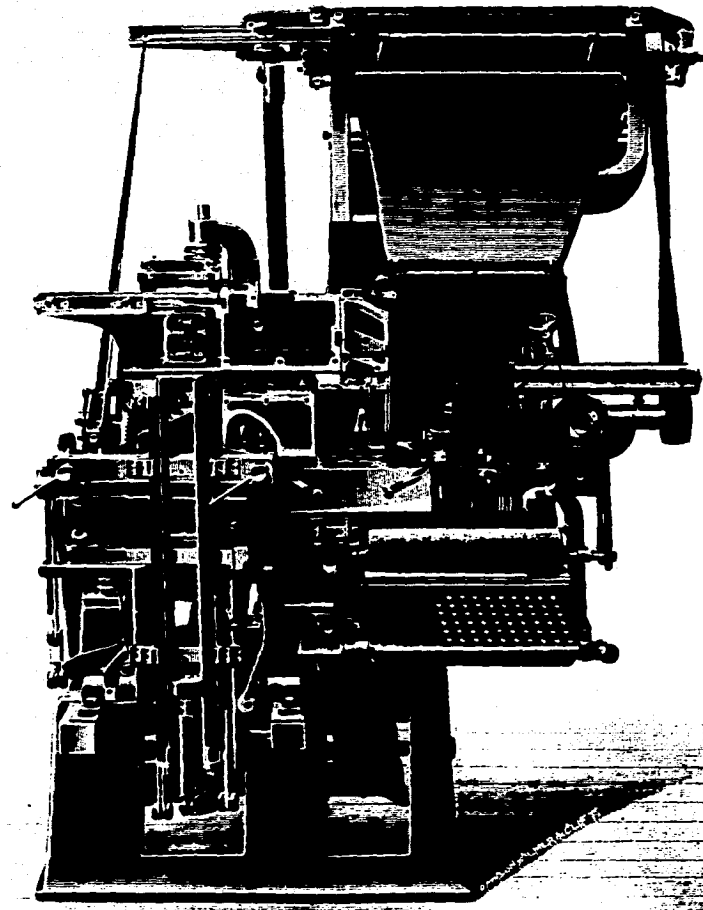
<sup>20</sup> Ibid, p.p.219-220

la línea equivocada, todo a una velocidad muy elevada. Hasta ese momento, una persona podía componer manualmente 1000 caracteres por hora, en tanto que mecánicamente se llegó a 8 y 10 mil signos, en el mismo tiempo.<sup>21</sup>

Posteriormente Tolbert Lanston ideó la monotipia con un funcionamiento basado en gran medida en el invento anterior, pero con la diferencia de que ésta

producía tipos individuales. El invento solucionó principalmente problemas de corrección, ya no se tenían que modificar líneas completas de tipos, tan sólo los caracteres erróneos.

Ambos constituyen un paso realmente importante en el desarrollo de las artes gráficas, al lograr mecanizar una tarea que hasta ese momento había sido manual y extenuante.



**IZQUIERDA.** Linotipia, 1889.  
**DERECHA.** Monotipia: teclado.



21 FIORAVANTI Giorgio, op. cit. p.73

## LA COMPUTADORA (1940)

Es el sistema de composición electrónico del siglo XX. Su relación con los métodos anteriores se ha modificado sustancialmente al pasar del papel a una pantalla y del grabado a la memoria de la computadora.<sup>22</sup>

La computadora como herramienta de cálculo empezó a desarrollarse desde el momento en que fue necesario llevar un registro almacenable y un control de información diversa imposible de retener mentalmente. En eras antiguas, la recolección y acomodo de piedrecillas y la invención del ábaco (China, 260 A.C.) fueron algunos de los primeros intentos.

Durante este siglo se continuó de manera más directa con la tabla de logaritmos (1614), la regla de cálculo (1632), la máquina de Jacquard, que empleó por primera vez tarjetas perforadas (1801) y la máquina analítica de Charles Babbage, mejorada en América 20 años después de su muerte (1822). Posteriormente se dio paso a la máquina calculadora de tarjetas perforadas.

En 1944 y bajo la corporación IBM (*International Business Machines*) se construyó la Mark I, calculadora automática y de control de secuencias que empleaba tubos electrónicos al vacío. También surgió la ENIAC (*Electronical Numerical Integrator and Calculator*, 1942-1946), máquina capacitada para resolver principalmente problemas de balística.<sup>23</sup>

Todo lo posterior a estos inventos forma parte de un avance continuo e ilimitado que ha hecho que este método de composición se generalice en todos los campos del conocimiento.

Las partes primordiales que integran un equipo de composición electrónico son:

**Memoria.** Zona intangible, que tiene la capacidad de recibir, almacenar y liberar información cada vez que sea necesario. Se divide en memoria RAM (*Random Access Memory*) que efectúa las operaciones ya mencionadas, y ROM (*Read Only Memory*) que hace posible que la información pueda leerse sin modificarse.

**Dispositivos de entrada.** Debido a que la máquina cuenta con un código propio para efectuar cada una de sus funciones, estos dispositivos son los medios con los cuales es posible que el usuario se comunique y realice todas las operaciones deseadas. El teclado y el *mouse* son de los principales. Al momento de pulsar un signo o marcar una indicación, se puede organizar, alterar o eliminar los elementos disponibles.

**Video.** Mediante una pantalla es posible visualizar cada uno de los movimientos realizados con los dispositivos de entrada dentro de la tecnología de la máquina.

**Dispositivos de salida.** Las impresoras y fotocomponentadoras permiten la salida de información procesada para impresión.

El tratamiento automático de la información se hace mediante un *ordenador*, aparato de cálculo utilizable en contabilidad que permite también la creación de formas, incluyendo las tipográficas. Emplea un sistema binario combinable indefinidamente y cuenta con la capacidad de almacenar datos numéricos en una memoria. Al solicitarlo el ordenador busca la forma registrada -la correspondiente serie de cifras- y la

<sup>22</sup> BLANCHARD Gérard, *op. cit.* p.265

<sup>23</sup> DESCHAMPS Esquivel Renato, *et. al.*,  
*Apuntes de computadoras y programación*,  
p.p.3-6

recompone ante nuestros ojos en forma de letras, textos e imágenes.<sup>24</sup>

Este último método de composición electrónico se realiza en el teclado mismo, al pulsar en el orden deseado cada uno de los signos requeridos.

Las posibilidades para la proyectación y producción de un soporte de comunicación impreso se han generalizado a un mayor número de personas a través de la autoedición (DTP, *Desktop publishing*),

en donde las habilidades de uno o de varios especialistas son reemplazadas por un programa.<sup>25</sup>

*La informatización de la tipografía, ha sido el inicio de una evolución mayor que constituye de un modo ya prácticamente total, la informatización de las artes gráficas en todos sus procesos: desde el dibujo de caracteres a la reproducción y desde la compaginación al impreso terminado.<sup>26</sup>*

<sup>24</sup> BLANCHARD Gérard, op. cit. p.265

<sup>25</sup> "Serie de instrucciones escritas en alguno de los lenguajes disponibles en la instalación de cómputo, por medio de los cuales se logra que la computadora realice todas las operaciones y decisiones señaladas en dichas instrucciones", DESCHAMPS Esquivel Renato, op. cit. p.36

<sup>26</sup> BLANCHARD Gérard, op. cit. p.268



### 1.1.1. La computadora

Los puntos que a continuación se tratan no pretenden abordar de manera exhaustiva las partes integrantes de una computadora, analizar su funcionamiento minuciosamente o actualizar al lector en torno a lo más reciente de ésta tecnología en el mercado de la informática. Lo que se busca es dar una idea aproximada de lo más importante en la composición interna y externa de tal maquinaria para su manejo, e introducir cierta terminología y equipo adicional que logran intimidar al usuario inicial.

Es conveniente aclarar que cualquier aditamento que esté fuera del equipo básico no se incluye, porque resultaría demasiado extenso e imposible de tratar en este apartado.

El manejo que el usuario haga y su enfrentamiento directo con la máquina es lo que va a permitir un conocimiento más profundo y preciso de la misma.

\*\*\*

La primera generación de computadoras inició aproximadamente en 1950 empleando **tubos al vacío**. A finales de la misma década, éstos fueron reemplazados por **transistores**, con una reducción de tamaño y un aumento significativo en la confiabilidad de las máquinas (segunda generación). A mediados

de la década de 1960 se desarrolló la tercera generación que empleó por primera vez **procesadores** fabricados con **circuitos integrados**. La siguiente generación inició en el último cuarto de los 70s evolucionando más que revolucionando, cuando los **circuitos integrados** adquirieron **mayor escala de almacenamiento**.<sup>27</sup> La década de 1990 es para la quinta generación, con el empleo de fibras ópticas, videodiscos y otras tecnologías que aún se estudian. Además, la posibilidad de inteligencia artificial es factible para fines de este siglo.

Por otra parte, hasta 1965 las computadoras creadas eran *macrocomputadoras*, diseñadas prácticamente para localidades específicas y con todo el poder de procesamiento que requería una organización. De la necesidad de computadoras más pequeñas y de menor costo, durante la misma década, surgió la *computadora personal* o PC, basada en *procesadores* o *minicomputadoras*.

En 1971 apareció el Intel 4004, siendo el primer microprocesador para minicomputadoras, computadoras y dispositivos periféricos. Mas adelante surgió el 8080, con el cual se asentaron definitivamente las bases para las computadoras personales.<sup>28</sup>

Una computadora se dirige primordialmente por un *sistema operativo* (OS), programa de control principal que determina las operaciones de la computadora; cuando la máquina se enciende, es el primero que se copia en la memoria a partir de un disco o cinta. Una parte del sistema radica todo el tiempo en la memoria.<sup>29</sup> Algunos de los más frecuentes en PC son: MS DOS, CP/M, UNIX, MVS y VM. Para *Macintosh* es el Sistema 7.X

DOS (*Sistema Operativo en Disco*) se con-

27 FREEDMAN Alan, 1984, *Glosario de computación, mucho más que un glosario*, p.p.72-73

28 *Ibid.*, p.p.219,363

29 *Ibid.*, p.p.238-239

trola mediante comandos y maneja los entornos o ambientes operativos Windows y GEM (aplicación de DOS, funcionan a base de iconos).

Los comandos de DOS pueden ser externos e internos. Los primeros son instrucciones que deben ser leídas en el disco, cargadas en la memoria de la computadora y finalmente ejecutadas; tienen en su mayoría las terminaciones .EXE y .COM (FORMAT, DISKCOPY y DISKCOMP). Los internos son instrucciones leídas del disco desde el momento en que la computadora "arranca", se guardan en la memoria y permanecen allí mientras el equipo se encuentra encendido (DIR, MD, CD, RD, COPY, DEL, REN, CLS, TYPE, PRINT, CHKDSK, PATH). El uso de "comodines" (\* / \ . ?) es frecuente.

Las posibilidades que brinda DOS son amplias,

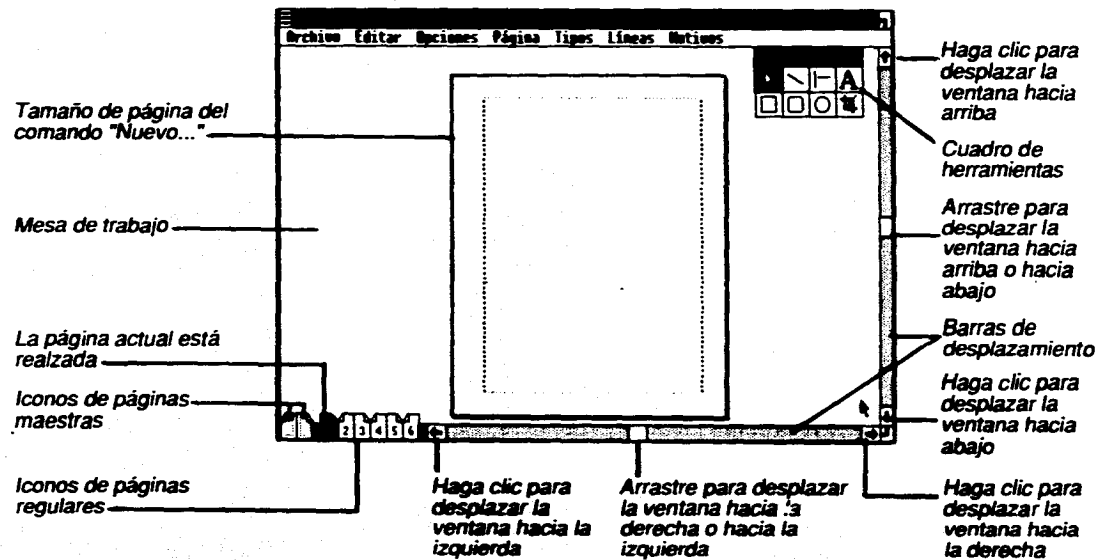
pero de un uso más complicado, ya que para realizar las funciones se requiere memorizar comandos, espacios, uso de comodines, etc. Por ejemplo, tan sólo para copiar un archivo de una unidad a otra con el mismo nombre y distinta extensión, se debe indicar así:

C:\> COPY C:\ ROJO.\* A:\ ROJO

Windows por otra parte se apoya en "ventanas" o áreas de trabajo que están simultáneamente disponibles para el usuario. Esas áreas están delimitadas por un contorno de dimensiones variables, pudiendo ejecutar un programa o actividad diferente sin necesidad de salir del entorno operativo. Cuenta además con menús desplegables, cuadros de diálogo, ventanas con barras de desplazamiento y selección, y empleo del ratón.<sup>30</sup>

**CENTRO.** Ambiente operativo Windows. Mesa de composición de Page Maker.

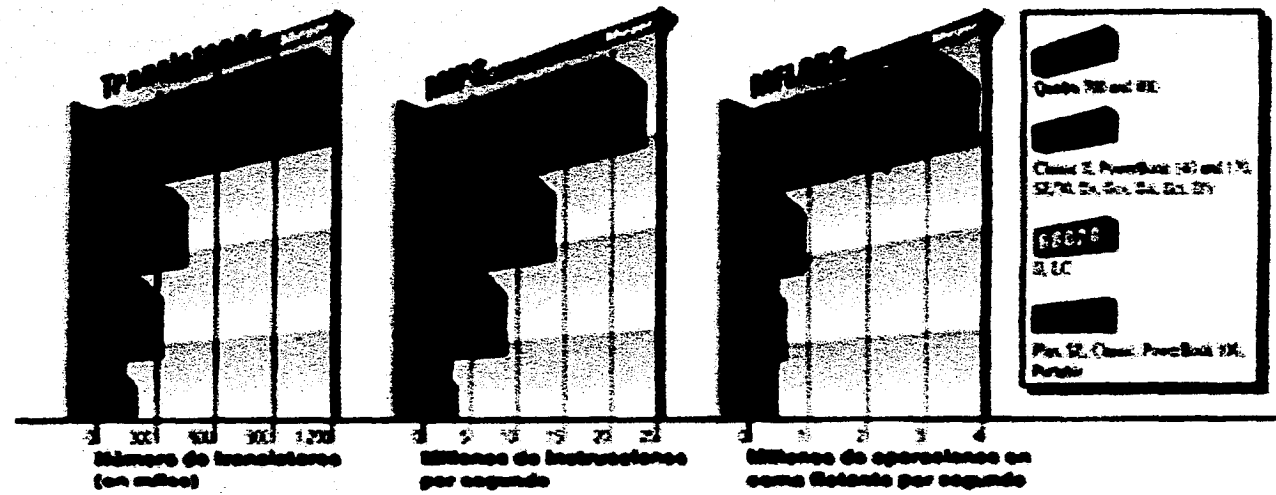
30 JORDAN Ed, 1990, Autoedición con Page Maker, p.p.35,37





En 1984 y en contraposición a IBM, nace la *Apple Computer* anunciando un ordenador llamado *Macintosh*. La característica primordial de este ordenador es la superioridad de su *interfaz*<sup>32</sup> gráfico basado primordialmente en iconos. Además, hoy en día cuenta con todo un equipo especializado en diversas áreas que permite al usuario elegir aquello que cubra cada uno de sus requerimientos.

La especialización que se ha alcanzado es muy lejana de la función inicial de las primeras máquinas de cálculo. Los paquetes más recientes permiten no sólo llevar un registro minucioso de cantidades, sino también elaborar complicados esquemas, dibujos, diagramas, videos, sonorizaciones y en general, la posibilidad de abordar todas las áreas del conocimiento humano de manera inmediata.



*Todos los Macs están basados en la misma familia de microprocesadores de Motorola: la serie 68000, una progresión de chips en evolución denominados a partir del número de transistores que incluía el primero de ellos.*<sup>33</sup>

El avance en el número de transistores, de instrucciones y operaciones por segundo es realmente notable, tal como se puede observar en la gráfica. Además su compatibilidad llega a ser exclusiva.

La evolución que en un futuro tengan las computadoras resulta aún incierta, pudiendo avanzar a niveles no previstos. *Todos los cambios continúan primordialmente en la capacidad de almacenamiento con menores tamaños, y en el aumento de la velocidad para agilizar funciones y reducir tiempos.* La aparición de nuevos aditamentos y equipo que se especializa continuamente refuerzan lo anterior, en beneficio de la calidad y el rendimiento.

<sup>32</sup> "Interacción de los elementos del hardware, el software y los seres humanos", FREEDMAN Alan, op. cit. p.176

<sup>33</sup> CORRAL Mar, "Compra el Mac adecuado", *McUser*, Madrid, Abril 1992, No.22, p.71

## 1.1.2. Equipo básico

Una computadora se compone por el *hardware* que es la parte física o dura de la máquina; y el *software* que es la manipulación e interpretación de la información en la pantalla, siendo totalmente intangible.

Cuenta a su vez con la **memoria RAM** (*Random Access Memory* o memoria de acceso aleatorio) que tiene la capacidad de recibir, almacenar y liberar información cuando sea necesario (la memoria RAM corriente es de 512 KB, 640 KB, 1 o 2 MB) y la **memoria ROM** (*Read Only Memory*) que permite extraer información almacenada mas no añadir otra nueva, pudiendo únicamente leerse.

Los medios de almacenamiento son dos. El **disco duro** (*hard disk*, fijo e interno de 60, 80, 120, 160 MB, etcétera) que guarda la información "de control" y que no se pierde ni se olvida. El **diskette** (*floppy disk*, de 360, 720, 1.2 y 1.4 MB) capacitado para conservar aquello que el usuario quiera almacenar, modificar o borrar dentro del código empleado en el momento requerido.

La memoria principal está contenida en circuitos eléctricos que mediante varias *charolas* o *núcleos* forman la unidad más pequeña que se pueda tener, el **Bit** (*Binary Digit* 0,1).

El conjunto de núcleos puede almacenarse

y formar una *Word* con 8, 16, 32, 48, 64 etc, o más bits de longitud.

Al agrupamiento lógico de bits (generalmente distinto a la palabra, entre 6 y 8) forman un *Byte*. De éste a su vez se obtiene 1 *Kilobyte* (KB) = 1024 Bits, y un 1 *Megabyte* (MB) = 1024 KB.<sup>34</sup>

La conformación del equipo se puede dividir en 4 áreas para su estudio: **unidad del sistema, medios de almacenamiento, unidad de video y equipo periférico.**

### UNIDAD DEL SISTEMA

"Es la colección de las partes más pequeñas que pueden procesar información".<sup>35</sup>

Esas partes estan contenidas en la *mother board* o "tarjeta madre" que se compone de 6 o 12 capas con trazos de un circuito de cobre conductivo pegado entre sí; en ella se encuentra soldado o enchufado el CPU. Además contiene los conectores llamados *slots* en los cuales se insertan las tarjetas de expansión o de periféricos. Es la que contiene todos los componentes electrónicos necesarios para que la máquina funcione. Tales son:

**Microprocesador.** Conformado al CPU (*Unidad de Procesamiento Central*) y realiza funciones aritméticas, lógicas y de control.

Maneja los modelos o arquitecturas 286, 386, 486 y *Pentium* (586). Las cifras indican las operaciones que se pueden ejecutar en menos ciclos del reloj del sistema. Los tipos pueden ser: SX, DX, DX2, DX4 y DLC.

34 DESCHAMPS Esquivel Renato, *op. cit.* p.p.7-8, 32

35 J. VILLAZÓN Santiago, "La PC perfecta", *PC Magazine en español*, México, D.F. noviembre 1992, no.11, p.p.54-62

**Catching de memoria.** Es un bloque pequeño de memoria estática (SRAM) que opera sin tiempos de espera. La memoria debe concordar con el microprocesador ya que cuando el CPU necesita enviar datos a la memoria o leerlos de ella, y a su vez ésta no los puede administrar con suficiente rapidez, el microprocesador debe parar momentáneamente y esperar por la memoria uno o dos ciclos del reloj del sistema. Cada ciclo es un ciclo de espera y cada uno reduce el rendimiento proporcionalmente.

El *controlador de caché* intenta anticipar las necesidades del microprocesador y llena el *caché* con el contenido de la memoria que tenga más probabilidad de acceso; cuando la información necesaria está en el *caché* y el microprocesador no tiene que esperar es un *hit*, cuando sucede lo contrario es un *miss*. Mientras más grande sea éste, las posibilidades de acierto aumentan.

**Juego de chips.** Son los que determinan las características fortuitas que se incluyen en la tarjeta madre (sin formar parte de la misma) como son los circuitos de control de las unidades del disco flexible, los puertos de entrada y de salida (paralelo, serial, del ratón, del teclado y de juegos), el conector para disco duro con controlador incluido IDE y SCSI, y algunos circuitos VGA para el monitor. Mientras más funciones se integren en un chip y haya menos de estos en una tarjeta madre más compatible será el sistema.

**Bios (Basic Input/Output System).** Son instrucciones en ROM que proveen a los programas de una manera común de activar las funciones del sistema, permitiendo la compatibilidad del *software* con el

*hardware* de la tarjeta madre. Interactúa con el juego de chips y el diseño de la tarjeta madre para determinar el rendimiento final del sistema.

**Bus.** Ofrece una vía de acceso por donde viajan los datos de un componente a otro. El bus *clásico* es el ISA de 16 bits. El *avanzado* es EISA o MCA de 32 bits. El *local* es el que provee una extensión para conectar periféricos operando a la velocidad del microprocesador que complementará a ISA.

**Fuente de alimentación.** Convierte la electricidad de corriente alterna, suministrada por la compañía eléctrica, a la corriente directa que usan los circuitos lógicos. Se emplean 5 v. para la mayoría de los circuitos lógicos, 12 v. para motores de unidades de disco, y -5 y -12 v. para algunos circuitos especiales (puertos seriales, por ejemplo).

Hay 2 tamaños físicos, una que cabe en un chasis de tamaño normal y otra en una minicaja AT. La cantidad de energía que se requiera dependerá de cuánto se planea añadir a todo el sistema.

**Tarjeta de periféricos o expansión.** Es la tarjeta de circuitos impresos que permite conectar los periféricos de entrada o de salida a la tarjeta madre, en la cual se encuentra el CPU.

**Driver (s).** Son los programas que traducen la información de los periféricos al lenguaje único del CPU.

Debido a que el software es mejorado constantemente en precisión y rapidez, es recomendable contar con la última versión del driver para sacar el máximo provecho de los periféricos.

## MEDIOS DE ALMACENAMIENTO

Los medios básicos son:<sup>36</sup> el **disco duro** con gran capacidad de almacenamiento y de acceso. Debe manejar mínimamente un sistema con 100 MB, siendo preferente uno de 200 MB para evitar discos saturados. Su capacidad está dada en dos medidas de ancho, 3,5" y 5,25"; de alto 3,2" (altura total), 1,6" (altura media) y de 1" (tercio de altura). Es un medio no removible.

El **disco flexible** tiene una capacidad de acceso y almacenamiento lenta. Una de sus principales ventajas es que resulta un medio removible y compatible con gran cantidad de computadoras. Maneja los formatos de 3,5" y 5,25" con las siguientes variantes:

Dos caras/doble densidad 5,25" con capacidad de 360 K

Dos caras/alta densidad 5,25" de 1,2 MB

Dos caras/doble densidad 3,5" de 720 KB

Dos caras/alta densidad 3,5" de 1,44 MB

Dos caras/extra alta densidad 3,5" de 2,88 MB

El **CD-ROM** tiene muy buena velocidad de acceso, gran capacidad de almacenamiento, hasta 560 megas, es muy durable y antimagnético. Una de sus principales desventajas es que sólo se puede grabar una vez.

El **disco óptico** es muy durable, con gran capacidad de almacenamiento, de 2 gigas, buena velocidad de acceso y se puede escribir en él. Su principal desventaja es que resulta extremadamente caro.

El **disco duro removible** de tecnología *Sy-Quest*, tiene una capacidad de 44, 88, 120 y 270 megas. Su acceso es igual al de los discos duros

convencionales, pero es demasiado frágil en su uso.

## UNIDAD DE VIDEO

El monitor<sup>37</sup> es la parte del equipo que permite visualizar cada uno de los pasos realizados en la tecnología interna, mas no es el único que interviene para que se efectúe dicho proceso, por lo que existe una estrecha relación entre este y el *adaptador de video* o "tarjetas". La mayoría de los monitores no incluye los adaptadores como propios, por lo que se requiere de instaladores o *drivers*. De acuerdo a lo anterior se puede determinar que:

Adaptador + CPU = la velocidad de video  
(no el monitor mismo)

Tarjeta + monitor = la calidad de la imagen

Si existe un sistema potente se requiere de un adaptador rápido (tarjeta añadida de 8 o 16 bits) que pueda ser instalado en la tarjeta madre. Mientras más grande es la resolución y el número de colores empleados, mayor es la memoria empleada para componer una imagen completa.

Por otro lado, los *aceleradores* son los que reciben indicaciones codificadas o cifradas para describir la manera de generar los patrones de pixeles en pantalla, cómo dibujar una línea o una ventana y cómo llenar una área de color. Genera la imagen aliviando la carga del procesador.

El monitor más empleado es el VGA extendido de 1024 pixeles horizontales por 768 verticales. Maneja desde 16 a 256 colores y tiene un tamaño de 19 o 20".

<sup>36</sup> *Ibid*, p.p.63, 68

<sup>37</sup> *Ibid*, p.p.70-78

## EQUIPO PERIFÉRICO

Los *periféricos* son extensiones de una computadora. Los *de entrada* son todos aquellos dispositivos que introducen información en forma de datos, imágenes, sonido, etc. y controlan elementos gráficos. Algunos de los principales son:

**Teclado.** Es el soporte principal en la PC y el medio con el cual el operador puede comunicarse directamente con la máquina. Su atractivo básico radica en su acomodo, distribución y la sensación que cada tecla brinda.

**Tableta digitalizadora.** Es una superficie de dibujo plana que cubre una rejilla sensora electrónica. Las señales de radio recibidas por la rejilla leen con exactitud la posición del dispositivo apuntado a una distancia de 0,0001 pulgadas.<sup>38</sup> Permite introducir dibujos con un máximo de precisión.

**Mouse.** Define, mueve, cambia y hace viable la realización de las órdenes que se quieran ejecutar en el programa empleado. Se utiliza primordialmente en aquellos que se basan en entornos Windows y GEM (*Macintosh* nació con el "ratón"), ya que permiten un acceso más rápido a menús y cuadros de diálogo. Evita el uso del teclado.

**Scanner.** Es una digitalizadora de imágenes, que permite el traspaso de las mismas punto por punto de manera inmediata a la computadora. Existen las manuales (4.5"), de escritorio (4.5 a 6.5") y de mesa (8.5 x 11.5").<sup>39</sup>

Los *periféricos de salida* permiten obtener el producto final de lo que se generó en la máquina.

La impresora es uno de los principales, siendo capaz de reproducir imágenes y textos trabajados previamente sobre un soporte de papel común, papel fotográfico y película negativa o positiva. Las **impresoras básicas** son:<sup>40</sup>

**Laser.** Funciona con un rodillo (soporte de papel) que emplea una sustancia que tiene la propiedad de invertir la polaridad electrostática de cada una de las zonas irradiadas por un haz de luz laser, de tal forma, el pigmento de color de polaridad inversa se deposita sobre esas zonas. El soporte a su vez pasa por otro rodillo caliente que hace que el color o toner se fije. La velocidad puede llegar a ser de 8-40 ppm (páginas por minuto), con resoluciones de 300, 600, 1200 y 2400 ppp (o *dpi*, puntos por pulgada).

**Agujas o matriciales.** Mediante impulsos eléctricos una aguja es activada para golpear una cinta y ser presionada sobre el papel e introducir de esa manera un punto pequeño, letras, números o gráficos. Su resolución es de 240 x 72 ppp y velocidades de 100, 180 y hasta 420 cps (caracteres por segundo).

**Inyección de tinta.** La tinta está contenida en pequeños tubos que son calentados por una resistencia mediante pulsos eléctricos. Cuando la temperatura es lo suficientemente alta la tinta más cercana al calentador se vaporiza y se expande, haciendo que salga una gota por el inyector; en tanto la burbuja se contrae creando presión para que más tinta entre nuevamente al tubo. El diámetro de los puntos es de 5

38 CORRAL Mar. "Tabletas gráficas, trazando la línea", *McUser*, Madrid, Abril 1992, no.22, p.53

39 VILLAZÓN Santiago. "Magia del scanner", *op. cit.* p.p.86-29

40 RAMÍREZ Muñoz Laura, 1990, "La composición tipográfica y nuevos sistemas de edición por computadora", Tesis para licenciatura, p.p.69-78



centésimas de mm. En cuanto a su calidad de impresión hay que considerar que el papel empleado no sea muy poroso. Maneja una resolución de 300 dpi y una velocidad de 120 cps.

**Transferencia térmica.** La impresión se hace de manera directa con cera. Hay un cabezal térmico de alta resolución que por impulsos eléctricos alcanza una temperatura de 80°C; el cabezal es presionado sobre el filme con la cera transportándola por fusión. Emplea colores primarios con los cuales se hacen todas las combinaciones, pudiendo obtener 300 x 300 dpi y 150 cps. Es mejor emplear papel satinado que evita la absorbencia.

Existen otras unidades que actúan como equipo

de entrada y salida: la scanner, que mediante el programa OCR (lectora óptica de caracteres) copia páginas completas de texto, la lectora de caracteres magnéticos (MICR), la terminal de rayos catódicos (CRT) y la graficadora (*Plotter*, efectúa dibujos de trazo continuo).

\*\*\*

Las amplias y variadas posibilidades que brinda una computadora personal o una *Macintosh* pueden ser tantas como el usuario lo desee. Para manejar una u otra tecnología es importante considerar las necesidades requeridas, y no pasar por alto nunca, que el aspecto creativo depende únicamente de la parte *humana*, no de la máquina.

ANTECEDENTES	SISTEMA DE COMPOSICIÓN EMPLEADO	ELEMENTOS QUE INTERVIENEN EN LA IMPRESIÓN	APLICACIÓN	AVANCE
<p>1400 Introducción de la XILOGRAFÍA a Europa proveniente de Oriente y uso generalizado del papel como material escriptóreo.</p>	<p>Composición manual. - Xilografía. - Huecograbado (empleado en matrices para ilustraciones).</p>	<p>- Bloques de madera. - Plancha xilográfica. - Papel elaborado y fabricado a mano, en hoja suelta.</p>	<p>Juegos de naipes, imágenes religiosas y devocionales de santos. Libros impresos en planchas.</p>	<p>El empleo de papel permitió que las primeras impresiones xilográficas pudieran realizarse, cosa que no hubiera sido posible de continuar empleando el pergamino, por su costo y características.</p>
<p>1450 Desarrollo y aplicación de la metalurgia para la fabricación de TIPOS MOVIBLES.</p>	<p>- Tipográfico de relieve.</p>	<p>- Prensa tipográfica y en hueco. - Forma de tipos móviles y planchas de cinc, latón, aluminio, hierro y acero. - Papel elaborado y fabricado a mano, en hoja suelta.</p>	<p>Impresiones de libros en tamaño folio y en formatos más pequeños.</p>	<p>Aumento del alfabetismo e inicio de la democratización del conocimiento.</p>
<p>1796 Estudios de las propiedades físicas y químicas de determinados materiales que permitieron el descubrimiento de métodos de impresión como la LITOGRAFÍA.</p>	<p>Continúan los métodos manuales.</p>	<p>- Plancha litográfica. - Tipos e imágenes dibujados y/o trazados sobre la superficie de la piedra. - Papel elaborado y fabricado a mano, en hoja suelta.</p>	<p>Principios de siglo XVII (1620-1660). Surgen impresiones periódicas ilustradas independientes de los libros; estos por su parte, ya son totalmente autónomos. Hay especial dedicación por familias de impresores y encuadernadores, como por tipógrafos, que hicieron del libro todo un arte.</p>	<p>El incremento de la producción es notable, generalizándose la experiencia visual de imágenes a color y aumentando con ello la calidad de impresión. Es el antecedente del OFFSET y el manejo de un mayor número de tintas.</p>
<p>1798 Se da el paso de una sociedad agrícola a una sociedad industrial; las ciudades crecen, igual que la productividad. Se crea la máquina para la elaboración del PAPEL EN BOBINA.</p>	<p>Continúan los métodos manuales.</p>	<p>- Celulosa, paja de yute o caña. - Máquina para la elaboración de papel continuo.</p>	<p>El periódico de circulación diaria se constituye totalmente, adquiriendo su forma moderna desde principio del siglo XVIII. Muchos de ellos se publican hasta la fecha.</p>	<p>Con la posibilidad de producir una tira ininterrumpida de papel, es posible aumentar notablemente la velocidad de producción.</p>
<p>1838-1844 Se descubre la FOTOGRAFÍA. Se crea una cámara oscura y papel sensible a la luz, lo que permite el desarrollo del FOTOGRAFADO, y con este, los clisés de línea y medio tono.</p>	<p>Continúan los métodos manuales.</p>	<p>- Cámara oscura. - Papel sensible a la luz o una matriz metálica sobre la cual se transporta fotográficamente aquello que se desea imprimir, para después ser grabado con ácido.</p>	<p>El diseño de libros y periódicos se continúa con un nuevo impulso en la tipografía. Surge el estilo EGIPCIO. El gusto predominante propicia un diseño más ornamental, salvo algunos diseñadores que rescatan el arte tipográfico.</p>	<p>Se reúnen las condiciones necesarias para producciones a todo color, con gran calidad de impresión, en tiempos cada vez más cortos y con la posibilidad de tiros más grandes.</p>
<p>1870 Con la existencia del papel en bobina y la posibilidad de producir</p>	<p>Continúan los métodos manuales.</p>	<p>- Minerva (impresión plana). - Máquina planocilíndrica (tipográfico de relieve y offset).</p>	<p>La producción de libros, periódicos y carteles prolifera. En 1842 se dan los primeros intentos de</p>	<p>En lo que a métodos de composición se refiere, los avances posteriores a estos descubrimien-</p>

BOBINA.				
<p><b>1838-1844</b> Se descubre la FOTOGRAFÍA. Se crea una cámara oscura y papel sensible a la luz, lo que permite el desarrollo del FOTOGRAFADO, y con este, los clisés de línea y medio tono.</p>	Continúan los métodos manuales.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cámara oscura.</li> <li>- Papel sensible a la luz o una matriz metálica sobre la cual se transporta fotográficamente aquello que se desea imprimir, para después ser grabado con ácido.</li> </ul>	El diseño de libros y periódicos se continúa con un nuevo impulso en la tipografía. Surge el estilo EGIPCIO. El gusto predominante propicia un diseño más ornamental, salvo algunos diseñadores que rescatan el arte tipográfico.	Se reúnen las condiciones necesarias para producciones a todo color, con gran calidad de impresión, en tiempos cada vez más cortos y con la posibilidad de tiros más grandes.
<p><b>1870</b> Con la existencia del papel en bobina y la posibilidad de producir matrices para impresión curvas, surge la ROTATIVA TIPOGRÁFICA.</p>	Continúan los métodos manuales.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Minerva (impresión plana).</li> <li>- Máquina planocilíndrica (tipográfico de relieve y offset).</li> <li>- Rotativas (tipográfico de relieve y offset).</li> <li>= Matriz plana.</li> <li>= Matriz cilíndrica.</li> <li>= Papel en bobina.</li> </ul>	La producción de libros, periódicos y carteles prolifera. En 1842 se dan los primeros intentos de publicaciones periódicas de circulación masiva. La REVISTA PERIÓDICA circula normalmente.	En lo que a métodos de composición se refiere, los avances posteriores a estos descubrimientos continuaron en tiempos de producción, calidad de impresión, tiros grandes y empleo de un mayor número de tintas.
<p><b>1884-1887</b> Se mecaniza la composición de textos que hasta ese momento no había mostrado avances, a pesar de ser la parte inicial en el proceso de elaboración de un comunicado gráfico. Se inventa la LINTOTIPIA.</p>	Composición mecánica. - Linotipia (línea de tipos). - Monotipia (tipos individuales).	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cada máquina cuenta con un teclado, una caldera y mecanismos que retoman las matrices como moldes.</li> <li>- Metal fundido.</li> </ul>	Se continúa la impresión de periódicos y ediciones masivas, con composiciones cada vez más complejas (fórmulas matemáticas, por ejemplo).	Los procesos de composición, formación e impresión alcanzan un nivel en calidad y rapidez que hace posible manejar mayor cantidad de información. Avance que no hubiera sido posible si alguna de éstas partes se hubiera rezagado.
<p><b>1890</b> En base al principio del huecograbado, se constituye la rotativa con este sistema, lo que permite obtener tiros considerablemente grandes.</p>	Métodos mecánicos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Rotativas de tipográfico de relieve, huecograbado y offset.</li> <li>- Clisés en relieve, en hueco y planos.</li> <li>- Negativos de línea, medio tono y policromías.</li> <li>- Papel en bobina.</li> </ul>	Periódicos ilustrados e implantación definitiva de revistas de producción masiva.	La información se diversifica a mayores sectores de la población, muchos de los cuales habían estado excluidos. Los mensajes empiezan a ser dirigidos específicamente al grupo deseado.
<p><b>1940</b> Se inicia el desarrollo de los sistemas electrónicos digitales que desembocarían en el más reciente método de composición: la COMPUTADORA. Su antecedente es la IBM Composer y las fotocomponedoras.</p>	Composición electrónica. - IBM Composer (1) - Fotocomposición (2) - Computadora personal (3) - Plataforma Macintosh	<ul style="list-style-type: none"> <li>1 Margarita, con fuentes y tamaño específicos.</li> <li>2 Cámara oscura, disco de acetato con las letras caladas, papel fotográfico y luz de rayos catódicos.</li> <li>3 Ordenador y laser.</li> <li>- Energía eléctrica.</li> <li>- Continúa el papel en hoja, en bobina y fotográfico en rollo.</li> </ul>	Es posible abarcar todos los soportes deseados, con texto e imágenes, en tiros cortos, medianos y grandes. Hay excelente calidad en tiempos más cortos y costos adecuados a las necesidades.	Composición, diseño, formación e impresión vuelven a reunirse para ser trabajados por una sola persona, tal como lo hiciera Gutenberg hace cinco siglos, pero a una velocidad considerablemente más corta y en un espacio de trabajo más reducido.

## I.2. EL LENGUAJE DE LAS REVISTAS

# L

as condiciones que hicieron propicio el surgimiento de la revista como soporte independiente del libro y del periódico se gestaron en la segunda mitad del siglo pasado, cuando se rescató la importancia plástica de los caracteres tipográficos, y en las primeras décadas del presente al constituirse la tipografía moderna.

Actualmente la revista como medio impreso de comunicación masiva se ha establecido con un lenguaje propio e independiente, de amplias y variadas posibilidades de desarrollo, muchas de cuyas características básicas se han generalizado ampliamente a todo el campo editorial.

\*\*\*

Durante el siglo XIX se continuó el diseño de publicaciones que Gutenberg iniciara 400 años antes con la edición de la *Biblia de 42 líneas*. Sin embargo, para ese momento las composiciones se habían tomado rebuscadas y demasiado saturadas, olvidando un poco la esencia misma de la tipografía y su función primordial dentro del soporte que por excelencia la había contenido: el *libro*.

**William Morris** (de origen inglés) fue de las primeras personas que se percató de la importancia de la tipografía como entidad fónica y plástica den-

tro de un texto. Morris fue un personaje importante para la evolución del diseño editorial ya que dedicó especial atención a esa área, tanto como al aspecto visual del libro. Sabía apreciar y mostrar la belleza de los tipos sin sacrificar su legibilidad, reconociendo que las producciones del siglo XV eran sencillamente hermosas precisamente por su tipografía.

En 1882 fundó la *Kelmscot Press* en donde cuidó personalmente cada una de sus publicaciones. Su producción editorial consta de casi 60 libros, muchos de los cuales fueron publicados después de su muerte.

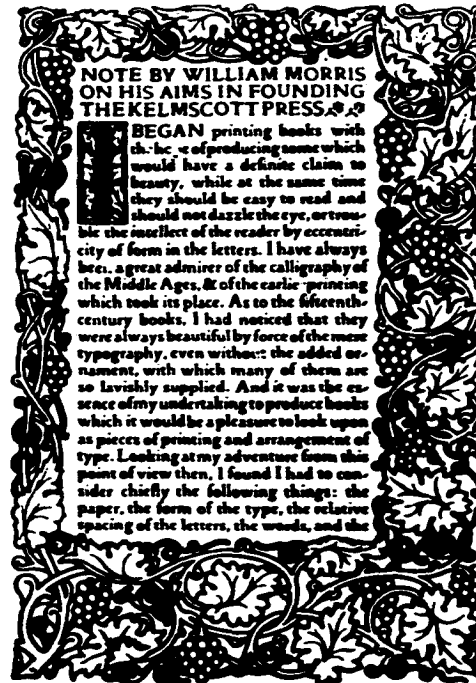
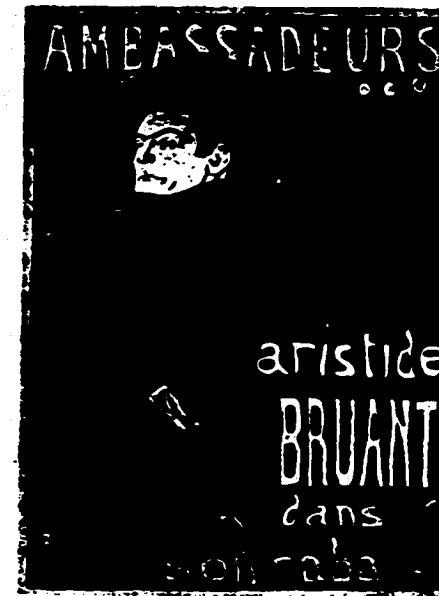
*Mi empeño esencial al producir libros fue que constituyeran un placer para la vista, al contemplarlos como piezas de tipografía y composición de tipos. Bajo este punto de vista, comprendí que había que considerar, prioritariamente, las siguientes cosas: el papel, la forma del tipo, el pertinente espaciado de letras y palabras, y los márgenes.<sup>41</sup>*

Entre otras cosas diseñó tipos (*Tory*, *Golden* y *Chaucer*, con una legibilidad óptima), orlas, iniciales, cabeceras e ilustraciones originales, y grabó xilografías. Su mayor aportación fue el hacer notar que la

41 SATUE Enric, 1988, *El diseño gráfico: desde sus orígenes hasta nuestros días*, p.96

mínima expresión en la relación secuencial de un libro se hace presente al encarar dos páginas, con la mancha tipográfica impresa sobre su superficie. Consideró también a la unidad, la simetría y el orden como elementos importantes dentro de la composición.

Otro soporte gráfico de gran importancia fue el *cartel*, que aproximadamente desde 1860 profundizó y retomó nuevamente el valor formal, compositivo y comunicativo de la tipografía como formas individuales. Las calles de París se inundaron y decoraron con trabajos realizados por Henri-Marie de Toulouse-Lautrec, Eduard Manet, Jules Chéret, Alphonse-Maria Mucha y William Bradley, por mencionar algunos, quienes conocían los tipos y su manejo.



**IZQUIERDA.** William Morris, página inicial del libro *Note by William Morris...*, 1898.

**DERECHA ARRIBA.** Henry-Marie de Toulouse-Lautrec, anuncio teatral, 1892.

**DERECHA ABAJO.** Eduard Manet, cartel para el libro *Les Chats*, 1869.

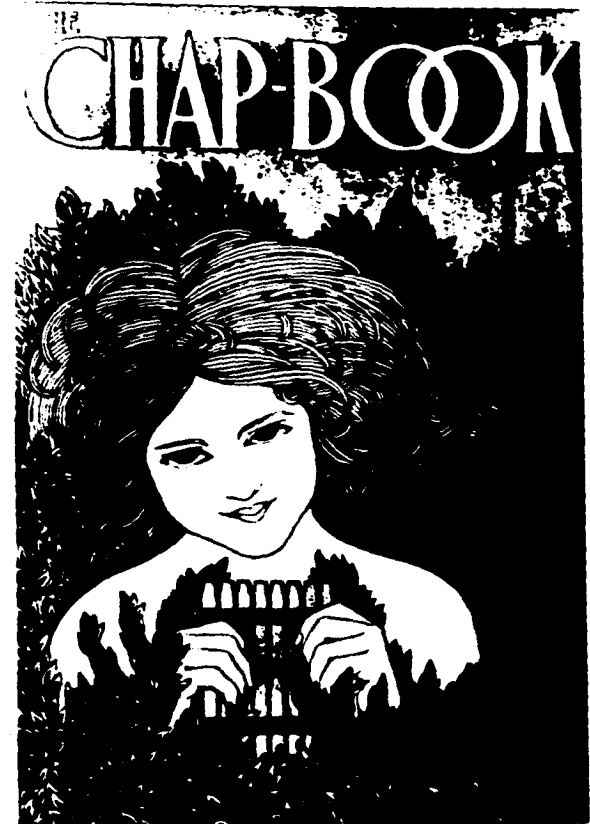




**IZQUIERDA ARRIBA.** Jules Chéret, cartel de L'Etendard Français, 1895.

**CENTRO.** Alphonse-Maria Mucha, cartel publicitario, 1899.

**DERECHA ABAJO.** William H. Bradley, cartel comercial, 1896.



## 1.2.1. Las vanguardias del siglo XX

**E**n las primeras décadas de este siglo la tipografía logró desarrollarse plenamente a través de una serie de corrientes artísticas que se presentaron casi al mismo tiempo en diferentes lugares del mundo. Tales fueron: **Futurismo** (Italia), **Suprematismo** y **Constructivismo** (Rusia), **Dadaísmo** (Suiza), **De Stijl** (Holanda), **Surrealismo** y **Cubismo** (Francia).

Filippo Tomaso Marinetti al percatarse de la capacidad de los tipos como imagen les dio un uso más plástico. Con el *Manifiesto del Futurismo* publicado en 1909 en el periódico *Le Figaro* se reforzó esa nueva concepción, haciendo caso omiso de los

parámetros tradicionales utilizados hasta entonces.

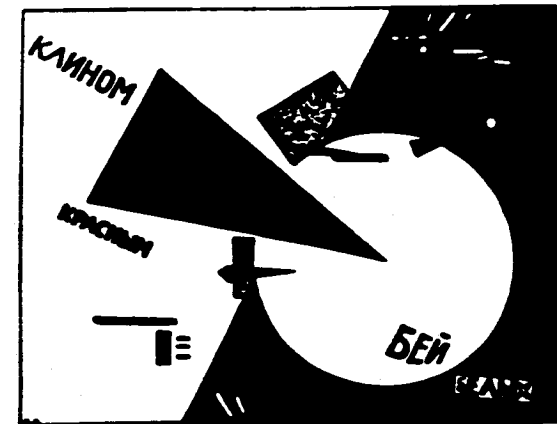
El movimiento buscó en todo momento enfatizar el contenido de lo escrito mediante la ampliación de la significación visual de los caracteres, empleando itálicas, negritas, fuentes diversas (sin importar la cantidad) y un mayor número de columnas tipográficas, todo dentro de la misma página o formato. El *Futurismo* expresó movimiento y revolución. Su lema era la palabra en libertad.<sup>42</sup>

La influencia de este movimiento se difundió rápidamente al este llegando a Rusia en 1914 y dando paso al *Suprematismo*, encabezado por Larionov, Goncharova y Malevitch (pintores futuristas). Posteriormente se unieron al movimiento El Lissitzky, Mohol Nagy y Vladimir Tatlin.

Un principio básico del movimiento se basó en la pintura geoméricamente abstracta, ya que para ellos la acción artística además de educativa repercutía en el campo de la arquitectura y el diseño industrial por medios impresos, tales como los periódicos y las revistas.<sup>43</sup>

**IZQUIERDA.** Fortunato Depero, anuncio publicitario para las ediciones Dinamo-Azari, 1927.

**DERECHA.** El Lissitzky, Vitebsk, 1919. Poster: *Beat the whites with the red wedge.*



<sup>42</sup> SPENCER Herbert, 1969, *The pioneers of modern typography*, p.p.16-17

<sup>43</sup> Idem

Por su parte Vladimir Tatlin, paralelamente a Malevitch, orientó sus experimentaciones hacia una práctica formal constructiva y a una pintura espacial, dando una nueva orientación a los elementos estéticos mediante criterios matemáticos. Surgió así el *Constructivismo*.<sup>44</sup>



**IZQUIERDA.** Anton Lavinsky, cartel para el film *El acorazado Potemkin*, 1926.

**DERECHA ARRIBA.** Theo van Doesburg y Kurt Schwitters, Pequeño atardecer dada, 1922.

**DERECHA ABAJO.** Vilmos Huszar, cubierta de la revista *De Stijl*, 1917.

<sup>44</sup> SATUE Enric, op. cit. p.127

<sup>45</sup> SPENCER Herbert, op. cit. p.p.17-23

<sup>46</sup> "Uno de los más notables momentos de la historia del diseño gráfico es la breve carrera de los Beggarstaff. James Pryde (1866-1941) y William Nicholson (1872-1949) eran cuñados y habían sido amigos íntimos desde la escuela de arte. Pintores académicos respetables cuando en el año 1894 decidieron abrir un estudio de diseño publicitario y tuvieron la necesidad de adoptar un seudónimo para proteger la reputación de sus bellas artes. Uno de ellos encontró en un establo un saco de maíz que mostraba un nombre inglés antiguo y cordial. Los Hermanos Beggarstaff adoptaron el nombre suprimiendo "hermanos" y se lanzaron a los negocios. Durante su breve colaboración desarrollaron una nueva técnica que más tarde se llamó collage. Recortes de papel se entremezclaban, cambiaban y pegaban en posición sobre el tablero. El estilo resultante de superficies coloreadas absolutamente planas tenían bordes delineados por tijeras", MEGGS Philip, op. cit. p.256

<sup>47</sup> SPENCER Herbert, op.cit. p.26

Los desastres de la primera Guerra Mundial repercutieron en todo el mundo. En Zurich provocaron el nacimiento del movimiento *Dada* (1916), integrado por antiburgueses que protestaban por lo absurdo e inútil de tantas muertes. Hans Arp, Tristan Tzara y Hugo Ball dirigieron un cambio cultural utilizando el ridículo para parodiar lo vacío de los valores sociales vigentes.<sup>45</sup>

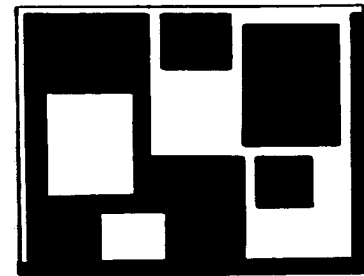
En el campo tipográfico se recurrió al *collage*,<sup>46</sup> al fotomontaje y a las revistas especializadas, siendo estos los únicos medios con los que contó el movimiento para expresarse (la burguesía no permitió otro espacio de difusión).

Kurt Schwitters se destacó notablemente por sus *collages* (compuestos principalmente de desperdicios), por su pintura llamada *Merz*, por la edición de una revista con el mismo nombre en la cual dedicó dos

números al diseño publicitario y uno a la tipografía, y por las conferencias dadas en la *Bauhaus*.



Por otra parte en Holanda (1917) Theo Van Doesburg fundó *De Stijl*,<sup>47</sup> con Modrian, Huszar y Van der Leek (pintores) como principales miembros. Proclamaban que la armonía en la pintura, la arquitectura y el diseño se lograría adoptando un estilo geométricamente puro e impersonal. Recurrieron al uso del rectángulo, a los colores primarios, al negro, blanco y gris. Además generalizaron el uso de los tipos *sans serif* (sin serifas o sin empastamientos).





El *Surrealismo*<sup>48</sup> surgió en Francia en 1924 apoyado por André Bretón, Max Ernst y Hans Arp. Este movimiento explotó el inconsciente, con elementos oníricos, dando gran libertad a la forma y haciendo uso del *collage*. Las cualidades de una cámara fotográfica fueron exaltadas mediante abstracciones fotográficas a base de papel sensible a la luz y objetos tridimensionales por Alvin Langdon, Christian Shad y Man Ray, entre otros.



Como movimiento el *Cubismo*<sup>49</sup> fue el primero en manifestarse de los ya mencionados. Surgió en

**IZQUIERDA ARRIBA.** Max Ernst, *Oedipus Rex*, 1922.

**IZQUIERDA ABAJO.** Joan Miró, *El carnaval de Arlequín*, 1924-1925.

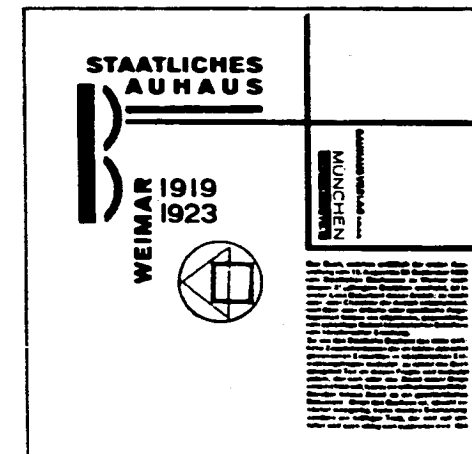
**DERECHA.** László Moholy-Nagy, *Cubierta de un folleto sobre la escuela de Weimar*, Weimar, 1933



Francia 1908 y se hizo notar como corriente vanguardista hasta que fue asimilado por los demás grupos. Primordialmente resaltó a la tipografía impresa como entidad pictórica autónoma.

La Primera Guerra Mundial y la Revolución Rusa provocaron que durante los años 20 la Alemania social-demócrata fuera el punto de reunión de las principales corrientes del movimiento moderno, lo que hizo de este país una reserva intelectual. El Lissitzky, Moholy Nagy y Van Doesburg fueron algunas de las personas que emigraron a dicho lugar.

En 1914 cuando inició la guerra, las escuelas alemanas de artes y oficios que darían origen a la *Bauhaus* funcionaban bajo la dirección del arquitecto Henry van de Velde. Al término del conflicto y del régimen ducal predominante en ese país, la dirección pasó a manos de Walter Gropius que unió la escuela Ducal de Artes y oficios y la Ducal de Preparatoria y Pintura, de las que surgió la *Staatliches-Bauhaus*.<sup>50</sup>



Una de las finalidades primordiales de la escuela era eliminar las barreras entre artistas, archi-

48 SATUE Enric, op. cit. p.p.131-132

49 Ibid. p.130-131

50 SPENCER Herbert, op. cit. p.p. 32-33

tectos y artesanos con la industria. Finalidad que se vio reforzada con el arribo de Theo Van Doesburg, Paul Klee, László Moholy-Nagy y Wassily Kandinski, quienes lograron dar el ímpetu que hacía falta. Más adelante y en condiciones propicias Herbert Bayer tuvo la posibilidad de crear un taller tipográfico.

La *Bauhaus* fue parte importante en el proceso de evolución de la arquitectura, el diseño industrial y el diseño gráfico moderno.

\*\*\*

Como resultado de los movimientos anteriores, se pueden resumir y enumerar algunas de las características primordiales que en su momento hicieron

posible la nueva concepción y el uso más amplio de la tipografía y que hoy en día continúan influyendo:

- 1) La tipografía se constituye como entidad plástica.
- 2) El contraste es dado por tamaño, peso y eje de los tipos, por el número de las fuentes y columnas empleadas.
- 3) La asimetría se hace presente en todo momento.
- 4) Se redescubre y se emplea la fotografía, el *collage* y el fotomontaje, como recursos y medios de expresión.
- 5) La relación arte-industria queda establecida.
- 6) Con todo ello, se crea un lenguaje visual nuevo y rico hasta entonces inédito.<sup>51</sup>

## 1.2.2. La Escuela de Nueva York

**A** finales de la década de los 30 la migración de Europa se dirigió a los Estados Unidos. El fascismo impidió la libertad de expresión y de investigación. La *Bauhaus* fue cerrada por el gobierno nazi en 1933 lo que provocó que alumnos, maestros y graduados se dispersaran por todo el mundo, y con ellos el diseño moderno.

El patrocinio de la *Association of Arts and Industries* permitió establecer la nueva *Bauhaus*<sup>52</sup> en el país americano. En Chicago, Walter Gropius, Mies van der Rohe y Marcel Breuer llevaron consigo el movimiento arquitectónico. En tanto Herbert Bayer y László Moholy-Nagy el enfoque de la nueva forma de comunicación visual.

Las características propias del país, con su sociedad igualitaria y competitiva, con valores pragmáticos, tradiciones artísticas limitadas y una herencia étnica diversa permitieron una forma de expresión y un manejo de ideas desarrolladas en el momento propicio para su presentación directa.

La evolución del lenguaje visual tomado de las corrientes vanguardistas desembocó en actitudes y formas nuevas, determinantes para el diseño editorial actual y en especial, para la maduración de la revista,

que hasta ese momento no estaba del todo definida.

**Lester Beall** (oriundo de Kansas) fue de las primeras personas que entendió la nueva tipografía de Tschichold, con sus formas visuales directas, fuertes y emotivas.

Más tarde el **Dr. Mehemed Fehmy Agha** quien reviviera la revista *Vogue*, y **Carmen Snow** editora de la revista *Harper's Bazaar*, marcaron el inicio de lo que sería un desarrollo fructífero en la ciudad de Nueva York. De tal manera, las características dominantes en las dos décadas posteriores a 1940 se basaron en un diseño intuitivo y un tanto informal en la organización del espacio, con novedad en la técnica y originalidad en el concepto.<sup>53</sup>

Varios diseñadores hicieron grandes aportaciones personales para el desarrollo de la revista moderna, algunos de ellos fueron:

**Paul Rand** con conocimiento de la obra de Klee, Kandinsky y los cubistas, se percató de que las formas inventadas libremente podían tener una vida autónoma, simbólica y expresiva. Con la figura, el color, el espacio y la línea hizo composiciones dinámicas e inesperadas utilizando el *collage* y el fotomontaje como técnicas de apoyo. Entre otras cosas diseñó anuncios para la agencia de publicidad *Weintraub*, dedicándose más tarde a la marca de fábrica y al diseño corporativo. Definía al diseño como "*la integración de la forma y la función para una comunicación efectiva*".<sup>54</sup>

**Alvin Lustig** creó diseños geométricos y abstractos, con líneas de tipos y adornos, manejando de tal forma los símbolos que capturaba la esencia del contenido. Consideraba que el análisis personal de los símbolos permitía a su vez crear otros de tipo público,

52 MEGGS Philip, op. cit. p.373

53 Ibid, p.396

54 Ibid, p.437

así como que el conocimiento y manejo de la pintura eran necesarios para el aprendizaje y la enseñanza del diseño.

Director artístico de la *Columbia Records*, Alex Steimweiss se destacó principalmente por el manejo tan particular que dio a las portadas de los discos. Su conocimiento del espacio y la colocación casual de los elementos sobre éste creaban una dispersión de formas, con la calidad y la expresión apropiada al contenido musical.

**Bradbury Thompson** es de los diseñadores más importantes de la posguerra. Trabajó para la *Westvaco Inspirations* más de dos décadas. Con gran conocimiento de impresión y composición tipográfica experimentó con figuras grandes y geométricas, con grabados del S. XVIII y XIX, y con tipos ampliados a gran tamaño. Asimismo se introdujo en el diseño de formato de libros, periódicos y estampillas postales.

Nacido en Nueva York, **Saul Bass** se trasladó a Los Angeles en 1950 para dar paso a un diseño basado casi siempre en imágenes dominantes y sin complejidad alguna. Sabía detectar los problemas de comunicación resolviéndolos de la manera más sencilla, con signos pictográficos elementales, enérgicos y casuales, sin medida ni construcción.

**George Tscherny** nació en Hungría y se trasladó al continente americano desde pequeño. Fue Director del Departamento de Diseño Gráfico en *George Nelson & Associates* antes de abrir su propia oficina de diseño. Reconocía la esencia del tema y lo expresaba de manera sencilla, directa y elegante con dibujos principalmente tipográficos y caligráficos, haciendo de un contenido complejo un símbolo gráfico elemental.

El diseño de revistas tuvo gran auge con

**Alexei Brodovich**. Primordialmente director de arte, inició sus estudios de fotografía de modas (la impresionista, entre algunas) y presidió la introducción del color en los interiores. Manejó formas geométricas y minimalísticas con precisión y lirismo en la tipografía, contraste portamaño, color y movimiento dentro de la composición. Mostró el uso de recursos fotográficos como la repetición, la reflexión, enfatización diagonal y horizontal, así como la yuxtaposición de formas animadas e inanimadas. Manejó el ancho, el alto y la profundidad en una página. Consideró una "doble unidad" al encarar a dos de ellas.

**Otto Storch**, **Henry Wolf** (discípulos de Brodovich) y **Allen Hurlbart** unieron la tipografía a la fotografía, que adquirió grandes dimensiones. Las fotografías a doble página y sangradas sobre espacios planeados anteriormente sólo para textos pasaron a formar parte en los nuevos diseños. Los textos por su parte adquirieron un carácter de ilustraciones. Los espacios blancos tuvieron mayor énfasis, en tanto los objetos pequeños se convirtieron en grandes gráficos cuando se resaltó una parte del todo (*sinécdoque*). Igual aumentaban el tamaño de unos labios o el de una aromática taza de café. Además, es el momento en que las locaciones fotográficas sustituyen a los estudios. Storch consideraba que "*la idea, el texto, el arte y la tipografía debían ser inseparables en el diseño editorial*".<sup>55</sup>

Lo anterior son sólo algunas de las principales aportaciones que dieron vida propia a la revista moderna. En años posteriores los factores económicos y políticos predominantes, movimientos sociales, problemas ecológicos, la necesidad de reconocimiento de clases sociales minoritarias y la igualdad de la

mujer, fueron algunas situaciones que marcaron el término de las grandes páginas de fotografías profusas y espectaculares, con un diseño que dominaba al con-

tenido mismo. Fue el momento en que se requirió de otro tipo de publicidad, basada principalmente en un nivel intelectual más alto de información.<sup>56</sup>

### 1.2.3. Panorama actual

**E**n sus inicios una publicación periódica se distinguía de otros soportes de comunicación por su flexibilidad, grosor y tamaño. El manejo de los titulares era muy parecido a las cabezas de los capítulos de un libro, con tipografía simétrica, textos de arriba hacia abajo, columnas sencillas o dobles, y con ilustraciones viñeteadas por el texto o bien ocupando la página entera opuesta a este. La síntesis de texto y fotografía es una característica que no se estableció antes de 1900.

La revista periódica surgió al momento de querer incrementar la circulación y dar respuesta rápida a los acontecimientos, con la inserción de imágenes e ilustraciones. Las primeras en surgir fueron una variante de los periódicos literarios o políticos, llegando en Inglaterra a costar 6 peniques en 1848 (la mitad del sueldo de un obrero). Al momento en que surgen las semanales ilustradas éstas son aceptadas inmediatamente.<sup>57</sup>

En 1842 **Herbert Ingram** fundó la *Illustrated London News*, revista de 16 páginas. Posteriormente continuaron publicaciones como *Harper's Weekly* (1850), *Vie Moderne* (1879) y *La Vie Au Grand Air* (1890).

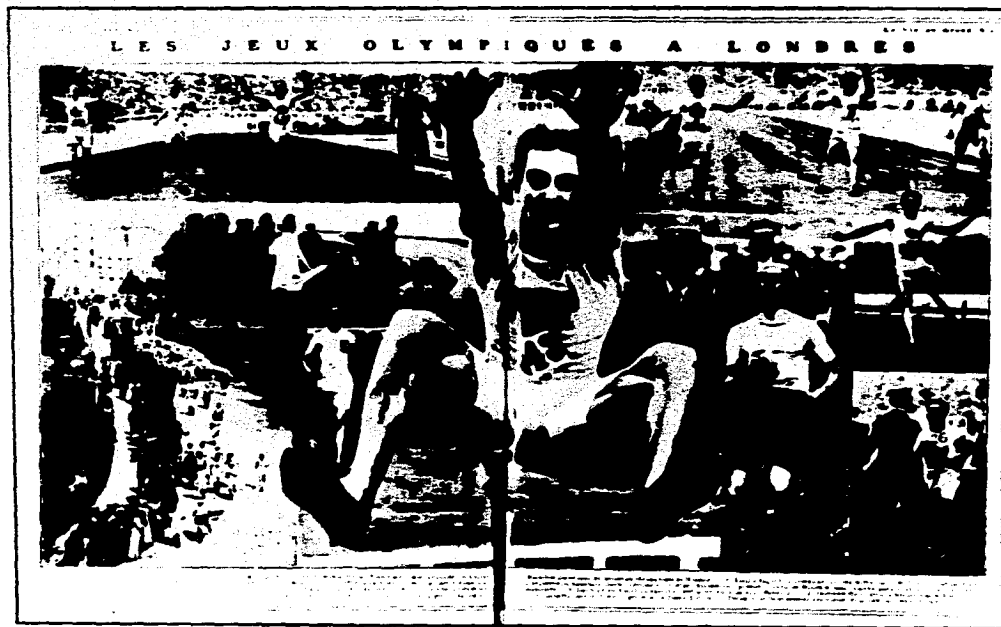
Los cambios económicos, políticos y sociales

se conjuntaron con el desarrollo de la técnica en las artes gráficas y con la evolución y aplicación del lenguaje visual de este siglo, dando como resultado una serie de publicaciones que poco a poco permitieron una especialización no sólo en los temas, sino también en la división del trabajo de las personas que intervienen durante todo el proceso de producción (director de arte, editor, comisión editorial, secretario de redacción, diseñador e ilustrador y/o fotógrafo).



**DERECHA.** Leslie's weekly, 1903.  
Diseñador: desconocido.

**57 OWEN William.** 1991, *Diseño de revistas*,  
p.p. 14-16



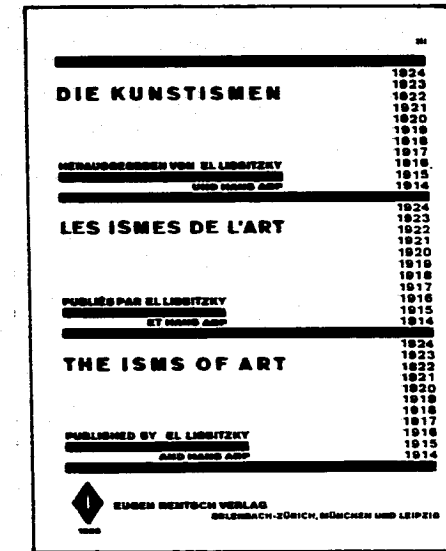
**ARRIBA.** Páginas encaradas de la revista *La Vie Au Grand Air*, 1908. Diseñador desconocido.  
**ABAJO.** Páginas encaradas de la revista *Illustrated London News*, 1939. Diseñador desconocido.

El diseño de revistas al término del siglo XX ha retomado un cauce propio y un enfoque más particular. Algunas de las publicaciones (sin poder mencionarlas todas) que aportaron elementos para el desarrollo y la implantación definitiva de la revista como el soporte que actualmente nos resulta tan familiar, son las siguientes:

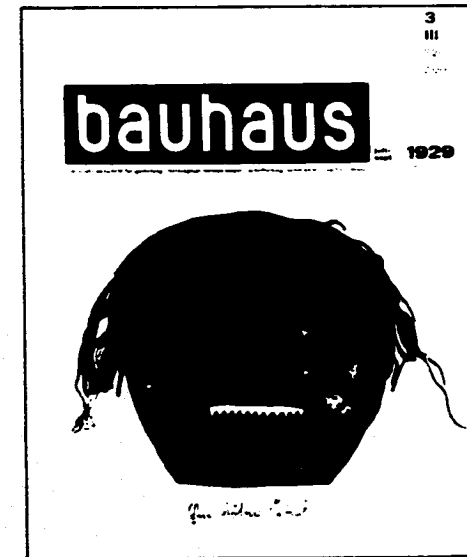
*Veshch, Gegenstand, Object* (1922). El Lissitzky muestra un anticipador ejercicio de composición gráfica dinámica en la portada de esta revista internacional de arte moderno.



*The ism of art* (1924). Libro ilustrado de El Lissitzky, maneja un sistema corriente de retícula, con tres columnas verticales y una barra identificadora superior. El diseño es equilibrado asimétricamente.



*Bauhaus* (1927). Bajo un enfoque dado por futuristas y dadaístas, hay una total ausencia de la tipografía tradicional, con formas curvas y diagonales sobre grandes espacios blancos.

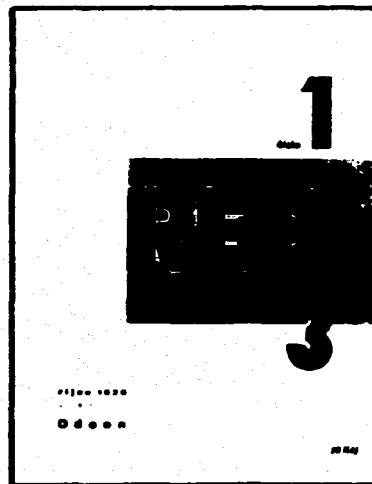




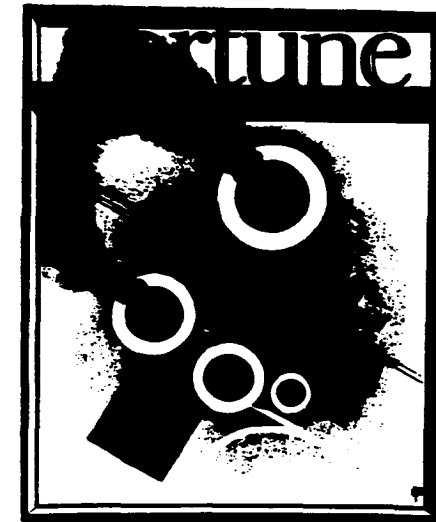
*Merz* (1923-1924). Kurt Schwitters mezcló tipos *sans serif*, sin retícula alguna.



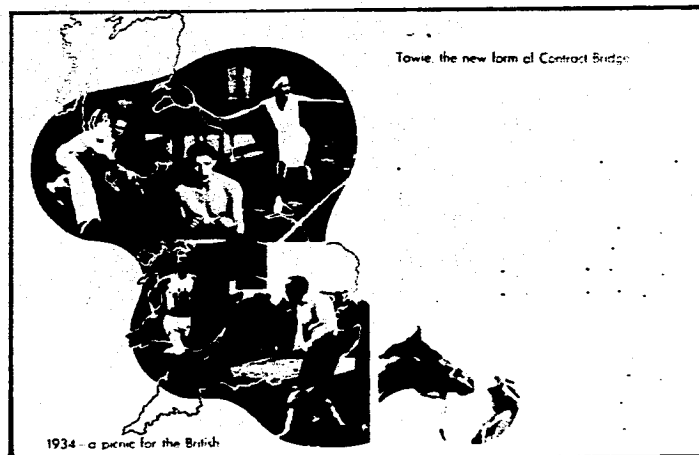
*Red* (1929). Karel Teise aplicó bloques contrastantes de color dando equilibrio a la construcción tipográfica en la portada checa "mensual de la cultura moderna".



*Fortune* (1930). Revista básicamente comercial dirigida a la élite de París (35x28 cm), manejó la simetría y economía de tipos con una fotografía industrial llamativa. La dirección artística estuvo a cargo de Will Burtin y el diseño de T. M. Cleland.



*Vanity Fair* (1934). Con la dirección de Mehemed Fehmy Agha se simplificaron cabezas, titulares y subtítulos. Para el texto se utilizó la fuente *Futura* de Paul Renner, dando más preferencia a la tipografía sobre la ilustración. Desaparecieron las pautas de columnas, las fajas laterales o cualquier elemento de decoración en los bordes, y los márgenes exteriores y centrales se ampliaron. Se consiguió una relación estrecha entre la palabra y la imagen.



*Harper's Bazaar* (1954). Alexei Brodovich hizo posible mediante el uso de elementos gráficos, la tecnología y la creatividad el resurgimiento e implantación de esta publicación.



El arribo de la televisión en 1941 provocó que se pronosticara la desaparición de las revistas. Sin embargo, éstas se adecuaron a su momento, reduciendo formatos y dirigiéndose cada vez más a un auditorio especializado y con intereses específicos.

Hoy en día se redescubren todos los elementos ya empleados con anterioridad. Es un resurgir de la experimentación y el azar, sólo que con nuevos métodos de composición e impresión (la computadora y la impresión laser). Los recursos y las posibilidades en las artes gráficas y en el diseñador se han ampliado, tanto como las expectativas y hábitos de percepción del lector.

El crecimiento económico tan elevado en estos tiempos es un incentivo vasto de innovación en portadas, estructuras editoriales, formulaciones tipográficas, manejos audaces de fotografías e ilustraciones, manejo de retículas flotantes y entrelazadas y de ilimitadas posibilidades en el uso del color.

*La integración de los elementos gráficos está en función de la compleja relación entre las prioridades editoriales, técnicas y estéticas que, todas juntas, crean el aspecto de la revista.*<sup>58</sup>

### 1.3. LA PALABRA Y LA IMAGEN COMO PRINCIPALES ELEMENTOS EN UNA REVISTA

**L**

a revista normalmente se reconoce como una publicación periódica, más efímera que un libro y más permanente que un periódico; con una estructura híbrida de material de lectura y un rigor intelectual determinado por el lector al que se dirige.

*Lo que importa no es el nivel, sino la proximidad de la relación intelectual entre la revista y sus lectores; relación compleja que se dirige y alimenta a través de su contenido editorial y su diseño.<sup>59</sup>*

El proceso de creación de una revista es un tanto difuso, ya que desde el momento en que se concibe una idea para su proyección, los criterios para el tratamiento de la información varían en cada caso. De tal forma, no se pueden aplicar principios inmutables para todas las publicaciones periódicas a lo largo de su desarrollo.

Si bien, de **manera técnica** existen cuatro partes en la revista moderna ya establecidas y de uso generalizado:

La *portada* es la presentación o área que va a conseguir que el lector se interese en ella, la asocie y la reconozca de inmediato. Estos factores son importantes para su circulación y permanencia en el mercado, por lo que requiere de una planificación cuidadosa.

El *índice* es el contenido enumerado de la publicación, normalmente se ordena por secciones con el nombre de los artículos que integran a cada una de ellas.

El *artículo* es el género periodístico más empleado para el cuerpo mismo de una publicación. Se compone de texto e imágenes (fotografías o ilustraciones), es autosuficiente en gran medida y ocupa mínimamente una página o más.

*Está relacionado temáticamente y por formato con el resto de la revista, mas sigue siendo semiautónomo, de tal forma, cada uno requiere de un tratamiento especial a los otros que se incluyan.<sup>60</sup>*

Por último los *anuncios*, que pueden tener una participación mínima o bastante notable sobre las otras partes. Estos entran en un proceso de financiamiento más que de estructura, ya que cada espacio empleado tiene un precio por su tamaño, por la zona dentro del formato, y por la ubicación en la revista misma.

Lo anterior es el esqueleto sostenedor de una revista. Y de acuerdo a los criterios editoriales que cada publicación establezca será la extensión de sus secciones.

59 OWEN William. op. cit. p.126  
60 *Ibid.* p.21-22

De manera específica, lo que va a determinar y dar finalmente el carácter de revista a un soporte gráfico *es el uso que se haga del mismo*. Es decir, contar no sólo con una periodicidad, un título común que encierre artículos heterogéneos de extensiones similares dentro de un formato estándar, sino también, establecer la *función-uso* que el lector intuitivamente reconoce, aún si un soporte cualquiera (hablando de dimensiones variables o alteraciones dentro de la estructura básica, de las cuales se ha estado haciendo hincapié en los párrafos anteriores) tiene una presentación distinta de la generalidad.

La comunicación que se genera a través de una publicación periódica se da mediante *palabras e imágenes*. El manejo y tratamiento de ambas, es lo que determina las características propias que definen y marcan a la revista distinta de cualquier otro soporte impreso.

## LA PALABRA

Dentro de una concepción periodística la palabra "*es la unidad de lenguaje aislable, compuesta de uno o más fonemas, portadora de significación y con función gramatical*".<sup>61</sup>

Para su evolución tomaremos como referencia el desarrollo del alfabeto durante los últimos cinco siglos (nacimiento de la imprenta),<sup>62</sup> tiempo en el que el desarrollo de la forma y la variedad de las fuentes ha permitido que se establezca y generalice un código visual que va más allá del significado textual.

Existe una serie de factores que intervienen para que las formas de los caracteres, y a su vez de las palabras comuniquen ideas y señales antes de ser

leídas y razonadas en un mensaje impreso dado, que hacen que el lector lleve una secuencia lógica más inmediata para una correcta lectura. Dentro de los factores que intervienen para ello se encuentran principalmente los **estilos desarrollados** en torno al alfabeto, las **variantes de las fuentes** creadas (que a su vez pueden agruparse en los diferentes estilos), el **tamaño de los caracteres** y la **percepción** misma de cada una de las formas.

## Estilos tipográficos

La letra a mediados del siglo XV continuaba manejándose sobre una configuración espacial de dos líneas. El estilo gótico (siglo X) que era de los más empleados en ese momento, mostraba ascendentes y descendentes, pero no existía una ubicación precisa de ellos.

Uno de los factores que permitieron o abrieron la posibilidad de combinación y ampliación en el uso de las *fuentes*<sup>63</sup> que hasta ese momento existían, fue el saqueo a la Ciudad de Maguncia, en el sur de Alemania. Cuando los impresores de ese país tuvieron que emigrar hacia otras partes del mundo por las condiciones sociales predominantes que impedían la práctica de sus labores, llevaron consigo el arte de la imprenta al resto del mundo.

Entre las personas que tuvieron que partir estaba Conrad Sweynheim y Arnold Pannartz (discípulos de Peter Schöffer), quienes se trasladaron a Subiaco (en el norte de Italia) y después a Roma. Allí reunieron las *monumentales romanas* del segundo siglo de esta era y las *minúsculas carolinas* creadas durante el imperio de Carlo Magno (742-814), dando como resultado la "letra o el estilo romano" y el empleo de mayúsculas (*caja alta*) y minúsculas (*caja baja*).

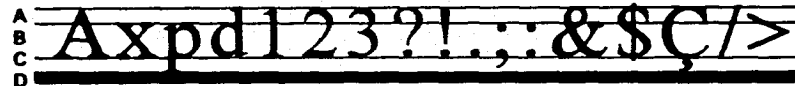
61 MARTÍNEZ de Sousa José, 1981a, op. cit. p.360

62 El descubrimiento de la imprenta sirve como punto de referencia para marcar un espacio más limitado de tiempo. Sin embargo, la evolución de la palabra visible en relación a la palabra hablada tiene sus antecedentes en los inicios del cuarto milenio A.C., con los primeros registros escritos como lo fueron las tablillas de la Ciudad de Uruk.

63 Es la reunión de la caja alta (mayúsculas), la caja baja (minúsculas), figuras (números), ligaduras, signos ortográficos y signos adicionales, en un modelo, una versión y un tamaño determinado.

Además fue posible, aún sin precisar lo en ese momento, establecer un esquema lineal de tres barras, y determinar con ello el tamaño bidimensional de las partes de un carácter (*fuerza de cuerpo*).

El alfabeto con altas y bajas, números y algunos signos de puntuación, adicionales y de unión, se ubica en el esquema lineal moderno de la siguiente manera:



La forma de los caracteres se ha ido modificando desde los tipos romanos del siglo XVI hasta la fecha, adaptándose a su momento histórico y a la tecnología vigente. Esa evolución permite clasificarlos en tres estilos o familias básicos: **romano**, **egipcio** y **sans serif**; y en un cuarto estilo denominado **ornamental** o **display**, para todos aquellos que carecen de una estructura común que permita su integración en alguno de los anteriores.

Reconocer las características primordiales de cada uno de ellos, con el significado visual que las formas predominantes marcan, hace posible una clasificación más sencilla y un uso más amplio de los alfabetos generados tanto en épocas anteriores a nosotros, como en la actual.

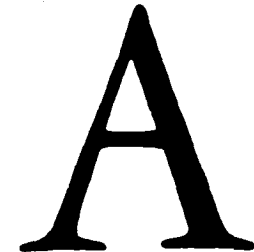
El **estilo romano** o también llamado **estilo antiguo**.

*Denota un sistema que en estructura y proporción está basado en las formas naturales que propor-*

*cionaba el escribir con una pluma ancha. Este sistema fue desarrollado durante El Renacimiento como escritura manuscrita y adoptado para propósitos tipográficos por los impresores venecianos en el siglo XV. Mantiene las bases para casi todos los alfabetos producidos desde ese momento hasta mediados del siglo XVIII.<sup>64</sup>*

Los elementos que identifican a este estilo son:  
1) El empleo de patines o empastamientos en sus terminales. La unión de las líneas rectas verticales con las horizontales, suavizadas por pequeñas curvas o *braquets* (rendondez del ángulo de unión). 2) El manejo de gruesos y delgados en su forma (*contraste*). Existen tres etapas primordiales en su desarrollo:

Estilo antiguo (S.XV):  
**Garamond**, 1617



Estilo transicional (S.XVIII):  
**Baskerville**, 1757



**IZQUIERDA.**

- A Ascendentes
- B Altura "x"
- C Descendentes
- D Interlinea

<sup>64</sup> GATES David, 1973, *Type*, p.15

Estilo moderno (S.XVIII-XIX):  
Bodoni, 1788

Tal como se puede observar el contraste de gruesos y delgados fue el elemento que se hizo más pronunciado en la evolución de los alfabetos. Los generados en la última etapa (estilo moderno) presentan una ruptura con las bases caligráficas que identifican a los primeros. Por otra parte, los empastamientos pierden las curvas en los ángulos de unión.

El *estilo egipcio* se desarrolló durante el siglo XIX, y ya se puede observar tanto la pérdida paulatina del contraste en gruesos y delgados, como el aumento del espesor en los empastamientos que llegan a tener una forma totalmente rectangular. Algunas de las fuentes producidas durante este periodo continúan presentando la curva de unión en la barras como en el estilo romano, pero en la gran mayoría los *braquets* desaparecen.

Las tres categorías básicas desarrolladas son:

Dos pesos: **Clarendon**

De alguna manera es la continuación del estilo romano moderno; conserva un contraste cada vez menos pronunciado y las curvas de unión en los ángulos.

**Clarendon**

Un peso: **Stymie**

Las partes más finas van aumentando en su grosor, ocasionando que el contraste desaparezca al igual que las curvas de unión (con esta categoría se asientan las bases del estilo *sans serif*).

**Stymie**

Peso invertido: **Square Serif**

Las partes que en un principio eran finas, se invierten, en tanto las gruesas se aligeran. Su función es principalmente decorativa.

**Play Bill**

A principios del siglo XX surge el estilo *sans serif* (sin serifas o sin empastamientos) también llamado "grotesco" en Europa y "gótico" en Estados Unidos. Se identifica principalmente por la casi total ausencia de contraste y de empastamientos. Con este estilo los alfabetos se vuelven "lineales", de contraste apenas perceptible (el contraste que se puede observar en muchas de las fuentes es sobre todo por compensaciones visuales).

**Avant Garde**  
**Grotesque 215**  
**Frutiger 55**  
**Helvetica**  
**Univers 67**  
**Gill Sans**  
**Futura**

Los *alfabetos caligráficos* o *display* son todos aquellos que carecen de una esquema lineal básico para su creación, que pueden manejar todo tipo de ornamentos o tratamientos, y que son imposibles de utilizar en tamaños demasiado pequeños (no menores de 14 o 18 pts aproximadamente).

La permanencia en su uso es efímera, corresponde más a una moda que a un estilo propiamente.

**AKINES**  
**spring**  
**ROUNDEL**  
**RUSH**  
**SQUARE**  
**STACK**  
**STENCIL**

#### **Variantes en una fuente tipográfica**

Cada alfabeto o fuente maneja una serie de *variantes* que son cambios dados sobre la versión básica, en su peso, su eje, su proporción y su tratamiento. A la reunión de las variantes que integran un alfabeto se les denomina *serie*.

Las principales variantes y la significación visual que el uso de cada una de ellas brinda son las siguientes:

#### **Por peso**

Light

También llamadas "blancas", permiten que en un texto la tipografía no predomine sobre el resto de la composición ya que proporciona grises en relación a cualquier otra versión, sin que su legibilidad se vea afectada. Su jerarquía de lectura siempre será posterior.

### Medium

Es la versión más apropiada para la formación de un texto. En estudios realizados a principios de este siglo, un investigador llamado Burt<sup>65</sup> estuvo más a favor del uso de los tipos semi-bold por considerarlos más legibles para niños. Por su parte Rothlein en 1912, y Luckiesh y Moss<sup>66</sup> en 1940, se pronunciaron por los tipos de mayor peso. Si bien exámenes elaborados por Paterson y Tinker<sup>67</sup> aseguraron que no existe una diferencia notable en la legibilidad de los tipos de peso medio, con los de uno mayor.

### Bold

**Su función primordial es la de resaltar y destacar la o las palabras dentro de un texto. En la composición de bloques tipográficos resulta demasiado pesado y por ende, cansado. Javal consideraba que "los pobres alemanes sufren particularmente de miopía debido a los tipos góticos".<sup>68</sup>**

### Por eje

#### *Itálicas*

*En sus inicios los tipos itálicos (eje diagonal) fueron diseñados independientemente de los redondos (eje vertical) para ahorrar espacio entre letras, entre líneas y en el total de la página. Mas adelante los papeles se invirtieron, pasando ahora a ser la versión que acompaña a las redondas.*

*Se emplea sobretodo para distinguir palabras en otro idioma, nombres de publicaciones, instituciones y citas, por ejemplo. Investigaciones realizadas en 1955, mostraron que un 96% de lectores preferían leer romanas redondas bajas, más que*

*itálicas. No es una versión muy apropiada para textos largos, esto fue comprobado también por Starch en 1914 y Burt en 1959.<sup>69</sup>*

### Redondas

Con un eje vertical, es el tipo de letra más empleado tanto en textos cortos como largos. Permite en la mayoría de los casos una lectura ágil y clara, siempre y cuando se trate de fuentes para textos.

### *Por proporción*

#### **Extendidas y condensadas**

**Los tipos se pueden extender o condensar de su tamaño original a uno mayor o menor en su ancho sin modificar su altura. Este cambio es el más reciente de todos los anteriores y surge con el arribo de un método de composición electrónico (fotocomposición y computadoras). Antes de eso los tipos de metal no podían sufrir una deformación parecida.**

En ambos casos la función en el uso no está muy bien especificada, ya que de querer destacar una palabra o una frase dentro de un texto se cuenta con opciones más definidas (negras, por ejemplo), por lo que esta variante resulta un tanto ambigua.

El condensar o el extender un tipo es otra posibilidad de resaltar una idea, de dar un cambio a la composición o de ajustar algunas proporciones en una determinada fuente de acuerdo a los criterios del diseñador (*Univers* en tamaños de lectura al condensarse pierde la rigidez que la caracteriza). Lo que

<sup>65</sup> SPENCER Herbert, 1968, *The visible word*, p.31

<sup>66</sup> *Idem*

<sup>67</sup> *Idem*

<sup>68</sup> *Ibid*, p.13

<sup>69</sup> *Ibid*, p.31



realmente termina por indicar cuál es la función de alguna de estas dos variantes dentro de un comunicado gráfico es el tamaño, el peso, el eje y la ubicación dentro del mismo.

#### *Por tratamiento*

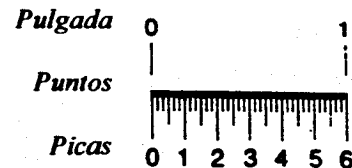
Sombreados y outline

Es la versión que a diferencia de las anteriores no se incluye como una constante en todas las fuentes. El cambio es básicamente ornamental y se emplea sólo en tamaños medianos o grandes (14 puntos en adelante), nunca en tamaños de texto porque resultan ilegibles.

**THORNE**  
HELVETICA

#### **La fuerza de cuerpo en la lectura**

El tamaño de los caracteres dentro del esquema lineal moderno se mide con el **punto tipográfico** (unidad mínima de medición tipográfica) que se basa en la *pulgada*, y cuyo submúltiplo es la *pica*.



1 pica = 12 puntos  
1 pulgada = 72 puntos  
1 pulgada = 6 picas

De acuerdo a lo anterior se pueden reconocer tres tamaños de lectura: para texto, cabezas y espectaculares.

#### **Texto (4-14 pts)**

Estudios realizados muestran que los tamaños óptimos de lectura son de 9 a 12 puntos, ya que de ser más grandes reducen la eficiencia en la misma.

En estos tamaños se debe considerar la relación proporcional que existe entre el cuerpo del tipo y el ancho máximo de la columna (*justificación*). Preferentemente una línea debe tener 10 y 12 palabras, o de 60 a 70 caracteres. Las líneas muy cortas provocan una percepción lenta y aumentan el número de pausas y cambios, en tanto las largas, impiden una continuación inmediata en la lectura ocasionando que se "pierda" el inicio de las líneas.

Estudios realizados muestran que los tamaños óptimos de lectura son de 9 a 12 puntos, ya que de ser más grandes reducen la eficiencia en la misma.

En estos tamaños se debe considerar la relación proporcional que existe entre el cuerpo del tipo y el ancho máximo de la columna (*justificación*). Preferentemente una línea debe tener 10 y 12 palabras, o de 60 a 70 caracteres. Las líneas muy cortas provocan una percepción lenta y aumentan el número de pausas y cambios, en tanto las largas, impiden una continuación inmediata en la lectura ocasionando que se "pierda" el inicio de las líneas.

### *Cabezas (15-72 pts)*

El empleo de estos tamaños en soportes propios para una lectura cercana como libros, periódicos, revistas y folletos, es adecuado para frases breves y líneas cortas.

# Notas

## **EL SECUESTRO DE LOS HIJOS DE CHRISTY** Relatado en el libro de Betty Mahmoody

Cinco años después de narrar en el libro "Nunca sin mi hija", su fuga del Irán fundamentalista, con su hija Mahtob, la autora Betty Mahmoo-

### *Espectaculares (72 puntos en adelante).*

Su uso es para textos y cabezas a distancia. Actualmente se cuenta con una tecnología que permite ampliar los caracteres a tamaños muy grandes sin que sufran ningún tipo de deformación o falta de nitidez y acabado.

### **La percepción de la forma**

Desde hace más de 200 años, investigadores y diseñadores han realizado una serie de estudios en torno a la manera de lograr una comunicación lo más directa posible a través de la palabra impresa. Las primeras investigaciones al respecto fueron realizadas por Anisson en París, en 1790.<sup>70</sup> Los estudios continúan aún, debido a que los medios por los cuales

la palabra se reproduce se han ido transformando, y con ellos, la manera en que ésta es percibida.

Algunos de los puntos más sobresalientes en torno a la percepción de los signos impresos son:

### *Mayúsculas y minúsculas*

Tinker<sup>71</sup> en 1928 obtuvo de 10 exámenes realizados sobre la legibilidad de las letras mayúsculas, que la A y la L eran las de mayor aceptación; que la B G y Q, en la mayoría de los casos se confundían con la R C y O, respectivamente; y la M con la W, algunas veces.

En relación a 15 minúsculas determinó que las de legibilidad amplia son la d m p q w; media, la j r v y x; y baja, c e i n l.

Consideraba que hay factores que influyen para que la percepción individual disminuya, como es el uso de serifs largos y pesados, al igual que el tamaño mismo de los caracteres.

La m y la w son más perceptibles que la i y el l, y es favorable el espacio interior en algunas letras como la b d k p g.

Breland & Breland, Paterson & Tinker y Starch coincidieron que un texto compuesto en mayúsculas se lee mucho más despacio que uno compuesto en minúsculas, además de que ocupa de un 40 a un 50% adicional de área, lo que provoca que el número de palabras percibidas se reduzca.<sup>72</sup>

Roethlein<sup>73</sup> por su parte, en 1912 marcó el grado de legibilidad de las mayúsculas romanas por medio de una distancia controlada. El orden de percepción fue el siguiente:

WMLJIATCVQPDOYUFHXGNZKERBS

70 *Ibid.*, p.6

71 *Ibid.*, p.25

72 *Ibid.*, p.30

73 *Ibid.*, p.25

Luckiesh lo hizo con las mayúsculas sans serif:  
A I J L T M W V X C U K O Q F P Y D Z E N R S G H B

Messner<sup>74</sup> en 1903, analizó de cerca las letras de caja baja y las agrupó en cuatro categorías de acuerdo a las líneas que las componen. Las que tiene ascendentes predominan y permiten un reconocimiento más inmediato.

- |                      |                     |
|----------------------|---------------------|
| 1) Líneas verticales | f h i j l m n r t u |
| 2) Líneas curvas     | a c e g o s         |
| 3) Composición mixta | b d p q             |
| 4) Líneas diagonales | k v w x y z         |

La apariencia final de una palabra está determinada por las letras que la integran. Las más legibles y equilibradas son aquellas que presentan igual número de rectas y curvas.

Cattel<sup>75</sup> marcó el orden de distinción de las letras de caja baja.

d k m q h b p w v l j t v z r o f n a x y e i g c s

Las letras más difíciles de percibir son la g s c x, en tanto la f i j l t se confunden entre sí mismas. Estaba a favor de abandonar el punto de la i, y emplear otro signo para el l.

En torno a los estudios de Goldscheider y Müller "*algunas letras y sus combinaciones son especialmente importantes para el reconocimiento de las palabras*",<sup>76</sup> tal es el caso de las vocales cuya función principal es la del enlace de las consonantes y a su vez de las sílabas. Las consonantes al proyectarse arriba o abajo de la línea base contribuyen en mayor medida a dar forma a la palabra.

Zeitler<sup>77</sup> a ese respecto reforzó que ascenden-

tes y descendentes permiten un reconocimiento favorable, en tanto que las letras que carecen de ellos, como las vocales y las consonantes pequeñas, son menos perceptibles.

### **Palabras**

Mediante la unión de caracteres es posible generar palabras y con ellas ideas. Difícilmente los tipos se perciben o se ven como formas aisladas.

Tinker señaló que la palabra impresa no tiene un significado, son símbolos que se colocan para significar.

*La percepción de la palabra escrita se basa en identificar y reconocer...para entender la idea de la palabra símbolo impreso, nosotros debemos tener una apreciación de la experiencia de lo que connota.*<sup>78</sup>

Las palabras se perciben en grupos, con movimientos muy rápidos a lo largo de una línea, por lo que en un buen arreglo tipográfico se evitan regresiones continuas que entorpezcan la lectura.

La percepción se dificulta en aquellas personas que no leen con frecuencia, así como en el grado de dificultad del material impreso (fórmulas, ecuaciones, palabras no familiares o en otro idioma). En cada pausa el lector adulto puede leer líneas de 30 letras, y pasar a 3 o 4, de no reconocer alguna.

La lectura normal se hace por palabras completas, que un lector maduro puede reconocer de inmediato ya que cuenta con un "banco de palabras", siendo capaz de percibir de 250 a 300 por minuto. De no reconocer alguna el sonido puede ayudar a comprenderla, pero si después de pronunciarla no se

74 *Ibid.*, p. 14

75 *Ibid.*, p. 25

76 *Ibid.*, p. 14

77 *Ibid.*, p. 16

78 *Ibid.*, p. 18

entiende, tampoco se percibe.

### Números

También llamados figuras, fueron estudiados por Tinker<sup>79</sup> en 1930. Demostró que a una distancia determinada, los de *estilo antiguo* (ubicados arriba y abajo de la línea base) son más perceptibles que los *modernos* (colocados sobre la línea base), pero que en la lectura normal ambos son leídos con la misma facilidad y velocidad. Entre los menos legibles se encuentran el 3, 5, 8 y 2.

Como formas independientes el orden de legibilidad es el siguiente:

Estilo moderno	7 4 1 6 9 0 2 3 8 5
Estilo antiguo	7 4 6 0 1 9 3 5 2 8

Colocados en grupos el orden es:

Estilo moderno	7 1 4 0 2 9 8 5 6 3
Estilo antiguo	8 7 6 1 9 4 0 5 3 2

Berger<sup>80</sup> se percató de que la legibilidad de éstos aumenta en relación a su ancho.

Burt<sup>81</sup> reportó que los números de estilo antiguo colocados en grupo provocaban duda, en tanto los de estilo moderno eran más apropiados para niños. Aseguraba que la percepción de las formas numéricas resulta difícil en comparación con las mismas palabras, porque la lectura es dígito por dígito.

Terry<sup>82</sup> anotó que la lectura del 7 requiere de cinco pausas. Perry<sup>83</sup> en 1952, indicó que los números arábigos son leídos con mayor facilidad que los romanos, ya que del 1 al 9 existe un 50% más de rapidez.

### Signos de puntuación, adicionales y de unión

Estos signos varían en diseño y aplicación de un país a otro.

Prince<sup>84</sup> reportó que las personas de poca visión, en muchos casos, presentan dificultad para distinguir el punto de la coma. Recomendó que su tamaño debería ser de un 30% en los puntos y de un 50% en las comas de la altura total de la minúscula "o".

### LA IMAGEN

*La imagen es la materialización, en un soporte generalmente en forma plana (dos dimensiones) de un fragmento de la realidad tridimensional, cuyo contenido suele ser identificable.*<sup>85</sup>

Por otra parte en un sentido menos técnico, la imagen es concepto u opinión subjetivos en torno a todo aquello que pueda ser percibido por los cinco sentidos del ser humano.

Durante todos los tiempos la imagen ha sido parte importante en la representación de ideas y pensamientos. Hablando específicamente de soportes impresos, puede reforzar al texto o ser el elemento de mayor importancia.

En los manuscritos de la antigüedad (Edad Media), principalmente aquellos de ciencias naturales y medicina, las ilustraciones adquirieron mayor grado de desarrollo debido a que las cualidades del pergamino eran idóneas para ello. Asimismo, las iniciales o capitulares hechas a base de *minio* y oro, tuvieron una atención y una ornamentación especial consiguiendo resultados muy prolíficos.

79 *Ibid.*, p.31

80 *Idem*

81 *Idem*

82 *Ibid.*, p.34

83 *Idem*

84 *Idem*

85 MARTÍNEZ de Sousa José, 1981a, *op. cit.*  
p.239

A la llegada de los primeros libros impresos se pasó del dibujo de imágenes hechas a mano, a la impresión xilográfica. Albrecht Pfister fue el primer impresor que publicó un librito con grabados en madera, el *Edelstein* o "Piedra preciosa" (1461), siendo la primera publicación en la cual la función de las ilustraciones no era únicamente decorativa, ya que explicaba y reforzaba de manera directa al texto.<sup>86</sup>

*Llevan consigo el germen del arte del grabado en madera alemán, que tal esplendor alcanzaría unas décadas más tarde teniendo como los más grandes representantes a Durero y a Holbein, y que en Italia se dirigiría por nuevos caminos.*<sup>87</sup>



**IZQUIERDA.** Alberto Durero, Danza de un campesino y una campesina, 1514, grabado al buril.

<sup>86</sup> DAHL Svend, 1985, *Historia del libro*, p.59  
<sup>87</sup> *Ibid*, p.p.103-104

La autonomía de las ilustraciones se fue haciendo presente con el paso del tiempo, en tanto las posibilidades de composición se ampliaron mediante técnicas y materiales nuevos.

El arribo de la fotografía durante el siglo XIX, hizo que en sus comienzos desplazara a la ilustración y a cualquier tipo de reproducción de imágenes que no se realizara mediante procedimientos mecánicos. La fotografía permitió una mayor rapidez de producción, ajuste y homogeneidad en los elementos compositivos de la página. Lo más determinante fue el acercamiento a la realidad de una forma objetiva con la que la ilustración no podía competir.

Si bien el uso y la importancia de la ilustración no se ha perdido, se continúa manejando con un enfoque conceptual en un campo en el que la fotografía a su vez tampoco puede competir, a excepción del fotomontaje. Su aparición resulta mucho más justificada ya que funciona como una contribución personal al texto, siendo este detalle humano-emotivo el que crea un ambiente diferente dentro de la composición, capaz de revelar una emoción o un pensamiento a través de la metáfora.

Hoy en día, la fotografía dentro de la revista moderna colabora y complementa al texto (tal como en los inicios) ajustándose a los materiales, equipo y técnicas actuales. También puede servir como textura de fondo, como componente dinámico de la forma o como unidad de puntuación visual. Es capaz de contar una historia, proporcionar información, crear contraste, dinamismo, dramatismo y atraer la atención de los lectores. La *fotografía editorial*, en especial, se ha esforzado porque todas esas características se resalten y exploten al máximo.

El diseñador tiene la posibilidad de manejar la imagen con toda libertad y así comunicarlo a su colaborador inmediato, ilustrador o fotógrafo. Debe existir una amplia comunicación, ya que en muchos casos es lo que permite hacer visible las ideas que el diseñador tenga en mente.

La imagen es un elemento que se encuentra estrechamente ligada al texto. El manejo que se haga dentro de una composición permitirá "*trascender la apariencia humana normal y proveer de una belleza idealizada que no existe en la vida normal*".<sup>88</sup>

## EL FORMATO

Las palabras y las imágenes se integran en una superficie o *formato*.

*Tamaño de un impreso, ya sea en relación con el número de hojas por pliego, ya considerando la relación de altura y anchura de la página, ya sólo la altura.*<sup>89</sup>

A su vez el formato está dividido en zonas o espacios mediante una *caja tipográfica*, con una diagramación particular que en muchos casos llega a ser parte identificadora de una publicación. La caja tipográfica es la parte que "no se ve" y sin embargo, se percibe todo el tiempo.

El formato de trabajo se determina en gran medida por los tamaños de papel existentes en el mercado,

sujetos a su vez, a la capacidad de la maquinaria disponible.

Pueden haber revistas que manejen formatos especiales y diagramaciones muy particulares. En esos casos las cuestiones de financiamiento son determinantes para cubrir los costos que algo semejante implica. Y es precisamente por el presupuesto y por cuestiones técnicas, que resulta redituable analizar las necesidades y los alcances que se esperan de una publicación. El campo del diseño editorial es tan vasto, que las opciones que brinda van más allá de espacios novedosos.

*El concepto de diseño editorial está reunido en palabras, imágenes y condiciones técnicas, para la secuencia y continuidad de ideas diversas que dan solución concreta a un problema específico de comunicación, dirigido a un público perfectamente definido.*

La manera de integrar todos y cada uno de esos elementos es mediante el contraste: por **tamaño** (grande-chico), por **eje** (vertical-horizontal), por **espacio** (lleno-vacio), por **color** (blanco-negro) y por **textura** (uniforme-irregular). En su conjunto, se obtienen planos, volúmenes, jerarquía, ritmo y continuidad, para una interacción entre el lector y el mensaje, de manera directa y efectiva.

Resulta interesante comprobar que de no manejar este elemento las posibilidades de diseño se reducen de manera sorprendente, por no decir que no existen.

<sup>88</sup> MEGGS Philip, 1989, *Type and image*, p. 19

<sup>89</sup> MARTÍNEZ de Sousa José, 1981a, *op. cit.*  
p. 185

### 1.3.1. Elementos tipográficos en la revista moderna

El análisis de la percepción de las formas tipográficas nos ayuda a reconocer el manejo en la jerarquización de las palabras dentro de la revista moderna. La estructura que ha desarrollado la tipografía impresa durante los últimos cinco siglos ha establecido papeles y funciones que el lector actual entiende intuitivamente. Esa conformación de elementos apareció en una época temprana en la historia de la impresión tal como se puede observar en el volante alemán que proclamaba una indulgencia, impreso hacia 1530.<sup>90</sup> En el impreso ya se puede ver el uso de algunos elementos tipográficos, tales como:

- 1 *Título*
- 2 *Subtítulo*
- 3 *Pie de foto*
- 4 *Cuerpo de texto*
- 5 *Titulillo*
- 6 *Firma*

DERECHA. Volante alemán, 1530.

<sup>90</sup> *Ibid.*, p. 17

Los mismos elementos encontrados en ese volante se siguen empleando hasta la fecha, su uso se ha generalizado, en tanto sus funciones se han establecido y especificado cada vez más; otros se han de-

sarrollado a partir de los primeros. Algunos de los más empleados actualmente, y que se han extraído de algunos interiores de las revistas *Vogue* y *Vanidades*, son los siguientes:



**Título (cabeza)**

Es la parte con mayor significado para la jerarquización de información dentro de una o dos páginas. Predomina por tamaño y ubicación, lo que indica al lector que es

la información primaria. Introduce concretamente al texto general e invita a la continuación de su lectura. Dos de cada 10 personas que leen la cabeza leen todo el artículo.<sup>91</sup>

#### **Subtítulo**

Se distingue del título por manejar un tamaño menor, ya que es una información subsecuente, pero no menos importante. Breve y conciso permite aclarar y reforzar al primero.

#### **Titulillo**

Es una unidad tipográfica colocada dentro del texto, da intervalos de espacio y lo divide en secciones. Rompe la mancha tipográfica y hace que el texto resulte menos abrumador agilizando la lectura.

#### **Texto**

Es el cuerpo del artículo, la mejor fuente de información escrita, y por consiguiente la parte más amplia dentro de la página. Su cambio se da por puntaje y ubicación dentro de columnas tipográficas que se pueden interrumpir por titulillos, dando de esa manera pausas y descansos en la lectura. Cuando se lee el texto es porque de alguna manera se tiene un interés en el tema, o bien, porque se busca aclarar aún más la información dada por la cabeza o las imágenes.

#### **Pies de foto**

Es la explicación o descripción de las imágenes que se presentan. Por el tamaño y la ubicación cercana a las mismas, su función resulta infundible.

#### **Balazos y etiquetas**

Son extractos breves del texto principal, que sirven como punto de apoyo para reconocer la idea general. Se destacan por tamaño, peso o cambio de fuente. En algunos casos se emplean formas de color o fondos que envuelven a la tipografía.

#### **Bajadas**

Es un resumen introductorio del texto principal. De manera muy breve se dice lo esencial del contenido.

El tamaño mayor que se emplea en la formación de bajadas es de 14 a 20 puntos, sin llegar con ello a ser cabezas propiamente. En el caso de las bajadas es factible recurrir a esos puntajes debido a que la información que normalmente manejan es poco extensa. Por otro lado, no siempre se manejan tamaños grandes, también se recurre a distintos arreglos, a un interlineado amplio o a una ubicación dentro del formato que resalte dentro de la mancha tipográfica.

#### **Accesorios**

Son los créditos y notas. La colocación de la firma identifica a la persona u organización que se hace responsable de la información dada. Generalmente se coloca al término del artículo, sin tomarse como una regla, pues hoy en día existe gran flexibilidad en el diseño.

#### **Marcas de orientación**

Los folios y símbolos de girar la página se emplean a lo largo de toda la publicación.



Titulo

Subtitulo

Balazo

Bajada

# in vogue A rare bird

Celia Birrell is a brilliant colourist whose bold fabrics and chic, informal style have become a byword for relaxed good taste. By Candida Lycett Green

**C**elia Birrell was always something of a rebel. Her husband, the actor Nigel Dwyer, was a brilliant party animal, and she was always the one to be seen at the party. She was a brilliant party animal, and she was always the one to be seen at the party. She was a brilliant party animal, and she was always the one to be seen at the party.

She was a brilliant party animal, and she was always the one to be seen at the party. She was a brilliant party animal, and she was always the one to be seen at the party. She was a brilliant party animal, and she was always the one to be seen at the party.



Artificios de orientación

Cuerpo de texto

Pie de foto

Título

Pie de foto

Bajada

Subtítulo

Titulillo

Cuerpo de texto

Accesorios

Artifcios de orientación

# viewpoint

## Dating, with children

What do you do when your three-year-old wants to get into bed with you and your new boyfriend? Or when his daughter tells you to go home? **Louise Churn** on a modern dilemma

**W**hen you finally decide to get together with a new partner, you may find yourself in a bit of a predicament. This is especially true if you have children.

There are two distinct stages of the process. First, you have to get your partner to agree to live with you. This is often the easier part, as most men are willing to do this. The next stage is to get your partner to agree to live with you and your children.

I have shared with my children, but the boys are still a bit wary of the new man. They are still a bit wary of the new man. They are still a bit wary of the new man.

It is not just the boys who are wary of the new man. The girls are also a bit wary of the new man. They are still a bit wary of the new man.

"There is a lot of talk about the 'new man' who is supposed to be a better man than the old man. But in reality, the new man is just a man who is trying to be a better man than the old man.

There is a lot of talk about the 'new man' who is supposed to be a better man than the old man. But in reality, the new man is just a man who is trying to be a better man than the old man.

of her own of such a young man, for the first time in her life. She had never before, carrying her children on her shoulders, playing football with them. He was the only one of her kind. She was the only one of her kind. She was the only one of her kind.

When you go out with a young man, and he is not a good man, you are in a bit of a predicament. This is especially true if you have children.

When you go out with a young man, and he is not a good man, you are in a bit of a predicament. This is especially true if you have children.

When you go out with a young man, and he is not a good man, you are in a bit of a predicament. This is especially true if you have children.

**You have your children, but that doesn't prevent you from having a good time. Probably a good time with your kids. You have your kids, but that doesn't prevent you from having a good time.**

When you go out with a young man, and he is not a good man, you are in a bit of a predicament. This is especially true if you have children.

When you go out with a young man, and he is not a good man, you are in a bit of a predicament. This is especially true if you have children.

When you go out with a young man, and he is not a good man, you are in a bit of a predicament. This is especially true if you have children.

Titulo

Subtitulo

Bajada

Etiqueta

Cuerpo de texto

Artificios de orientacion

## Capítulo 2

---

*Metodología para el establecimiento  
de la dirección editorial y los criterios tipográficos  
en una publicación periódica*

---

## 2.1. DEFINICIÓN DEL CONTENIDO

# L

a revista es un soporte de comunicación masiva que responde al trabajo realizado por un grupo de personas. La conformación interna y el número de integrantes varía en cada caso dependiendo de los recursos y las necesidades que se presenten al momento de iniciar un proyecto. En ocasiones, algunas funciones son realizadas por un equipo de trabajo o un departamento específico; en otras, una sola persona puede realizar el trabajo de dos o más, o bien tener papeles mínimos o únicos.

El *editor* como *individuo*, *equipo de trabajo* o *instancia institucional* juega uno de los papeles más importantes en la distribución de funciones que cada uno de los miembros tiene que desempeñar.

*El editor es la persona que concibe el sentido de la información que se va a concentrar en una revista, periódico, suplemento, etc. Lo ideal es que los diseñadores elaboren sus soluciones visuales siguiendo las líneas que el editor ha marcado previamente. En pocas palabras el diseño editorial es una labor de equipo, y no de una persona, donde intervienen especialistas en distintas disciplinas, como fotógrafos, ilustradores, escritores, diseñadores, correctores y otros, pero todos con un mismo concepto para llegar a un resultado satisfactorio.<sup>1</sup>*

El análisis que a continuación se desprende en torno a la conformación de un grupo con el cual es posible iniciar un proyecto editorial, gira precisamente alrededor del *editor*, quien sostiene todo un proyecto, la dirección y la permanencia del mismo. Es conveniente aclarar que un *cliente* (no confundirse con un editor) que desea iniciar una publicación, no necesariamente forma parte del grupo editor, ya que de ser ese el caso, lo que proporciona básicamente es el dinero.

La relación de trabajo dentro del grupo editor para el desenvolvimiento del proceso que implica el surgimiento y desarrollo de una nueva publicación, se representa en el siguiente cuadro.

<sup>1</sup> Cit. pos. Mauricio Rivera, *Libros y revistas de la ENAP*, no.2, noviembre de 1987.

**EDITOR**

Individuo, grupo o instancia institucional

Director de arte  
Comisión editorial  
Depto. de corrección  
Diseño  
Fotografía  
Ilustración

(\* la conformación es variable)

es el que determina:

**1 DIRECCIÓN EDITORIAL**

Estilo  
Perfil  
Tono

**POLÍTICA EDITORIAL**

+ Asociación que emite el mensaje:

**2 CRITERIOS EDITORIALES**

Manejo de elementos tipográficos e imágenes

**TIPO DE PUBLICACIÓN (contenido)**

+ Tratamiento de palabras e imágenes de acuerdo a:

**TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN**

+ Diseño de la revista:

Institución, empresa, grupo

→ Qué, a quién, cómo

→ Formato, diagramación, composición, color, tiraje-impresión

+ Con una inversión X se busca una respuesta Z

↓  
**REVISIÓN DE MATERIAL SIMILAR EXISTENTE**

**COSTOS DE UNA PUBLICACIÓN**

Pago a colaboradores  
Equipo y materiales

**MECANISMOS DE FINANCIAMIENTO**

Publicidad, Subsidio, Patrocinio

De manera particular las *funciones del editor* que hacen posible delimitar áreas de trabajo, tiempos de producción y sobre todo, el tratamiento a dar en la información, son las siguientes:<sup>2</sup>

- 1) Crear proyectos editoriales.
  - 2) Costear y posibilitar el proceso editorial (o alguna de sus partes): de la creación de un proyecto editorial a la difusión y distribución de un proyecto acabado (*publishing house*).
  - 3) Seleccionar dictaminador o integrantes de la comisión dictaminadora editorial (*publisher*).
  - 4) Establecer contrato editorial con el autor (*chief editor*).
  - 5) Buscar y localizar manuscritos y otros materiales para ser publicados ("sabueso editorial", a la cacería de textos o de autores) (*acquisitions editor*).
  - 6) Seleccionar manuscritos (función de dictaminador aplicar criterios de calidad o económicos, o el balance entre ambos).
  - 7) Pulir manuscritos (estructura y extensión; corrección de estilo).
  - 8) Elaborar materiales de estudio que acompañen una edición crítica: fijación del texto, glosarios, recopilación de trabajos de análisis académico, notas al pie, estudio de materiales genéticos, estudios de intertextualidad, problemas de traducción, bibliografía comentada y elaboración de otros materiales ecodóticos.
- El inciso 4, 5, 6, 7 y 8 pueden ser realizados por un individuo o por un "departamento técnico" o "comité editorial", coordinado por el editor en jefe (*chief editor*).
- 9) Decidir y marcar las características tipográficas de un manuscrito (formato, tipo y tamaño de letra, in-

terlineado, etc).

#### 10) Imprimir un manuscrito.

Dentro de la conformación global sobresale la participación de un *director de arte*, que de acuerdo a lo establecido por el editor es el encargado de coordinar, dirigir e intuir el trabajo del resto de los integrantes para dar un carácter particular a una publicación. Y la de un *corrector de estilo*, encargado de cuidar la redacción, la ortografía y la sintaxis de las palabras.

Por otra parte, el *fotógrafo* y el *ilustrador* trabajan más directamente con el diseñador (que a su vez atiende los parámetros básicos marcados por el editor) para determinar la solución de tomas o dibujos. Su participación se determina de acuerdo al tipo de publicación, ya que en algunos casos la imagen predomina sobre el texto.

Por último, el *diseñador* es el que integra, ordena y da solución al problema de comunicación gráfica para hacer posible su visualización.

Cada miembro y sección se encuentran en estrecha relación, su participación es de gran importancia para conseguir una solución óptima. Sin bien, lo anterior tiene todas las posibilidades de cambio, dependiendo todo el tiempo de los fines que se persigan.

*El inicio de un nuevo proyecto implica establecer los objetivos básicos y la función primordial del mismo. Esto se consigue a través de la definición del perfil, el estilo, el tono, el flujo* (dirección editorial) *y los criterios tipográficos a manejar. Para lo cual se debe considerar la política editorial de quien publica, el tipo de mensaje a generar para un receptor dado y el tratamiento a dar de ese mensaje para su mejor percepción.*

2 ZAVALA Lauro, 1990, *El dictamen editorial -Un modelo para armar-*, publicado originalmente en un libro colectivo: *La edición de libros universitarios*, UNAM.

### 2.1.1. Política editorial y orientación de una revista

La orientación inicial de una revista se encuentra determinada por el tipo de grupo que va a emitir el mensaje. Dicho grupo establece directamente *qué* información dar, *a quién* y *cómo hacerlo*, con una finalidad y una respuesta específica a cambio. De lo cual, se reconocen tres tipos de asociaciones:<sup>3</sup>

**Insitución.** Corresponde a todas aquellas asociaciones que buscan primordialmente informar, orientar, instruir o ayudar, y que esperan una *acción* como respuesta.



**IZQUIERDA.** Revista de la Universidad de México, enero-febrero 1994.

**DERECHA ARRIBA.** Revista médica, diciembre 1993.

**DERECHA ABAJO.** Publicación El arcabuz, 1991.

<sup>3</sup> Una revista es híbrida, ya que en este caso, no se pueden separar los grupos de manera tajante. Para conseguir la permanencia de una publicación existe la posibilidad de recurrir a diversas estrategias, por lo que la línea inicial se puede dividir o apoyar en una u otra alternativa según se requiera.

característica es notable cuando se analiza el contenido de una revista y la inserción de anuncios rebasa a la información misma.

En este caso, una publicación es redituable por el pago de los anunciantes, no por el consumo que haga de ella el público.



**Grupo.** En casos menos comunes se reúnen grupos independientes que no buscan llegar a un público determinado u obtener una respuesta específica a cambio, lo que desean es crear un medio particular como espacio de expresión.



**Empresa.** Como asociación o de manera independiente, se persigue la solución a un problema de comunicación mediante la persuasión. El fin es básicamente lucrativo, mucho mayor que en cualquier otro caso. Esta



## 2.1.2. Especificación del tipo de publicación a realizar

**E**l reconocer el tipo de asociación emisora de un mensaje determinado, permite a su vez establecer la dirección y los criterios editoriales del contenido mismo de la revista para dirigirse a un usuario específico.

### DIRECCIÓN EDITORIAL

La dirección editorial es el resultado del análisis del tratamiento de las palabras e imágenes por parte de un grupo emisor, en relación directa con el usuario. Existen cuatro puntos para su definición:

**Estilo.** Es la proyección del carácter propio de una revista. Dicho en otras palabras, es la manera de abordar y encauzar un contenido *-objetivo y externo-* con un tratamiento particular *-subjetivo-*, de un grupo emisor responsable, y en especial de aquel que escribe.

**Perfil.** Es la relación de las características, o los puntos más sobresalientes que representan una generalidad común en un grupo determinado de personas, a quienes se dirige una información específica.

**Tono.** Es el rostro del estilo. Es el tratamiento general o común que identifica y unifica a todas las partes del cuerpo total de una publicación.

Algunas de las principales áreas sobre las cuales se puede desarrollar una publicación son: arte, cultura, ciencia, labores, deportes, modas, música, política, sociales y sucesos llamativos o amarillistas. De las cuales, su tono puede ubicarse en cualquiera de los siguientes puntos, con las combinaciones y extensiones que a su vez se puedan hacer de ellos:

moderno - conservador  
juvenil - austero  
estático - dinámico  
formal - informal  
ligero - denso  
conciso - redundante  
verídico - fantástico  
confiable - casual

**Flujo.** Es el movimiento, el ritmo, la secuencia y la dinámica de los elementos compositivos, recursos y estrategias visuales que se traducen directamente en palabras e imágenes.

### CRITERIOS TIPOGRÁFICOS

Es la definición de todos los elementos tipográficos de las partes que conforman una publicación (portada, artículos, etc.) Los puntos a establecer son:

#### Texto

1. Tamaño del tipo e interlínea.
2. Fuentes.

- 2.1. Variantes.
- 3. Uso y ubicación de altas y bajas.
- 4. Extensión y posición de pies de foto.
- 5. Uso de folios, signos de girar la página y cualquier otro elemento adicional.
- 6. Funciones de columnas.
- 7. Justificación mínima y máxima, según función.
  - 7.1. Tipo de arreglo.
- 6. Profundidad máxima en las columnas.
- 7. Espacios entre título-texto, subtítulo-texto, titulillo-texto.
- 8. Número de páginas (16, 32, etc.)

### **Imagen**

- 1. Tipo de imagen.
  - 1.1. Fotografías (estática, en movimiento, de estudio o en locación, etc.)
  - 1.2. Dibujos e ilustraciones (técnica, acabados y especificaciones particulares)
- 2. Tamaños o formatos.
  - 2.1. Encuadre (página completa, media, un cuarto, sangradas, etc.)
- 3. Empleo del color.
  - 3.1. Blanco/negro, selección de color.

## **2.1.3. Cuestionamiento para el tratamiento de la información**

**E**s conveniente considerar el tipo de lector al cual se va a dirigir el mensaje para establecer los criterios tipográficos. Un niño, un adulto y un anciano, por ejemplo, perciben las imágenes y la tipografía de muy distinta manera. Por lo que para redondear la información, hay que cuestionarse los siguientes puntos:

### **¿Qué es lo que voy a comunicar?**

Establecer el tipo de mensaje que va a integrar una revista a través de temas y secciones, es considerar más que una generalidad (decir modas, cocina, deportes, etc.), es dirigirse exactamente hacia las particularidades y las variantes entre el contenido y la forma para obtener un carácter propio. Mediante esta definición es posible llegar y abordar al público de manera distinta a cualquier otra.

Un mensaje a dar se divide básicamente en tres modalidades, con sus posibles combinaciones en grados variables:

**Informar**  
**Entretener y/o**  
**Persuadir**

### ¿A quién voy a dirigir el mensaje?

Al generar un mensaje, éste va a dirigirse a un grupo específico, ya que no se puede emitir información y esperar a que cualquiera la reciba. Es necesario saber exactamente a quién va encaminada para establecer a su vez el lenguaje y los medios para hacerlo.

La edad (niños, adolescentes, adultos, ancianos), el sexo (femenino, masculino, homosexuales, lesbianas), el nivel socio-económico (alto, medio, bajo) y el nivel cultural (estudios básicos, medios, superiores) son algunos de los principales puntos para reconocer el público con el cual se trabajará.

Determinar el tipo de público indica la manera de crear y generar un diálogo particular de *palabras-imágenes-lector*.

### ¿Cómo voy a dirigir el mensaje?

Determinar el cómo es determinar el *tratamiento de esa información*. Este punto va en relación directa al qué.

¿Cómo informar?

¿Cómo entretener?

¿Cómo persuadir?

Al llegar a este cuestionamiento, hay que reunir los resultados con todas las conclusiones anteriores, para dar paso a las primeras propuestas gráficas o bocetaje inicial.

## TRATAMIENTO DEL MENSAJE

Existen dos enfoques básicos en torno a la manera de proyectar un mismo mensaje.

**Perceptivo-subjetivo.** El grupo editor tiene la facultad de dar el matiz o el "rostro" a un suceso cualquiera de acuerdo a lo que su política interna marque y a lo que el grupo receptor específicamente busque.

Esto es, un mismo suceso, actividad o área se puede exaltar, minimizar, enfocar o manejar en una forma determinada, en el grado y la medida requeridos. Lo que puede provocar percepciones diversas, en muchos casos, de una misma información.

A su vez, el lector busca y encuentra en ese soporte impreso aquello que desea leer y ver (no hay que pasar por alto que una publicación debe tener perfectamente definido a su público). La relación editor-lector se retroalimenta por sí misma.

**Técnico-visual.** El público a quien se dirige el contenido general de una revista marca el tratamiento técnico y visual que haya que darle a cada elemento que intervenga en la conformación.

La información global dada con imágenes y texto se enfoca de manera específica y gradual en cada una de ellas según el caso, de lo que se obtiene: 1) que la imagen predomine sobre el texto, 2) que el texto predomine sobre la imagen o, 3) que exista un balance proporcional entre ambas.

Esta relación entre palabras e imágenes se observa en todas las publicaciones, en donde el tratamiento de los elementos puede llegar a ser totalmente opuesto.

Un conteo aproximado de caracteres e imágenes se hizo en las revistas *Eres*, *Universidad de México*, *Vogue* y *Vuelta*, y con él, se puede observar que es posible dar un uso diametralmente opuesto a los mismos elementos.

	Caracteres p/página aproximados	Fotografías p/número aproximadas
<b>Éres</b>	1100-2300	175-180
<b>Universidad de México</b>	2300-2800	30-40
<b>Vogue</b>	2900-3200	200-220
<b>Vuelta</b>	2600-3360	10-20

## 2.1.4. Revisión de material similar existente

**E**ste inciso, aunque de alguna manera es un tanto independiente para la solución de un problema de comunicación gráfica, ayuda a encauzar, aún más, la solución que se quiera dar al diseño de una revista.

Antes de proyectar cualquier idea se deben analizar otras publicaciones que estén circulando en el mismo mercado al cual se piensa entrar. La revisión de material permite:

- 1) Ver el tipo de tratamiento empleado (no para hacer una copia del mismo, sino para encontrar una manera diferente de abordar, posiblemente, los mismos temas.
- 2) No caer en soluciones demasiado vistas, ni tampoco en soluciones que por novedosas sean incosteables, y finalmente,
- 3) Hacer un diseño totalmente propio que no remita a otros ya creados.

## 2.2. COSTOS DE UNA PUBLICACIÓN

**E**

l dinero que se dispone para costear el surgimiento y la permanencia inicial de una revista es un factor que se debe tener presente en todo momento.

Una publicación, cualquiera que sea, debe ser lo suficientemente financiable para poder sostenerse en el mercado al cual entrará a competir. Si se esperan ganancias económicas elevadas o no, lo realmente importante es conseguir un tiempo de vida lo más extenso posible, con la única condición de que su venta "pague" todo el proceso.

Esto sobre la marcha a veces resulta difícil de conseguir; una idea puede ser excelente pero eso no garantiza su permanencia.

Un factor importante y en ocasiones decisivo

para que una revista se mantenga en circulación es el apoyo que se puede conseguir a través de otros medios de difusión como la televisión o la radio, que cuentan con amplias coberturas. De hecho, hay publicaciones que se sostienen principalmente por el apoyo que brindan los medios, más que por su contenido (tal puede ser el caso de la revista *Eres*). Otras en cambio, surgen diariamente, circulan unos cuantos números y desaparecen casi inmediatamente en el anonimato total.

Si existe un estudio previo de los pros y contras de un lanzamiento, las posibilidades de permanencia son relativamente seguras, ya que quien acaba por decidirlo es el público.

### 2.2.1. Pago a colaboradores, equipo y materiales

**C**on un mínimo o un alto presupuesto en el inicio de un proyecto la inversión de tiempo, trabajo y costos es alta. El personal, el equipo y materiales, el pago a los primeros y la compra y mantenimiento de los segundos, son algunas de las partes que implican un gasto considerable. A lo anterior se debe sumar el, o los medios por los cuales se va a promover, mantener en circulación y en presencia de su público.

El equipo y los materiales (fotográfico, de composición e impresión) no necesariamente deben ser propios, pero es conveniente hacer notar que cada paso tiene un costo; desde la computadora o fotocomponedora hasta la prensa para impresión, con todos los materiales que a su vez demandan.

Actualmente, los equipos de autoedición brindan la posibilidad de ser editor, diseñador e impresor "en casa". Los costos se han reducido de manera notable tanto como el tiempo de producción, todo en relación proporcional al nivel de calidad y al tiro de impresión deseado.

### 2.2.2. Colaboraciones sin costo

**E**xisten colaboraciones que no requieren de una remuneración económica y con las cuales es posible obtener textos e imágenes de manera permanente. Tales son:

**Colaboraciones gratuitas.** Cuando la finalidad principal de una publicación se dirige hacia las de una *institución* o un *grupo*, las participaciones gratuitas son casi inmediatas.

No hay un pago propiamente para el colaborador eventual, pues lo que se solicita primordialmente es una aportación y ayuda de material para crear un nuevo espacio de difusión con determinadas finalidades.

En algunos casos, son precisamente los colaboradores quienes desean un espacio para mostrar su trabajo a un público establecido (por lo que no cobran), en un medio que cuente con una cobertura perfectamente definida.

**Intercambios.** Este proceso permite un beneficio para las partes que intervienen en el acuerdo. Se recibe material (textos, fotografías, ilustraciones, y en algunos casos papeles, tintas, etc.) de manera "gratuita" a cambio de un espacio para publicidad.

**Donaciones.** Esta es otra alternativa de la cual, aquel que otorga no espera obtener un beneficio particular por su participación.

### 2.2.3. Mecanismos de financiamiento

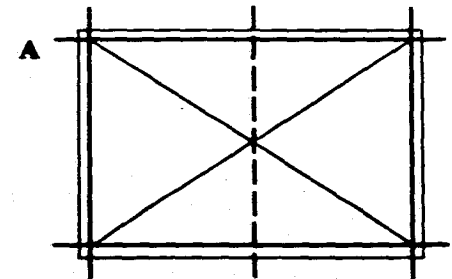
**L**a permanencia posterior a la aparición de una publicación es imposible de sostenerse de no contar mínimamente con un mecanismo de financiamiento. En ellos se ubican a todos aquellos recursos o medios que proporcionan un ingreso económico independiente de aquel que se obtenga del consumo mismo de la revista.

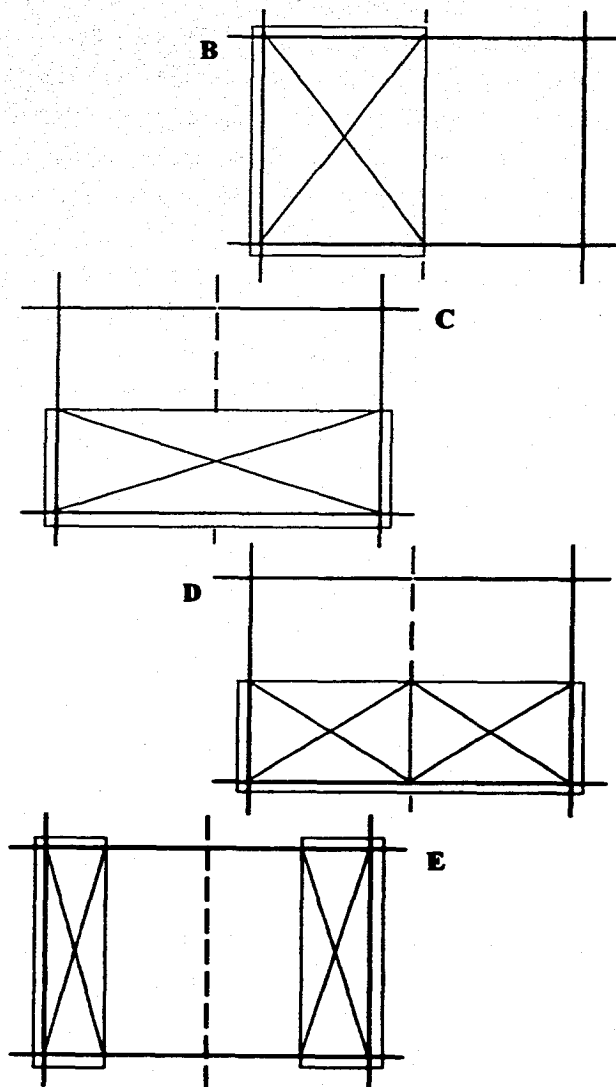
**Publicidad.** Es uno de los principales mecanismos por medio del cual es posible obtener dinero. Una publicación establece las áreas destinadas a ello, las dimensiones, la ubicación y el costo de cada espacio; así como el uso y lugar para medios tonos y selecciones de color.

Los formatos más usuales son:<sup>4</sup>

**A** *Dos páginas seguidas a la caja o rebasadas (interiores)*

**4** Folleto informativo de tarifas de la revista *Escola*.





**B** Una página a la caja o rebasada, 2a., 3a., y 4a. de forros o interiores.  
**C** Dos medias páginas rebasadas o a la caja.

**D** Media página derecha o izquierda rebasada o a la caja.

**E** 1/3 de página izquierda o derecha, únicamente en los lados laterales de la revista, rebasada o a la caja.

Al cliente se le proporciona información con respecto al tiraje, el precio de la revista al público (de ser gratuita debe indicarlo), la cobertura de lectores que abarca (en cantidad y lugares de distribución) y el perfil de los mismos.

A lo largo de todo el año, hay una fecha de cierre, una fecha de separación de espacio y una fecha límite de recepción de material. Los costos varían por el tamaño del formato, por alguna posición especial que se desee (porcentaje extra adicional) y por la frecuencia de aparición del anuncio (porcentaje de descuento).

Las cancelaciones tienen un recargo y los anuncios están sujetos a cambios de último momento.

Lo anterior es únicamente por la aparición del anuncio, ya que no se diseña ninguna idea. El cliente proporciona los negativos o las selecciones de color.

**Subsidio.** Es un ingreso o prestación extraordinaria realizada por un organismo que tenga especial interés en la aparición, circulación y permanencia de una revista. Ese interés surge de la necesidad de comunicación dirigida hacia un grupo específico. Informar, entretener y estar presente ante ese público son algunas de las principales finalidades.

El grupo editor es quien paga una parte o la totalidad del costo que implica todo el proceso de producción, recurriendo en ocasiones a la inserción de anuncios o a solicitar un pago por cada ejemplar. La recuperación de materiales es en muchos casos lo que mínimamente se persigue.

El nivel de **solución técnica** está dado en relación directa a la dirección editorial, al tiro requerido, la periodicidad, el volumen de información y el costo al público.

Ej: Nivel bajo. **Gaceta UNAM**

Se publica dos veces por semana / gratuita

Tiro: 30 000 / No. de páginas: 64



Formato: carta (21.5 x 28 cm)

Mantener informada a toda la comunidad universitaria de lo que acontece en la casa de estudios, requiere de un medio que una los diversos sectores y rebase las distancias tan amplias para su intercomunicación. La gaceta maneja una cantidad de información y un tiraje que no sería viable si la solución de diseño e impresión fuera más costosa. El papel es de los más económicos (papel revolución), hay selección de color sin una excelente impresión, no tiene un tipo de encuadernación especial y es gratuita. El ejemplar cumple su función informativa.

Ej: Nivel medio. *Los Universitarios*.

Publicación mensual / gratuita

Tiro: 20 000 / No. de páginas: 32

Formato: oficio (21.5 x 34 cm)

Esta publicación siendo aún gratuita cumple una función que va más allá de informar. Brinda un espacio para escritores, fotógrafos e ilustradores jóvenes o de cierto renombre. Su función primordial es dar un medio de esparcimiento cultural a la población universitaria.

El papel es de mejor calidad, de formato más amplio, menor número de páginas, a dos tintas, portada flexible y publicidad cultural en la cuarta de forros.

Ej: Nivel alto. *Universidad de México*.

Publicación mensual / costo: \$10.00

Tiro: 4000 / No. de páginas: 64

Formato: 21.5 x 30 cm

Con un subsidio proveniente del mismo órgano y con un pago por su adquisición, se consiguió un nivel

técnico superior. El papel es bond mediano, formato estándar, una tinta base y selección de color para un pliego interior, portada y cuarta de forros (estas se presentan en un papel más rígido). Hay un pago por su venta y un subsidio apoyado en una publicidad no muy amplia.

El grupo de lectores ya no se concreta al de la propia comunidad universitaria, sino a todo el público que acude a las librerías donde se distribuye. Es uno de los soportes por medio del cual la UNAM promueve el conocimiento a toda la población en general.

**Patrocinio.** Es el manejo total, con todo lo que esto implica, de la solución a dar a una publicación. El patrocinador cubre todos los gastos.

La diferencia primordial en relación al subsidio (que también se puede hacer cargo de todo el costo) es que *no siempre existe una necesidad de comunicación; es sobre todo, la seguridad de estar presente ante un grupo dado*. La inversión en muchas ocasiones puede ser media, alta o muy elevada, sin por eso esperar recuperar ganancias netas; tan sólo a veces se busca obtener un pago mínimo que cubra una parte del valor total.

Ej: *Vuelta*

Publicación mensual / costo: \$20.00

Tiro: 21 800 / No. de páginas: 96

Formato: 21 x 27 cm

El patrocinador no espera ganancias elevadas por la venta de la revista, lo que busca es brindar a una sociedad media alta, cultura a través de escritores de renombre a un costo relativamente aceptable.

## Capítulo 3

---

### *Metodología aplicada a un proyecto práctico*

### 3.1. DESARROLLO DE LA METODOLOGÍA PARA LA PUBLICACIÓN *PAPEL PICADO*

# D

urante el presente capítulo se ha desarrollado una metodología para la creación de la publicación *Papel Picado*. Se trata de una propuesta concreta para una publicación de crítica, debate e información sobre artes plásticas y diseño gráfico, para circular en la Escuela Nacional de Artes Plásticas.

La metodología que se sigue a lo largo de todo el proceso es aplicable a cualquier otro tipo de publicación periódica (primordialmente revista), debido a que los parámetros que se toman en cuenta para su creación se basan en el análisis de los elementos propios que se reúnen al momento de concebir un proyecto parecido.

Las personas que colaboran para hacer posible este proyecto son: María de Jesús Mateos (editora, directora de arte y diseñadora), Mauricio Rivera (corrector de estilo) y Armando Quiroz (fotógrafo). Con la participación especial de escritores e ilustradores.

#### DEFINICIÓN DEL CONTENIDO (2.1)

##### Política editorial y orientación de una publicación (2.1.1.)

El equipo editor de la publicación se ubica en la asociación que corresponde a una *institución* y cuyos objetivos básicos son:

- 1 Crear un espacio de crítica y debate para conocer, analizar y discutir temas y sucesos de interés común a las tres disciplinas que se imparten en la ENAP, a través de aquellas personas que tengan especial deseo en hacerlo mediante la palabra escrita, y con conocimiento de aquello que abordan.
- 2 Ofrecer a la comunidad de la ENAP un soporte de comunicación sin censura para una expresión amplia y directa, de temas que están fuera de la escuela pero que le atañen directamente, y que por lo mismo requieren ser analizados.

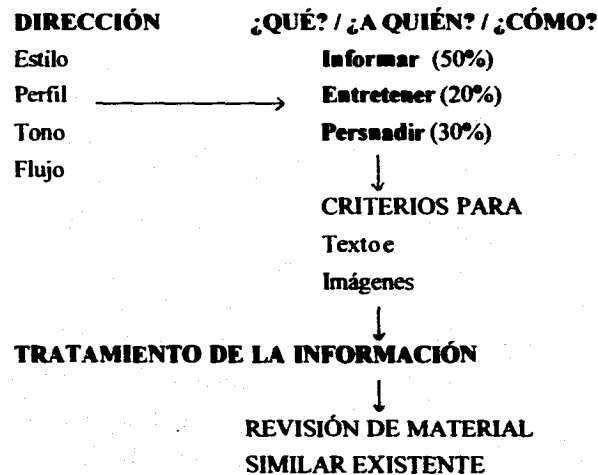
De acuerdo a lo anterior, la *política editorial* de la publicación *Papel Picado* se basa en criticar, debatir y defender abiertamente la posición particular, en torno a todo aquello que se involucre con y para la formación y el desarrollo de la vida académica-profesional de la ENAP. Para motivar a una acción con

respuestas y cambios, que de alguna manera permita a la escuela eliminar el mutismo que tanto la caracteriza.

### Especificación del tipo de publicación a realizar (2.1.2.)

Para determinar concretamente este apartado resulta conveniente reunir todos los puntos e incisos que confluyen en él: la *dirección editorial*, el *cuestionario básico* y los *criterios tipográficos*. Lo que va a permitir reconocer el tipo de tratamiento para el mensaje que se desee dar.

El análisis que se sigue a lo largo de la investigación se muestra en el siguiente cuadro. Inicia con el cuestionamiento central y las funciones con sus porcentajes. *A quién* y *cómo* también se encuentran en estrecha relación para el establecimiento de la dirección (con sus cuatro incisos) y la definición de los *criterios de imágenes y texto*.



### ¿Qué es lo que voy a comunicar?

Al iniciar un proyecto se debe establecer el título que llevará, por ser este el que hace posible la retención e identificación inmediata de la publicación; además, engloba con el mínimo de palabras el tipo de información que contiene y ofrece.

Para la titulación de la publicación en cuestión se buscó la relación del nombre con su objetivo básico: *Papel Picado*. El nombre es corto, sonoro, retenible y asociable a la artesanía que se practica en nuestro país a base de papel de china, del cual, con determinados recortes se pueden obtener bonitas y caprichosas figuras. "Recortar" y "picar" para motivar a una acción es exactamente lo que se busca con la publicación.

*Razones y excesos* es el subtítulo que refuerza la idea principal, y la frase que indica la posibilidad de exponer aquello que se piensa sin límite alguno.

De lo anterior se pueden establecer las funciones básicas de la publicación:

- 1 Primordialmente: informar a toda la comunidad de los sucesos más relevantes en el ámbito de las artes plásticas y el diseño gráfico que se está generando actualmente en nuestro país.
- 2 Persuadir al lector a través del punto de vista del escritor, para generar otras participaciones que expresen y reatualimenten este espacio de comunicación.
- 3 La última finalidad es inherente a las otras dos. Si no todas las personas van a buscar el espacio para expresarse, sí pueden hacerlo para conocer distintas opiniones, así como, eventos culturales fuera de la UNAM.

*Papel Picado* cubre estas finalidades a través

de cuatro secciones: **editorial, crítica, debate y cartelera**. A excepción del editorial, cada una maneja un título que busca de forma atractiva reforzar su contenido.

**Editorial.** Es el punto de vista y la posición particular que mantiene el grupo editor con respecto al suceso o al tema más relevante que requiera ser abordado.<sup>1</sup> El género periodístico a emplear es la *crónica breve* (narración y/o exposición de hechos con un juicio de los mismos).

La sección se distingue del resto del texto por la colocación y el tratamiento tipográfico.

**Divergencias.** Es el espacio asignado a la crítica de exposiciones en torno a las artes y el diseño gráfico, con un enfoque dirigido a la ENAP.

Existe un gran número de artistas visuales y diseñadores gráficos que tienen la inquietud de expresarse en torno a los acontecimientos que les interesa, atañen o involucran directamente en su quehacer artístico-profesional. Sin embargo, no siempre existe el medio o el espacio que permita ese tipo de participaciones. Normalmente, en la gran mayoría de los casos, si hay que emitir una opinión en torno a un tema o un acontecimiento cultural-artístico, se recurre a críticos de arte o firmas de renombre que parecieran ser los únicos con la palabra adecuada para establecer aquello que es válido o no, dentro de las artes.

Buscar un medio de expresión adecuado para dar espacio a un sector más heterogéneo de crítica, permite eliminar el gran temor y el gran celo que hay por abrirse a un ámbito mayor que rebase las paredes de la ENAP.

La narración del suceso con la opinión particular

y el juicio emitido por una persona en torno a un evento dado, se aborda en esta sección. La firma y el encabezado del texto, son importantes para reforzar el valor de lo dicho.

**El cuerno de la abundancia.** Inducir al debate por medio del análisis crítico, serio y profundo de situaciones dentro de la Universidad sobre las cuales se desprenden gran cantidad de puntos que pueden ser reflexionados y encauzados hacia una discusión abierta. Esto hecho por personas que se involucren o tengan una estrecha relación con el tema a tratar.

De manera específica, los puntos sobre los cuales gira la sección y dan pie a desarrollar diversos temas, son:

- 1 El nivel académico, así como el rendimiento y profesionalismo que la planta docente mantiene y desarrolla en, y para la propia casa de estudios.
- 2 El nivel socio-económico-cultural de la población escolar en relación directa con su crecimiento profesional, y
- 3 Los medios y recursos en ambos casos que interactúan directamente con la política dada por las autoridades vigentes. Todos, determinantes para poder alcanzar un nivel lo más cercano posible al campo de trabajo real. Y que en la práctica diaria, dentro de los espacios universitarios dista exageradamente.

Esta sección se aborda con el *artículo*.

*Género periodístico que se distingue por su amplio contenido abordado de diversas maneras y con el que se interpreta, valora o explica primordialmente un hecho actual.*<sup>2</sup>

<sup>1</sup> "Comentario periodístico que refleja la opinión del diario con respecto a la noticia", GORZ Margarita, 1988, ABC del periodismo, p.43  
<sup>2</sup> MARTIN Vivaldi Gonzalo, 1979, Géneros periodísticos, p.176

La firma, mucho más que en otros casos, es la que mantiene la fuerza de lo expuesto. Representa una opinión con peso y de interés general.

Café París. Es la cartelera de eventos y actividades de instituciones y espacios de cultura que mantienen una difusión reducida o cerrada en comparación a otros lugares perfectamente establecidos y de amplia cobertura.

Esta sección no busca repetir una lista de eventos que se pueden hallar en otras publicaciones que circulan en la Universidad normalmente, ni tampoco dar información exhaustiva de todo tipo de actividades culturales. Lo que se pretende es hacer una breve selección de aquello a lo cual no se tiene demasiado acceso, ni siquiera en medios de comunicación como el periódico, por ejemplo.

### **Cuestionamiento para el tratamiento de información (2.1.3.)**

Las respuestas al cuestionario que se formula en este apartado son:

#### **¿A quién voy a dirigir la información?**

La publicación está dirigida primordialmente a:

1 **Alumnos inscritos** en cualquiera de los ocho semestres de las licenciaturas en comunicación gráfica, diseño gráfico y artes visuales, turno matutino y vespertino. Con una edad aproximada de 18 a 26 años (en casos reducidos rebasan este margen), de nivel socio económico medio medio y medio-alto. Ambos sexos.

Si bien, los alcances de la revista se amplían a otros grupos de manera gradual en el siguiente orden:

2 **Alumnos egresados** que por algún motivo continúan en contacto cercano con la escuela (adeudo de materias, servicio social, proceso y trámite de titulación). Las variantes que se presentan en estos posibles lectores están en la experiencia profesional adquirida fuera del plantel y en la edad (generalmente rebasan los 23 años). El nivel socio-económico básicamente es el mismo.

3 **Área docente**, compuesta por ayudantes de profesor, maestros de asignatura (interinos y definitivos) y maestros de carrera (interinos y definitivos). Con una edad aproximada de 25 años en adelante. Nivel socioeconómico medio y medio-alto. Algunos con un ingreso único de la UNAM y otros con un ingreso particular.

4 **Autoridades propias del plantel:** dirección, secretarías (general, académica y administrativa) y departamentos (publicaciones, difusión cultural, servicio social, mantenimiento y aprovisionamiento e inventarios) con sus jefaturas correspondientes.

#### **¿Cómo voy a dirigir mi mensaje?**

El tratamiento *perceptivo-subjetivo* a dar en palabras e imágenes va a llegar al grado o el nivel que cada participante quiera dar en su información. *Papel Picado* no se responsabiliza por aquello que se diga en cada artículo firmado.

En cuanto a la dirección editorial misma, ya se han mencionado las principales funciones -criticar, persuadir e informar- que en su tratamiento se enfatizarán aún más, de acuerdo al porcentaje marcado en cada caso.

El tratamiento *técnico-visual* se aborda de manera específica en el bocetaje de las primeras imágenes y en la definición de los criterios tipográficos. Antes de llegar a este punto se deben reunir aquellos que faltan para concretar la investigación.

#### Revisión de material similar existente (2.1.4)

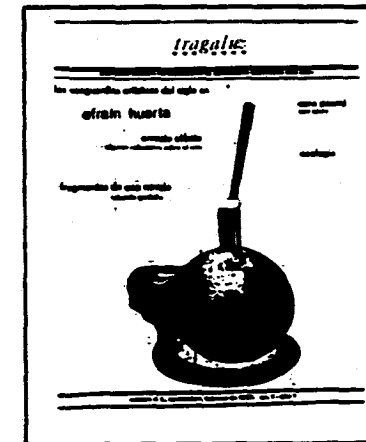
La circulación de publicaciones internas en la ENAP ha sido muy limitada durante varios años.

En 1982 apareció *Gaceta ENAP/UNAM*, órgano informativo de la Escuela Nacional de Artes Plásticas. Revista mensual dirigida por el Mtro. Gutiérrez Aceves Piña, editada e impresa en la misma escuela. Tamaño carta, dos tintas, 12 páginas, papel bond y sin engrapar.



En el mismo año surgió *Tragaluz*, publicación estudiantil enap-unam, con Eduardo Garduño como editor e impresa en la escuela. Con formato ma-

yor (38 x 29 cm), una tinta, 16 páginas, papel bond y engrapada.

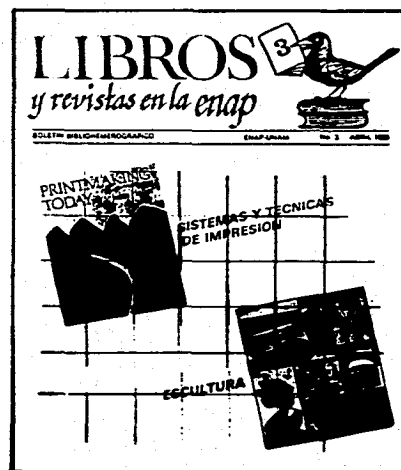


*Triángulo* publicación estudiantil nacida en 1983, estuvo dirigida por cuatro alumnos de 6° y 8° semestre. Con un tamaño de 31.5 x 21.5 cm, una tinta para interiores y dos para la portada y cuarta de forros, 12 páginas, papel bond y engrapada.



Muy pronto las tres dejaron de circular.

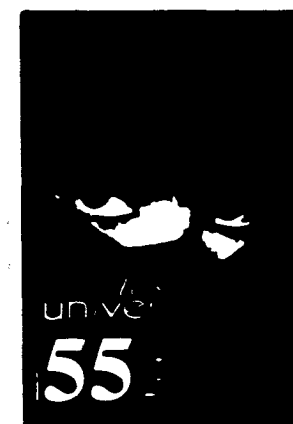
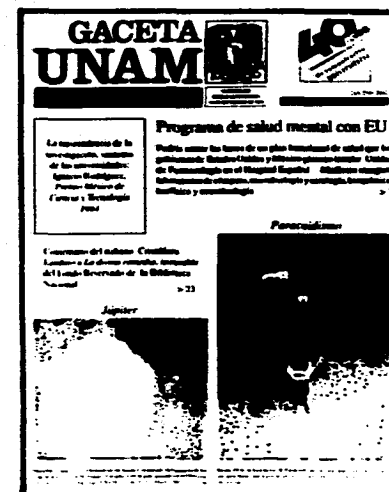
En 1987 apareció *Libros y revistas de la ENAP*, boletín bibliohemerográfico. Publicación trimestral dirigida por el Lic. Fernando Zamora e impresa en los talleres de la escuela. De formato medio oficio, una tinta en interiores, dos para la portada y número variable de páginas (no menos de 40). Tuvo una vigencia de 4 años.



Actualmente las revistas que circulan en la escuela son *Gaceta UNAM* y *Los Universitarios*.

*La Gaceta* órgano informativo de la UNAM, aparece 2 veces por semana. Su formato es carta, de papel revolución, 50 páginas aproximadamente, con interiores blanco y negro en su mayoría, algunos pliegos con selecciones de color (portada, cuarta de forros y algunas páginas interiores) y sin engrapar.

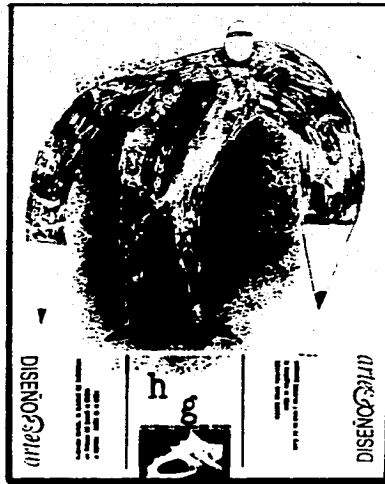
*Los Universitarios*, revista cultural con énfasis en la literatura, es publicada por la Coordinación de Difusión Cultural de la UNAM. Es mensual, de tamaño oficio, con 2 tintas y engrapada.



Como publicación independiente e interna en la ENAP está *La Iguana* y *el Nahual*. En 1992, apareció el número 0. De formato carta, papel bond, una tinta en interiores y dos para portada, engrapada. En enero de 1995 ha vuelto con un concepto más ambicioso, papel couché importado y con inserción de anuncios.



Aborda temas en torno al quehacer artístico, cultural y académico de y para la ENAP. Pretende aparecer cuatro veces por año y cubrir una temática específica en cada número. El primero es de fotografía.



Con lo anterior podemos observar que el espacio que *Papel Picado* quiere abarcar no compite por el momento con otro soporte con parámetros similares. No hay una competencia directa con *La Iguana* y sí en cambio, absoluta libertad para captar el interés del público de manera inmediata a través de su contenido y su diseño.

### **Dirección editorial de *Papel Picado* (2.1.2.1.)**

Con el análisis anterior es posible establecer:

**Estilo.** Directo y personal, determinado por cada uno de los participantes. Esto es, el grupo editor no va a modificar o "maquillar" la información, como tampoco va a hacerse responsable de la posición y las declaraciones de cada intervención, únicamente de las propias.

### **Perfil**

Alumnos inscritos: del 1º al 8º semestre.

Licenciatura: comunicación gráfica, diseño gráfico y artes visuales.

Turno: matutino y vespertino.

Edad: 18 a 26 años.

Sexo: femenino, masculino, homosexuales y lesbianas.

Nivel socio económico: medio- medio y medio-alto.

Grado de estudios: bachillerato.

**Tono.** En el tratamiento del contenido y elementos compositivos para su proyección:

- Directo    -Dinámico    -Formal    -Conciso
- Audaz    -Verosímil

**Flujo.** Siendo una publicación básicamente para leer, se debe conseguir a través de las palabras y las imágenes la relación adecuada que permita:

- 1) Concentrar la mayor cantidad de texto en una composición que no resulte excesiva y cansada.
- 2) Integrar ilustraciones y fotografías que rompan con la mancha tipográfica y den dinamismo a la composición.
- 3) Reflejar la seriedad de los temas que se tratan, pero

con la frescura que demanda el grupo a quien se dirige la información.

## COSTOS DE LA PUBLICACIÓN (2.2)

Para establecer los costos de una publicación es necesario reconocer los alcances de la misma. Se debe establecer (en relación con la dirección editorial) el número de colaboradores, equipo, materiales y todo aquello que se requiera para su resolución, formación y método de impresión adecuado.

Todo el proceso se puede hacer actualmente de dos maneras:

- 1 Tradicional, con más de un colaborador, recortando y pegando.
- 2 Computarizado, con un equipo de autoedición que puede ser manejado por una persona.

*Papel Picado* es un proyecto que de primera instancia no dispone de gran solvencia económica y mucho menos de un equipo costoso que permita altas y rápidas soluciones. Específicamente el número 0 de la publicación se compone de 9 páginas, 2 tintas para la portada y cuarta de forros, y una para interiores, imágenes en blanco y negro, y un tiro inicial de 400 ejemplares impresos en offset. Los colaboradores son dos en total, además de la participación sin costo de personas interesadas en el proyecto.

Este pre-número permite visualizar lo que posteriormente será el número 1 de la publicación, en el cual ya se recurre a mecanismos de financiamiento como la publicidad (ver página 90). Además del subsidio que se busca por parte de la escuela, incluir publicidad hará posible que el tiraje aumente a

1000 ejemplares y que la presentación general pueda modificarse y crecer (número de tintas, tipo de papel, número de páginas, por ejemplo).

Con respecto al número 0, las primeras propuestas se hicieron a mano. En los títulos la tipografía se "paró" con una *Compugraphic* y se agregaron las viñetas extraídas de un libro. Para la maqueta de presentación o *dummy* la tipografía se simuló con un puntaje y un interlineado promedio.

La solución final se realizó en una PC 486 con el programa *Page Maker*. Los títulos se retomaron tal como estaban, escaneándose al igual que las imágenes incluidas; los textos se capturaron en el procesador de palabras *write* y únicamente se "jalaron".

Para la definición de los costos a continuación enumero el tipo de pago que se debe hacer a los colaboradores, así como el equipo requerido para la proyectación; también se incluyen los costos de impresión para offset. Es conveniente aclarar que el siguiente listado puede variar dependiendo de las necesidades de la persona o grupo que desee generar la publicación, es decir, habrá pasos que se eliminen o incluyan a partir del reconocimiento de:

**Emisor --- finalidad --- Receptor**  
*Medios y recursos para conseguirlo*

En cuanto al equipo y los materiales se debe considerar que los costos varían en muy poco tiempo; dependiendo de la velocidad con la que la tecnología para las artes gráficas se siga desarrollando será el tipo y costo de herramientas con las cuales se trabajará más adelante, y que en este momento no se puede estimar.

**Pago a personal, equipo y materiales (2.2.1.)**

**Personal permanente**

Editor	Pago p/número
Director de arte	Pago p/número
Corrector de estilo	Pago p/número
Diseñador	Pago p/número
Fotógrafo	Pago p/fotografía:
	\$100.00 (interiores)
	\$225.00 (publicada)
	\$500.00 (portada)

**Personal ocasional**

Ilustrador	Pago p/ilustración (dependiendo del tamaño, la técnica empleada y la ubicación)
Escritor	Pago p/artículo (número de cuartillas)

**Equipo y materiales**

Fotocomponedora	Galeras: \$40.00 (hasta 900 cc) \$60.00 (p/cuartilla); porcentaje adicional por cambios de fuente, capitulares, otro idioma y arreglos especiales.
Computadora personal	PC/AT 486 Discos de almacenamiento: 3.5" y 5.25"
Scanner y OCR	
Impresora laser	HP Laser Jet III, 600 ppp
Fotolito	Negativos de línea

**Impresión**

y medio tono	\$00.45 (p/cm <sup>2</sup> )
Placas de 63 x 45 cm	\$84.00 c/u
Papel	\$504.00 p/millar
Entrada a máquina	\$95.00 c/u

De contar con el equipo no se debe pasar por alto el mantenimiento del mismo. Los gastos continúan en comida, viáticos, pagos de último momento, reparaciones y cualquier imprevisto. Todo repercute en la cantidad inicial de dinero disponible y con ello en la puntualidad de aparición de la revista. Se requiere de un compromiso serio con el trabajo para mantener a un público atento.

En el número 0 de *Papel Picado*, el pago neto se dió únicamente en:

- 1 **Formación de negativos.** Un pliego, frente y vuelta de 56 x 43 cm con rebase para guías de corte y separación de color en el frente: *tres negativos*.  
Costo: \$300.00
- 2 **Papel para impresión.**  
225 pliegos de Bond Papsa blanco, de 57 x 87  
Costo: \$149.40  
50 pliegos de Clas Crest almendra, de 57 x 87  
Costo: \$92.15
- 3 **Impresión.**  
En fotocopia, 400 hojas tamaño carta por un lado.  
Costo: \$78.20  
En offset, 400 ejemplares de ocho páginas con dos tintas en el frente.  
Costo: \$100.00\*

De tal forma, el costo total fue de \$619.75 MN. \*La cantidad por concepto de impresión en offset se enlista pero no se suma a la cifra anterior, debido a que este pago se *intercambio* con *La Pequeña Compañía* por un espacio para anunciarse en la cuarta de forros; lo anterior ayudó en gran medida a este pre-número ya que no se contó con ningún subsidio. Así, el costo de cada ejemplar de *Papel Picado* fue de \$1.54 MN.

#### **Colaboraciones sin costo (2.2.2.)**

En este caso las participaciones de primera instancia fueron sin pago, ya que se recurrió únicamente a personas interesadas en el proyecto.

Más adelante, de tener aceptación la publicación, cada colaborador debe recibir su pago correspondiente. Siendo ésta la única forma en la que se asegura un compromiso serio de trabajo para que la revista madure.

Al llegar a este punto es importante considerar los *mecanismos de financiamiento*, que son los que terminan por hacer viable la continuación del proyecto.

#### **Mecanismos de financiamiento (2.2.3.)**

El número 1 de *Papel Picado* busca obtener un *subsidio* por parte de la escuela. El apoyo radicaría principalmente en la etapa de impresión, incluyendo la formación de negativos, placas y entradas a máquina.

Posteriormente se pretende obtener otro tipo de entradas provenientes básicamente de la *publicidad*. Es dar espacio a todo tipo de anunciantes que estén relacionados con las artes gráficas, o bien con aquellos que tengan puntos de conexión con el público al cual *Papel Picado* se dirige.

Lo anterior permitirá aumentar el número de páginas, de tintas y la presentación en general. Así como también, se podrá pagar a cada uno de los colaboradores permanentes y eventuales, lo que permitirá hacer y dar carácter real a todo el trabajo.

Llegar a este último punto, indicaría que el costo de la publicación para su permanencia quedaría cubierto y ya se podría plantear la proyectación de una *revista*, con todo lo que eso implica. Además de crear un espacio de expresión e información para la comunidad de la ENAP, con alcances que buscan sobre todo ir más allá del mismo plantel.

## 3.2. DISEÑO

# L

a parte en la cual una publicación toma forma para su proyectación abarca tres puntos básicos: formato, diagramación y composición.

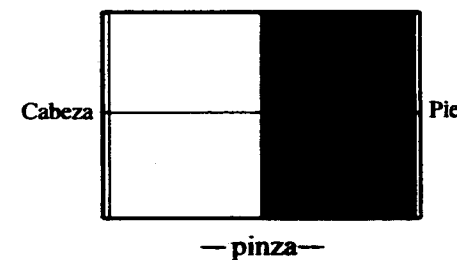
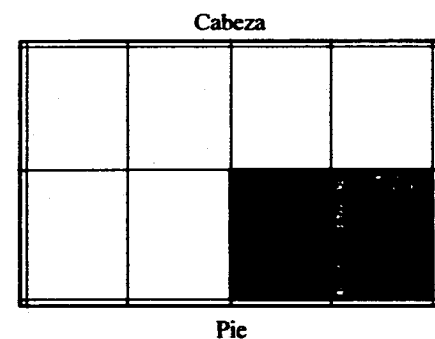
### 3.2.1. Formato

"Es la dimensión de un impreso, expresada generalmente en centímetros o por siglas convencionales (DIN o UNE)".<sup>3</sup> En él se ubican los márgenes, la mancha tipográfica y las imágenes.

Al establecer el formato o el espacio de una publicación se debe tomar en cuenta primordialmente el tamaño del pliego y el tipo de maquinaria para impresión, con sus correspondientes medidas de entrada.

Para determinar el formato de *Papel Picado* se buscó que fuera **económico** y **ajustable**. Se eligió el tamaño *carta* (21.5x28 cm), que si bien es muy común, se adecúa a un presupuesto reducido, a distintos formatos de papel, y se puede imprimir en la prensa litográfica de la escuela.

**Formato papel.** El papel para impresión es Bond de 57x87 cm, con un peso de 40.5 kg/millar, del cual se obtienen 16 páginas por pliego.



**Formato-máquina.** La prensa para impresión tiene una entrada de 45x63 cm, por lo que el pliego se tiene que cortar a la mitad; quedan 5 mm en el extremo izquierdo y derecho del pliego (*cabeza* y *pie* de las publicaciones) para pinzas, y 3 mm para refinar. De tal manera no se desperdicia nada de papel.

### 3.2.2. Diagramación

**L**a división del formato está en relación directa con el contenido mismo de la revista. Siendo *Papel Picado* una publicación básicamente para leer (predomina la tipografía sobre la imagen), la solución a través del diseño es concentrar la mayor cantidad de texto sin tener que sacrificar su legibilidad. Se busca una lectura ágil y descansada, con los espacios necesarios para insertar todos los elementos complementarios.

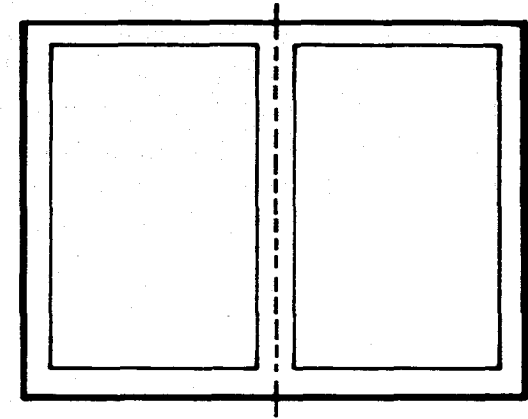
**Caja tipográfica.** "Es el espacio que ocupa la página tipográfica sin los márgenes, es decir, la parte impresa de la plana".<sup>4</sup>

*Papel Picado* inicia con el seccionamiento de los márgenes para después pasar a la división misma de la caja tipográfica, dentro de la cual se ubican todos los elementos que integran a la publicación.

#### **Márgenes**

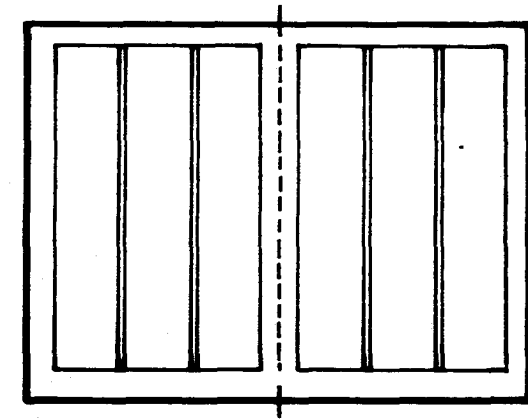
Los interiores o centrales son más chicos que los exteriores, ya que por ser pliego único éstos se unen y crecen al abrir la publicación. En tanto, el inferior es mayor que el superior para evitar que la mancha tipográfica se "caiga".

<sup>4</sup> ZAVALA Luis Roberto, 1994, *El libro y sus orillas*, p.51



#### **Columnas tipográficas**

Están directamente relacionadas con el cuerpo de texto (*mancha tipográfica*). Para su establecimiento se cuidó la relación proporcional entre el cuerpo del tipo y el ancho máximo de la justificación, así como entre el cuerpo del tipo, la interlinea y la profundidad máxima de cada una de las columnas. La relación anterior se debe tomar en cuenta todo el tiempo ya que permite que cada fuente se pueda aprovechar al máximo de acuerdo a sus características particulares, y por consiguiente que la lectura tenga un grado de legibilidad óptimo.

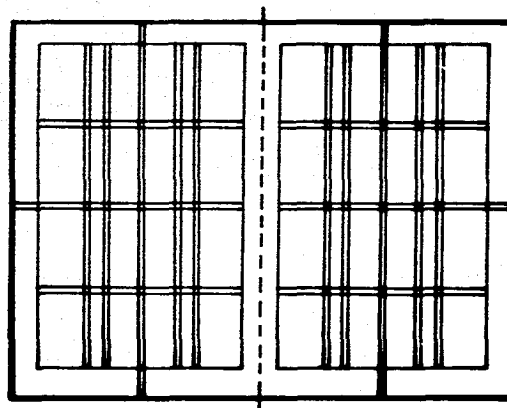


***Títulos de sección, cabezas, bajadas, etiquetas y firmas***

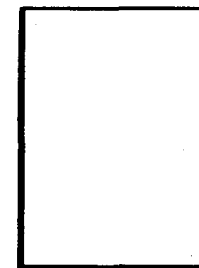
La jerarquía de cada uno de estos elementos es la que determina el puntaje, el peso, la extensión y la ubicación de cada uno de ellos dentro de los campos o subdivisiones que resultan de las columnas básicas.

caso de que se requiera, con la posibilidad de reducir o de ampliar las imágenes sin que el grano se reviente

El manejo de las ilustraciones es más flexible, debido a que desde el momento en que el ilustrador las concibe, considera los formatos ya establecidos y se adapta a ellos.



35 mm

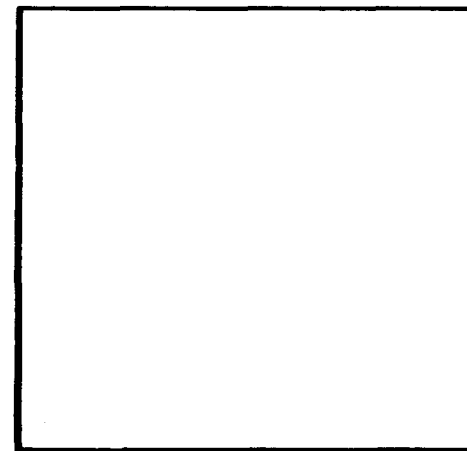


***Imágenes***

Las fotografías se pueden ubicar en posición oblonga o apaisada, debido a que los campos se adecúan en relación proporcional con los formatos fotográficos de 35 mm y 6 x 6 cm.

La fotografía no es precisamente el punto central de la publicación, aunque no por eso deja de ser importante. Los dos formatos seleccionados dan la flexibilidad de manejar fotografías de reportaje (pequeño formato) y de estudio (formato mediano), en

6 x 6 cm



### 3.2.3. Composición

**E**n una composición se deben considerar básicamente los siguientes puntos: espacio, tipografía, imagen y color.

**Espacio.** Para su división se tomó en cuenta la jerarquía y la importancia de cada sección y sus artículos, lo que a su vez se tradujo en el número de columnas y cuartillas asignadas. Este punto está en estrecha relación con la selección y los tamaños de las fuentes empleadas para cada uno de los elementos tipográficos.

La extensión de todo el contenido dentro de las 8 páginas se dividió en base al número total de columnas, con dos justificaciones distintas: para los textos *largos* (14.5  $\phi$ ) y *cortos* (12  $\phi$ ).

#### Columnas a 14.5 $\phi$ de justificación: 16

Divergencias no. 1	4	41 $\phi$ profundidad
Divergencias no. 2	4	41 $\phi$ profundidad
El cuerno de la abundancia	8	41 $\phi$ profundidad

No se consideró la altura total de la caja tipográfica, que es de 57  $\phi$ , porque hay que tomar en cuenta el espacio para cabeza, créditos, ilustraciones,

fotografías, balazos y/o bajadas que cada artículo amerite.

#### Columnas a 12 $\phi$ de justificación: 8

Editorial	1	41 $\phi$ profundidad
Café Paris	2	57 $\phi$ profundidad
Directorio	1	41 $\phi$ profundidad
Notas adicionales	4	---

En el caso de las notas o de bajadas adicionales no se puede marcar tajantemente el espacio real, ya que dependiendo de las necesidades de cada número se pueden incluir o eliminar.

Las secciones pueden variar de ubicación, mas no de extensión, porque se requiere de un control que evite que un artículo no tenga el espacio suficiente de entrada. La extensión de cada sección con respecto al número de cuartillas mecanografiadas es la siguiente:

#### Sección 1 EDITORIAL

cuartillas: 1

caracteres aproximados: 1824

#### Sección 2 DIVERGENCIAS, artículo no. 1 y 2

cuartillas: 4

caracteres aproximados: 8064

#### Sección 3 EL CUERNO DE LA ABUNDANCIA

cuartillas: 8

caracteres aproximados: 16128

#### Sección 4 CAFÉ PARIS

cuartillas: 2 a 3

caracteres aproximados: 1960



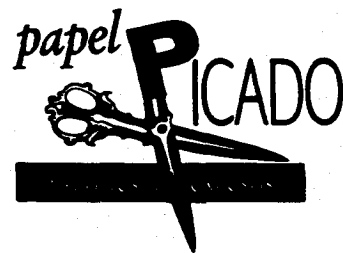
En lo que al espacio que las **imágenes** ocupan, éstas se ubican primordialmente en la portada y los interiores. Si bien, la mayor parte del tiempo *estarán sujetas a las necesidades del texto.*

**Tipografía.** En la decisión y elección de la tipografía para cada una de las partes en cuestión, necesariamente se tuvo que tomar en cuenta las fuentes disponibles en el programa. Se eligió TimesNewRomanPS y Gill Sans con su serie básica (redondas negras, redondas blancas, itálicas negras e itálicas blancas) porque son ampliamente disponibles y compatibles.

En la definición de *títulos y cabezas* se manejaron dos propuestas, de las cuales se escogió una sola para su aplicación. Los *bloques de texto* se visualizaron a 14.5# de justificación, distintos cuerpos e interlineados buscando que la composición no fuera tan pesada, aún en los casos en los cuales las columnas abarcan la altura total de 57 #.

**Logotipo y títulos de sección**

Son las únicas partes que se trabajaron de manera particular en una máquina de fotocomposición (*Compugraphic*) y con viñetas extraídas de un libro, recortando y pegando. Se respetó el uso de la fuente romana (Garamond) y sans serif (Gill Sans) para conservar la relación con el texto.



EDITORIAL EDITORIAL

DIVERgENCIAS

DIVERgENCIAS



CaFÉ PARÍS  
CaFÉ PARÍS

*Texto*

*Editorial*

Fuente a emplear: Gill Sans Italic

a/b 9.7/13.5 Justificadas

Las líneas de tipografía pueden disponerse de varias maneras: justificadas, alineadas a la izquierda o a la derecha, centradas, asimétricas. Aunque algunos autores llaman también justificadas a la izquierda o a la derecha a las líneas que se han mandado alinear por el margen izquierdo o por el derecho, respectivamente, el término justificar se reserva, la más de las veces, para referirse a la operación que consiste en disponer los espacios entre palabra y palabra de tal suerte que la longitud lineal se ajuste a una medida determinada. Así, salvo el principio y el final de cada párrafo, todas las líneas medirán lo mismo y estarán alineadas en sus extremos. Esta disposición es la más usual y la que más facilita

9/13

Las líneas de tipografía pueden disponerse de varias maneras: justificadas, alineadas a la izquierda o a la derecha, centradas, asimétricas. Aunque algunos autores llaman también justificadas a la izquierda o a la derecha a las líneas que se han mandado alinear por el margen izquierdo o por el derecho, respectivamente, el término justificarse reserva, la más de las veces, para referirse a la operación que consiste en disponer los espacios entre palabra y palabra de tal suerte que la longitud lineal se ajuste a una medida determinada. Así, salvo el principio y el final de cada párrafo, todas

9.7/13.5

Las líneas de tipografía pueden disponerse de varias maneras: justificadas, alineadas a la izquierda o a la derecha, centradas, asimétricas. Aunque algunos autores llaman también justificadas a la izquierda o a la derecha a las líneas que se han mandado alinear por el margen izquierdo o por el derecho, respectivamente, el término justificarse reserva, la más de las veces, para referirse a la operación que consiste en disponer los espacios entre palabra y palabra de tal suerte que la longitud lineal se ajuste a una medida determinada. Así, salvo el principio y el final de cada párrafo, todas las líneas medirán lo mismo y estarán alineadas en sus

9/14

Las líneas de tipografía pueden disponerse de varias maneras: justificadas, alineadas a la izquierda o a la derecha, centradas, asimétricas. Aunque algunos autores llaman también justificadas a la izquierda o a la derecha a las líneas que se han mandado alinear por el margen izquierdo o por el derecho, respectivamente, el término justificar se reserva, la más de las veces, para referirse a la operación que consiste en disponer los espacios entre palabra y palabra de tal suerte que la longitud lineal se ajuste a una medida determinada. Así, salvo el

10/15

Divergencias y El cuerno de la abundancia

Fuente a emplear: TimesNewRomanPS

a/b 9.7/13.5 Justificadas

Las líneas de tipografía pueden disponerse de varias maneras: *justificadas*, alineadas a la izquierda o a la derecha, centradas, asimétricas. Aunque algunos autores llaman también *justificadas a la izquierda* o *a la derecha* a las líneas que se han mandado alinear por el margen izquierdo o por el derecho, respectivamente, el término *justificar* se reserva, la más de las veces, para referirse a la operación que consiste en disponer los espacios entre palabra y palabra de tal suerte que la longitud lineal se ajuste a una medida determinada. Así, salvo el principio y el final de cada párrafo, todas las líneas medirán lo mismo y estarán alineadas en sus extremos. Esta disposición es la más usual y la que más facilita la lectura, según escribe en sus apuntes Felipe Garrido, por la estabilidad y equilibrio que imprime la página.

9/11

Las líneas de tipografía pueden disponerse de varias maneras: *justificadas*, alineadas a la izquierda o a la derecha, centradas, asimétricas. Aunque algunos autores llaman también *justificadas a la izquierda* o *a la derecha* a las líneas que se han mandado alinear por el margen izquierdo o por el derecho, respectivamente, el término *justificar* se reserva, la más de las veces, para referirse a la operación que consiste en disponer los espacios entre palabra y palabra de tal suerte que la longitud lineal se ajuste a una medida determinada. Así, salvo el principio y el final de cada párrafo, todas las líneas medirán lo mismo y estarán alineadas en sus extremos. Esta disposición es la más usual y la que más facilita la lectura, según escribe en sus apuntes Felipe Garrido, por la estabilidad y equilibrio que imprime a la página.

9/12

Las líneas de tipografía pueden disponerse de varias maneras: *justificadas*, alineadas a la izquierda o a la derecha, centradas, asimétricas. Aunque algunos autores llaman también *justificadas a la izquierda* o *a la derecha* a las líneas que se han mandado alinear por el margen izquierdo o por el derecho, respectivamente, el término *justificar* se reserva, la más de las veces, para referirse a la operación que consiste en disponer los espacios entre palabra y palabra de tal suerte que la longitud lineal se ajuste a una medida determinada. Así, salvo el principio y el final de cada párrafo, todas las líneas medirán lo mismo y estarán alineadas en sus extremos. Esta disposición es la más usual y la

9/13

Las líneas de tipografía pueden disponerse de varias maneras: *justificadas*, alineadas a la izquierda o a la derecha, centradas, asimétricas. Aunque algunos autores llaman también *justificadas a la izquierda* o *a la derecha* a las líneas que se han mandado alinear por el margen izquierdo o por el derecho, respectivamente, el término *justificar* se reserva, la más de las veces, para referirse a la operación que consiste en disponer los espacios entre palabra y palabra de tal suerte que la longitud lineal se ajuste a una medida determinada. Así, salvo el principio y el final de cada párrafo, todas las líneas medirán lo mismo y estarán alineadas en sus extremos. Esta disposición es la más usual y la que más facilita la lectura, según escribe en sus

9/14

Las líneas de tipografía pueden disponerse de varias maneras: *justificadas*, alineadas a la izquierda o a la derecha, centradas, asimétricas. Aunque algunos autores llaman también *justificadas a la izquierda o a la derecha* a las líneas que se han mandado alinear por el margen izquierdo o por el derecho, respectivamente, el término *justificar* se reserva, la más de las veces, para referirse a la operación que consiste en disponer los espacios entre palabra y palabra de tal suerte que la longitud lineal se ajuste a una medida determinada. Así, salvo el principio y el final de cada párrafo, todas las líneas medirán lo mismo y estarán alineadas en sus extremos. Esta disposición es la más usual y la que más facilita la lectura, según escribe en sus apuntes Felipe Garrido, por la estabilidad y equilibrio que imprime a la página.

9.5/12

Las líneas de tipografía pueden disponerse de varias maneras: *justificadas*, alineadas a la izquierda o a la derecha, centradas, asimétricas. Aunque algunos autores llaman también *justificadas a la izquierda o a la derecha* a las líneas que se han mandado alinear por el margen izquierdo o por el derecho, respectivamente, el término *justificar* se reserva, la más de las veces, para referirse a la operación que consiste en disponer los espacios entre palabra y palabra de tal suerte que la longitud lineal se ajuste a una medida determinada. Así, salvo el principio y el final de cada párrafo, todas las líneas medirán lo mismo y estarán alineadas en sus extremos. Esta disposición es la más usual y la que más facilita la lectura, según escribe en sus apuntes Felipe Garrido,

9.7/13.5

Las líneas de tipografía pueden disponerse de varias maneras: *justificadas*, alineadas a la izquierda o a la derecha, centradas, asimétricas. Aunque algunos autores llaman también *justificadas a la izquierda o a la derecha* a las líneas que se han mandado alinear por el margen izquierdo o por el derecho, respectivamente, el término *justificar* se reserva, la más de las veces, para referirse a la operación que consiste en disponer los espacios entre palabra y palabra de tal suerte que la longitud lineal se ajuste a una medida determinada. Así, salvo el principio y el final de cada párrafo, todas las líneas medirán lo mismo y estarán alineadas en sus extremos. Esta disposición es la más usual y la que más facilita la lectura, según escribe en sus apuntes Felipe Garrido, por la estabilidad y equilibrio que imprime a la página.

9.5/13

Las líneas de tipografía pueden disponerse de varias maneras: *justificadas*, alineadas a la izquierda o a la derecha, centradas, asimétricas. Aunque algunos autores llaman también *justificadas a la izquierda o a la derecha* a las líneas que se han mandado alinear por el margen izquierdo o por el derecho, respectivamente, el término *justificar* se reserva, la más de las veces, para referirse a la operación que consiste en disponer los espacios entre palabra y palabra de tal suerte que la longitud lineal se ajuste a una medida determinada. Así, salvo el principio y el final de cada párrafo, todas las líneas medirán lo mismo y estarán alineadas en sus extremos. Esta disposición es la más usual y la que más facilita

10/15

### *Cabezas*

Se pueden ajustar a una o dos columnas dependiendo del diseño del número.

Fuente: Bauer Bodoni BICn BT / altas  
24 pts / Centradas

### *Bajadas y etiquetas*

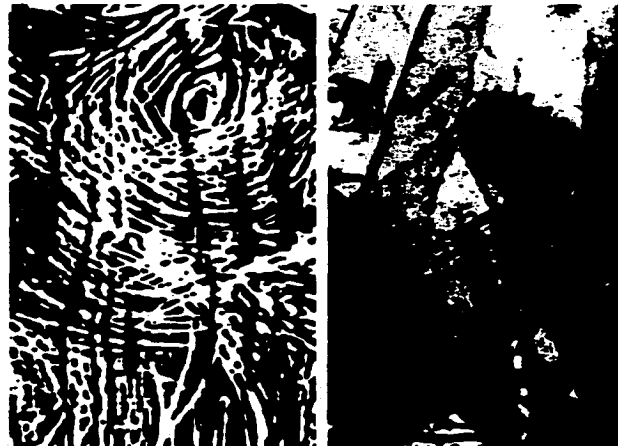
Fuente: Gill Sans y TimesNewRomanPS  
a/b 10/14 Centradas

### *Firma*

Fuente: TimesNewRomanPS  
13 pts. / extendidas a un 130%  
Versales y versalitas

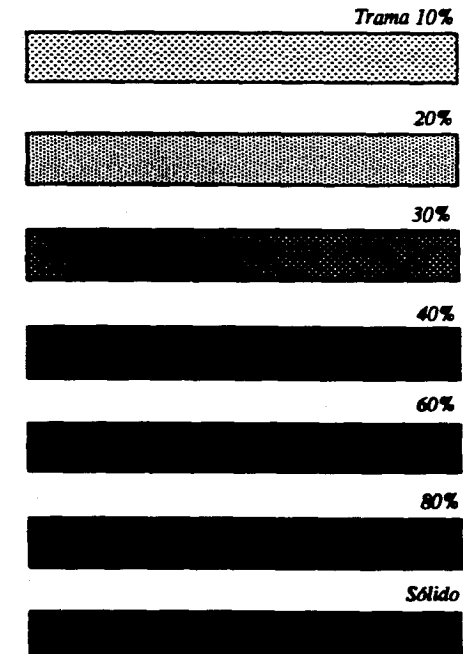
**Imagen.** Se incluyen fotografías e ilustraciones a línea y medio tono, en blanco y negro.

La función que desempeñan es importante, porque aunque en espacio ocupen zonas mínimas son las que refuerzan, complementan y dan pausas dentro de la secuencia de la lectura.



**Color.** Una opción económica en la solución del color es manejar el negro y los tonos de gris que éste pueda dar mediante pantallas con distintos porcentajes (en las ocho páginas). Otra posibilidad es incluir una tinta extra (negro y una adicional) en la portada y cuarta de forros, adicionalmente a las páginas 4 y 5 que quedan del mismo lado del pliego y que en la impresión implica una entrada más a la prensa (tres entradas). La última opción, es incluir una tercera tinta en los interiores que daría como total cuatro entradas por publicación.

De dos entradas iniciales se pasaría a cuatro por pliego, lo que implica un aumento en el presupuesto por separación de negativos, por cada placa y entrada adicional. Se puede pensar en la última posibilidad en la medida en que la publicación alcance un autofinanciamiento que lo permita.



### 3.3. PROYECTACIÓN

## **T** RADICIONAL

Los pasos que se proyectaron mediante los métodos tradicionales fueron:

- 1 Realización de bocetos rápidos en la división del espacio.
- 2 Trazo de la caja tipográfica.
- 3 Bocetaje y elaboración de cabezas y títulos.
- 4 Elaboración de *dummy* con tipografía simulada para su visualización, y determinar con ello el tratamiento y acabado final.
- 6 Simulación del color con recortes de papeles.

## **POR COMPUTADORA**

Los resultados obtenidos con anterioridad se transportaron a una Computadora Personal DELL 486SX, empleando el entorno *Windows*, la herramienta *write* y el programa *Page Maker* versión 5.0, con lo cual se le dieron los acabados finales. Las imágenes se escanearon e insertaron en los lugares requeridos. El resultado final se imprimió en una Laser Jet III de 600 puntos por pulgada.

Las variantes que se presentaron de la maqueta realizada a mano y el resultado obtenido por computadora radicaron principalmente en las fuentes disponibles, en la definición de los caracteres (la *Compugraphic* maneja 2400 dpi) y en la compensación de los espacios entre letras y palabras. Si bien las posibilidades brindadas fueron:

- 1 Los cambios se observan durante todo el proceso.
- 2 Las viñetas, pantallas, gráficas y el color pueden insertarse directamente.
- 3 Se trabajan dibujos y gráficas propios en paquetes con entornos similares y únicamente se "jalan".
- 4 Se obtiene originales con guías de corte listos para enviarse a formación de negativos.
- 5 Existe la posibilidad de sacar maquetas de presentación en blanco y negro. Y dependiendo del equipo es posible visualizar en pantalla o impreso el resultado a color.
- 6 El tiempo que requiere la elaboración de toda la publicación se reduce notablemente.

### 3.3.1. Niveles de presentación y aprobación de un proyecto

**L**os niveles de presentación que se pueden alcanzar por computadora distan mucho de los que se obtienen manualmente, como se pudo mencionar en el inciso anterior. Si bien, la distribución de la información y de las imágenes se concibe desde los bocetos iniciales hechos de manera muy rápida (*rough*).

El proceso de trabajo que a continuación se muestra inicia con bocetos a mano. La visualización de las ideas no siempre se hacen desde la máquina, sobre todo si son varias páginas.

De los bocetos rápidos se toman dos opciones para realizar maquetas de presentación: recortando y pegando. La tipografía y las imágenes se simularon, siempre considerando la extensión aproximada de los artículos. Éstos, desde un principio deben tener establecido un promedio de cuartillas límite.

Por último se aplica el color, en tantas opciones como el diseñador lo considere necesario para elegir el diseño y el acabado final.

Los puntos que sustentan la elección y aplicación de la maqueta elegida para llevar a cabo la impresión son los siguientes:

1 Se logró concentrar el máximo de información en

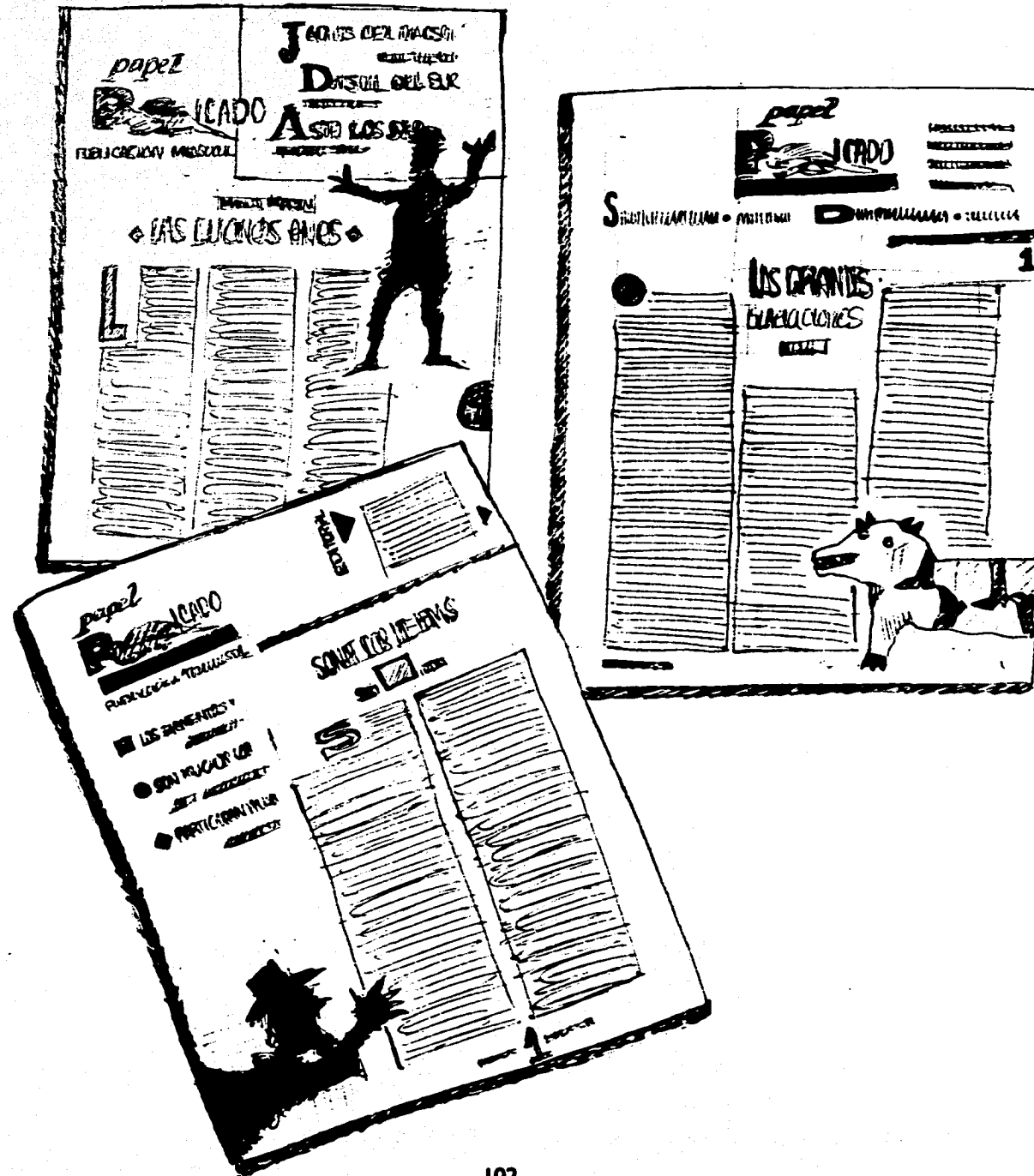
cada sección sin saturar el espacio.

3 Se incluyen imágenes que se integran al texto para reforzar el contenido, a pesar de contar con poco espacio.

4 Los elementos tipográficos de la revista moderna que se analizan en la investigación se retoman y aplican en la medida de lo posible.

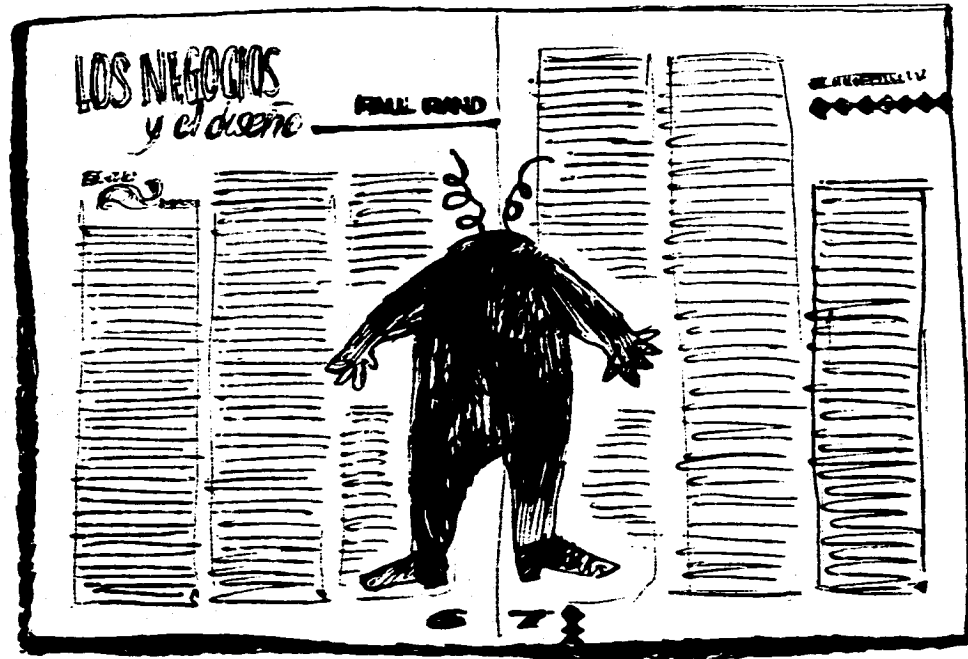
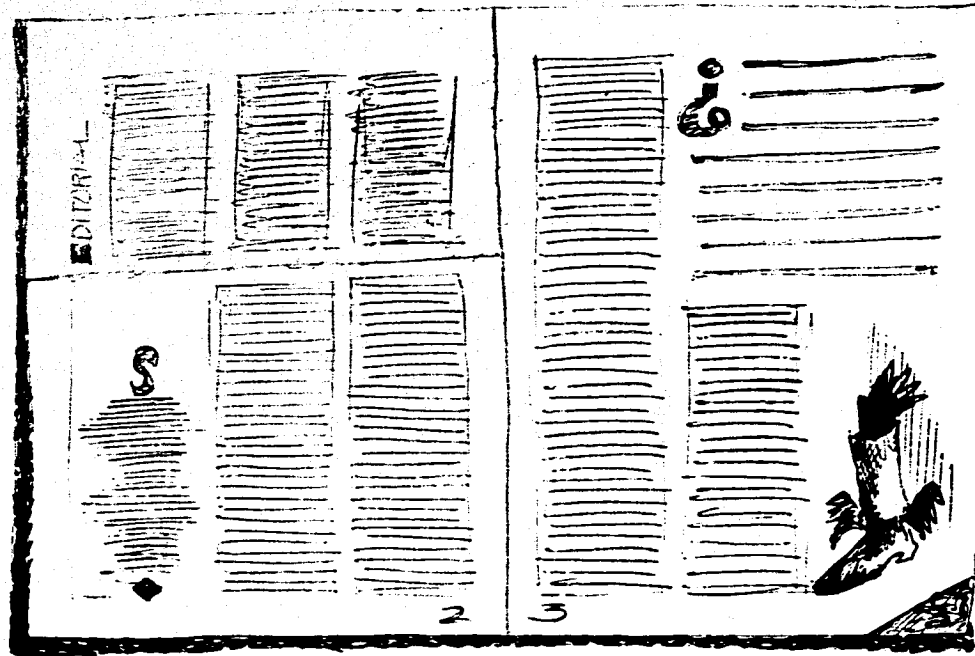
5 La relación de todos los elementos hacen que el soporte sea perceptible a distancia y atraiga la atención del lector.

6 La manera en la que el color se aplica da contraste y pausas visuales dentro de la publicación, sin aumentar un peso en los costos.



Bocetos a mano alzada, frente.





Bocetos a mano alzada, vuelta.



La obra de Jorge Tejer Calvo... una obra de gran importancia... la obra de Tejer Calvo...

La obra de Tejer Calvo... una obra de gran importancia... la obra de Tejer Calvo...

DIVERSIFICIONES

La obra de Tejer Calvo... una obra de gran importancia... la obra de Tejer Calvo...

La obra de Tejer Calvo... una obra de gran importancia... la obra de Tejer Calvo...

EL CUERNO DE LA ABUNDANCIA

José de Santiago Silva

A 20 años de su fundación, la biblioteca de la FES-C se ubica a la vanguardia en AL

Desde muy joven presento una profunda pasión y entusiasmo por el libro y el estudio... la biblioteca de la FES-C...

una inclinación más marcada en la literatura... la biblioteca de la FES-C...



Maqueta de presentación no.1 con tipografía simulada, vuelta.

# papel RECICLADO

PAZOS DE LOS CAJOS

- EL ESTUDIO DEL PINTOR MANUEL MARÍN
- FRANCESC TORRES: POLÍTICA A TRAVÉS DEL ARTE KARLOS TORRES
- LOS NEGOCIOS Y EL DISEÑO PALUJANO
- CARTELERIA

ESQUELA NACIONAL DE ARTES PLÁSTICAS UNIAH Abril, 1995

## EL ESTUDIO DEL PINTOR

MANUEL MARÍN

### EL CUBO DE LA abundancia

A REFERIR A DE TOMAR ALGUNAS pinturas de Rembrandt, no es sino hasta Rembrandt donde encontramos representado el estudio del pintor en tres autorretratos por lo menos, no en una forma descriptiva sino como parte integral del carácter de la obra.

En una de sus primeras obras ya como maestro reconocido, Rembrandt se retrata de pie frente a su caballete observando lo pintado (pintura que no vemos), mostrando un espacio casi vacío donde, como en toda la pintura de Rembrandt, la luz es lo que ocupa principalmente el cuadro, pero aquí tiene una función concreta.

Si bien la descripción es una de las invenciones de la pintura holandesa, la aproximación de Rembrandt es subjetiva, ya que en este caso (uno de sus últimos autorretratos, donde según se piensa se representa como Demócrito) el estudio está presente como entidad donde podemos imaginar ya no sólo la tela y el caballete sino al espectador mismo, a quien el pintor sonríe a distancia.

Esta característica es más explícita y más compleja en otro estudio de fechas cercanas: *Los Músicos de Velázquez*. Si bien en *Los Músicos* no se representa el estudio del pintor

propiamente, este espacio sí refleja el ambiente en el cual el propio Velázquez pintaba. Se sabe que este espacio es la estancia real que, al igual que el estudio del pintor, tenía un enorme tamaño cortés: enanos, ayudas de cámara, ayas y hasta la presencia real, acto inusitado para España y sobre todo para la pintura. El estudio del artista en este caso es la representación virtuosa de la realidad y el prestigio de la pintura en la escala social. Tal vez como elemento simbólico de todo esto, la estancia está decorada sólo con copias de Rubens, artista elevado a la altura de embajador por las cortes europeas. Si bien este estudio representa todo eso, la pintura es una reflexión sobre la pintura. Reflexión sobre el pintar, el pintarse y lo representado, es aquí el tema.

Al preguntarse sobre qué es lo que pinta Velázquez en esta pintura se han dado tres respuestas básicas: un retrato real o la infancia que es atendido por sus ducos de compañía, son las dos respuestas iniciales, pero la que nos lleva al núcleo del gesto reflexivo es pensar que lo que pinta Velázquez es el cuadro que vemos. Así el estudio de Velázquez es el lugar donde se da todo el juego de mínimos entre espectador y pintura, representante y modelo que forman una red mínima de arte de la pintura. Mientras aquí el pintor nos mira, en Venecia vamos pintar al pintor, que de espaldas a nosotros permite entrar al acto de representación. Si bien aquí se da una posibilidad de rica y exacta lectura sobre este concepto ya que el autor pintado a un modelo que representa la Historia junto con los demás elementos simbólicos que la rodean (copias, instrumentos de medición, globos) y defini-



## EDITORIAL

La palabra, reflejo del pensamiento humano, punto que sirve de unión entre la manera de sentir y entender la percepción, nos deja recurrir a ella una vez más, recrearnos y involucrarnos en esa gama de sentidos impresos.

La forma que toma la paleta va desde una, hasta infinitas posibilidades de penetración y un rico muestrario devaras, rica y única.

El pretazo es el permitimos otra posibilidad de seguir jugando a través del conocimiento con observaciones y reflexiones que conforman nuestro quifaces humano. El juego está precisamente en crear y demás el espacio que permita contar con esas reflexiones y poder cuestionarnos tanto como se desea, para re- troalimentarnos.

Todo es aferrado, todo pasa, todo se acaba. ¿En realidad tiene sentido detenernos a leer esta publicación?

Paqui Picazo quiere dejar ver que nada el seno diva, con más deseo que salud, de dar rienda suelta a ese impulso que hace que las cosas tengan esencia y no sólo cuerpo.

¿Por qué no debatir? ¿Por qué no criticar? ¿Por qué no plantearnos algo más de lo que normalmente vamos si eso nos permite recrearnos y sentirnos?

Este pre-número reúne a colaboradores voluntariamente inspietos, capaces de exponer sus observaciones, sus reflexiones y compartirlas. Todos los que hemos trabajado en ello hemos disfrutado el poder hacerlo, el poder decirlo. Por su especial colaboración gracias.

Usual lector que qué no deje que las palabras fluyan, los straps tanto como desear y se pene a debatir? ♦

ría sólo dejar la obra como una representación descriptiva de los estudios de un pintor holandés del siglo XVII, íntimo e independiente, que nos habla del creciente interés técnico científico de un país de la reforma y el comercio. Este estudio opone una visión nueva frente al humanismo renacentista del *Estudio del filósofo* de Carpaccio hecho 150 años antes, donde se representa al estudioso San Jerónimo en retiro. En Vermeer, la cámara oscura permite tanto la descripción como el acercamiento material a lo ahí visto. Es pues así que pintar a la modelo como Clio es una forma de objetualizar a la pintura como acto.

Como no trato de dar una visión exhaustiva de los estudios de pintores, pido pasar hasta el siglo XVIII tomando casi al azar el autorretrato de Larriguan, el cual es representativo tanto de la forma como del tratamiento que le otorga a sus pintores. No hay diferencia entre un cortés pintado y su retratado en actitud, pose, vestimenta ni entorno, el estudio es un pretexto del mismo espacio vaporoso e irresoluto de la representación por ellos. Las artes plásticas llevadas a un nivel social respetable hacen de los pincel, la paleta y el caballete símbolos heráldicos de una nobleza espiritual (y a hasta los nobles pintan). El estudio es ahora una "sala del trono".

Fue necesario Hogarth para acabar con la petulancia. Hogarth en su estudio muestra una sala de trabajo, que si bien recuerda al modesto espacio de Crespi donde se retrata pintando a oscuras, en Hogarth hay un distanciamiento mayor, la caricatura.

Todo autorretrato es un estudio (me refiero al espacio), puesto que entre otros muchos hitos de reflexión podemos pensar que son pintados estos en sitios donde el modelo total que se pinta está presente y dicho sea de paso, toda pintura es un autorretrato. (¿habría que hacer excepción de los magnos autorretratos renacentistas, donde el pintor aparece como furtivo testigo de magníficas escenas sacras o de momentos históricos notables?).

Goya en el retrato del Conde de Aguirre se representa presentándole a éste el retrato que le ha hecho. Aquí los juegos de reflexión son ricos pero no tenemos presencia del estudio menos que tenemos como base lo dicho anteriormente. Goya pintó más de doce autorretratos integrados o no a otros motivos, dos de ellos nos hablan principalmente del estudio: el primero, un retrato de la familia real donde él aparece en el fondo, may, en el

sentido de Velázquez; aunque sin tanta riqueza conceptual, el pintor aparece ya junto a los propios personajes caricaturizados. El estudio ahora es el lugar real sino el escaparate, es un lugar añadido. El segundo, tomando como base la reflexión que encabeza este párrafo y permitiéndome evaluaciones románticas, la segunda pintura que tomo y la tomo como una sola, son *Las leñas*. El estudio es aquí una cámara íntima, no es el espacio que pertenecería a la modelo, pues no hay ningún elemento narrativo o simbólico que lo denote. Este espacio, si bien tampoco es el espacio del pintor, es el único posible para que la modelo, la amante, se represente, ya que sólo tiene sentido no para el retrato sino para la pintura.

En el Neoclásico los estudios no son pintados sino como academias o museos. Poussin se representa rodeado de pilas de cuadros, Reynolds en un salón con múltiples colegas o colocando a los modelos en os como piezas de yeso. Daval frente al caballete en un espacio vacío sin más, o bien Lord Ober que le mira a la cortina y no muestra su vasta colección de piezas antiguas, o Sir Laurent utilizando su estudio como escaparate para hablar de sus copias griegas y latinas.

El motivo visual del estudio del pintor es digno de una investigación rica y sería desde el Renacimiento o más bien para de él el estudio es el pintor, su percepción, su estilo hasta sistema. No hay otra investigación sino sólo enumerar algunos casos. Caspar David Friedrich se presenta en varias ocasiones en su estudio solo y sin nada, trabajando paisajes de memoria o recordando apuntes imaginados, recordando un poco algunos de los estudios de Rembrandt mencionados. Burke nos presenta un día normal de su estudio de Danford en el cual entre otras escenas se presenta no sólo de escenas y otro de prosa, siendo su ubicación real la de una caballería militar. En Fulano el estudio es la taberna, aparece pintando a poetas, soldados y borrachos. Fulano se pinta arropado y fibroso en una baurdilla con gongoras y chiflones. Y en el colmo, Fulano hace la sátira del estudio al pintar el espacio como cuarto de la pensión donde vive con amigos disfrazados de griegos, romanos y caballeros, rica sátira a los modelos académicos que son enumerados por un mapa de Stuttgart donde están acotadas las direcciones o lugares de todos los estudios de los pintores del momento.

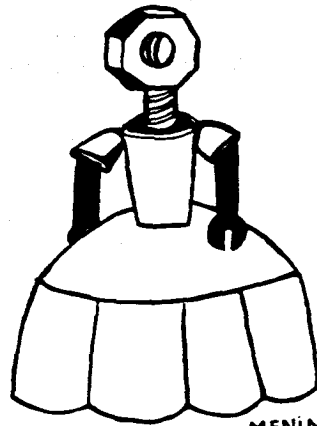
Es así en esta muestra de pintores románticos

alemanes que el estudio o lugar donde se pinta es más el contenido de la pintura que el simple contenedor del tema.

Creo que todos nosotros al pensar en el estudio del pintor nos remontamos a Courbet, tal vez porque es el primero que usa este título para la obra o por lo menos es un título que le es perfecto. Este estudio de pintor, más que una descripción de lo pintable y de cómo es pintado, es un manifiesto, ya que aparece de presentar al pintor pintado en un entorno de pintura, se presentan por primera vez todos los elementos modernos que hacen de la pintura un hecho cultural y social: la pintura (el hierro), el pintor, las pinturas pintadas, la modeladora, el modelo clásico en la sombra, la posible esposa, el posible hijo, los músicos, los espectadores, el discípulo, el marchante, los amigos y hasta la crítica. La pintura forma al fin el elemento más de la vida cotidiana y el estudio su espacio.

De aquí en adelante el estudio se vuelve más importante porque desaparece como tal, el estudio es todo. No creo que sea retórico decir que cuando los barbitones salen del estudio y pintan al aire libre, el estudio es la naturaleza, pero en el sentido renacentista, neoplatónico, permeado por la idea, sino directa, casi franciscana, abandonados a ella: el estudio será cualquier lugar vivo y luminoso. Recordar que manifiesto Manet por la honra diez de la pintura de Monet, irá el primero a retratar al segundo en su estudio; éste consiste en una pequeña lancha acondicionada con caballete y sombrilla sobre el Mame, y ya estudio!

Si el estudio desaparece para dar paso a la naturaleza, el autorretrato le seguirá, retrato o autorretrato desaparecen, pues si bien tanto Matisse como Chagall y Picasso hicieron autorretratos, el tema del estudio se independiza, es el estudio importante en la medida que da paso al pintor y la pintura, el pintor y su espacio y el pintor su modelo. ¿Casi podría decir que hay miles de espacios, grabados y pinturas de estos tres pintores y muchos otros de su generación, que abordan el tema. Si en Velázquez el motivo fue la pin-



MENINA

tura como mecanismo de reflexión sobre la representación, así, por la pérdida de la importancia del concepto de representación, el tema, o lo central de la intención pintada, es lo pictórico. Si en Velázquez el estudio sirve para una paradoja, aquí el estudio es taxología.

Con la pérdida de la representación el tema de estudio o su motivo se pierde, recordándose sólo hasta la configuración y el hiperrealismo, cuando que de alguna manera repiten en cuanto a intención propuestas anteriores. Sin embargo, antes de dejar el tema, tomaré formalmente un hilo. En Modrian quitamos lleva de la mano en su método abstray este para superar algo de estudio (de pintar), en su pintura. Al ir simplificado en un lapso de diez años el bodegón que aparece en su estudio en 1909 y que con el tiempo limpia y cristaliza llegando a la *Composición No. 12* de 1920, nos permite suponer en sucesivas obras intermedias que ese fragmento de espacio de su estudio es el que contiene totalmente la composición última. Modrian traza el estudio como y otros bodegones y objetos abstractos, a la tela o

formato total como estudio. Claro está que tendrémos que admitir que el espacio de sus telas es espacio aun no siendo el origen de este su estudio, sin embargo por abstracción podemos decir que el estudio de Modrian es espacio solamente. Este hilo aun nos lleva a otra zona, ¿no es acaso toda naturaleza nuestra parte del estudio del pintor? Por una parte el autorretrato nos pasó por los estudios de los pintores, ahora se ocurre regresar en la historia a través de las naturalezas mismas para hablar, como modelos honestos y sencillos, los estudios de los pintores. Sería extender demasiado este trabajo. Sólo para satisfacer la curiosidad hablaré de cinco naturalezas mismas.

Regresado en el tiempo,

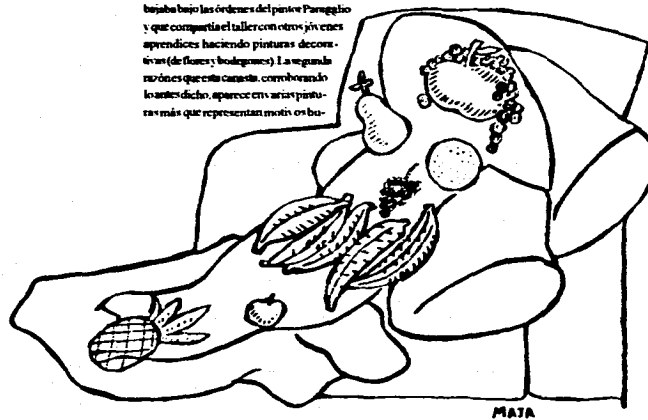
La naturaleza misma con manzanas de Cézanne, permitió al arte moderno pensar en la estructura de la forma simple la cual está dada en relación estricta con su espacio, espacio del estudio del pintor que la aisló como en un laboratorio, donde también que materializarse sola y por apartado. El espacio del estudio es aquí el análisis. Si bien en cuanto a teoría y debido a una selección del propio Cézanne, estos trabajos se conectan con Poussin, para este efecto de análisis debería asociarse con Chardin. En *Bodegón con pipas* cada uno de los objetos mantiene su condición de forma, más que de cosa. Claro está que si no llega al análisis cezaniano, si es un suceso de sobre todo en cuanto a intención de estudio, y aquí me refiero a las dos escenas del término. En este itinerario llegamos a Baschenis, quien desarrolla lo largo de su vida un pequeño estudio pintado de naturaleza muerta solamente, siendo su trabajo un majestuoso ejemplo de la humildad la que pudo haber llegado al barroco. Todo su producción, como decíamos, se circunscribe a las naturalezas muertas en un mismo espacio: su estudio. Naturalezas muertas no comunes, pues sólo usó, y en forma obsesiva, instrumentos musicales (yo diría, formas musicales) en sus naturalezas de cuadros. Las estructuras, si bien no analizadas cezaniano-

mente, hablan de perspectivas y armazones que remiten a construcciones (epológicas en el sentido de la pintura metafísica de Morandi) de Chirico. Es pues, la experiencia de la habitación vacía.

En cuanto a la habitación vacía pero morada está en forma destacada la representación de lo que podría ser el estudio de Zurbarán. Solo dos naturalezas muertas exclusivas pintó Zurbarán y con la misma estructura. Mostró uno a uno sus tres conjuntos de objetos: su estudio vacío es racional, contestario, geométrico.

Para cerrar tanto el trabajo como el círculo tomaremos *La canasta* de Caravaggio, tal vez la primera naturaleza muerta como tal. Es verdad que esta obra tiene gran influencia de la pintura de género del norte de Europa, así como también es muy probable que el lienzo fuera más labrado, circunstancias que atentan contra la aseveración de ser ésta la primera obra de este género. Sin embargo, la obra sobrevivió así y ha influido a la pintura posterior en este sentido. Si la tomo para hablar del estudio del pintor es por dos características: una, porque es una representación de cosa colocada en un posible espacio de un espacio comunal. Esto es, es un objeto que se aloja en un lugar para tomarla y ser pintada, habla de alguna forma de un taller. Sabemos que en estas fechas Caravaggio trabajaba bajo los órdenes del pintor Paragallo y que compartía el taller con otros jóvenes aprendices haciendo pinturas decorativas (de flores y bodegones). La segunda razón es que esta canasta, corroborando lo antes dicho, aparece en varias pinturas más que representan motivos o bu-

cólicos, con modelos humanos. Esto no arrojaría nada más a lo antes dicho, que el espacio representado es un taller comunal, den de una serie de jóvenes que trabajan a destajo. La razón para tomarlo como ejemplo es que curiosamente estos modelos humanos, pero menos en cuanto pinturas de la época, son autorretratos. Es así que forzados por el tipo de empleo, en estas obras se juntan dos de las líneas que utilizamos aquí para viajar por los estudios. Este estudio era pues una galería de la cual sabemos salió huyendo Caravaggio por los pleitos que tuvo tanto con su patrón-pintor como con sus compañeros-colegas. Es este espacio de trabajo colectivo y a insostenible para el carácter irascible e individualista del pintor genio. Este espacio que en sí no refleja nada anecdótico, es símbolo, se siente a una cárcel que provoca la necesidad de salir o jugar son este sentimiento de autopreservación que recuerda la sanación de Passolunghi (una de las obras contiene cuatro autorretratos y una canasta). El espacio es atmosférico. Todas las pinturas de Caravaggio, se dice, fueron hechas con modelos dentro de su estudio, figuras y luces encerradas y controladas en esos pequeños espacios de trabajo. La obra toda de Caravaggio es pues el estudio del pintor. ♦



PIATA

## FRANCESC TORRES: POLÍTICA A TRAVÉS DEL ARTE

KARLOS ASTORGA

### DIVERSIDADES

FRANCESC TORRES, artista nacido en Barcelona en 1940 y posteriormente emigrado a Nueva York, presentó el año pasado en el Museo de Arte Moderno un multimedia llamado *Demasiado tarde para Goya*. Al observar el extenso contenido de los objetos de Francesc Torres, en los cuales aborda el discurso político, comprobamos estar ante un ejemplo de lo más contemporáneo y coherente que se ha hecho en materia de instalaciones aquí en México.

*Demasiado tarde para Goya* probablemente sea un título ignorado, si pensamos en Francisc de Goya y Lucientes, artista español que durante el siglo XVIII representó los hechos destructivos con series de grabados *Los caprichos* y *Los horrores de la guerra*. Francesc Torres no presenta como lo hizo Goya, sino que presenta con una serie de imágenes el lado más violento del pensamiento humano, parte con la cual los sistemas políticos crean y destruyen la democracia. En un ideal la democracia vive en el pensamiento, ya lo decía Juan Jacobo Rousseau en *El contrato social*: no existe la democracia, es un ideal a alcanzar. Con estas imágenes y objetos Francesc Torres selecciona y registra a la vez los hechos políticos de nuestro siglo. La motocicleta con el frente estropeado (*Destino, entropía y catástrofe*) ha sido golpeada con fuerza violenta, tal vez en un accidente sufrido por su conductor. Demás de ésta, seis serigrafías hechas en medio tono muestran imágenes de esculturas con la nariz dañada: parecería que fue el viento el que las dañó, o tal vez son vestigios de alguna guerra. Las esculturas que Torres presenta no han sido dañadas por el tiempo, el tiempo en la obra de Torres sólo hace un juicio del valor neutral.

Si observamos la serie *Newsweek*, formada por imágenes hechas con el mismo color e intervenidas por el artista con trazos similares a los de un expresionista abstracto, brotan signos que nos preguntan: ¿dónde está la democracia? ¿dónde está el individuo que busca la democracia? En esta

misma serie Torres coloca a una mujer en un completo estado de relajamiento que con toda gracia se gira tirándose hacia un conjunto de líneas dramáticas, como si se tirara a una alberca.

En la mayoría de las obras de Torres se destaca el signo bélico. En *Mesa para héroes hegemónicos en una comida de negocios*: tormenta de comedor también aplicable al frente de un sitio ocupado por tanques como regimientos, representados por tanques de juguete que avanzan deseperadamente hacia un castillo medieval, seis escenas de acontecimientos políticos en el proyecto de imágenes (*Demasiado tarde para Goya*) se basan en personajes históricos importantes desde 1917 hasta 1983: Lenin, Hitler, Churchill, Roosevelt, Stalin, Gorbachov, Ben Bella. Estas imágenes empiezan con una televisión que proyecta escenas tomadas de la CNN y terminan con *Suñir y bajar*, agustina de Goya de la serie *Los caprichos*. Al colocarnos frente a estas imágenes detectamos por los sonidos y la visión la catástrofe histórica, el espacio de la instalación crea un campo psicótico, una situación extrema vivida como la política histórica que se destruye irremediablemente: la historia en imágenes es presentada por los medios de comunicación como un incidente infanzal oscuro, donde un sujeto personificado por un mono es presa de la expectación.

El político como mal se proyecta con fuerza en *Lo lógico y las terminas*: un grupo de tanques de juguete hormiguas sobre una barra metálica y se dirigen hacia la letra "B". Esta pieza de la instalación de Torres representa la dirección global de la historia, así como la obscuridad de la política: las terminas sociales representadas por estos pequeños tanques de jugue-



te son como sujetos que carcomen la estructura interna de manera brusca, dejando a su paso una serie de terminas (cito a Barthes: son como el amante que no puede soportar que alguien sea superior o igual ante él, ante los ojos de su amado, y pelca por rebajarlo todo a él).

Francesc Torres plantea que la historia está construida por bloques. *Lo lógico y las terminas* es un trozo de la historia de cualquier tiempo y como parte de la instalación comunica los hechos que crean el poder. Cada objeto de esta exposición es un vasto sistema de información, en el que Torres muestra cómo los medios de comunicación tienen el poder de relatar la historia, de comunicar los hechos de la búsqueda por la superproducción, la búsqueda de la racionalidad que lleva a la precipitación, sociedad que cuando no está en exceso se siente frustrada, los medios de comunicación que como en México apoyan la crisis del sistema político y como consecuencia la caída del sistema económico.

Los objetos instalados de Francesc Torres son los más contemporáneos; coinciden, pues muestran cómo los terminas, intentando sin embargo olvidar, carcomen el pasado utópico que se hundió y que dejó huacos históricos en su búsqueda inestable por el equilibrio, para hacer picos del futuro.

Francesc Torres hace instalaciones con un contenido político bajo el sentido filosófico. ♦

Este texto es una versión modificada del publicado en el periódico *La Jornada* el 18 de mayo de 1994.

## LOS NEGOCIOS Y EL DISEÑO\*

PAUL RAND

CUERNO  
Y LA  
abundancia

No es ningún secreto que el mundo real en que los diseñadores se desempeñan no es el mundo del arte, sino el de la compra-venta: las ventas, no el diseño, son la razón de ser de cualquier organización comercial. A diferencia del vendedor, sin embargo, la motivación más extenuante del diseñador es el arte: arte al servicio de los negocios, arte que ensancha la calidad de vida y profundiza nuestra apreciación del mundo cotidiano.

El diseño es una actividad que consiste en resolver problemas. Nos provee de medios para clarificar, sintetizar y dramatizar una palabra, un dibujo, un producto o un acontecimiento. Sin embargo, una serbia hembra para calcular buen diseño se encuentra en las capas de la organización gerencial inherente a toda estructura burocrática. Ahí, junto con prejuicios ligeros o simple inconciencia, podemos hallar absurdos tales como conjeturas ocultas, sermónes, poses y ambigüedad, para no mencionar instituciones como las juntas directivas, que lo único que hacen es pasar la carga. Al parecer, todo esto ocurre no por mala voluntad o estupidez, sino por simple fragilidad humana.

El funcionamiento suar del proceso de diseño puede ser frustrado por otras vías: por el ejecutivo o imperceptivo o que, en cuestiones de diseño, no entiende ni su propio papel ni el del diseñador; por el publicista ansioso pero mentecato cuyo principal interés es complacer a su cliente; y por el cliente inseguro que depende de encuestas informales y de investigaciones pseudocientíficas enfrascadas en preguntas que son cuestionables.

A menos que la función del diseño dentro de una burocracia empresarial esté estructurada de tal modo que sea posible el acceso directo a la persona que dice la última palabra, intentar producir un buen trabajo es más a menudo un ejercicio vano. La ignorancia de la historia y la metodología del diseño como vec conche, se reproduce y se reproduce

en trabajos —se suma a otras dificultades y malos entendidos—. El diseño implica un modo de vida: un punto de vista. Invocando todo el complejo de la organización visual: talento, capacidad creativa, habilidad manual y conocimiento técnico. La economía, la tecnología, la estética y la psicología se hallan intrínsecamente relacionadas en su proceso.

Uno de los problemas que más contribuye a crear dudas y confusiones, provocado por el ejecutivo transitorio e inexperto que, momentáneamente, espera en el momento de que se le presenten no una, sino varias soluciones a un problema. Esto puede incluir una cantidad de conceptos verbales o visuales, un surtido de bocetos, una variedad de dibujos o esquemas de colores, así como una selección de tipos de letra. El necesario de ejercer su preferencia por uno u otro. El es también quien más a menudo insiste en revisiones interminables con fechas de entrega urgentes, poco realistas, que configuran un ritual pernicioso que sólo consume tiempo. Teóricamente, un gran número de ideas asegura un gran número de opciones, pero éstas son esencialmente sumativas. Esta práctica es tan estúpida o como inútil, desanima la espontaneidad, estimula la indiferencia y, más a menudo que no, produce resultados que no son distintivos, interesantes ni efectivos. Para acabar pronto, las buenas ideas raramente vienen en *bonches*. El diseñador que voluntariamente presenta su cliente un lío de bocetos a menudo no demuestra productividad, sino inseguridad o miedo. Entonces, lleva a su cliente a asumir el papel de jefe.

En caso de genuina necesidad, sin embargo, el diseñador habilidoso es capaz de producir un número razonable de buenas ideas. Pero cantidad por evigencia es muy diferente de cantidad por elección. El diseño es una ocupación que consume tiempo. Cualquiera que sea sus hábitos de trabajo, el diseñador llenará muchas veces un botecito de basura para producir una buena idea. Las agencias de publicidad pueden ser particularmente

culpables de este "juego de números", empeñadas en impresionar al cliente con su ardor, le presenten un batiburrillo de bocetos, muchos de los cuales son interpretaciones superficiales de ideas potencialmente buenas o bien versiones mafiosas de soluciones trilladas.

Los constantes cambios de funcionarios en las empresas constituyen un impedimento adicional, del que las esferas gerenciales a menudo son inconscientes. Personas no calificadas para hacer juicios de diseño resultan colocadas con frecuencia en posición de intervenir en el proceso de diseño. Entonces, la situación de autoridad en que súbitamente se encuentran es usada como muestra de su experiencia. Mientras que la mayoría de la gente acepta con agrado y aprecia la crítica que proviene de fuentes conocedoras, habrá un resentimiento (abierto o embocado) cuando ésta deriva tan sólo de una posición de poder, aún cuando el ejecutivo o sea muy inteligente o profese "buen gusto". El asunto no es si tiene derecho a cuestionar, porque incluso esa puede ser su tarea, sino si tiene el derecho a hacer juicios sobre diseño. En un caso equivocado del privilegio no sirve a la gerencia, y es contraproducente para el buen diseño. La experiencia en administración empresarial, periodismo, contaduría o ventas, aunque debe darse su lugar, no otorga experiencia en problemas que tienen que ver con la apariencia visual. El vendedor que puede vender más el equipo de tipografía por computadora más sofisticado, raramente es quien sabe apreciar también la buena tipografía o las proporciones elegantes. En realidad, la pléyade de diseño malo que vemos por todas partes probablemente pueda atribuirse tanto a una buena mercadotecnia como al mal gusto.

Hondamente comprometido con cada aspecto del proceso de producción, el diseñador a menudo debe enfrentarse a personal de producción inexperto y a procedimientos administrativos que abogan el estancamiento, el hastío y la creatividad. Aunque estén periódicamente involucrados en la emisión de juicios estéticos (seleccionar insignias, proveedores de papel, equipos de cómputo y otros abastecimientos) los encargados de compra ignoran, en su mayoría, los principios de la práctica del diseño y son insensibles a las sutilezas que significan calidad. Siendo su función primaria la dirección de costos, a veces igualan equivoocamente la diligencia con la de las agencias y a la paranciamos con la subalterna empresarial.

Esos problemas de ninguna manera están confinados sólo a la composición burocrática. Artistas, escritores y demás en el campo de la comunicación y las artes visuales, tanto en el gobierno como en la iniciativa privada, en escuelas o iglesias, deben enfrentar constantemente a aquellos que no les entienden y están, por lo tanto, predispuestos negativamente a sus ideas. El diseñador es especialmente vulnerable porque el diseño es *chile de todas las moles*. "Yo sé lo que me gusta", es toda la autoridad que se cree necesaria para apoyar las suposiciones críticas.

Por otra parte, el igual que el hombre de negocios, el diseñador está sorprendentemente provisto con sus propias fragilidades humanas. Pero a diferencia de aquel, carece muchas veces de facultades para articular sus ideas, lo cual constituye un serio problema en un área en la que las dificultades semánticas aparecen a menudo. Esto es más pertinente en el diseño gráfico que en el diseño industrial o en el campo de la arquitectura, porque el diseño gráfico está más abierto a las preferencias estéticas que a las funcionales.

La terquedad puede ser una cualidad admisible o negativa en un diseñador (dependiendo del punto de vista): un rechazo a los términos medios por cuestión de principios, o un vehículo para disfrazar la insuficiencia. Los clichés, los patrones vacuos, las ilustraciones a la moda y las soluciones predeterminadas son señales de esa debilidad. La comprensión del significado de las vanguardias y la familiaridad con la historia del diseño, de la pintura, la arquitectura y otras disciplinas, que distinguen al diseñador educado y hacen que su papel sea más significativo, no son siempre su punto fuerte. El diseñador, sin embargo, necesita todo el apoyo que pueda reunir, puesto que la suya es una posición única pero nada envidiable. Su trabajo está sujeto a todas las interpretaciones imaginables y al hallazgo de fallos insignificantes. Irónicamente, él busca no sólo el aplauso del conocedor, sino la aprobación de las multitudes.

Una relación de trabajo saludable no sólo es posible, sino esencial. Los diseñadores no siempre son intangibles, ni se encasillan siempre en personas ciegas a la calidad. Muchas agencias de publicidad responsables están prevenidas del papel que el diseño juega como fuerza comunicativa. Y el hombre que pone el diseño, el empresario bien dispuesto y comprensivo, no es un iluso total. El es profesional, objetivo y está abierto a las ideas

\* Paul Rand (Estados Unidos, 1914) es uno de los fundadores de la llamada "Escuela de Nueva York" en el diseño gráfico, hacia los años cuarenta. Sus importantes aportaciones al diseño fueron: poner las gracias a un conocimiento profundo del más íntimo carácter humano, particularmente el del individuo y la cultura. Desde 1956 es profesor de la Escuela de Arte de la Universidad de Yale. Ha publicado *The Graphic Design* (1964). *Design and the Visual Arts*, entre otros libros. Como diseñador, su trabajo más conocido es la marca institucional diseñada para IBM en 1956, en una fecha que "Las negociaciones y el diseño" apareció originalmente bajo el título "Politics of Design", como prefacio a la edición 1980-81 del *Graphic Annual* publicado en Suiza por Walter Herbig. Fue traducido por Mauricio Rivera, jefe del Departamento de Publicaciones de la Escuela Nacional de Artes Plásticas (ENAP) y consensuado en la conferencia "El diseñador y el cliente: amigos o enemigos", celebrada en la Casa del Lago el 15 de octubre de 1984.

6



Logotipo para la IBM (1956). El diseño original tuvo una versión de ocho y nueve franjas; la última, es la que se utilizó actualmente.

7

## LA VIDA DE KISSA



¿Crees que disfrutas en tu trabajo?, ¿separas tu carne en una herida que provocó una llamada angustiada ante Dios.

¿Crees gozar con la tranquilidad de tu departamento, acompañada de tus sombras y dibujos; reconciliación con la tinta y carbón? ¿Crees que tu trazo es un hechizo, la paz del ruido y de la soledad? Disfruta del hijo que no sientes y de él que no estás; cadáveres que serían incapaces de pronunciar palabras, vive en tu mundo injusto, atormentado. ¿Crees que dentro de ti sí hay justicia? ¿Disfrutas de ella?

Presenta tus desamperanzas, alegrías y tristezas. Una mujer que parió dioses y ellos mismos la asesinaron. ¿No se dice cuenta de lo ordenado que es el sol, el cielo y la tierra, y ahora tus ojos no ven, tu boca no habla, ya no ves el mundo de hoy. Vive en el ajero de las calles, de tu frustrante realidad, la oscuridad de tu tiempo que en el dibujo son manchas y líneas.

**Medio tamaño**  
1905, tinta negra, 81 x 110 mm

### Comité organizador:

Mario de Jesús Méndez  
Camacho  
Mauricio Rivera  
Figueroa  
Armando Quiróz  
Barralón  
Alejandro Magallanes  
Caldwell  
Carlos Antogn  
Alejandro Magallanes  
Manuel Martín  
Armando Quiróz  
Mauricio Rivera  
Agudelo  
Lic. Benigno Miranda Vialón  
Universidad Panamericana  
La Piedad Campeche

**Impresión y distribución:**  
El día domingo  
Apertura 08:00 a 12:00

Lic. Guillermo Medina Camarillo,  
Tel. 519 8523 • Fax 530 4024  
Tiempo de 400 ejemplares

Los ejemplares de este libro se venden en  
las librerías de la ciudad de Campeche.  
www.libreriascampeche.com

nuevas. Sabe poner la responsabilidad en su lugar, y no se siente tan inseguro como para verse a sí mismo como un experto en un campo distinto al suyo. Más aún, es capaz de proporcionar un ambiente de trabajo donde puedan florecer la espontaneidad, la buena fe, la comprensión y la confianza mutua, cualidades esenciales para ejecutar un trabajo creativo.

Demuestra simular, el diseñador gráfico debe ser un profesional cuyo estado está dividido entre el lirismo y el pragmatismo. Es capaz de distinguir entre las tendencias dominantes y la innovación, entre la oscuridad y la originalidad. Para él la libertad de expresión no es una licencia para generar ideas absurdas, ni la terquedad es testarudez, sino evidencia de sus convicciones propias. Su espíritu es independiente, guiado más por un estándar interno de excelencia artística que por alguna influencia externa. Al mismo tiempo que comprende que el buen diseño debe soportar las rigurosas exigencias del mercado, cree que el buen diseño florece cuando existe un matrimonio de vulgaridad y visual.

La creación artística siempre se ha desarrollado bajo condiciones adversas. Subjetividad, emoción y opinión parecen concomitantes con las creaciones artísticas. El profano, el lego se siente inseguro y teme al hacer juicios sobre diseño, aún cuando simule hacerlo con un cierto

"know-how", pero quizás o no las condiciones de los negocios conducen a muchos de ellos a involucrarse inevitablemente con problemas en los que el diseño juega algún papel. A diferencia de la ciencia, los efectos del diseño no son medibles ni predecibles, ni sus resultados son necesariamente repetibles. Si un empresario puede proporcionarse alguna seguridad (además de tener fe), ésta radica en elegir diseñadores talentosos, competentes y experimentados.

El diseño significativo, ingenioso y de calidad no es un logro accidental, aún en ambientes en donde el buen diseño es entendido, apreciado y adecuadamente aceptado, y en donde el beneficio económico no es la única motivación. En el mejor caso, el trabajo realmente distintivo o excepcional, aún en las circunstancias ideales. Después de todo, nuestra época puede jactarse tan sólo de un Cessandre. ♦♦

\*A.A.I. Camacho es el autor del libro de Adolpho José-Alejo Magaña (1901-1988), cartógrafo, diseñador de tapetes, impreso y pintor llamado "El día de la Cruz". En su obra también se exploran los conceptos del arte y el pensamiento en la arquitectura, la literatura y los diversos lenguajes publicitarios del siglo XX. Los libros de historia del arte y del diseño gráfico se publican en formato de libros electrónicos "Diseño-Dibujos-Dibujos", así como se exploran desde un punto de vista interdisciplinario los temas de "El día de la Cruz" y los conceptos avanzados de los años 60. (p. 461.)

La Piedad Campeche  
Diseño editorial y tipográfico



Calle 4 MS126  
Col. Ampliación Miguel Hidalgo  
Tulpeten 14250, Mérida Yucatán  
Tel/fax 630 1452



# CaFÉPARÍS

ABRIL - MAYO  
1995

## MUSEO DEL PALACIO DE BELLAS ARTES

**ROBERTO CORTÁZAR. POSMODERNIDAD Y ROMANTICISMO**  
Marzo 9 - mayo 26

**LA VIDA EN CRUZ. PREMIOS SUEÑOS**

Javier Cruz

Hasta abril 23

**MURALES DEL HOTEL DEL PRADO. MONTENEGRO, COVARRUBIAS Y RIVERA**

Hasta mayo 7

**DALIA ROMBOY**

A partir de abril 27

**ANTONIO LÓPEZ SÁENZ**

Hasta junio 23

## MUSEO DE ARTE MODERNO

**LEONORA CARRINGTON. UNA RETROSPECTIVA**

LIBERTAD EN BRONCE

Proyecto escultórico basado en la obra de Leonora Carrington

**LAS ESTAMPAS DE LEONORA CARRINGTON**

Obra gráfica

Hasta mayo 14

**ARNALDO ROCHE BABELL**

Hasta junio 18

**LA PIEL DE LA TIERRA**

Laura Anderson

Hasta junio 25

## MUSEO NACIONAL DE SAN CARLOS

**FRANCISCO DE GOYA Y LUCIENTES (1746-1828)**

Exposición permanente

## MUSEO NACIONAL DE LA ESTAMPA GRÁFICA CONTEMPORÁNEA

Exposición permanente

**EL SEÑOR DEL CASTEL DE WILTON**

GLASER

**LA JÓVEN GRÁFICA POLACA**

**EL CALIFORNIA. GRABADOS DE OSWALD WERN**

Todo el mes de abril

**GRÁFICA DE FRANCISCO TOLEDO**

A partir de abril 5

**RELATOS EN TUBO A LOS SEYOS Y LEVANTADOS**

Todo el mes de abril

## CENTRO CULTURAL ARTE CONTEMPORÁNEO

**VESTIDOS DE TIERRA SANTA**

Hasta mayo 14

## EL SEÑOR DEL CASTEL DE WILTON

Ikko Tanaka

Hasta mayo 14

## MUSEO ESTUDIO DIEGO RIVERA

**ICONOGRAFÍA DE DIEGO RIVERA**

Obras de caballete, fotografías y documentos personales

**PASIÓN POR PIEDA**

Exposición multimedia de diversos artistas

Todo el mes de abril

## PINACOTECA TITREINAL

**ALYR A BLOQUES**

Todo el mes de abril

## SALA DE ARTE PÚBLICO SIQUEROS

**SEMBLANZA DE SIQUEROS**

ELA VIEIRA

Ann Garcia Alcover

Todo el mes de abril

## MUSEO JOSÉ LUIS CUEVAS

**LOS ESPECTROS DEL ROMANTICISMO**

XI Festival del Centro Histórico de la Ciudad de México

Marzo 22 - mayo 7

**PREMIOS DE LA COLECCIÓN DEL OBLIC**

Todo el mes de abril

## MUSEO NACIONAL DE LAS CULTURAS VINCENOS

Hasta mayo 30

## MUSEO MURAL DIEGO RIVERA

**EL VERDE GALANTE**

Maestros de la Esmeralda

**MURALES EN CERÁMICA**

Franco Morelli

Todo el mes de abril

## MUSEO DE ARTE CARRILLO GIL

**DE CUERPO PRESENTE**

Jordi Bultó

Hasta abril 16

**RELEVOS GEMINIS. COLECCIÓN DE ARTE CONTEMPORÁNEO DEL PIRAC-GRUPO ALPES**

Abril 19 - junio 25

**SERIE DE OBRAS EN TUBO**

Carlos Pascual

Pintura y dibujo

Abril 26 - junio 4

**VENTA AL TALLER DE PÉZ CERRÓN**

Arte objeto

Abril 26 - mayo 28

## CINE CLUB IFAL

Auditorio - Av. Constituyentes 947

Jueves 15:45 hs

•Abril

**EL SARRASIN / 4.**

Dir: Jean Pierre Melville

Int: Alain Delon, Mathis Dalon

**AMÉS A LOS SEÑORES / 20**

Dir: Louis Malle

Int: Gérard Manceau, Raphaël Fejo

**EL SEÑOR / 27**

Dir: Robert Breton

Int: Christian Pater, Sylvie Van der Elser

•Mayo

**DESCUBRIR PARA EL CABALLO / 4**

Dir: Louis Malle

Int: Jeanne Moreau, Maurice Ronet

**EL GATO / 11**

Dir: Pierre Grœtre-Dufrene

Int: Jean Gabin, Simone Signoret

**QUERIDA DESCONOCIDA / 18**

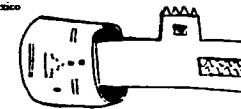
Dir: Miché Mizrahi

Int: Simone Signoret, Jean Rochefort

**LA VIDA EN UN LUGAR NO TRIBUTADO / 25**

Dir: Étienne Chabrier

Int: Béatrice Miquel, Valérie Lalande



## CASA DEL POETA

Álvarez Obregón 73 Col. Roma

Miércoles 20:00 hs

**LOS OBSCURIDADOS - DIÁLOGO**

ENTRE NARRADORES

•Abril 5, 19, 26

Álvarez Mota - Ángeles Mastretta

Gonzalo Celorio - Mango Glantz

Carmon Boulton - Sergio Pitol

•Mayo 3, 17, 24, 31

Juan Toray - Daniel Soto

Juan Villoro - Hugo Hiriart

Sara Schickovic - Eugenio Aguero

Hernán Lam Zavala - Federico Campbell

•Junio 7, 14, 21, 28

Alberto Rey Sánchez - Ignacio Solares

David Martín del Campo - Silvia Molina

Alice Pottacco - Guillermo Saenz

Emilio Zapata - Federico Reyes Heróles

\*Programa de actividades

Propuesta final. Página 9, hojasuel-  
ta, cartelera Café Paris.

## 3.4. PRODUCCIÓN

# U

na de las últimas etapas en el desarrollo de una publicación es la *producción*. En este punto desembocan todas las propuestas que hasta el momento se hayan visualizado sólo como proyecto. Y es precisamente en esta parte del proceso en el que las cosas se vuelven "reales". Es decir, un proyecto se basa sobretodo en que sea realizable en la máquina de impresión.

Producir implica básicamente tres aspectos:

- 1) Estimar la **cobertura inicial** de la publicación. Tanto la que se *quisiera*, como la que en realidad se *puede* tener.
- 2) Establecer el  **tiro requerido** para la publicación en correspondencia con el método de impresión adecuado.
- 3) Conseguir a su vez que el **método de impresión** cubra los aspectos *técnicos* y de *contenido*, sin desvirtuar en lo posible todo el planteamiento teórico inicial.

### 3.4.1. Impresión-tiraje

**H**ablar particularmente de un tiraje o tiro es hablar de: coberturas definidas, presupuesto disponible, periodicidad y calidad de impresión.

**Cobertura.** ¿Qué número de lectores se piensa abarcar? La cifra inicial tentativa del total de la producción que se tenga como respuesta, no siempre será la que el grupo emisor considere adecuada. Puede ser mayor o menor, y aumentar o disminuir de acuerdo al desenvolvimiento y aceptación de la publicación dentro de su mercado de circulación.

Se debe estimar en base al presupuesto disponible. Rebasarlo implicaría trabajar con un proyecto irreal, que en uno u otro momento se detendría.

**Presupuesto.** Es indudable que si no se cuenta con dinero, en una cantidad mínima, media o alta, simplemente no habrá nada que se pueda producir, por sencillo que sea un proyecto.

Si bien, en algunas ocasiones existe la posibilidad de plantear de manera inversa el proceso. Esto es, sin que un grupo emisor específico esté solicitando generar

una publicación, y sea en ese caso, un particular el que venda una serie de ideas ya estructuradas. Sucede, y de hecho se hace, aunque soluciones semejantes manejan un planteamiento distinto del que se ha estado abordando hasta el momento.

**Periodicidad.** El tipo de aparición que una publicación mantiene puede ser diaria, semanal, quincenal, mensual, trimestral, etcétera; y se establece de acuerdo a los fines de la misma.

El presupuesto disponible influye para que la periodicidad se establezca permanentemente, y permita que el público lector asocie el soporte con los tiempos de aparición. Manejar bajos recursos impide financiar y sacar continua, y puntualmente un material que cuesta.

En otros casos, la periodicidad responde principalmente a las necesidades que la política editorial del grupo emisor márque. Una publicación con determinadas características puede manejar un número mínimo de ediciones al año, y consumirse sin mayor problema por un público, específico y atento de su aparición. Siempre y cuando haya constancia sin retrasos serios, que primero provoquen desconcierto y después olvido.

**Calidad de impresión.** Los apartados anteriores conllevan y definen el grado de calidad de impresión del soporte, que se deriva principalmente de los materiales empleados y lo que se puede obtener de ellos.

Si los recursos son mínimos, no se puede pensar en soluciones técnicas elevadas, hablando específicamente de papeles caros que permiten acabados a color de alta definición, por ejemplo.

Con respecto a la periodicidad, de ser demasiado continua y con tiempos de aparición muy cortos, no siempre es posible mantener niveles altos de impresión.

Los puntos anteriores responden, influyen y determinan el tiraje requerido en una publicación periódica.

## MÉTODOS DE IMPRESIÓN

A este respecto, las posibilidades actuales con las que se cuentan, cubren las necesidades que surgen y se derivan de un proyecto. Independientemente del proceso que se lleve en su solución gráfica, *tradicional o reciente*, se debe tomar en cuenta el tipo de impresión adecuado para su reproducción.

Existen cuatro sistemas de impresión básicos:

**Tipográfico de relieve.** Cada vez menos empleado por el arribo de nuevas técnicas, es el tipo de impresión que guarda estrecha relación entre el operario y el soporte gráfico. Todavía permite reconocer el cuidado y la atención, no sólo de los tipos tallados, sino del arreglo de toda la composición. Su uso es más recomendable para tiros cortos

De manera industrial se fabrican matrices bajo este sistema, que pueden ser:

- 1) Metálicas por corrosión de ácidos.
- 2) Plásticas fotosensibilizadas, obtenidas por disolución con productos químicos.
- 3) Flexibles (*flexografía*), hechas por moldeado y recorte manual, para imprimir en superficies irregulares.

**Litografía.** Este método ofrece gran calidad de impresión que se puede ajustar casi a cualquier requerimiento. Para ello existen distintos tipos de matrices que lo permiten:

#### *Master*

Se basa en un papel tratado que resiste la humedad, con propiedades electrostáticas fotosensibles. Su calidad no es de las más altas. Es recomendable para tiros muy cortos: 50, 500 y 1000 piezas.

#### *Wipe-on*

Lámina metálica flexible de zinc o aluminio con propiedades hidrófilas (afinidad con el agua), cubierta por una emulsión impresora de propiedades lipófilas (afinidad con la grasa). Su uso es muy generalizado por la rapidez y lo económico de su procesado. Para tiros cortos: 5000 piezas.

#### *Deepetch*

Lámina grabada, cuyas áreas impresoras se llenan o cubren con una pasta que maneja propiedades lipófilas. Para tiros medios: 15, 20, 30, 40 000 piezas.

#### *Tri-metálicas*

Se compone de un soporte de acero (zinc o aluminio), cubierto primero con una capa de cobre seguida de una de cromo. Mediante ácido se graba y elimina el cromo innecesario (hidrófilo), dejando al descubierto las áreas de cobre impresoras (lipófilo). Para tiros largos: 1 000 000 piezas.

**Huecograbado.** El principio básico del sistema es que las partes impresoras están grabadas en hueco y

la impresión se realiza directamente del cilindro al papel (a diferencia del offset).

La maquinaria de varios colores está constituida por diversos elementos vinculados entre sí, cada uno de los cuales es una máquina por sí misma. El papel continuo pasa por cada uno de los elementos, recibiendo la respectiva impresión. Cuando el papel sale de la máquina es cortado y confeccionado, con el resultado de un impreso ya acabado. Las matrices son de acero, cobre, cobre cromado y plástico.<sup>6</sup>

Es el sistema más adecuado para tiros muy grandes.

**Serigrafía.** Se basa en un tejido de seda o nylon con malla finísima que se monta, muy bien tensado, en un bastidor de madera. Manual o químicamente se obturan las partes no impresoras y se dejan libres aquellas a través de las cuales la tinta pasará para depositarse en el soporte. La calidad la determina el tejido y la densidad de la trama.<sup>7</sup>

Es el sistema más accesible para su uso. Permite sacar tanto tiros muy cortos, 50 o 100 ejemplares, como grandes, 1000 a 5000. Sus formatos pueden ser pequeños o medir hasta 100 x 140 cm.

Otros métodos auxiliares de impresión para ediciones cortas son:

**Fotocopiadora.** Hasta hace algunos años la calidad de éstas máquinas era realmente deficiente. Hoy en día, han alcanzado un nivel de acabado excelente. Se pueden elaborar originales mecánicos tamaño carta, doble carta y oficio, entre otros. Además se pueden modular gamas de grises, imprimir áreas a color y cui-

<sup>6</sup> FIORAVANTI Giorgio, *op. cit.* p. 145  
<sup>7</sup> *Ibid.*, p. 148

dar los tonos deseados. Permite realizar ediciones "domésticas" de tiros cortos, con una buena solución.

Algunas de sus principales desventajas son los formatos establecidos y la falta de un registro preciso, ya que hay ligeras variaciones dadas por el movimiento del papel.

**Impresión laser.** La calidad que se puede obtener mediante las impresoras laser es de 300, 600 y 1200 puntos por pulgada. En este caso los costos aumentan, ya que el toner es mucho más caro. Al igual que en las fotocopias los formatos pueden ser carta u oficio, y manejar color.

### ***PAPEL PICADO***

Para determinar el tipo de producción de la publicación se consideraron los siguientes aspectos.

1 La población de la ENAP distribuida entre alumnos y académicos es aproximadamente de 3500 personas. Como propuesta inicial se estima una cobertura de 1000 lectores, que representan el 28.5 % del total de la población.

Con lo anterior se busca reconocer y reafirmar al público lector interesado, en base a las estimaciones previas al inicio del proyecto. Existe la posibilidad de que se integren sectores que no necesari-

amente hayan sido reconocidos desde un principio como principales; o de manera inversa, que la dirección editorial inicial se vaya modulando y modificando de acuerdo a los requerimientos demandantes.

2 Es posible obtener el número 1 de la publicación a través de un subsidio por parte de la escuela, lo suficientemente moderado como para permitir dar el primer paso y consolidar el proyecto.

La ayuda consiste en el proceso de formación de negativos, placas para impresión, entradas a máquina y papel. La estimación de cada paso se hizo en el apartado de *Pago a colaboradores, equipo y materiales* (2.2.1.).

De cualquier manera la cantidad de dinero que se requiere a lo largo de todo el proceso sigue siendo económica, debido a que los precios reales en los cuales se cotiza el trabajo fuera de la escuela son casi al doble.

3 Idealmente se busca que la publicación sea bimestral, cosa que implica un grupo emisor consolidado y estable, un presupuesto menos austero y un aumento en la cobertura. Llegar a este punto es considerar ya otros mecanismos de financiamiento (2.2.3).

4 Para un tiro inicial de 1000 ejemplares, con una cobertura moderada, un subsidio de materiales, periodicidad trimestral y sin pago alguno para los colaboradores, el método que soluciona estos requerimientos es el offset, y en especial una prensa SOLNA de una cabeza.

## CONCLUSIONES

# A

sólo un lustro de concluir el siglo XX, el avance de la tecnología ha dado enormes pasos en lo que a comunicaciones se refiere. Al momento de generarse la información, en toda su gama tan amplia, de lo que acontece en los distintos puntos de nuestro país y del mundo, se recorren grandes distancias en muy poco tiempo, ya sea en algunos minutos o en un par de horas. A su vez, la necesidad de información que por su parte la sociedad misma crea y demanda, ha motivado y desarrollado nueva tecnología determinante para el surgimiento, especialización y/o ampliación de soportes gráficos que abarquen y brinden todo ese cúmulo de información. Un punto retroalimenta al otro generando un proceso continuo e infinito.

Algo que es importante hacer notar, es el tiempo cada vez más corto de especialización en el cual la tecnología ha logrado pasos tan notables. En 1958 el satélite *Explorer I* se puso en órbita por vez primera; y en 1969 el hombre pisó la luna. Para ese momento el *homo sapiens* contaba ya con 80 000 años de existencia, en tanto el teléfono tenía 93 de nacimiento (1876), el cine 74 (1895), la radio 67 (1902), la televisión 44 (1925) y la tercera generación de computadoras con procesadores fabricados mediante

circuitos integrados estaba naciendo (1970).

En 1995, habiendo transcurrido tan sólo 25 años desde que el hombre iniciara viajes al espacio de manera habitual, se cuenta con teléfono celular, cine con realidad virtual, televisión en cable y fax, tan sólo por mencionar algunos. Los microprocesadores han aumentado en capacidad y disminuido en tamaño de manera notable, lo que ha conseguido un abaratamiento y generalización de las computadoras personales, tanto que tener una es como tener una videocasetera, un horno de microondas o un automóvil que hable. Todo nos resulta tremendamente normal.

Pero además, esa "normalidad" la crea la misma sociedad. No tener ahora una computadora que tenga por lo menos un procesador de palabras, es casi como vivir en las cavernas. Hasta hace una década una máquina de escribir mecánica cubría una gran cantidad de necesidades; con el arribo de las eléctricas, que posibilitaban cambios de fuentes se podía solucionar hasta la formación de originales mecánicos. Hoy todo eso es obsoleto.

Como se puede observar, el hombre puede tener el mundo a su alcance, saber lo que ocurre al otro lado del hemisferio, comunicarse directamente a

largas distancias, enviar copias de documentos e imágenes en minutos, hacer compras por teléfono, solicitar servicios, etcétera. Lo cierto es que se vive rodeado de una cantidad impresionante de máquinas en espacios cada vez más reducidos.

Con ese panorama tan amplio y a la vez tan individual, tan particular, cada persona busca su propio espacio que le permita desarrollarse y distinguirse de la generalidad, pero sin quedar fuera de su grupo social. Esto es una gran contradicción, pero es cierto.

Los soportes masivos audiovisuales o impresos todo el tiempo se están dirigiendo mediante una serie de códigos a un creciente número de personas, con tales o cuales características y de intereses relativamente comunes. Algunos de ellos cubren necesidades primarias (los menos), como lo puede ser la comida o el vestido; otros, todas aquellas necesidades que solamente pueden darse en un ser tan racional (ciencia), tan emotivo (arte), tan contradictorio (política) y tan solo (religión), como lo es el hombre.

Hablando específicamente de los soportes impresos masivos, durante este siglo se generalizaron e implantaron de manera definitiva en las sociedades actuales. Cuentan con un enorme campo de desarrollo, aún si se pronostica que posiblemente algunos como el periódico, pueden desaparecer o transformarse diametralmente de como los conocemos hasta ahora. Ciertamente no se puede saber con toda exactitud si en un par de décadas las publicaciones masivas estarán circulando a través de monitores caseros a los cuales la gran generalidad tenga acceso desde la comodidad de su casa.

En lo que al *libro* se refiere, éste cuenta con un uso intelectual notable y reconocido, aunque en algunos

casos el valor de su contenido pueda llegar a ser discutible, cubre un interés de conocimiento adecuado al nivel y al gusto del lector, valor que no se demerita con el paso del tiempo, resultando perdurable tanto como sus materiales lo permitan. El *periódico* por otra parte cubre la necesidad de información diaria a través del punto de vista de un grupo editor determinado, pero a diferencia del anterior, marca una posición social y política. La *revista* es el medio que retoma y se adecúa dentro de los rasgos de los otros dos soportes. En algunos casos su contenido puede alcanzar valores literarios y además capturar el interés de grupos muy específicos, con una posición social determinada.

Es importante replantearse el interés que existe por la preferencia hacia las revistas. Esa motivación no siempre obedece al hecho de que sean más accesibles en cuanto a costo, o por los espacios en los cuales se distribuyen.

En una encuesta realizada en tres grupos de 25 personas cada uno, con edades de 18, 23 y 25 años en adelante, se pudieron reconocer algunos puntos de inclinación con respecto a los libros, el periódico y las revistas. Cabe aclarar que esto no pretende ser una generalidad, ya que los grupos son mínimos como para establecer un consenso mucho más minucioso. Si bien, algunos datos que arrojó esta encuesta fueron los siguientes:

La edad y el grado de estudios son importantes para marcar la inclinación por uno u otro soporte.

EDAD	Libro	Periódico	Revista
18	60 %	36 %	84 %
23	96 %	44 %	64 %
25	60 %	53 %	20 %

Los más jóvenes tienen inclinación por aquellos soportes con menor grado de complicación. A medida que avanzan en su grado de estudios muestran mayor interés por los diarios y la literatura en general, o por aquella que esté dentro del área que más les interese.

La frecuencia con la que se lee cada uno de los soportes es:

EDAD	Libro	Periódico	Revista
18	Mensual y bimestral 36 %	Diario o c/ tercer día 36 %	Semanal 32 % Sin frecuencia particular
20	72 %	44 %	48 %
25	47 %	53 %	34 %

Nuevamente se va dando un aumento e interés por una lectura más constante y de mayor información.

El 64 % (18 años) está a favor de que el costo de cada uno de los soportes no influye en el tipo de adquisición, ni en la frecuencia con la que se haga.

El 70 % (20 años) con respecto a las revistas piensan que si la calidad y el contenido está de acuerdo al precio marcado, pueden hacer un esfuerzo y

adquirir el material que les interesa. En cuanto a los libros, debido a que la gran mayoría no trabaja recurren a las bibliotecas. Con los periódicos, leen el que compran en su casa, o bien, en este grupo ya mencionan a *Los Universitarios* y *La Gaceta* como uno de sus medios de información semanal.

El tercer grupo (25 años), en un 60 % compra selectivamente el tipo de lectura que más le interesa. De poder revisar un material en tiendas o en bibliotecas resulta mucho más funcional y económico.

\*\*\*

Estas son sólo algunas reflexiones que pueden ser totalmente variables, si nos ponemos a indagar aún más en otro tipo de particularidades. Lo cierto es que las publicaciones periódicas nacen por el reconocimiento de grupos específicos, que demandan un tipo de información con la cual logran identificarse desde muy distintos niveles y con expectativas diversas.

La revista es el espacio que identifica a grupos, pero grupos que no siempre tienen una necesidad de conocimiento o información periódica o continua, sino únicamente el de la ubicación que ésta ofrece.



## BIBLIOGRAFÍA

- Blanchard** Gérard, 1988, *La letra*, Barcelona, CEAC. 295 p.
- Blackwell** Lewis, 1992, *La tipografía del siglo XX*, Barcelona, Gustavo Gili. 256 p.
- Craig** James, 1974, *Production for the graphic designer*, New York, Watson Guptill. 207 p.
- Craig** James, 1980, *Designing with type; a basic course in typography*, New York, Watson Guptill. 176 p.
- Dahl** Svend, 1985, *Historia del libro*, Madrid, Alianza. 316 p.
- Deschamps** Renato, et. al., *Apuntes de computadoras y programación*, Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Ingeniería. 140 p.
- Evans** Harold, 1988, *Diseño y compaginación de la prensa diaria*, vers. castellana Homero Alsina Thevent, Barcelona, Gustavo Gili. 207 p.
- Euniciano** Martin, 1975, *Artes gráficas*, Barcelona, Don Bosco. 189 p.
- Fioravanti** Giorgio, 1988, *Diseño y reproducción*. vers. castellana de Steve Rimbau I. Sauri, Barcelona, Gustavo Gili. 207 p.
- Freedman** Alan, 1984, *Glosario de computación; mucho más que un glosario*, tr. María de Lourdes Fournier García, México, McGraw Hill. 376 p.
- Gates** David, 1973, *Type*, New York, Watson Guptill. 207 p.
- Gorz** Margarita, 1988, *ABC del periodismo*, México DF: Concepto. 139 p.
- Jordan** Ed, 1990, *Autoedición con Page Maker*, Barcelona, Gustavo Gili. 223 p.
- Martin** E. y Tapiz L., 1981, *Diccionario enciclopédico de las artes e industrias gráficas*, Barcelona, Don Bosco, 651 p.
- Martin Vivaldi** Gonzalo, 1979, *Géneros periodísticos*, Madrid, Paraninfo. 393 p.
- Martínez de Suosa** José, 1981, *Diccionario general de periodismo*, Madrid, 594 p.
- Martínez de Sousa** José, 1974, *Diccionario de tipografía y el libro*, Barcelona, Labor. 545 p.
- Meggs** Philip, 1991, *Historia del diseño gráfico*, México, Trillas. 562 p.
- Meggs** Philip, 1989, *Type and image*, Van Nostrand Reinhold, 200 p.
- Millares** Carlo Agustín, 1986, *Introducción a la historia del libro y las bibliotecas*, México, FCE. 394 p.
- Müller-Brockman** Josef, 1971, *La historia de la comunicación visual*, Zurich, ABC Verlag. 260 p.
- Owen** William, 1991, *Diseño de revistas*, Barcelona,

## HEMEROGRAFÍA

Gustavo Gili. 240 p.

Rüegg Ruedi, 1989, *Basic typography; design with letters*, Zurich, Weltwoche-ABC. 175 p.

Satue Enric, 1988, *El diseño gráfico; desde sus orígenes hasta nuestros días*, Madrid, Alianza. 500 p.

Spencer Herbert, 1969, *Pioneers of modern typography*, London, Lund Humphiers. 159 p.

Spencer Herbert, 1968, *The visible word*, London, Lund Humphries. 107 p.

Sutton James, 1988, *An atlas of type forms*, Hertfordshire, Wordsworth. 116 p.

Thompson Bradbury, 1988, XII. *The art of the graphic design*, New Haven, Yale University. 218 p.

Ramírez Muñoz Laura, 1990, *La composición tipográfica y nuevos sistemas de edición por computadora*, (Tesis de licenciatura, Escuela Nacional de Artes Plásticas, Xochimilco, D.F.)

Zavala Lauro, 1990, *El dictamen editorial -un modelo para armar-*, publicado originalmente en un libro colectivo *La edición del libros universitario UNAM*.

Zavala Roberto, 1994, *El libro y sus orillas*, Dirección General de Fomento Editorial, 397 p.

**Libros y revistas de la ENAP**, (2). Noviembre 1992. Xochimilco, D.F.

**McUser**, *Comprar el Mac adecuado*, (22). Abril 1992. Madrid.

**Page Maker; manual del usuario, versión 1.0**, 1986. IBM PC AT, Aldus Corporation.

**PC Magazine**, *La PC perfecta*, 3 (11). Noviembre 1992. México.

**E**sta publicación  
se terminó de imprimir y encuadernar  
el día 18 de mayo de 1995,  
en **El Valle Denso · Centro de Copiado e Imprenta.**  
En la composición se usaron tipos **Times New Roman**  
y **Gill Sans**, de 10/15  
La impresión de la portada estuvo a cargo de  
**Martín Hernández.**  
Se utilizó papel **Mexica**, de 50 kg  
El tiraje fue de 25 ejemplares.

