



16  
2 EJ.

**UNIVERSIDAD NACIONAL  
AUTONOMA DE MEXICO**

---

---

**ESCUELA NACIONAL DE ARTES  
PLASTICAS**

**DISEÑO DE UN FOLLETO  
INFORMATIVO PARA EL INEA  
ORIENTADO A MOTIVAR LA  
PARTICIPACION SOCIAL DE  
ESTUDIANTES DE DISEÑO  
GRAFICO Y CARRERAS AFINES**

**TESIS QUE PARA OBTENER EL  
TITULO DE LICENCIADO EN  
COMUNICACION GRAFICA  
PRESENTA**

**SAMUEL AARON LOPEZ  
VILLEGAS**

**FALLA DE ORIGEN**

**MEXICO, D.F.**

**1995**



SECRETARIA GENERAL  
ESCUELA NACIONAL  
DE ARTES PLASTICAS  
XOCHIMILCO, D. F.

**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.

---

---

**A la Universidad Nacional Autónoma de México, y en especial a la Escuela Nacional de Artes Plásticas, por haberme brindado la oportunidad de realizar mis estudios profesionales.**

**A la Lic. Maria del Carmen Villavicencio, por su apoyo y comprensión durante la elaboración de la presente tesis; y sobre todo, por compartir esta gran experiencia conmigo.**

**A mis sinodales:**

**Lic. Miguel Angel Aguilera Aguilar**

**Lic. Patricia Vazquez Langle**

**Lic. Eduardo Motta Adalid**

**Lic. Teresita de J. Barcenas Barreto**

**Lic. Maria del Carmen Villavicencio**

**Por su apoyo e interés, los cuales me permitieron concluir el presente trabajo.**

---

---

**A mi familia:**

**A mi padre: Porque eres la persona que más admiro, y porque me has apoyado siempre, en las buenas y en las malas.**

**A mi madre: Por todos tus sacrificios, y porque me has enseñado a luchar y salir adelante en todo momento.**

**A mis hermanos: Por la alegría que siempre me dan, y porque son ante todo mis amigos.**

**A Abril: Porque a pesar de cualquier problema, siempre me haces sonreír.**

---

---

**A Sandy: Porque tu amor ha sido la fuerza que me mantiene luchando y superándome, y porque este logro se lo debo en gran parte a tu apoyo, comprensión y cariño.**

---

---

**Al Instituto Nacional para la Educación de los Adultos, y en especial al Arquitecto Francisco Javier Bautista y a la Lic. Eloísa Jáuregui, por facilitarme toda la información necesaria para realizar este trabajo**

# INDICE

---

---

<b>Introducción</b>	
<b>Capítulo 1. ¿Qué es el INEA?</b> .....	<b>7</b>
1.1 Antecedentes de la institución .....	7
1.2 Marco jurídico en que se basa .....	8
1.3 Objetivos que persigue.....	9
1.4 Funciones principales y servicios .....	10
1.4.1 Alfabetización .....	11
1.4.2 Educación básica .....	12
1.4.3 Educación comunitaria .....	15
1.5 Acreditación y certificación de estudios .....	16
1.6 Materiales didácticos y promoción de servicios .....	18
1.7 Participación social dentro del INEA .....	19
1.7.1 El servicio social y la formación del diseñador gráfico .....	20
1.8 Análisis del diseño gráfico de los materiales elaborados por el INEA .....	21
<b>Capítulo 2. El folleto.</b> .....	<b>27</b>
2.1 Antecedentes .....	27
2.2 Definición del folleto y sus características .....	28
2.3 Elementos que intervienen en el folleto .....	32
<b>Capítulo 3. Folleto informativo sobre el INEA.</b> .....	<b>50</b>
3.1 Antecedentes del folleto informativo en el INEA. ....	51
3.2 Determinación del texto e imágenes pertinentes .....	55
3.3 Proceso de diseño .....	63
3.3.1 Bocetos preliminares .....	67
3.3.2 Alternativas de solución o variantes .....	73
3.3.3 Elección y presentación del boceto final .....	79

---

---

<b>3.4 Presentación final del folleto .....</b>	<b>85</b>
<b>3.4.1 Realización del original mecánico .....</b>	<b>87</b>
<b>3.4.2 Impresión offset .....</b>	<b>104</b>
<b>Conclusiones .....</b>	<b>108</b>
<b>Glosario .....</b>	<b>110</b>
<b>Bibliografía .....</b>	<b>111</b>



# **INTRODUCCION**

---

---

**En una sociedad como la nuestra, con cambios acelerados, es indispensable que los adultos adquieran los conocimientos mínimos que brinda la educación, para lograr un mejor nivel de vida personal y comunitaria.**

**Han existido grandes logros en lo que se refiere a la alfabetización, sin embargo, la extensión del rezago educativo y la demanda social aconsejaron una transformación radical en la práctica de la educación de adultos en México. Al iniciarse el sexenio gubernamental 88-94, y en respuesta a la convocatoria del C. Presidente de la República Carlos Salinas de Gortari, se llevó a cabo la Consulta Nacional para la Modernización Educativa, cuyo primer producto fué un diagnóstico de los problemas que presenta el sistema educativo nacional. A partir de este diagnóstico se formuló el "Programa para la modernización educativa", cuyo capítulo orientado a la educación para adultos consideró las demandas de la población y el diseño de un modelo adecuado a los grupos de mayor rezago.**

**Posteriormente, el 18 de mayo de 1992, el entonces C. Secretario de Educación Pública, Dr. Ernesto Zedillo Ponce de León, dió a conocer el "Acuerdo Nacional para la modernización de la Educación Básica", en el cual se inscribe la estrategia de modernización y la reforma del estado a que convocó el propio presidente de la república.**

**La meta es lograr contener el rezago educativo de nuestro país, en donde actualmente existen alrededor de 4 millones de adultos que aún son analfabetos, y muchos más que no han concluído la primaria o la secundaria.**

**El nuevo modelo educativo tiene como objeto explotar el**

---

---

potencial de la solidaridad social y la toma de conciencia de los adultos de su propia capacidad de aprendizaje.

Para alcanzar estas metas es necesaria la participación de los diversos sectores de la sociedad, entre los que se encuentran los estudiantes prestadores de servicio social. La participación de éstos ocupa un lugar de gran importancia dentro de la labor educativa del INEA, ya que en esta institución existe la necesidad, entre otras, de contar con la colaboración de estudiantes de diseño gráfico que brinden su apoyo en la elaboración de materiales informativos y en la promoción a los servicios que se ofrecen; así como en la elaboración de materiales didácticos que son básicos en la tarea educativa del INEA.

Ultimamente ha existido una gran dificultad para reclutar prestadores de servicio social, debido a la deficiencia de la información que llega a ellos. Esta deficiencia se refiere a que únicamente se comunica el nombre de la institución, su dirección y las áreas donde se requiere el servicio, sin ahondar en las actividades que el prestador realizaría en la institución. Obviamente, la insuficiencia de información propicia que los estudiantes no se sientan motivados a informarse con más amplitud sobre los programas de servicio social que ofrece el INEA.

La presente tesis propone la elaboración de un folleto informativo que contenga los datos necesarios para que el estudiante realmente se interese en la opción que ofrece el INEA, y que adquiera la convicción de que las actividades que realizará apoyarán grandemente tanto a su propia formación profesional, como al sistema educativo promovido por el INEA, y por ende, a la sociedad. Esto es muy importante, ya que generalmente, el estudiante tan sólo busca una opción que le permita cumplir con su

---

---

**servicio social de una manera rápida y sencilla, sin tomar en cuenta que éste representa una oportunidad de contribuir, con nuestros conocimientos y habilidades, en actividades fundamentales para el desarrollo y bienestar social, tales como la educación.**

**El folleto en cuestión ofrecerá una alternativa que además de impactar al lector, le comunicará clara y sencillamente los datos que el INEA desea transmitir, entre los que se encuentran sus objetivos y funciones , así como las actividades y aportaciones de los prestadores de servicio social al proceso educativo promovido por esta institución**

**Es también de gran importancia exponer el proceso de realización de este folleto, ya que éste puede servir como referencia para la elaboración de trabajos similares dentro del Instituto, esto debido a que existe una gran necesidad de normar y lograr una uniformidad en sus publicaciones.**

**La realización de esta tesis incluye el deseo legítimo de que el folleto propuesto sea de utilidad para promover acciones educativas que permitan a los adultos recibir los conocimientos necesarios para lograr un mejor nivel de vida.**

---

---

# 1 ¿Qué es el INEA?

---

---

# 1. ¿QUE ES EL INEA?

El Instituto Nacional para la Educación de los Adultos, que en adelante nombraremos por sus siglas (INEA), requiere de la participación social para promover y proporcionar sus servicios educativos; por otra parte, los estudiantes de nivel superior necesitan cumplir con el servicio social para concluir oficialmente sus estudios. Por lo tanto es necesario concertar ambas partes para que logren satisfacer sus necesidades. Para ello, es indispensable establecer un vínculo entre ambos sujetos, y los medios impresos (dentro de los que se encuentra el folleto), constituyen una excelente opción. Sin embargo, para el desarrollo de cualquier material gráfico, es necesario conocer en detalle las características del sujeto a tratar, en este caso, para que los estudiantes que desean realizar su servicio social se enteren de manera real y precisa de qué es el INEA.

## 1.1 Antecedentes de la institución

El 31 de agosto de 1981 se crea por decreto presidencial el Instituto Nacional para la Educación de los Adultos, como organismo descentralizado de la administración pública federal, con personalidad y patrimonio propios. Esto significa que el Instituto no depende de ninguna secretaría, aunque sí debe seguir los lineamientos señalados por la Secretaría de Educación Pública. El Instituto está además capacitado para contraer derechos y obligaciones propios, y para administrar su presupuesto según sus necesidades.<sup>1</sup>

1. INEA. Temas generales de autoformación para los educadores, 38 p. (sin más datos).

La creación de este Instituto refleja la decisión del gobierno para solucionar el problema que representa el elevado número de mexicanos de 15 años o más que carecen de

---

---

educación básica.

Actualmente el INEA también atiende a la población de entre 10 y 14 años de edad que por diferentes causas no han podido iniciar o concluir su educación primaria.

El INEA utiliza un modelo educativo que permite dar respuesta a las diferentes necesidades de los estudiantes en las diversas regiones del país, y establece diferentes opciones de aprendizaje en los materiales didácticos y sus contenidos.

El INEA trabaja por medio de la organización de círculos de estudio, dirigidos y apoyados por un asesor voluntario, en los que el estudiante establece su propio ritmo de aprendizaje, de acuerdo al tiempo de que dispone para estudiar.

## **1.2 Marco jurídico en que se basa**

La propuesta educativa que promueve el INEA, se basa en los principios que establece el Artículo Tercero Constitucional, la Ley Federal de Educación, la Ley Nacional de Educación para Adultos y el Decreto de Creación del INEA.

En este marco se define a la educación de adultos como una forma de educación que se sustenta en el autodidactismo<sup>2</sup> y la participación social, que hace del adulto el conductor de su propia educación, y tiene la finalidad de que éste adquiera, acrecente y transmita la cultura, y fortalezca su conciencia de identidad nacional.

Uno de los principios fundamentales del INEA, el autodidactismo, significa que el estudiante asume la responsabilidad de su propia formación; es una forma de aprender

2. Prolongación conceptual de autodidacta empleada por el INEA.

---

---

que se caracteriza por un hábito de estudio personal que el estudiante adquiere con respecto al educador y a la institución educativa.

Una persona autodidacta maneja conocimientos y habilidades tales como la lectura y la escritura, el planteamiento de preguntas y la comprensión de textos. El autodidactismo es una capacidad que puede ser desarrollada. Parte de la labor del INEA es propiciar que los adultos adquieran estos conocimientos y habilidades, es decir, que aprendan a aprender por sí mismos.<sup>3</sup>

### **1.3 Objetivos que persigue**

El INEA organiza y coordina los servicios de alfabetización y educación básica dirigidos a la población adulta, y sus principales objetivos son:

- Brindar los medios necesarios para que toda persona mayor de 15 años que carece de las habilidades necesarias para el dominio de la lectura y la escritura, las aprenda y las aplique en su vida cotidiana.
- Ofrecer a las personas mayores de 15 años la posibilidad de iniciar o concluir su educación primaria y secundaria, y obtener el certificado correspondiente.
- Atender a la población de entre 10 y 14 años, que no tuvo acceso o no concluyó la educación primaria en el sistema escolarizado.
- Orientar a los adultos para el bienestar y la solidaridad social, así como en la capacitación para el trabajo y el enriquecimiento cultural.

3. INEA. Para aprender más.  
Dirección para la formación del  
personal educativo.  
México, D.F. 1992. 34p.

- 
- 
- Propiciar que la educación de adultos sea continua, fomentando la actualización de los conocimientos y el autodidactismo.
  - Realizar acciones para unir las voluntades, tanto de educar como de educarse.
  - Promover y realizar investigaciones relativas a la alfabetización de adultos.

## **1.4 Funciones principales y servicios**

Las funciones que realiza el INEA para ofrecer a la población adulta el acceso a la educación que le permite elevar su nivel de vida, se organizan y desarrollan mediante programas y proyectos, con el objeto de que todas las actividades se realicen en forma ordenada y coherente.

De esta manera, las funciones del INEA son:

- Concertar la voluntad de aprender con la voluntad de enseñar.
- Organizar y difundir los servicios que promueve.
- Capacitar a los educadores que intervienen en la labor educativa.
- Diseñar, producir y distribuir los materiales necesarios para los programas y proyectos existentes.
- Acreditar los conocimientos adquiridos por los educandos.
- Canalizar pertinentemente los recursos del gobierno para el financiamiento de programas y proyectos.
- Promover y apoyar la participación de la sociedad en la tarea educativa.



---

---

Para brindar a los adultos que lo demanden la oportunidad de aprender a leer y escribir o de iniciar o concluir su primaria y secundaria, el INEA ofrece los siguientes servicios educativos:

- Alfabetización
- Educación básica: primaria y secundaria
- Educación comunitaria

Estos servicios operan mediante personal voluntario, que en forma solidaria enseña o promueve el aprendizaje, ayuda a que las comunidades preserven sus tradiciones y costumbres, y colabora mediante la capacitación para el trabajo a que los adultos mejoren sus condiciones de vida familiar y comunitaria.<sup>4</sup>

El personal voluntario participa como:

- Alfabetizadores, asesores y orientadores educativos,
- Organizadores y promotores,
- Diseñadores y formadores de materiales

Estos servicios se ofrecen en todo el país, con las mismas oportunidades de acceso, sin importar la residencia (urbana o rural) o la actividad económica que se desarrolle.

### **1.4.1 Alfabetización**

El objetivo principal de este servicio es brindar la posibilidad de aprender las habilidades necesarias para la lectura, la escritura y el cálculo básico, para que los adultos hagan uso de ellas en su vida cotidiana. Se ofrece en la misma comunidad de residencia de los estudiantes, en lugares y horarios determinados por ellos mismos.

4. INEA. El INEA. Dirección para la formación del personal educativo. México, D.F. 38 p. (sin más datos).

---

---

Las modalidades de atención que ofrece el programa dirigido a la población urbana y rural, incluyen asesorías grupales e individuales, alfabetización por radio y televisión y alfabetización a poblaciones indígenas (estrategia bilingüe). Estas modalidades pretenden brindar un servicio de calidad, que atienda las características y condiciones sociales, así como los intereses y necesidades educativas del grupo social al cual pertenecen los usuarios.

El tiempo estimado para este servicio varía de acuerdo a las modalidades de atención y al tiempo que el adulto le dedique a éstas.

El servicio se divide en tres etapas: La de prealfabetización, en la cual se lleva a cabo la planeación, organización y difusión del servicio en el área seleccionada; la de atención, en la que el alfabetizador imparte las actividades planeadas, y por último, la de postalfabetización o de continuidad educativa. En esta etapa se motiva al adulto a continuar estudiando, y se le brinda la oportunidad de incorporarse a pequeños cursos de capacitación para el trabajo.<sup>5</sup>

## **1.4.2 Educación básica**

Este servicio tiene por objetivo proporcionar a los adultos la oportunidad de iniciar o concluir la primaria y secundaria, sin desatender sus ocupaciones diarias.

Los servicios de primaria y secundaria para adultos se organizan mediante la participación de instituciones y

5. INEA. El INEA. Dirección para la formación del personal educativo. México, D.F. 38 p. (sin más datos).

---

---

organismos que tengan contacto con las personas que demandan estos servicios.

Actualmente, el nivel primaria se atiende a través de tres modalidades:

- La Primaria Intensiva para Adultos (PRIAD)
- El Modelo Pedagógico de Educación Primaria para Adultos (MPEPA)
- El Proyecto de Educación Primaria 10-14 (PEP 10-14)

### **La primaria intensiva para adultos (PRIAD).**

Organiza el plan de estudios en cuatro áreas: Español, matemáticas, ciencias sociales y ciencias naturales. Esta modalidad se apoya en un total de 12 libros de texto, y está dividida en tres partes o niveles.

### **El Modelo Pedagógico de Educación Primaria para Adultos.**

Incorpora material orientado a mejorar la vida de los adultos. Este modelo se divide en dos áreas instrumentales (matemáticas y español), y cuatro de socialización (educación para la vida familiar, educación para la vida laboral, educación para la vida comunitaria y educación para el nacionalismo); y comprende un total de 12 libros de texto. Entre sus principales características se encuentra la regionalización educativa, la cual pretende asegurar que los contenidos y métodos educativos se adecúen a la diversi-

---

---

dad de las características estatales y regionales. Además, comprende la elaboración de materiales didácticos los cuales serán utilizados por los estudiantes para complementar su aprendizaje.

Los materiales regionales están constituidos por :

- Antología literaria estatal
- Geografía estatal
- Salud y alimentación regional
- Ecología regional
- Biografías de personajes estatales
- Leyes e instituciones estatales
- Historia mínima estatal
- Cultura regional

## **El proyecto de educación primaria 10-14.**

Fue creado para atender a las personas de entre 10 y 14 años de edad que por diversas causas abandonaron la escuela, o no pudieron iniciar sus estudios en este nivel. El objetivo de este proyecto es reintegrar esta población al sistema educativo.

Actualmente, este programa se encuentra en reestructuración, con el objeto de cumplir los lineamientos señalados por el Acuerdo Nacional para la Modernización de la Educación Básica.

Para el estudio de la primaria, en cualquiera de sus modalidades, los adultos cuentan con el apoyo de un asesor, que de manera voluntaria, los ayuda a terminar sus estudios.

---

---

La educación secundaria ofrece la posibilidad de consolidar y acrecentar los conocimientos adquiridos en la primaria, desarrollar la capacidad de pensamiento lógico y ampliar la cultura general. El plan de estudios está dividido en tres grados, y cada uno comprende cuatro áreas de estudio: Español, matemáticas, ciencias naturales y ciencias sociales. Si el adulto cursó uno o dos grados de este nivel en el sistema escolarizado, acreditando todas las materias, puede incorporarse al sistema abierto impartido por el INEA para terminar sus estudios y obtener su certificado.

Para el estudio de la secundaria se cuenta con 20 libros, además de la ayuda de un asesor que apoya a los adultos en el manejo de libros y motiva su deseo de superación, estableciendo con ellos una relación de confianza y estrecha comunicación.

### **1.4.3 Educación comunitaria.**

Este servicio tiene como fin contribuir a mejorar la calidad de vida de los adultos y de sus comunidades. Aquí se promueve el programa de educación permanente y la capacitación no formal para el trabajo, a través de:

- Centros de educación comunitaria: Están dirigidos a las zonas rurales, y sus actividades varían según las necesidades de cada localidad. Sin embargo, por lo general hay cursos de capacitación para el trabajo, como carpintería o plomería; grupos de estudio; cursos de bienestar familiar y organización de eventos culturales, recreativos y deportivos.
- Centros urbanos de educación permanente: Se encuen-

---

---

tran ubicados en zonas urbanas. En estos centros la población tiene acceso a servicios como alfabetización, primaria y secundaria, cursos de bienestar familiar y talleres de capacitación laboral, además de actividades culturales, recreativas y deportivas.

- **Campamento de educación y recreación:** Está dirigido a los trabajadores agrícolas migrantes y sus familias, y ofrece opciones educativas a través de talleres relacionados con temas de recreación, orientación para el consumo, oficios menores, manualidades y bibliotecas. Estas actividades se realizan en sitios de concentración temporal, en donde existan trabajadores que tengan una permanencia mínima de tres meses.<sup>6</sup>

## **1.5 Acreditación y certificación de estudios.**

El INEA ha elaborado diversos tipos de exámenes que permiten acreditar los conocimientos adquiridos por los estudiantes, en cualquiera de las modalidades de la educación impartida. Estos exámenes sirven como base legal para otorgar el reconocimiento oficial a los estudios de primaria y secundaria.

El INEA aplica los siguientes exámenes:

- **Parciales:** Para acreditar cada una de las áreas en sus partes o grados.
- **Global-área:** Permiten al estudiante presentar un examen que evalúa un área completa.
- **Global-parte o grado:** Tienen la finalidad de ofrecer la evaluación de conocimientos para que el estudiante

6. INEA. Para aprender más.  
Dirección para la formación del  
personal educativo. México, D.F.  
1992. 34 p.

pueda avanzar partes o grados completos. Estos exámenes evalúan todas las áreas contenidas en una parte o grado.

- **Global-nivel:** Están diseñados para personas que hayan interrumpido sus estudios en el sistema escolarizado sin haber obtenido el certificado correspondiente, y que deseen obtenerlo rápidamente. Evalúan los niveles de primaria o secundaria.

Para obtener el certificado de estudios, se debe cumplir con un determinado número de exámenes. He aquí un cuadro que presenta el total de exámenes necesarios según el modelo pedagógico correspondiente, de acuerdo al tipo de examen:

<b>Modalidad de examen</b> <b>Modelo pedagógico</b>	<b>PARCIAL</b>	<b>GLOBAL AREA</b>	<b>GLOBAL</b>	<b>GLOBAL NIVEL</b>
<b>PRIAD</b>	12	4	3	1 (dos sesiones)
<b>MPEPA</b>	8		2	1 (tres sesiones)
<b>Proyecto 10-14</b>	6			
<b>Secundaria abierta</b>	12	4	3	1 (dos sesiones)

---

---

La aplicación de cualquier tipo de examen se lleva a cabo bimestralmente en los mismos locales en donde estudian los usuarios.

## **1.6 Materiales didácticos y promoción de servicios.**

Los materiales utilizados para la alfabetización son elaborados y proporcionados por el INEA, y están diseñados de acuerdo a las características de los usuarios y su medio (urbano o rural).

Para realizar sus estudios, los adultos cuentan con el apoyo de libros de texto y cuadernos de ejercicios, así como de materiales de apoyo como ejercicios de autoevaluación y folletos informativos. Los contenidos desarrollados en cada uno de estos materiales pretenden acercar más a los estudiantes con la educación que requieren.

El INEA también ha desarrollado acciones tendientes a promover su actuación, en un marco que haga fructificar la cooperación del gobierno y el compromiso cívico de la sociedad expresado en apoyos concretos para los programas.

La participación social esencial dentro de la educación para los adultos, pues es necesario conjugar tres factores básicos:

- La acción del estado para implantar y apoyar los programas y actividades.
- La acción de las organizaciones e instituciones de los sectores social y privado, y de los mexicanos en general, a fin de promover y sustentar la prestación de los servicios



- 
- 
- La iniciativa y las acciones de los propios adultos beneficiarios de los programas.

Para lograr esta participación, el INEA desarrolla campañas de sensibilización valiéndose de medios masivos de comunicación (radio, televisión) y otros medios como carteles y folletos.

El folleto informativo que se propone en la presente tesis, pretende ser un medio efectivo de comunicación entre el INEA y los posibles prestadores de servicio social, los cuales constituyen una parte muy importante dentro de los diferentes sectores que apoyan constantemente a este instituto.

## **1.7 Participación social dentro del INEA.**

Como ya se ha planteado, la participación social es de gran importancia en la labor educativa del INEA, ya que sin ella sería imposible cumplir con el objetivo de extender la educación y la cultura a los grandes grupos de población que han carecido de ella.

La participación social se refiere a la colaboración de personas e instituciones que, de manera voluntaria, promueven y organizan los servicios educativos. Esta actividad se lleva a cabo con el apoyo de cuatro diferentes sectores:

- El sector público, en el que se encuentran el gobierno federal y los gobiernos estatales y municipales.
- El sector social, constituido por estructuras comunita-

---

---

rias, vecinales, asociaciones civiles, grupos religiosos, clubes y organizaciones de asistencia social.

- El sector privado, conformado por fábricas, empresas, sindicatos y otras organizaciones que apoyan los servicios educativos dirigidos a los trabajadores que los requieran.
- El sector educativo, formado por los maestros e instituciones de nivel medio superior y superior que participan como asesores voluntarios y por los estudiantes que cubren su servicio social.

### **1.7.1 El servicio social y la formación del diseñador gráfico.**

El sector educativo ocupa un lugar de gran importancia dentro de las labores del INEA, sobre todo los estudiantes que realizan su servicio social, ya que ellos apoyan este sistema desde la organización de los programas hasta el momento de la enseñanza.

En el caso de la Escuela Nacional de Artes Plásticas, existen programas de servicio social relacionados con el INEA; sin embargo, la información que se les proporciona a los alumnos es insuficiente, ya que sólo se menciona la dirección del instituto y el programa que requiere de prestadores de servicio social.

El estudiante, frente a esta información ambigua e impersonal que no incluye las actividades a realizar dentro de los programas, se aproxima al instituto tan sólo si éste se encuentra cerca de su casa o escuela, sin tomar en cuenta cuestiones importantes como la relevancia de su aportación al instituto, a la sociedad, y a su propia forma-

---

---

ción profesional. Cabe mencionar que esta problemática se presenta en todas las escuelas de nivel superior que tienen programas de servicio social relacionados con el INEA.

El servicio social dentro de esta institución apoya a la formación del diseñador, comunicador o artista visual de una manera por demás importante, ya que el estudiante tiene contacto con un proceso completo de diseño, desde la concepción de una idea, hasta la presentación del trabajo concluido.

El folleto que se propone en esta tesis ofrece una alternativa de solución a la problemática expuesta anteriormente, la cual se presenta en la mayoría de las escuelas de diseño gráfico. Sin embargo, para poder ofrecer una opción diferente y adecuada, es necesario conocer y analizar el material que se diseña en el INEA.

## **1.8 Análisis del diseño gráfico de los materiales elaborados por el INEA.**

Con el fin de facilitar la unidad editorial de las publicaciones del INEA, se creó en julio de 1982 un manual de política editorial dirigido a las personas encargadas de realizar el diseño de las mismas. El manual consta de lo siguiente: El manual— propiamente dicho—, una tabla de consulta, y originales—guía. Estos elementos, en conjunto, contienen todos los datos necesarios (normas generales, de presentación, de contenido y de diseño; así como medidas, formatos, etc.) para la realización de cada tipo de publicación (folletos, libros de texto, etc.), incluyendo cajas tipográficas y requerimientos para imprenta.

---

---

Este documento se creó de acuerdo con la Comisión Técnico Consultiva de Ediciones Gubernamentales, tomando en cuenta las opiniones y aportaciones de todas y cada una de las Direcciones y Unidades del Instituto Nacional para la Educación de los Adultos. Mediante este trabajo de conjunto se logró un resultado útil no sólo para facilitar la unidad editorial de las publicaciones del Instituto, sino para intentar extender esa unidad, en la medida de lo posible, hacia los diferentes organismos gubernamentales que editan publicaciones.

El manual que se creó es por demás completo, ya que trata desde las normas generales establecidas por la Secretaría de Educación Pública, hasta algunas recomendaciones ortográficas (uso de abreviaturas, acentuación, etc.).

La utilización de los diferentes elementos que constituyen el manual (lineamientos editoriales y de diseño, tabla de consulta y originales-guía), es en extremo sencilla:

Supongamos que es necesario producir un directorio del Instituto; el primer paso a seguir es localizar este tipo de publicación en la tabla de consulta del manual. Aquí se encuentran todos los datos necesarios para la elaboración de cada tipo de publicación, en este caso:

- Número de original-guía para portada: 1
- Número de original-guía para caja tipográfica: 12, 13, 22 (una o varias columnas)
- Tipo de letra para títulos en portada: Helvética medium o bold en 36 ó 48 puntos.
- Tipo de papel: Cuando contengan texto exclusivamente: Bond, revolución, rotopipsa o cultural. Si contienen fotografías: Couché mate paloma.
- Tamaño refinado: Carta o media carta

---

---

• Franja de color en la portada: Marrón. Pantone 181 (Los informes, manuales, leyes, reglamentos, códigos y directorios se identifican mediante una franja horizontal a color, que variará según el tipo de publicación).

A continuación se localizan los originales-guía y se procede a copiarlos para vaciar en ellos el texto e ilustraciones correspondientes (Esta información debe ajustarse a normas de contenido editorial establecidas también en este manual).

En adelante, el diseño se elaborará tomando en cuenta normas de presentación referentes al logotipo del Instituto, al tamaño de la caja tipográfica, al tipo y tamaño de letra y a los elementos gráficos de la portada y portadilla de los impresos.

Los criterios y normas contenidos en este manual, parecen ser adecuados, sin embargo, la constante evolución de los sistemas educativos y de los materiales didácticos propició que paulatinamente dejaran de manejarse dichas normas, sin que el Instituto se diera a la tarea de revisarlas, actualizarlas o modificarlas.

Hasta la fecha, no existe un nuevo documento que norme o regule las publicaciones del INEA, ni se ha integrado un catálogo de publicaciones que sirva como referencia a diseñadores e impresores; y es importante mencionar que si fuera revisado y actualizado, el manual de política editorial que ahora se encuentra en desuso constituiría de nuevo un medio sólido y adecuado para dar unidad y coherencia a las publicaciones del INEA, debido a que es un documento bien planeado y estructurado.

Actualmente, los materiales de apoyo e informativos realizados por el instituto tienen la particularidad de ser en extremo sobrios en su diseño (fig.1), tanto en la informa-

**"SERVICIO SOCIAL**  
 Instituto Nacional para la Educación de los Adultos

# COMPARTE LO QUE APRENDES



**HAZ TU SERVICIO SOCIAL EN EL INEA**  
**HAY MUCHOS QUE NECESITAN DE TU SOLIDARIDAD**


**PARTICIPA EN LA EDUCACIÓN DE ADULTOS COMO:**

- **ALFABETIZADOR:** Enseña a quienes no saben leer y escribir. Si hablas alguna lengua indígena, puedes ser alfabetizador bilingüe.
- **AMIGO DE PRIMARIA O SECUNDARIA:** Ayuda a quienes siguen superando.
- **ORGANIZADOR REGIONAL:** Sensibiliza a los pobladores de comunidades y barrios para que se alfabeticen o participen alfabetizando.
- **PROMOTOR:** Organiza y estimula circuitos de estudio de primaria y secundaria.

**DIRÍGETE**

El INEA no es un lugar se basa en el que firma del que se aprende y en claridad social del educador y de la comunidad donde se lleva a cabo este encuentro

**Instituto Nacional para la Educación de los Adultos**  
 DELEGACIÓN EN EL DISTRITO FEDERAL



**CONOCES PERSONAS MAYORES DE 15 AÑOS QUE NO SEAN LEER Y ESCRIBIR** *O bien no tienen primaria o secundaria*  
**INVITALOS A FORMAR UN GRUPO PARA SU ALFABETIZACIÓN EL INEA TE APOYA**

Informes: *Centros comunitario, Independencia*  
*Por favor esp. Independencia de lunes a viernes de 9 a 13 y 16 a 20 hrs.*

**Figura 1.**  
 Ejemplos de materiales diseñados en el INEA. Se observa la sencillez en el diseño, el cual llega a ser pobre en ocasiones, como en el ejemplo de la derecha; en este caso, se sacaron fotocopias de un volante impreso anteriormente y se les agregó nueva información (a mano) antes de ser distribuidas.

---

---

**ción como en el uso de elementos tales como el color y la tipografía. Se emplean tipos sencillos para la lectura, como Helvética y Avant garde; la mayoría de los soportes se manejan con fondo blanco, sin contraste ni imágenes rebasadas; los formatos de impresión han permanecido constantes durante mucho tiempo; es decir, existen pocas variantes o elementos innovadores en el diseño que se maneja en el INEA.**

**Los únicos elementos que se han respetado a través de los años en sus publicaciones han sido: La utilización del logotipo en sus colores originales (negro, blanco o marrón); y el carácter de sobriedad y sencillez de las publicaciones; así como la política de economizar en materiales y métodos de impresión.**

**Cabe mencionar también que no existe una debida correspondencia entre un género específico de publicación y un tamaño determinado. La única constante a este respecto es la utilización de los tamaños carta y oficio.**

**El folleto informativo que aquí se propone, tiene como objetivo ofrecer una opción diferente tanto en información como en diseño, ya que se encuentra dirigido a personas que poseen conocimientos de diseño gráfico, y por lo tanto tienen una capacidad de crítica diferente a la de individuos relacionados con otras áreas, esto en lo que se refiere a medios de comunicación y técnicas de representación gráfica.**

**Después de haber explicado en este capítulo lo que es el INEA y las distintas funciones y servicios que este ofrece; en el siguiente capítulo se mencionarán los antecedentes del folleto, para posteriormente explicar el desarrollo de una propuesta específica .**

---

---

**2** El  
**Folleto**

---

---



## **2. EL FOLLETO**

Dada la inmensa cantidad de material que se imprime con el objetivo de llamar la atención, el folleto representa una opción que atrae fácil y rápidamente a las personas que desean conseguir información específica sobre algún tema.

En este capítulo nos ocuparemos de los antecedentes y características del folleto, así como de los elementos que intervienen en su elaboración; con los cuales el diseñador, utilizando su capacidad creativa, puede producir un resultado satisfactorio; en este caso, a los fines de promoción del INEA.

Esto nos dará las bases necesarias para desarrollar adecuadamente la propuesta de un folleto informativo relacionado con este instituto y sus programas de servicio social.

### **2.1 Antecedentes.**

El folleto, junto con otros medios impresos, fué desarrollándose en base a las necesidades de comunicación de las personas y de las épocas.

A principios del siglo XVII, la burguesía reclama el derecho de ser informada acerca de los movimientos sociales que se suscitan. Esto se hizo mediante la publicación periódica de hojas sueltas, desarrollándose así la prensa diaria, el cartel y el folleto como vehículos de información pública.<sup>7</sup>

En un principio se empleaba la rudimentaria técnica de imprimir las ilustraciones en negro, coloreándolas después a mano.

En 1719, el grabador Leblon editó un tratado titulado

7. López García L.R. El folleto. Tesis. México. ENAP- UNAM. 1992. 104 p.

---

---

“Nuevo método para reproducir por impresión imágenes en sus colores naturales”, en el que se sientan las bases de la impresión a color.

Ya en el siglo XX, William Morris reflexiona y experimenta sobre la unidad, la simetría y el orden compositivo dentro del diseño de una página.

Varios arquitectos y diseñadores gráficos trabajaron el folleto sin aportar algo nuevo, hasta que en 1925 se da un cambio significativo en los impresos de la Bauhaus, ya que en éstos se emplean los elementos convencionales del diseño (tipos, filetes, viñetas) con una aproximación más intencional hacia el impacto visual. Es decir, la Bauhaus empezó a tomar en cuenta el hecho de que la forma, el formato, el color y la disposición de los materiales tipográficos poseen una gran eficacia visual.<sup>8</sup>

Desde entonces se ha dado un gran desarrollo en cuanto a carteles, tipografía, portadas de libros; y en general de todos los medios gráficos. El folleto es poco nombrado; sin embargo, ha sido siempre utilizado y desarrollado para informar y apoyar la promoción de eventos políticos, sociales y culturales.

En la actualidad, el folleto es uno de los medios gráficos más utilizados por empresas e instituciones para casi todo tipo de trabajos, ya sean publicitarios o propagandísticos; y cada día se exploran nuevas propuestas en su composición, elaboración y contenido.

## **2.2 Definición del folleto y sus características.**

8. López García L.R. El folleto.  
Tesis. México. ENAP-UNAM.  
1992. 104 p.

El folleto es un impreso que tiene 4, 6, 8 o más páginas

---

---

(el máximo suele ser de 48 páginas). Se imprimen ambos lados de la hoja y se dobla para lograr que las páginas queden unidas y tengan una secuencia lógica.<sup>9</sup>

Un folleto describe un servicio o mercancía, y ayuda a venderlos. Adicionalmente, debe transmitir la calidad y las características del servicio o mercancía descritos.

Dependiendo del mensaje que llevan plasmado y de la finalidad que el emisor quiere darle al mismo, los folletos se clasifican de la siguiente manera:

**Folleto**

**Publicitario**

**Propagandístico**

**Informativo**  
**Cultural**  
**Crítico**  
**Educativo**

• **Publicitario:** Se usa para presentar las ventajas y lugares de venta de un producto, con una extensión mayor que la empleada en otras formas de publicidad. Puede incluir información acerca de la producción y manejo del producto.

• **Propagandístico:** En este folleto se maneja una información que invita o convoca a la participación de actos públicos, sin tener otra finalidad más que la de difundir el mensaje, y provocar una reacción favorable en el receptor.

9. Ray Murray. Manual de técnicas. Barcelona. 1980.

---

---

A su vez, los folletos publicitarios y propagandísticos se dividen en:

- **Informativo:** Presenta características de un producto o servicio en especial, y su finalidad es, como su nombre lo indica, informar; y no precisamente el presentar detalladamente dichos productos, eventos o servicios.
- **Cultural:** Su finalidad es comunicar mensajes de tipo cultural o de promoción para eventos culturales, como obras de teatro, exposiciones, conferencias, etc.
- **Crítico:** En este tipo de folleto se evalúa un producto o servicio, o se critica algún evento cultural, deportivo, etc.
- **Educativo:** Presenta un mensaje destinado a instruir a las personas acerca de una actividad o tema específico, y no precisamente para vender o promocionar un producto. Como ejemplos de este tipo de impresos existen algunos sobre el uso adecuado del agua, sobre ejercicios terapéuticos, etc.<sup>10</sup>

El folleto tiene su origen en el cartel, y se utiliza en campañas cuyo sector de posibles consumidores es muy disperso; además, reúne las potencias de varios medios publicitarios. El anuncio de prensa habla sobre el fin y las ventajas de una oferta. El cartel afirma en un "grito", por medio de una representación atractiva y estableciendo una fuerte acción de recuerdo, la existencia de algún evento u oferta. La circular aclara los términos de un anuncio de prensa y habla más concretamente de las condiciones de venta y servicio.<sup>11</sup>

El folleto resume la acción de los tres medios. Reúne la fuerza de la imagen de un cartel y el texto directo del anuncio de prensa, aumentando indicaciones y explicaciones más particulares, a manera de circular.<sup>12</sup>

10. López García L.R. El folleto. Tesis. México. ENAP-UNAM. 1992. 104 p.

11, 12. Aranguren Trellez, M. Soffá. Folleto informativo. UAM. 1983. 16 p.

---

---

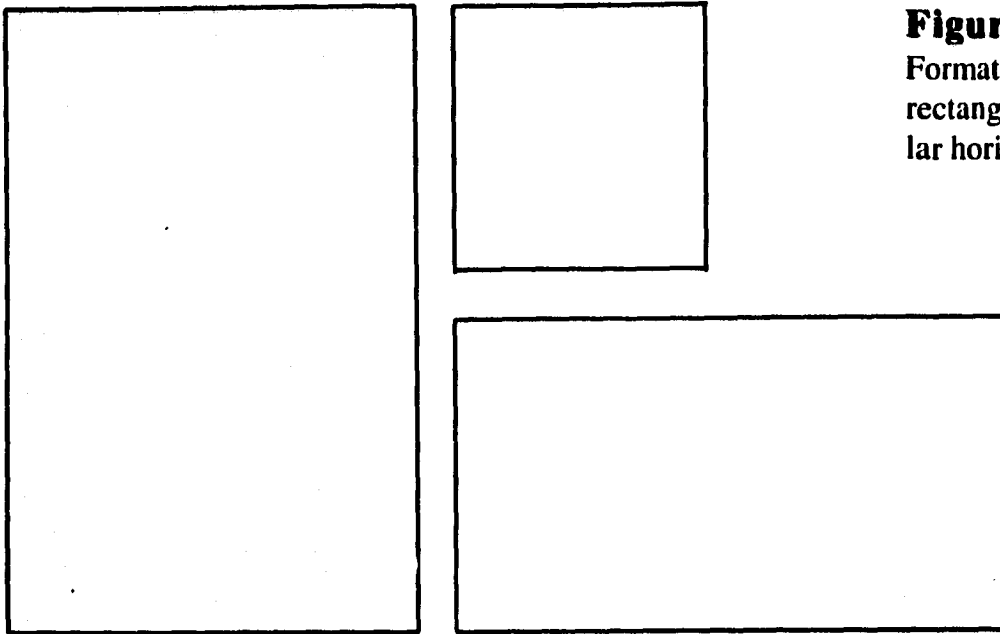
Aunque el folleto tiene un carácter amplio y flexible, no debe contener elementos excesivos. La cubierta ha de ser interesante y con un ambiente en relación con el producto, servicio u oferta. En el plegado debe actuar el ingenio, pero cuidando siempre de que éste no sea complicado ni extravagante. Muchas veces la novedad de este detalle despierta el interés e incita a guardar el folleto para leerlo en la primera oportunidad o conservarlo.

La imagen o ilustración principal debe ser siempre el elemento que más destaque en la composición; las demás han de servir para reforzar y no dominar a aquella.

Al preparar un folleto para un cliente, habrá que identificar los bienes o servicios ofrecidos y obtener una descripción completa de ellos; esto con el objeto de conocer el carácter o atmósfera que debe manejarse, para desarrollar posteriormente una solución creativa que comunique el mensaje apropiado.

Antes de comenzar a manejar elementos de diseño como el color o la tipografía, se debe considerar el tamaño y formato del folleto, ya que esto afectará todo el contenido visual de éste. Se puede elegir un formato vertical, horizontal o cuadrado (fig. 2), e incluso probar uno menos convencional.

Antes de mencionar los elementos que intervienen en el diseño de un folleto, cabe mencionar que la elección de materiales depende del presupuesto con el que se cuente, así como del costo de los mismos, de los efectos que se deseen obtener y al método de impresión al que se va a recurrir.



**Figura 2.**  
Formatos cuadrangular,  
rectangular vertical y rectangu-  
lar horizontal.



### **2.3 Elementos que intervienen en el folleto.**

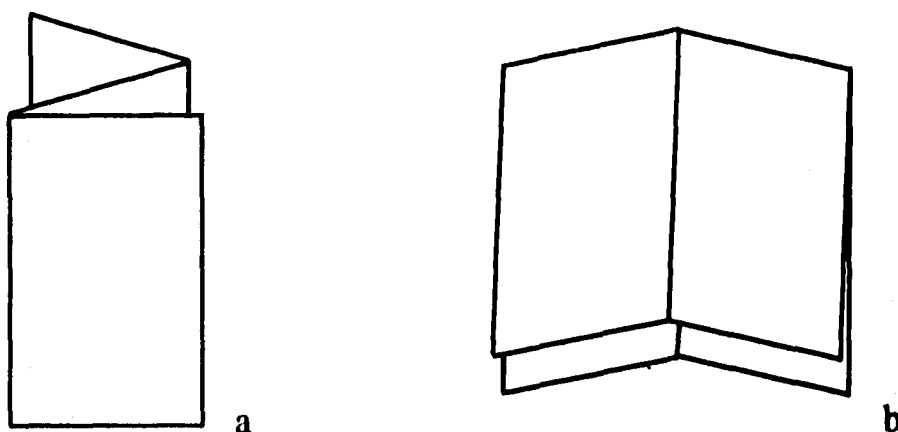
Después de definir claramente lo que se quiere decir en el folleto, y tomando en cuenta la cantidad de información e imágenes que se desea manejar en él; se debe decidir, primeramente, el número de páginas que éste deberá tener. Esta decisión deberá contemplar un apoyo directo al impacto y atmósfera del diseño que se va a realizar.

Normalmente, los llamados “prospectos” de una sola hoja constituyen la mayor parte de los diseños de impresos. El tipo más sencillo es la hoja-volante, impresa por una sola cara. Le sigue el folleto de cuatro páginas, constituido por un doblado en el centro de la hoja. A partir de éste, hay diferentes formas de doblar una hoja, y todas ellas pueden contribuir a solucionar la presentación o añadir interés al resultado final.<sup>13</sup>

El doblado se efectúa de dos maneras:

- En paralelo, cuando los dobleces son paralelos entre sí.
- En ángulo recto, cuando el segundo doblado forma un ángulo de 90 grados en relación al primero. (fig.3)

13. Ray Murray. Manual de técnicas. Barcelona. 1980. Ed. G Gili.



**Figura 3.**

Doblez en paralelo (a), y en ángulo recto (b).

Un sólo dobléz puede dar un folleto de cuatro páginas, un plegado paralelo da un soporte de seis páginas, y cuando hay una serie de dobleces paralelos, cada uno de ellos en sentido inverso al anterior, se dá el llamado "acordeón".

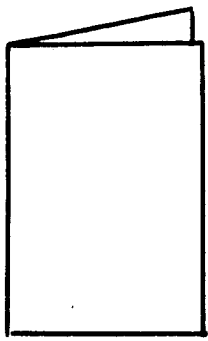
El doblado francés es de 8 páginas con dobléz en ángulo recto, y los doblados de 12, 16 y 32 páginas son una combinación de dobleces en ángulo recto y paralelos.

El dobléz en contra del grano del papel proporciona un plegado de máxima duración, aunque los mismos a favor del grano permiten plegar el folleto más fácil y suavemente. Existen varios métodos de plegado (fig.4); la conveniencia de cada uno depende del tipo de papel usado y de los propósitos del plegado.<sup>14</sup>

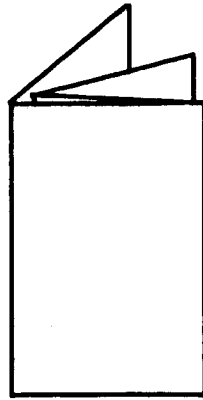
En cuanto al acabado, además del suaje o refine del impreso, se puede manejar el corte de los dobleces y el encuadernado de las hojas, mediante métodos como el encuadernado con espirales metálicas o de plástico, o la utilización de cosido o engrapado.

Sin embargo, por razones de costo, practicidad y presencia visual, se estila el acabado del folleto dejando sus dobleces.

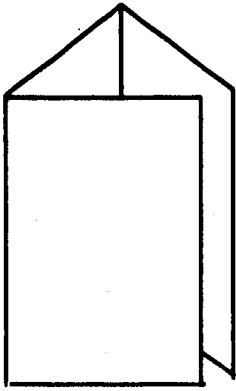
14. Terence Dalley. Guía completa de ilustración y diseño. Editorial Blume. Madrid. 1982.



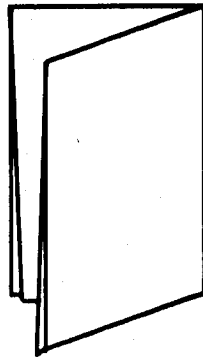
a



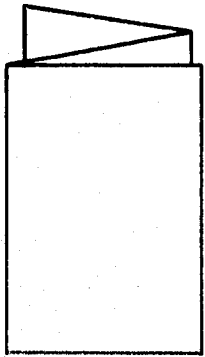
e



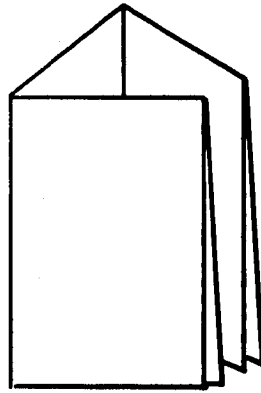
b



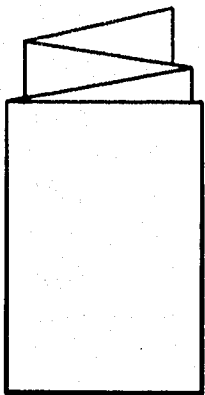
f



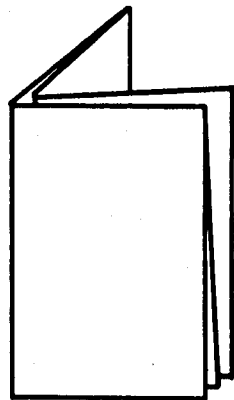
c



g



d



h

### Figura 4.

Sistemas de plegado:

4 páginas (a),

6 páginas en forma de puerta  
(b),

6 páginas en acordeón (c),

8 páginas en acordeón (d),

8 páginas en paralelo (e),

8 páginas en doblez de ángulo  
recto (f),

12 páginas (g),

16 páginas (h).



---

---

A continuación, habiendo definido el número de páginas y el estilo de doblez del folleto, se procede a elegir una diagramación que apoye al diseñador en la organización de los elementos gráficos.

Con una diagramación o retícula, una superficie bidimensional o un espacio tridimensional se subdivide en campos o espacios más reducidos a modo de reja. Los campos o espacios pueden tener las mismas dimensiones o no. Generalmente, estos campos se separan unos de otros por espacios intermedios; con el objeto, por un lado, de que no se toquen las imágenes y que se conserve la legibilidad, y por otro, de que puedan colocarse leyendas bajo las ilustraciones.

Sin embargo, la diagramación también puede presentarse sin espacios intermedios, a manera de red o trama.

Con esta subdivisión en campos reticulares pueden ordenarse mejor los elementos gráficos utilizados.

Una información con títulos, subtítulos, imágenes y textos dispuestos con claridad y lógica, no sólo se lee con más rapidez y menor esfuerzo; también se entiende mejor y se retiene con más facilidad en la memoria.<sup>15</sup>

La elección de una diagramación adecuada es una cuestión ambigua, ya que en las retículas pueden darse múltiples variantes, mediante columnas, módulos, etc.

Una vez decidido todo lo anterior, habrá que definir una fórmula para el diseño del folleto, que debe complementar elementos básicos como el color y la tipografía.

Aunque parezcan pocos, considero que los siguientes elementos tienen una gran importancia dentro de la composición de un diseño. Sin embargo, cabe mencionar que las condiciones del trabajo, y el tema que se va a tratar, son

15. Josef Müller-Brockmann. Sistemas de retículas. Un manual para diseñadores gráficos. Ed. G. Gili. 2a. Edición. Barcelona. 1982. 179 p.

---

---

las fuerzas que determinan qué elementos compositivos deberán estar presentes y con qué énfasis.

- **El espacio.**

Es la distancia que existe entre los elementos de un diseño; y el exceso o falta de éste puede reducir la legibilidad del producto final.

- **La proporción.**

Es el equilibrio de un elemento o área con respecto a otro, y puede ser utilizada con gran impacto en el diseño, ya que éste puede ofrecer una apariencia totalmente diferente, por ejemplo, con tan sólo cambiar la proporción entre la ilustración y el texto.

Un diseño con un logotipo pequeño y un título grande, parecerá totalmente distinto de una versión que presenta al título mayor que el logotipo.

Hay que recordar que la decisión en cuanto al tamaño de los diferentes elementos que intervienen en un diseño, ocupa una parte importante dentro del proceso creativo, ya que el resultado de esta decisión tiene una gran influencia en el impacto del diseño y la comunicación de una idea o un concepto.

- **El peso o volumen.**

Se refiere a la densidad relativa o solidez aparente de los elementos del diseño. El peso de una figura puede aumentar de acuerdo a su tamaño, densidad, color, textura, etc. Como ejemplo podemos cuestionar la relación en cuanto a impacto visual entre un tipo de letra pequeño en negrita, y otro tipo en light de mayor tamaño.

Podemos hablar del peso en dos niveles fundamentales: El peso "global" de la composición, el cual depende de la disposición de las figuras en el formato; y el peso del

---

---

elemento gráfico en sí mismo.<sup>16</sup>

En este segundo “nivel” debe tomarse en cuenta que toda figura tiene un peso aparente, el cual se presenta en varios aspectos. Por ejemplo, una figura regular parece tener más peso que una irregular; un elemento, mientras más grande es, más peso tiene; y si un elemento sigue una dirección vertical, denota más peso que si siguiera una dirección oblicua.

Un adecuado manejo de este aspecto puede asegurar el equilibrio e impacto de un diseño.

- El contraste.

Es por demás importante para el impacto de un mensaje visual; es una poderosa herramienta de expresión; un medio para intensificar un mensaje y, por tanto, para simplificar la comunicación.

“El organismo humano parece buscar la armonía, la organización, la resolución de confusiones. Sin embargo, si la mente del hombre consiguiera alcanzar un estado de equilibrio y armonía absoluto, su vida se movería hacia la erradicación de toda sensación, creando un clima de muerte, de no ser”.<sup>17</sup>

Por esto, también el proceso mismo de la vida parece exigir una riqueza de experiencias sensoriales, sobre todo a través de la vista; y el contraste es la fuerza que desequilibra, sacude, estimula, atrae la atención; y no sólo eso; el contraste también es capaz de dramatizar un significado. Por ejemplo, si queremos que algo parezca claramente grande, no hay más que poner un elemento pequeño junto a ello. El contraste puede manejarse con todos los elementos básicos del diseño: línea, color, dirección, etc.

- Aunque la utilización del contraste blanco-negro, y las

16. Peter Bridgewater..  
Introducción al diseño gráfico.  
Ed. Trillas. México. 1992. 134 p.

17. Dondis, D.A. Sintaxis de la imagen. Editorial Victor Lerú.  
Buenos Aires. 1976. 212p.

---

---

representaciones monocromáticas con amplias gradaciones tonales son muy socorridas en las artes gráficas, el color tiene una afinidad más intensa con las emociones, está cargado de información, y es una de las experiencias visuales más penetrantes que todos tenemos en común. Por tanto, constituye una valiosísima fuente para los comunicadores visuales.

El empleo del color en un impreso provoca reacciones psicológicas asociativas y simbólicas que condicionan el proceso de diseño. Sus funciones en un diseño son:

- a) Llamar la atención
- b) Reforzar el mensaje
- c) Desarrollar asociaciones psicológicas
- d) Lograr la retención mental
- e) Crear una atmósfera placentera

La sensación de color se produce cuando las radiaciones de energía (luz), son registradas por células llamadas conos en la retina.

Las superficies a las que la luz llega, representan el factor que determina las tonalidades de color, así como la presencia o ausencia de éste. Por ejemplo, tenemos que cuando la luz llega a una superficie que refleja la luz blanca, percibimos el blanco total; cuando una superficie absorbe la luz blanca, percibimos el negro, y cuando algunos rayos son reflejados y otros absorbidos, se presenta el color.<sup>18</sup>

El color tiene tres dimensiones que pueden definirse y medirse: El matiz, la saturación y el brillo.

El matiz es el color mismo, y hay más de cien. Hay tres matices primarios o elementales: amarillo, rojo y azul.

La segunda dimensión del color es la saturación, que se refiere a la pureza de un color con respecto al gris.

Cuanto más intensa o saturada es la coloración de un

18. Küppers, Harald.  
Fundamentos de la teoría de los colores.

1a. Ed. 1980. Ed. Gustavo Gili.  
Barcelona. Colección Gustavo Gili, diseño. 204 p.

---

---

objeto, más cargado se encuentra de expresión y emoción.

Los colores menos saturados apuntan hacia una neutralidad cromática, y son sutiles y tranquilizadores.

La tercera y última dimensión del color es acromática. Se refiere al brillo, que va de la luz a la oscuridad, es decir, se refiere al valor de las gradaciones tonales.

Cabe subrayar que la presencia o ausencia de color no afecta al tono. El aumento o disminución de la saturación no afecta la constancia del tono, ya que el color y el tono coexisten en la percepción sin modificarse uno al otro.<sup>19</sup>

Cualquier proyecto de diseño es susceptible a la utilización del color. Examinemos con sumo cuidado el color que se elige, porque representará una influencia básica en la forma de comunicar una idea o concepto.

El color no sólo tiene un significado universalmente compartido a través de la experiencia, sino que tiene también un valor informativo independiente; esto a través de los significados que se le adscriben simbólicamente. (Por ejemplo, el blanco es símbolo de pureza; y el rojo es símbolo de pasión o de calor).

La tarea del diseñador es explotar dinámicamente el poder de los colores para provocar un estado de ánimo, ya sea mediante el color mismo o por su conjunción con imágenes y textos; y si las ideas tradicionalistas sobre el significado simbólico de los colores ayudan a este fin, deben ser usadas, ya que es muy difícil que el diseñador pueda cambiar la actitud de la sociedad frente a los colores.<sup>20</sup>

19. Küppers, Harald.  
Fundamentos de la teoría de los colores.

1980. Ed. Gustavo Gili.  
Barcelona. Colección G. Gili,  
diseño. 204 p.

20. Anderson, Donald M.  
Elements of design. Ed. Holt,  
Reinehart and Winston.  
N. York. 1961. 218 p.

---

---

La cantidad y variedad del color que se utilice estará determinada por varios factores, tales como las características del producto o servicio del que se esté hablando, y la reacción que se desee provocar en el público.

Debe cuidarse el equilibrio entre todos los elementos del diseño, ya que de esta armonía depende el éxito del mismo.

En el color existe, además, un aspecto psicológico y sociológico que no debe ser ignorado; existen algunos que estimulan, e incluso, que excitan. Hay otros que enfrían, tranquilizan, y hasta cansan. Toda persona desarrolla un comportamiento individual frente a los colores. Inclusive, dentro de la comunicación visual, no existe un sistema unificado y definitivo de las relaciones mutuas de los colores y del significado de éstos.<sup>21</sup>

Por ejemplo, tenemos que los verdes intensos o los naranjas pueden motivar a ciertas personas a comer; los marrones procuran una sensación amistosa, y los amarillos suelen dar una impresión juvenil.

La lista es interminable, así como las investigaciones sobre estas reacciones y sentimientos, que parecen muy personales y contradictorios.

Existe otro aspecto del color que es importante mencionar, y que se refiere a la reproducción de originales a color que tienen gradaciones tonales.

Hace ya algún tiempo era imposible imprimir medios tonos mediante litografía o tipografía, porque la tinta empleada en estos sistemas forma una película de densidad uniforme. En consecuencia, los originales a color que presentaban gradaciones tonales (una fotografía, por ejemplo) tenían que ser "descompuestos" en una serie de puntos tan pequeños, que el ojo humano no los distingue a

21. Küppers, Harald .  
Fundamentos de la teoría de los colores. Ed. Gustavo Gili.  
Barcelona. 1980. Colección G.  
Gili, diseño. 204 p.

---

---

una distancia normal, sino que se funden, creando una ilusión óptica de tono continuo.

Para la impresión en color se utilizan cuatro colores: amarillo, magenta, cian y negro; por lo cual es necesario, además de descomponer el original en puntos, obtener un negativo de cada uno de estos colores.

Para obtener estos negativos, se fotografía el original cuatro veces, utilizando filtros de color para producir un negativo diferente para cada color. (El negativo del negro se obtiene mediante un filtro modificado).<sup>22</sup>

Con el objeto de obtener correctamente los negativos amarillo, magenta y cian, debe tenerse presente que existen tres colores llamados "primarios aditivos", los cuales, al ser superpuestos, crean el blanco. Sin embargo, si se quita uno de ellos, la superposición de los dos colores restantes crea otros diferentes, como a continuación se muestra:

**Rojo + verde (sin azul) = amarillo**

**Rojo + azul (sin verde) = magenta**

**Verde + azul (sin rojo) = cian**

Por lo tanto, tenemos que un filtro azul produce un negativo que servirá para imprimir el color amarillo; un filtro verde produce un negativo que servirá para imprimir el color magenta, y un filtro rojo produce un negativo útil para imprimir el color cian.

Para la impresión de cada color, se emplea una retícula (que descompondrá las gradaciones tonales en pequeños

22. Terence Dalley. Guía completa de ilustración y diseño. 2a. Ed. Blume ediciones. Madrid 1982. págs. 194-199.

---

---

puntos). Dicha retícula deberá tener una variación de 30 grados entre cada color ; esto para evitar que dos o más tramas se superpongan incorrectamente. A este defecto se le conoce como moiré. Recordemos que en la impresión final, los puntos no deben coincidir, sino formar pequeñas rosetas.<sup>23</sup>

• **Tipografía.**

Este es otro punto importante dentro del diseño, ya que generalmente, la labor de un diseñador gráfico se relaciona con palabras y textos.

Existen seis familias principales de tipos:

- Romana antigua
- Romana moderna
- Egipcia
- Grotesca
- Script
- Fantasía u ornamentación

De estas familias se derivan la mayoría de los tipos antiguos y modernos. Cada familia presenta características específicas:

Romana antigua:

Los tipos de esta familia se caracterizan por su pié triangular, y por la fuerza de sus rasgos. Dentro de esta familia se encuentran, por ejemplo, los alfabetos Baskerville y Garamond.(fig.5)

Romana moderna:

Los alfabetos que pertenecen a esta familia presentan un pié filiforme y rectangular que cruza perpendicularmente. También se aprecia en ellos un contraste entre trazos finos y gruesos. Por ejemplo tenemos a los alfabetos Didot y Bodoni.(fig.6)

23. Terence Dalley. Guía completa de ilustración y diseño.  
2a.Ed. Blume ediciones.Madrid  
1982. págs.194-199.



**Egipcia:**

Los tipos pertenecientes a esta familia se caracterizan por su pié cuadrangular grueso, así como por el grosor de sus rasgos y la escasa diferencia entre sus trazos verticales y horizontales. Dentro de esta familia encontramos, entre otros, a los alfabetos Clarendon, Epoca y Egyptienne.(fig.7)

**Grotesca:**

Dentro de esta familia se encuentran los tipos sans serif, los cuales se caracterizan por su ausencia de pié. También son características de estos tipos el grosor uniforme y la sencillez que presentan. Son ejemplos de esta familia los alfabetos Helvética y Avant garde.(fig.8)

**Script :**

Los tipos contenidos en esta familia se basan en la imitación de la escritura manual, ya sea esta muy estilizada o informal; y en ocasiones tienen como referencia los trazos del pincel o la pluma. Los alfabetos Opulent y Sayer son ejemplos de tipos script .(fig.9)

ABCDEFGHIJKL  
MNOPQRSTUVWXYZ  
W XYZÆŒØabc  
defghijklmnop!  
qrstuvwxyzæœ  
çøß 1234567890  
£\$¢&%/? (\*;:;:~/)

ABCDEFGHI  
JKLMNOPQ  
RSTUVWX  
YZabcdefghijk  
lmnopqrstuvw  
xyz1234567890  
ŒÆ&£\$?!(»+;)

**Figura 5.**

Familia Romana Antigua.  
Alfabetos Baskerville (der.) y  
Garamond (izq.).

ABCDEFGHIJK  
 LMNOPQRSTU!  
 VWXYZÆCEÇ?  
 Øabcdefghijklmnop  
 nopqrstuvwxyzß  
 æœçø123456789  
 0£\$¢&% (ˆˆ:;~/\*/?)

ABCDEFGHIJK?  
 LMNOPQRSTUV  
 WXYZÆCEÇØ&  
 abcdefghijklmno!  
 pqrstuvwxyzæ\*  
 œçøß123456789  
 0£\$¢%ø§(ˆˆ:;~/\*/)

**Figura 6.**  
 Familia Romana Moderna.  
 Alfabetos Didot (der.) y Bodoni  
 (izq.).

**ABCDEFGHIJ  
 KLMNOPQRS  
 TUVWXYZabc  
 defghijklmnop  
 qrstuvwxyz:12  
 34567890ÆŒ!  
 ?\$£¢%&ß(ˆˆ:;~/\*/?)**

**ABCDEFGHI  
 IJLMNOPQ  
 RSTUVWX  
 YZabcdefgh  
 ijklmnopqrs  
 tuvxyz123  
 4567890(ˆˆ:;~/\*/?)**

**Figura 7.**  
 Familia Egipcia.  
 Alfabetos Clarendon (der.) y  
 Egyptienne (izq.).

AAABCDEFGHIJKM  
 LM/MNOPQRSTU  
 VV\WWWXYZÆŒ  
 ÇÆFAIRGHIKALIL?  
 NIRRASSSTSTTHUTØ  
 Çabcdefghijklmnop  
 opqrstuvwxyzvw  
 yzæœøç1234567  
 890!/?&%ß\$£¢(ˆˆ:;~/\*/?)

**ABCDEFGHI·  
 JKLMNOPQ?  
 RSTUVWXY-  
 ZÆØabcdef!  
 ghijklmnopqr  
 stuvwxyzæø  
 1234567890  
 £\$&%(ˆˆ:;~/\*/)**

**Figura 8.**  
 Familia Grotasca.  
 Alfabetos Helvética (der.) y  
 Avant garde (izq.).

**AABCDEFGHIJ;  
KLMNOPQRST  
UVWXYZabcdee  
fghijklmnopqrs:  
stuvwxyzβ123/  
4567890&%?!ff  
ff&#TT+(ε&..)**

**AAAAA BCCD?  
DEE FFGGHHH  
IIJKK KLL LMM  
NNOO PQQRR  
SSSSTT&TUV!  
VWUW XYZZÆÇ  
ŒØ1234567890**

**Figura 9.**  
Familia Script.  
Alfabetos Opulent (der.) y  
Sayer (izq.).

**ABCDEFGHIJKL  
MNOPQRSTUUI  
WYZÆaabcdee  
fghijklmnopqrs  
sstuuwxyz1234  
567890?!&£€%&#**

**abcdefghij  
klmnopqrs  
tuvwxyz12  
34567890!  
\$¢€£? , : ; :**

**Figura 10.**  
Familia de Fantasía u  
Ornamentación.  
Alfabetos Anatol (der.) y  
Stilus (izq.).

**Fantasía u ornamentación :**

Los tipos de esta familia se caracterizan por tener un diseño llamativo e inusual, más orientado hacia la ilustración que a la lectura del tipo. Obviamente, no hay características específicas dentro de esta familia, ya que existe una gran variedad en el diseño de sus tipos. Como ejemplos tenemos a los alfabetos Anatol y Stilus.(fig. 10)

Cabe mencionar que la mayoría de los tipos existentes presentan variantes en cuanto a su espesor (light, medium, bold), su ensanchamiento o estrechamiento (condensada o extendida) y su tamaño.<sup>24</sup>

Existe una enorme variedad de tipos , y eso nos propor-

24. Michael Beaumont. Tipo y color. Phaidon Press Limited. 1a. Ed. Londres. 1987. págs 24-27.

---

---

ciona una gran libertad para expresar y apoyar nuestras ideas dentro de un diseño.

En el momento de elegir los tipos adecuados para un diseño, hay que establecer claramente la imagen que se desea transmitir a través de éstos, ya que el tipo debe armonizar con la naturaleza del tema que se maneja.

La elección del tipo adecuado también contempla la forma, peso, y color del mismo.

Con la gran variedad de tipos que existen actualmente, el diseñador tiene la oportunidad de resolver un problema de diseño gráfico apoyándose en un alfabeto o tipo de letra que tenga una forma que apoye al mensaje que desea transmitir.<sup>25</sup>

Mucho del arte de escoger el tipo correcto depende de las características del producto que se está manejando, así como del juicio personal del diseñador. Por este motivo, el diseñador debe tener una actitud mental abierta y de almacenamiento ante el flujo incesante de palabras e imágenes que se nos presentan cotidianamente.

25. Michael Beaumont. Type. Design, color, character and use. 1a. Ed. Quarto Publishing. Cincinnati, Ohio. 1987. 144p.

26. Marion March. Creative typography. 1a. Ed. Quarto Publishing. Londres. 1988. 144p.

“Debemos ser capaces de distinguir, en nuestro beneficio, lo bueno de lo malo; y ser sensibles ante un material que quizá podamos aprovechar. Para conseguirlo, debemos exponernos a tantas fuentes diferentes de imágenes gráficas como podamos. No sólo debemos desviarnos de nuestra rutina para visitar exposiciones y leer publicaciones profesionales, sino que es igualmente importante que nos entrenemos a examinar todas y cada una de las modalidades de exhibición gráfica; desde los espectaculares publicitarios, periódicos, revistas o libros, hasta los productos domésticos (cajas de cereales, tubos de dentífrico) que llevan un grafismo incorporado.”<sup>26</sup>

---

---

Esto nos ayudará a ser imaginativos en los trabajos que desarrollemos. No hay que olvidar que incluso el trabajo más rutinario obtiene mejores resultados mediante un tratamiento imaginativo.

Es siempre recomendable la experimentación con diferentes tipos , para establecer definitivamente la imagen que se desea proyectar.

La elección del tipo de letra apropiado, así como la realización de ilustraciones y fotografías para un diseño, deben llevarse a cabo tomando en cuenta el carácter del mismo, ya que estos elementos no deben competir entre sí, sino complementarse para lograr un resultado armónico, claro e impactante.

“El estilo de un anuncio o diseño depende de su apariencia general, y consiste en diversos factores. Es la manera de tomar una foto o el modo de dibujar una ilustración; es el diseño de un tipo de letra seleccionado, es el aspecto elegante o la calidad emocional del color elegido, y es incluso el modo de exponer en el diseño sus diversos elementos para dar una impresión específica”<sup>27</sup>

En cuanto a técnicas de expresión visual se refiere, se puede decir que son los medios esenciales con que cuenta el diseñador para ensayar las opciones disponibles para la expresión compositiva de una idea.

Aunque sería imposible enumerar aquí todas las técnicas de expresión visual disponibles, podemos mencionar algunas de ellas, como la simetría, el equilibrio, la simplicidad, la unidad, la sutileza o la singularidad.

Cabe señalar que cada una de las técnicas de expresión

27. Ray Murray. Manual de técnicas. 1980. Ed. G.Gili. Barcelona. p. 39

---

---

visual tiene un “polo opuesto”; por ejemplo, la asimetría es la técnica opuesta a la simetría, y la inestabilidad se opone al equilibrio. El enfrentamiento de estas técnicas es una opción excelente para lograr una comunicación visual clara y expresiva.

Cuando se hayan seleccionado y aplicado apropiadamente los elementos antes mencionados, el resultado será armónico, diferente y agradable tanto para el cliente como para el diseñador.

Habiendo analizado los elementos que intervienen en la elaboración de un folleto, en el próximo capítulo se procederá a plantear y desarrollar una propuesta específica; en este caso, de un folleto informativo sobre el INEA, dirigido a estudiantes de diseño gráfico que tienen el deseo de cumplir con su servicio social.

El objetivo de este folleto es encauzar ese deseo que tienen los estudiantes, hacia la opción que les ofrece el INEA.

Esta propuesta se realizará de tal manera que se puedan analizar todos los pasos y decisiones que se presenten, hasta llegar a un resultado satisfactorio en cuanto a diseño, y útil para lograr el fin comunicativo que el INEA se propone.

---

---

**3 Folleto  
informativo  
Sobre  
el INEA**

---

---

### **3. FOLLETO INFORMATIVO** **SOBRE EL INEA.**

Antes de entrar de lleno al desarrollo de la propuesta de folleto informativo para el INEA, es importante señalar la importancia del folleto como medio promocional del Instituto. Esto con el objeto de justificar la elección de este medio para comunicar el mensaje que el INEA desea difundir.

Como ya se mencionó anteriormente, los medios impresos constituyen un vehículo importante entre el INEA y los sectores sociales que lo apoyan en su tarea educativa. Podría pensarse que los medios masivos de comunicación (radio, T.V.) son los que mayor impacto tienen en las personas; sin embargo, en las ocasiones que el Instituto ha hecho uso de estos medios, la respuesta de la sociedad es menor que cuando se utilizan folletos; esto debido a que el INEA no dispone de los recursos económicos necesarios para ocupar periodos de tiempo (en radio y televisión) que le permitan exponer adecuada y claramente, los mensajes que desea transmitir. Además, a través de los años, el INEA ha adquirido una experiencia muy importante en cuanto a la distribución de sus impresos. Encuestas realizadas por el Instituto muestran que los materiales de promoción sí llegan al público al que están destinados. El problema radica en que el diseño gráfico de estos materiales no ha tenido el impacto necesario para apoyar a la comunicación de los mensajes que se desea transmitir; y en consecuencia, la retención de la información por parte del receptor es casi inexistente.

El INEA debe dirigirse a diversos sectores de la sociedad; y en ocasiones, la información que se transmite a cada uno de estos sectores es distinta. En este caso, el folleto es de gran ayuda para el Instituto, ya que pueden realizarse diferentes alternativas, cada uno conteniendo la



---

---

información pertinente para cada destinatario.

Aparte de lo anterior, el folleto (y los medios impresos en general) representa para el INEA una opción más económica en comparación con otros medios, lo cual le permite tener mayores beneficios y una mayor flexibilidad en el manejo de sus recursos existentes para promoción.

Por estas razones se consideró que el folleto sería un soporte gráfico adecuado para comunicar a los estudiantes de diseño gráfico la información necesaria para despertar su inquietud por asistir al INEA y adentrarse en los programas de servicio social establecidos por éste.

### **3.1 Antecedentes del folleto en el INEA.**

En el Instituto Nacional para la Educación de los Adultos se han realizado folletos desde el día de su creación. A fines del año 1981 se distribuye el primer folleto realizado por el INEA, el cual tenía por objetivo precisamente el difundir la existencia del Instituto.

Desde ese momento, y hasta la fecha, se han diseñado, impreso y distribuido folletos (de 4 a 36 páginas) que apoyan y promueven sus diferentes actividades. Puede decirse que este medio ha sido, en gran parte, el vínculo entre el INEA y la sociedad; e inclusive, entre el mismo personal del Instituto, pues lo que hoy es la gaceta interna del INEA (la cual informa mensualmente al personal sobre los acontecimientos más relevantes relacionados con el Instituto, así como de los avances obtenidos en su labor educativa), comenzó siendo un pequeño folleto de 8 páginas.

---

---

La mayoría de sus folletos tienen la finalidad de conseguir alfabetizadores y asesores voluntarios; sin embargo, también se elaboran materiales destinados a promover eventos organizados por el INEA o relacionados con éste, y a comunicar al personal alguna nueva disposición oficial, o algún cambio en los servicios o la estructura del Instituto. (fig.11)

Es importante mencionar, finalmente, que el INEA cuenta con un departamento de diseño, el cual se encarga de elaborar sus materiales didácticos (libros de texto, cuadernos de ejercicios) y de promoción (carteles, folletos, etc.); sin embargo, la mayoría de los diseños de carteles y folletos se obtienen de concursos, en los cuales, después de haber proporcionado a varios diseñadores las características del impreso que se desea distribuir, se escoge el diseño que parezca más adecuado y que tenga el precio más bajo.

Habiendo mencionado los antecedentes del folleto en el INEA, se procederá ahora a desarrollar una solución creativa, que comunique apropiadamente el mensaje que esta Institución desea difundir.

Para su realización, es necesario que la información que se incluya sea clara y concisa, y que sea expuesta de tal forma que su significado sea interpretado fácilmente por quien recibe el mensaje.

Este caso en particular se dirige a personas que tienen conocimientos de diseño, por lo que es importante ahondar en la claridad y el impacto visual del resultado final. Hay que recordar que el comunicador gráfico es el intérprete de los mensajes. Es el mediador entre el emisor y el receptor; y trata de escoger, disponer y estructurar los



## INSCRIPCION

- PRIMARIA
  - Ser mayor de 10 años.
  - Acta de nacimiento.
  - 5 fotografías de frente, tamaño infantil, en blanco y negro, recientes, con la frente y las orejas descubiertas, sin aretes, ni lentes no sirven las fotografías instantáneas.
- SECUNDARIA
  - Ser mayor de 15 años
  - Acta de nacimiento.
  - 5 fotografías con los requisitos de las anteriores.
  - Certificado de primaria.

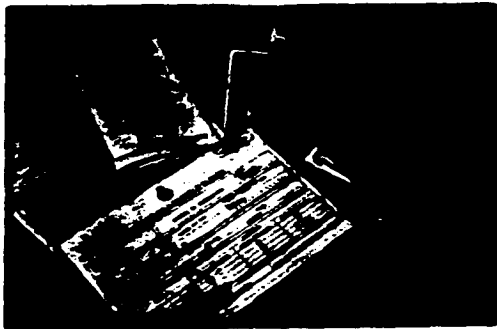
La inscripción será únicamente en las fechas señaladas por el Instituto



## REINSCRIPCION

- PRIMARIA O SECUNDARIA
  - Credencial del INEA.
  - Boletas de los grados cursados en el INEA o en el sistema escolarizado; en este último caso, deberán de estar revalidadas por la Oficina de Revalidación de la SEP.

Calle Netzahualcoyotl # 127 casi esquina con Isabel la Católica Col. Centro, México D.F.



## CASOS ESPECIALES

- EXTRANJEROS
  - Carnet migratorio FM-3 ó FM-9 que autorize sus estudios en el país
- El estudiante extranjero deberá de cumplir con las disposiciones que establece la Ley General de Población y el Reglamento del Registro Nacional de Extranjeros para acreditar su estancia legal en el país
- REFUGIADOS
  - Forma migratoria FM-3 y constancia expedida por el Alto Comisionado de las Naciones Unidas para Refugiados (ACNUR).
- AISLADOS POLITICOS
  - Forma migratoria FM-3 ó FM-10 que manifieste la prórroga anual.

En todos los casos anteriores se deberá presentar original y copia de todos los documentos para ser cotejados y devolver inmediatamente los originales a su dueño. En ningún caso el Instituto deberá tener documentos originales de ninguna clase.

- Verifique que los documentos proporcionados por el INEA contengan sus datos correctos, de lo contrario, devuelvalos inmediatamente para su corrección.

Cualquier documento debe ser vigente para ser válido.



## EXAMENES

- Presentar su talón de pago correspondiente a la etapa de aplicación y su credencial expedida por el INEA.
- Firmar el recibo de pago por los exámenes solicitados
- No se podrá presentar examen con un recibo de pago de etapas anteriores
- Si extravia su talón de pago o su credencial, solicite inmediatamente una reposición ya que sin estos documentos no podrá presentar exámenes.



## COSTOS

### - NIVEL PRIMARIA

- El derecho a examen es gratuito

### - NIVEL SECUNDARIA

- Examen parcial 20 centavos
- Examen Global Area 20 centavos
- Examen Global Grado 20 centavos
- Examen Global Nivel 1 nuevo peso

- Duplicado de Certificado 5 centavos

- Recuerde que a excepción del pago por examen de Secundaria y duplicado de Certificado, todos los tramites son gratuitos.

### ¿QUÉ HACER PARA PARTICIPAR?

Para contar con información más completa sobre las posibilidades de participación en la Educación de Adultos, dirígete:

En el interior de la República, a la:

*Delegación del Instituto Nacional para la Educación de los Adultos (INEA) en la capital de cada entidad federativa, o la Coordinación Regional más cercana.*

En el Distrito Federal, a la:

**Coordinación de Operaciones del D.F.**  
Av. Insurgentes Sur No. 2374, Torre A, 1er. piso  
Col. San Angel. C.P. 01000  
Tel.: 550-44-83

o

**A la Dirección de Participación Social y Concertación de Servicios.**  
Av. Insurgentes Sur No. 2374, Torre B, 5º piso  
Col. San Angel C.P. 01000  
Tel.: 550-95-30



**INEA: Encuentro Solidario**

### INEA: Encuentro Solidario



Instituto Nacional para la Educación de los Adultos

DISIGNO GRÁFICO UNIDAD DE COMUNICACION SOCIAL

---

---

elementos que mejor expresen el comunicado e impacten al receptor. Es decir, convierte la necesidad del emisor por transmitir algún mensaje o información, en textos e imágenes atractivos y claros.

Cabe mencionar que el formato que se ha elegido es de 21.5 por 34 cms. (tamaño oficio), con un doblez plegado paralelo, el cual produce un soporte de seis páginas verticales. Este tamaño se eligió pensando en la sencillez y economía que se maneja en el INEA (En todas las decisiones que se debieron tomar se contó con la asesoría y autorización del Instituto). Además, se consideró que ya que se desea dar una información clara y breve, un folleto de seis páginas es suficiente para contener el texto y las imágenes pertinentes para este propósito.

### **3.2 Determinación del texto e imágenes pertinentes.**

Después de consultar a varios ex-alumnos de diseño y comunicación gráfica sobre su experiencia en el momento de buscar opciones para realizar el servicio social, y de visitar varias escuelas de diseño para investigar la forma en la que se expone la información de los programas de servicio social a los alumnos, se decidió que el contenido de este folleto, así como su redacción, debería ser claro, directo y de carácter personal, ya que la gran mayoría de los impresos del INEA se pierden en rebuscamientos y fracasan en la tarea de interesar al lector. Por lo tanto, se pensó en seis cuestiones que normalmente se preguntan los alumnos al buscar un lugar en el cual realizar su servicio social. A cada una de estas preguntas se le dá una

---

---

respuesta breve y clara. Esto, aunado al carácter personal de la redacción, ofrece un texto directo y completo, que aclara rápidamente las dudas del lector, y lo hace interesarse por la opción que el INEA le ofrece.

He aquí las seis preguntas, así como el texto íntegro del folleto:

**¿ QUE ES EL INEA?**

El Instituto Nacional para la Educación de los Adultos es un organismo cuyo propósito fundamental es ofrecer a la población principalmente adulta, la oportunidad de comenzar o continuar su educación primaria y secundaria con la finalidad de mejorar la calidad de vida de los ciudadanos e impulsar el desarrollo social y económico del país.

**¿ QUE HACE EL DISEÑADOR GRAFICO EN EL INEA?**

En el Instituto, el diseñador gráfico realiza el diseño de libros de texto, cuadernos de ejercicios y material de evaluación. Sin embargo, su participación no se limita a estas actividades, ya que también deben realizarse materiales de promoción, como folletos y carteles.

**¿ EN QUE PARTE DEL INEA SE REALIZAN ESTAS ACTIVIDADES?**

Las actividades relacionadas con el diseño gráfico se realizan en las siguientes direcciones:

- Dirección de contenidos, métodos y materiales
- Dirección de participación social y concertación de servicios
- Subdirección de publicaciones

---

---

### **¿ CUALES SERIAN MIS OBLIGACIONES?**

Mensualmente deberás elaborar un informe que comunique al Instituto las actividades que hayas realizado, y para concluir tu servicio social, deberás haber cubierto un mínimo de 480 horas, en un lapso de tiempo no menor a seis meses y no mayor a dos años.

### **¿ QUE REQUISITOS DEBO CUMPLIR PARA HACER MI SERVICIO SOCIAL EN EL INEA?**

Para hacer tu servicio social en el Instituto, sólomente tienes que comprobar que has cubierto el 70% de créditos de la carrera, y presentar cuatro fotografías tamaño infantil.

Recuerda que debes dirigirte a la oficina de servicio social de tu escuela, para informarte sobre los trámites que debes realizar para que se le dé validez a tu servicio social.

### **¿ DONDE ESTA EL INEA?**

El Instituto Nacional para la Educación de los Adultos se encuentra en:

Insurgentes sur 2374. Col. San Angel

C.P. 01000 México, D.F.

Tel. 5509170

No lo pienses más. Anímate y apoya este gran esfuerzo educativo. Además de participar en la noble tarea educativa del INEA, tendrás la oportunidad de aplicar tus conocimientos y aprender más sobre tu carrera y su campo de trabajo.

---

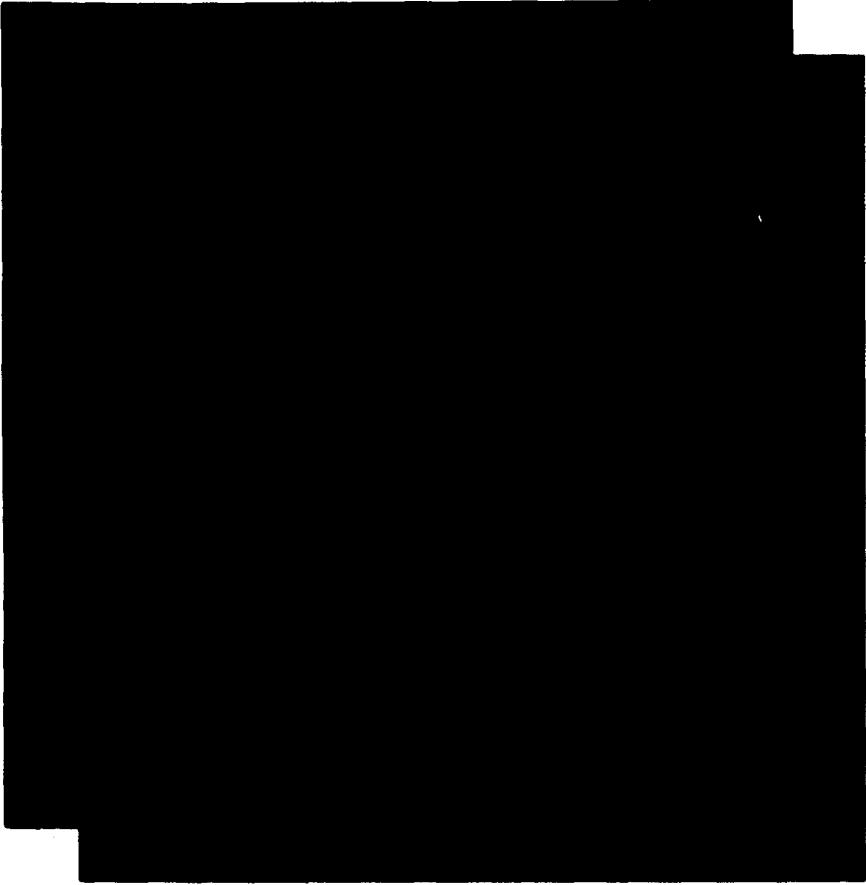
---

En cualquier diseño que vaya a presentar texto, es importante calcular el espacio que éste ocupará en el soporte de trabajo.

Como en el presente caso, en el que ya se ha determinado el texto que se va a incluir en el folleto, por medio del cálculo tipográfico es posible determinar el área que ocupa éste en un tipo, cuerpo y medida determinados. A continuación, y mediante un ejemplo, se muestran los pasos a seguir :

- Mecanografiar el texto.



- 
- 
- 
- Trazar una línea vertical al lado derecho del texto, entre la línea más corta y la más larga.

El Instituto Nacional para la Educación de



- Contar los caracteres de una línea hasta el trazo vertical (contando puntuaciones y espacios):

**42 caracteres**

### ¿ QUÉ ES EL INEA?

El Instituto Nacional para la Educación de los Adultos es un organismo que tiene como propósito fundamental ofrecer a la población adulta la oportunidad de comenzar o continuar su educación secundaria

con la finalidad de mejorar la calidad de vida y promover el desarrollo social y económico del país.

### ¿ QUÉ HACE EL DISEÑADOR GRÁFICO?

En el Instituto, el diseñador gráfico realiza: cuadernos de ejercicios y material de evaluación; no se limita a estas actividades, ya que también elabora materiales de promoción, como folletos y tarjetas.

### ¿ EN QUÉ PARTE DEL INEA SE REALIZAN ESTAS ACTIVIDADES?

Las actividades relacionadas con el diseño gráfico se realizan en las siguientes direcciones:

- Dirección de contenidos, métodos y materiales
- Dirección de participación social y comunitaria
- Subdirección de publicaciones

### ¿ CUÁL ES SU OBLIGACIÓN?

Mensualmente deberá elaborar un informe de las actividades que haya realizado, y para ello deberá haber cubierto un número de 150 caracteres, no menor a tres meses y no mayor a dos años.

El INEA es un organismo que tiene como propósito fundamental ofrecer a la población adulta la oportunidad de comenzar o continuar su educación primaria y secundaria.

El INEA es un organismo que tiene como propósito fundamental ofrecer a la población adulta la oportunidad de comenzar o continuar su educación primaria y secundaria.

### ¿ QUÉ ES EL INEA?

El INEA es un organismo que tiene como propósito fundamental ofrecer a la población adulta la oportunidad de comenzar o continuar su educación primaria y secundaria.

### ¿ EN QUÉ PARTE DEL INEA SE REALIZAN ESTAS ACTIVIDADES?

Las actividades relacionadas con el diseño gráfico se realizan en las siguientes direcciones:

- Dirección de contenidos, métodos y materiales
- Dirección de participación social y comunitaria
- Subdirección de publicaciones

### ¿ CUÁL ES SU OBLIGACIÓN?

Mensualmente deberá elaborar un informe de las actividades que haya realizado, y para ello deberá haber cubierto un número de 150 caracteres, no menor a tres meses y no mayor a dos años.

• Multiplicar los caracteres de una línea por el número de líneas de la página:

**42 x 24 = 1008 caracteres a la izquierda de la línea.**

• Contar todos los caracteres situados a la derecha de la línea vertical.

**400 caracteres a la derecha de la línea.**

### ¿QUE ES EL INEA?

El Instituto Nacional para la Educación de los Adultos es un organismo cuyo propósito fundamental es ofrecer a la población principalmente adulta la oportunidad de comenzar o continuar su educación primaria y secundaria

con la finalidad de mejorar la calidad de vida de los ciudadanos e impulsar el desarrollo social y económico del país.

### ¿QUE HACE EL DISEÑADOR GRAFICO EN EL INEA?

En el Instituto, el diseñador gráfico realiza el diseño de libros de texto, cuadernos de ejercicios y material de evaluación. Sin embargo, su participación no se limita a estas actividades, ya que también deben realizarse material de promoción como folletos y carteles.

### ¿EN QUE PARTE DEL INEA SE REALIZAN ESTAS ACTIVIDADES?

Las actividades relacionadas con el diseño gráfico se realizan en las siguientes direcciones:

- Dirección de contenidos, métodos y materiales
- Dirección de participación social y concertación de servicios
- Subdirección de publicaciones

### ¿CUALES SERIAN MIS OBLIGACIONES?

Mensualmente deberás elaborar un informe que comuniqué al Instituto las actividades que has realizado y para concluir tu servicio social, deberás haber cubierto un mínimo de 480 horas, en un lapso de tiempo no menor a tres meses y no mayor a dos años.

- 
- 
- 
- Sumar el total de caracteres situados a la derecha de la línea mas el total de caracteres situados a la izquierda de la misma, para obtener el total de caracteres del texto. (Si hay más de una cuartilla, multiplicar el total de caracteres de una cuartilla por el número de éstas):

$$1008 + 400 = 1408 \text{ caracteres totales.}$$

- Determinar el número de caracteres por pica del tipo escogido (este dato se obtiene por medio de tablas ya existentes):

$$\text{Times medium (10 puntos)} = 2.86 \text{ caracteres por pica.}$$

- Multiplicar el promedio de caracteres por pica por la medida de las líneas (en picas), para obtener el promedio de caracteres por línea:

$$2.86 \times 28 = 80.08 \text{ caracteres por línea.}$$

- Dividir el total de caracteres del texto entre el promedio de caracteres por línea, para obtener el número de líneas que ocupará el texto (sin contar los espacios entre líneas):

$$1408 / 80.08 = 17.58 \text{ líneas. (se cierra a 18)}$$

- Multiplicar el total de líneas por la medida del cuerpo del tipo (en puntos) más la interlínea, para obtener la altura del texto en puntos, incluyendo la interlínea:

$$18 \times 11 = 198 \text{ (puntos de altura del texto)}$$

---

---

• Dividir la altura del texto en puntos entre 12, para obtener la medida en picas:

**$198 / 12 = 16.5$  picas de altura .**

El cálculo de texto es muy importante, ya que conociendo todos los datos que de éste resultan, el diseñador manejará mejor las áreas de texto e imagen. Y aquí hay que mencionar que el uso de la computadora representa un gran adelanto dentro de la formación y cálculo de textos, ya que por medio de ella se pueden realizar textos prácticamente en cualquier tipo y tamaño; y ya que también en la computadora pueden realizarse y manejarse tanto cajas tipográficas y diagramaciones, como ilustraciones y textos, el cálculo tipográfico es un paso dentro del proceso de diseño que ha dejado de ser indispensable.

Cabe recordar también que las unidades de medición más utilizadas en la comunicación gráfica son:

• El punto.

Introducido en Francia a principios del siglo XVIII; mide el tamaño del tipo, así como el interlineado( espacio entre las líneas del texto). El punto se basa en la división de la pulgada en 72 subdivisiones.

• La pica.

Mide la longitud de las líneas del texto. Existen seis picas en una pulgada, y 12 puntos en una pica.

La pica también se usa para medir la altura de las columnas, el medianil (espacio en blanco entre las columnas), los márgenes entre el área del diseño y el borde de la página, y el tamaño de las ilustraciones.

Las imágenes deben, en este caso, apoyar al texto e impactar al lector. Una de las tareas del diseñador gráfico es crear imágenes que hagan que el público reaccione po-

---

---

sitivamente hacia el impreso al cual está dirigiendo su atención.

Esto se logrará cuando en estas imágenes se empleen creativa y originalmente, elementos como la proporción, el color, la forma, etc.

Ya que el folleto que nos ocupa estará dirigido a alumnos de diseño, las imágenes deberán ser impactantes e innovadoras, ya que este folleto constituye una muestra de lo que ellos mismos deberán hacer al realizar su servicio social en el Instituto.

Debido a su conocimiento en cuanto a técnicas y principios del diseño, el público final de este folleto informativo es más exigente y crítico, por lo cual se debe buscar un resultado creativo e impactante; ya que al observar un trabajo innovador y de calidad, este público se interesará por participar en el lugar en donde se realiza dicho trabajo.

### **3.3 Proceso de diseño.**

Ya que todo lo anterior ha sido estudiado y comprendido, se procederá a resolver visualmente las primeras ideas que surgen a través del pensamiento creativo.

Ya definido el objetivo que se desea alcanzar, así como la información que se va a dar a conocer, se procederá a la elaboración de las imágenes.

Primeramente, se hacen bocetos rápidos hasta que se encuentran dos o tres posibles procedimientos de solución. Estos bocetos, también conocidos como "lluvia de ideas", son dibujos rápidos que tienen la finalidad de captar todas las ideas que surgan, para después elegir de entre estas, las que mejor se adecúan a las características y exigencias del

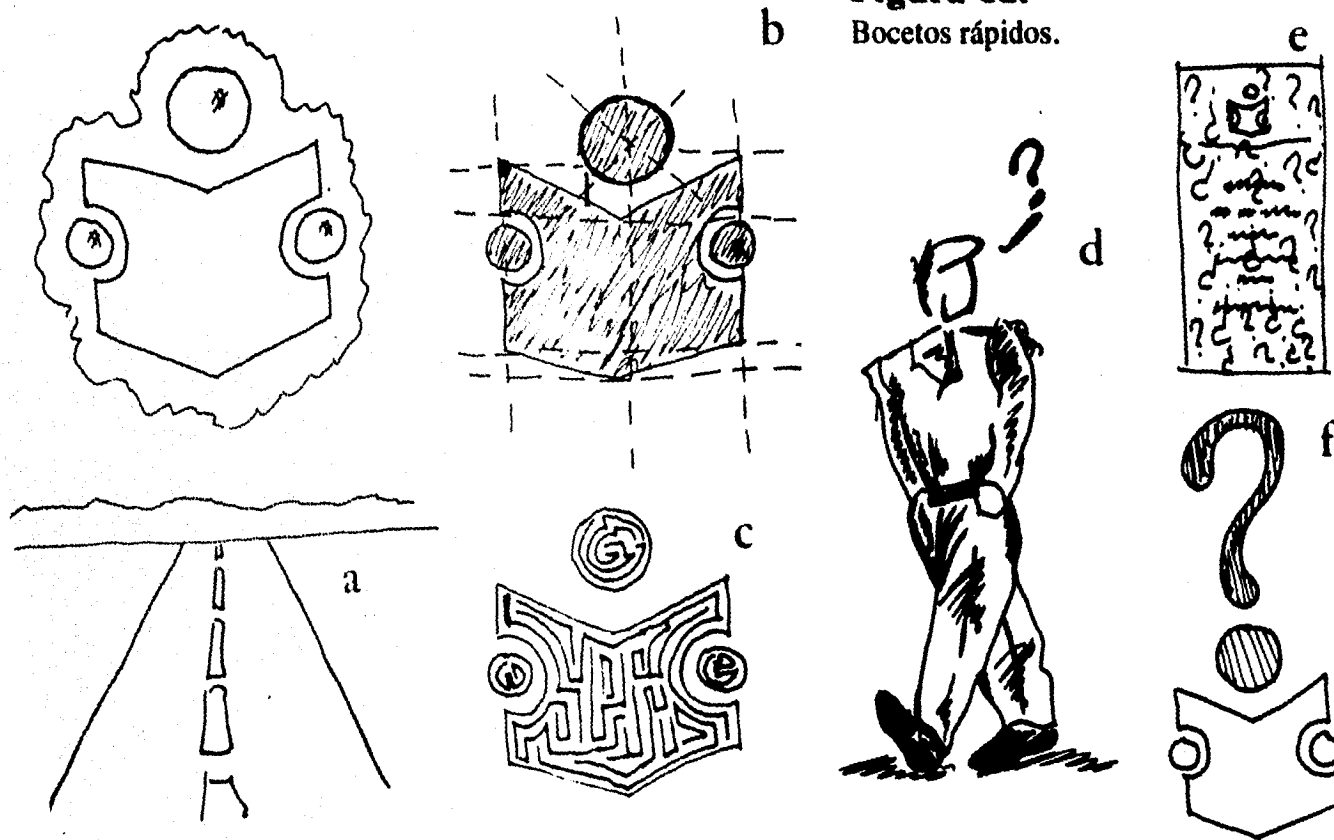
proyecto que se esté realizando (fig.12).

De los bocetos rápidos que se elaboraron para el proyecto que nos ocupa, el cliente escogió las opciones a y b, considerando que éstas presentan una relación más evidente entre el diseño gráfico y el INEA.

Después de encontrar estas opciones, por lo general se realizan tres clases de bocetos, en los que se desarrolla la idea general desde uno o varios conceptos (los cuales se eligen mediante los bocetos rápidos), hasta obtener una indicación definitiva y precisa de cómo aparecerá el impreso. Estos tres estados de presentación son:

- Bocetos preliminares
- Alternativas de solución
- Boceto final

**Figura 12.**  
Bocetos rápidos.

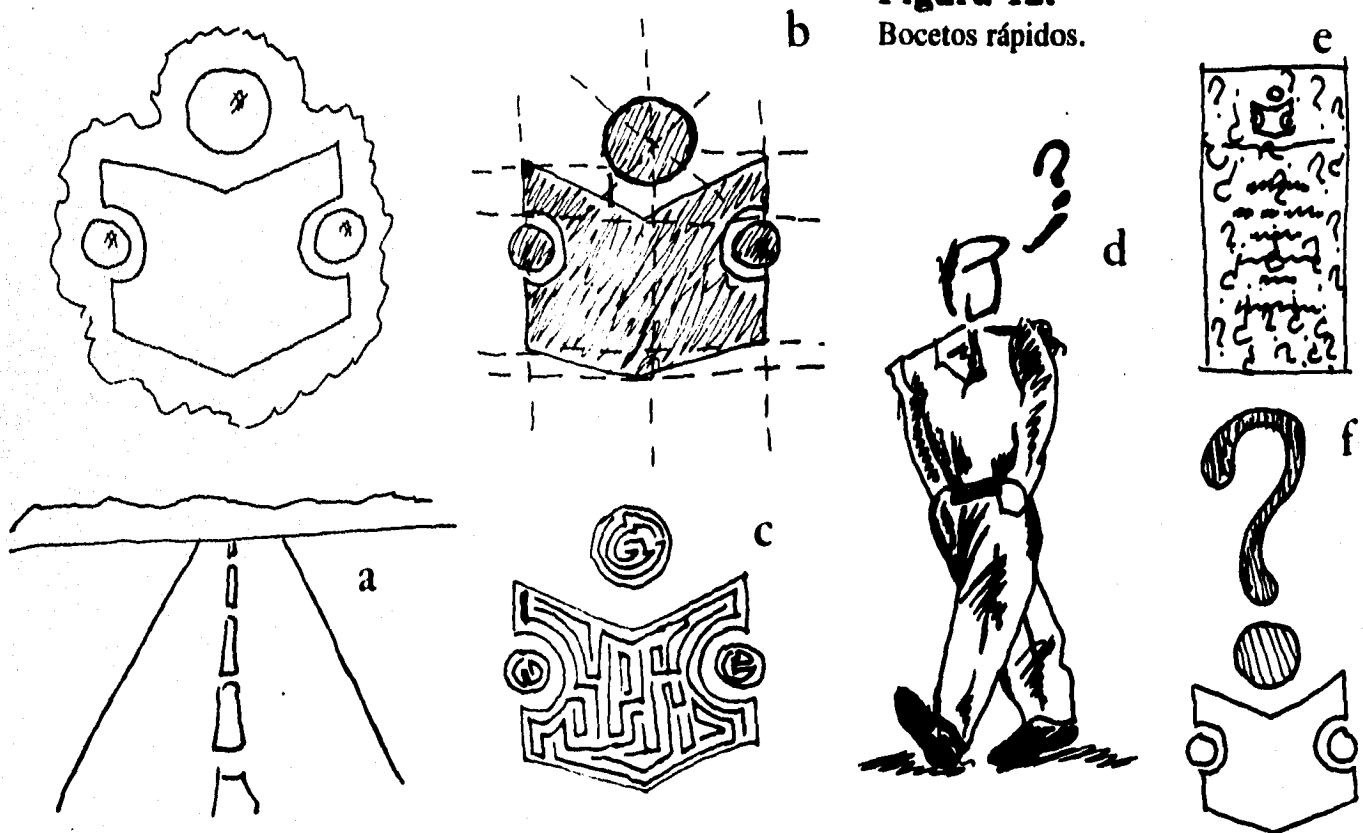


proyecto que se esté realizando (fig.12).

De los bocetos rápidos que se elaboraron para el proyecto que nos ocupa, el cliente escogió las opciones a y b, considerando que éstas presentan una relación más evidente entre el diseño gráfico y el INEA.

Después de encontrar estas opciones, por lo general se realizan tres clases de bocetos, en los que se desarrolla la idea general desde uno o varios conceptos (los cuales se eligen mediante los bocetos rápidos), hasta obtener una indicación definitiva y precisa de cómo aparecerá el impreso. Estos tres estados de presentación son:

- Bocetos preliminares
- Alternativas de solución
- Boceto final

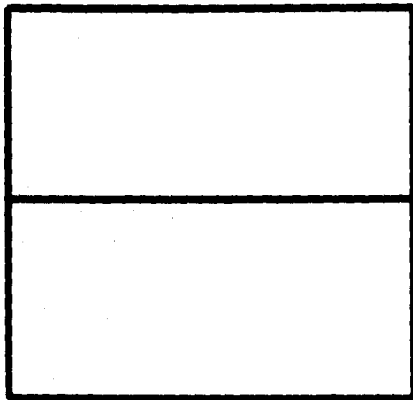


---

---

Para la realización de estos bocetos, y para una adecuada distribución de las imágenes y los textos en el espacio que manejaremos, es necesario el uso de una estructura o diagramación, la cual impondrá un orden claro y lógico entre los elementos gráficos que utilicemos.

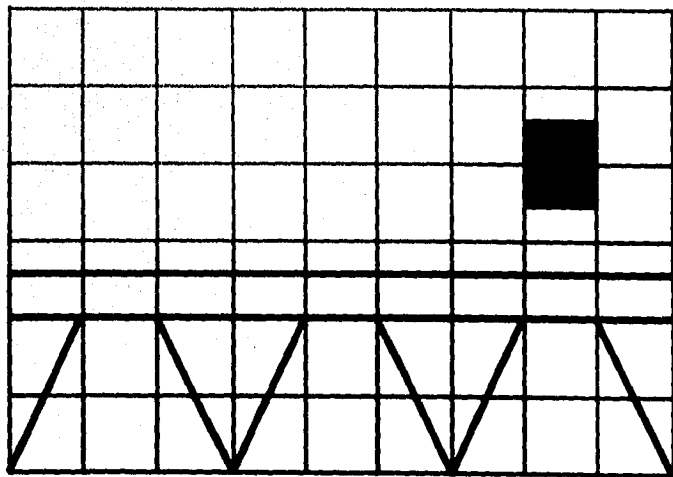
El diseño de la opción a propone la división del plano en dos zonas:



La zona superior (en donde se encuentra el logotipo del INEA) evoca una sensación de ligereza, de liberación y de movimiento.

La zona inferior (en donde se encuentra el camino en perspectiva) evoca una atmósfera pesada, en donde la ascensión se vuelve difícil.

Para esta opción, se necesita una diagramación que nos permita organizar de una manera regular los elementos del diseño, por lo cual se eligió el enrejado básico, el cual aporta a cada subdivisión o módulo una misma cantidad de espacio, por lo que toda la superficie del diseño queda dividida en espacios exactamente iguales (fig.13).



**Figura 13.**

Enrejado básico utilizado para el ordenamiento de la propuesta a.

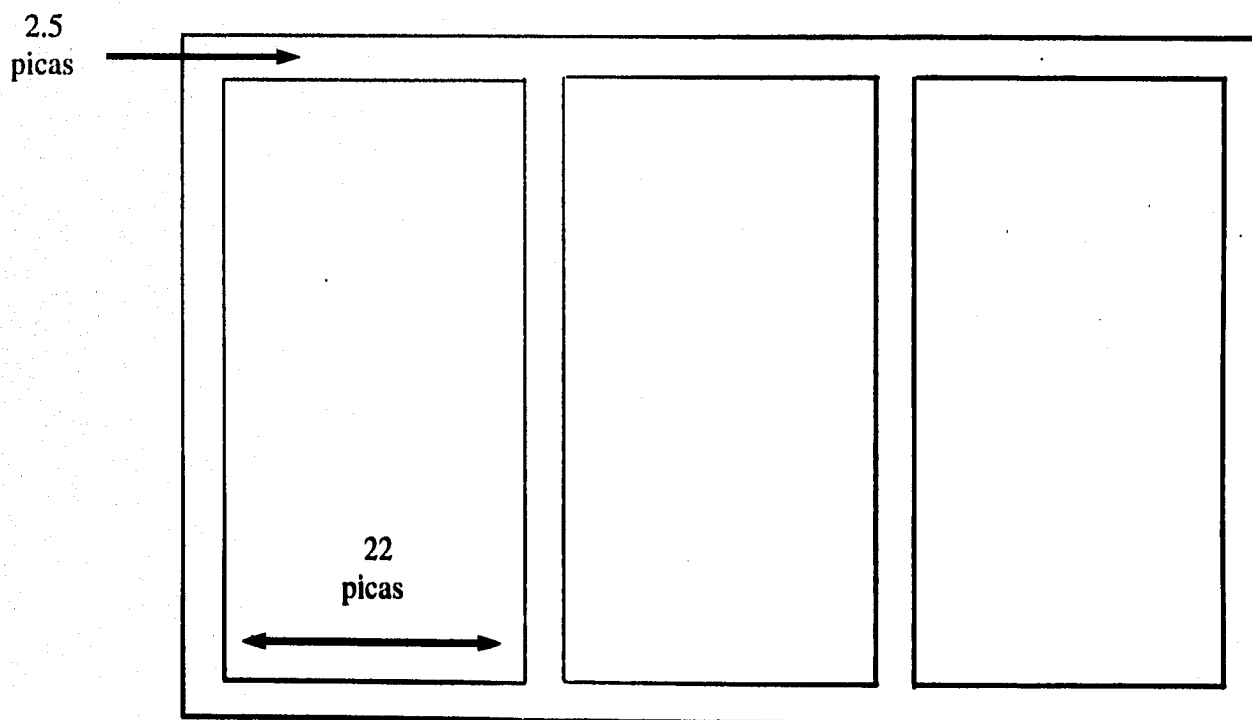


---

---

En la opción b , al proponerse la visibilidad de las guías que intervienen en la elaboración del logotipo del Instituto, se presenta un fuerte concepto de relación entre el INEA y el diseño, por lo cual se consideró innecesario “distraer” esta imagen con otros elementos. Por lo tanto, se decidió simplemente centrarla en la primera página (portada) del tríptico, y manejar el texto en las páginas restantes, presentando también las guías que se utilizan en su formación.

Cabe mencionar aquí que, como se verá más adelante, en las dos opciones de diseño se realizaron bocetos en los que las líneas del texto se extienden a dos o tres páginas; sin embargo, al final prevaleció la decisión del cliente de manejar el texto separado en cada una de las páginas, como se muestra a continuación mediante la caja tipográfica:



---

---

En adelante, y hasta la elaboración del boceto final, se seguirán estas diagramaciones para ordenar los elementos gráficos en el área de diseño.

### **3.3.1 Bocetos preliminares.**

Son bosquejos agrandados de las opciones escogidas de entre los bocetos rápidos o "lluvia de ideas". Estas imágenes se elaboran al tamaño real del impreso acabado, empleando las técnicas que desee el diseñador. A este nivel lo importante es ofrecer una visión general del diseño, por lo cual existe libertad en cuanto a las técnicas gráficas (acuarela, lápiz, lápiz de color, etc.). Sin embargo, debe recordarse que aunque se trate tan sólo de una aproximación, la proporción y el volumen han de estar indicados con exactitud, para conseguir una impresión total del efecto final, especialmente si otras personas han de juzgar lo que se intenta presentar .

También en esta etapa analizamos el tamaño y la disposición de las imágenes con respecto al texto y al formato elegido. Se comienza a analizar el uso del color, contraste, volumen, etc.

En la opción a , se presenta el camino en gris, con las líneas blancas características de la carretera. Se le agregó también a la ilustración una gradación de tonos anaranjados para acentuar el motivo del horizonte.

Para la elaboración del logotipo, se utilizó su color marrón característico con un tratamiento degradado, para crear la ilusión de volumen; con el objeto de hacer menos rígida su presentación, y para reforzar la ilusión de que

---

---

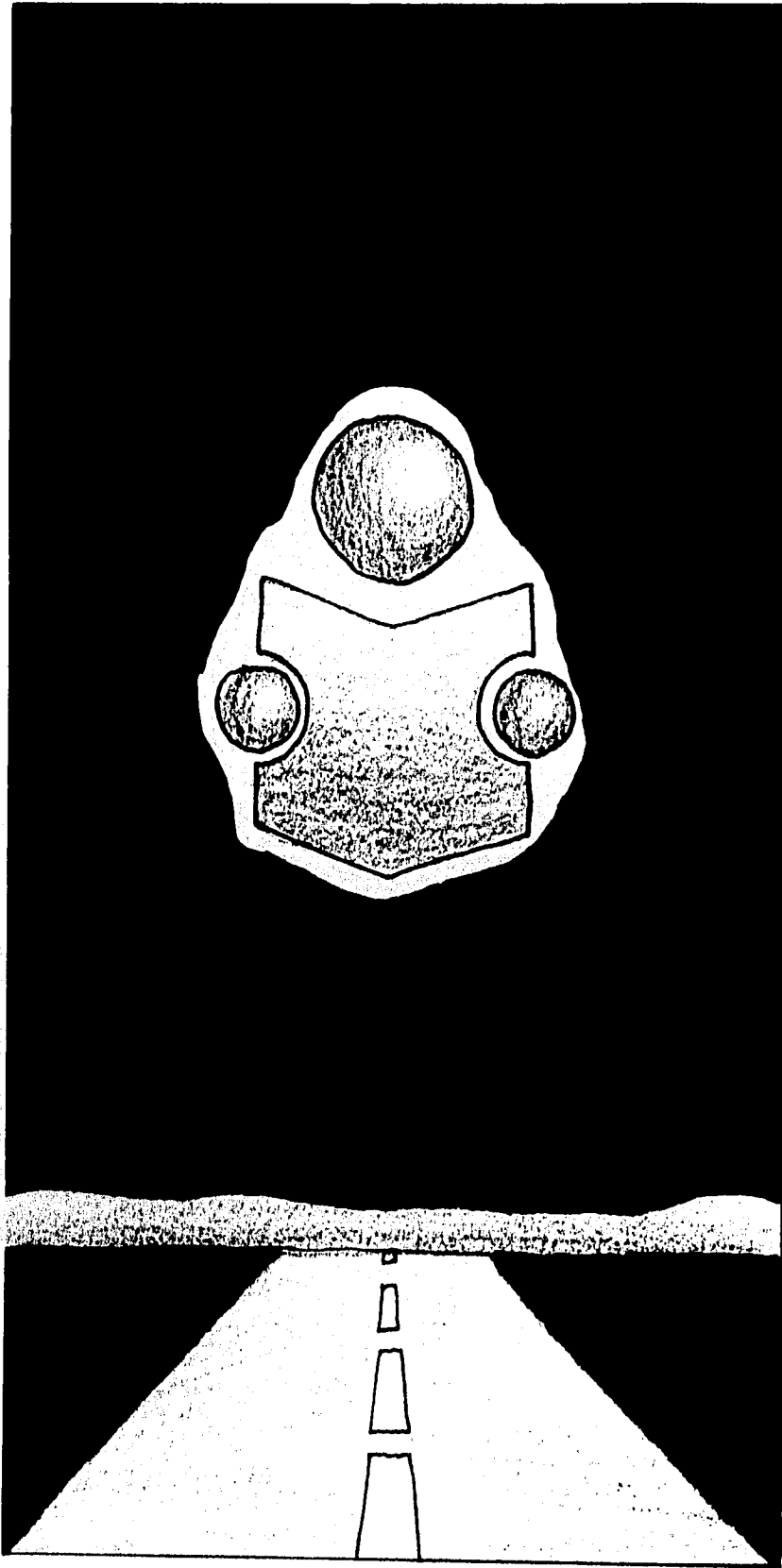
se encuentra suspendido en el aire, sobre el camino (del comunicador o diseñador gráfico). El logotipo también presenta un "halo de luz", el cual ilumina el camino que se encuentra debajo.

En cuanto a la tipografía, se realizaron pruebas tanto de tamaño, como de extensión de texto (1, 2 ó 3 páginas).

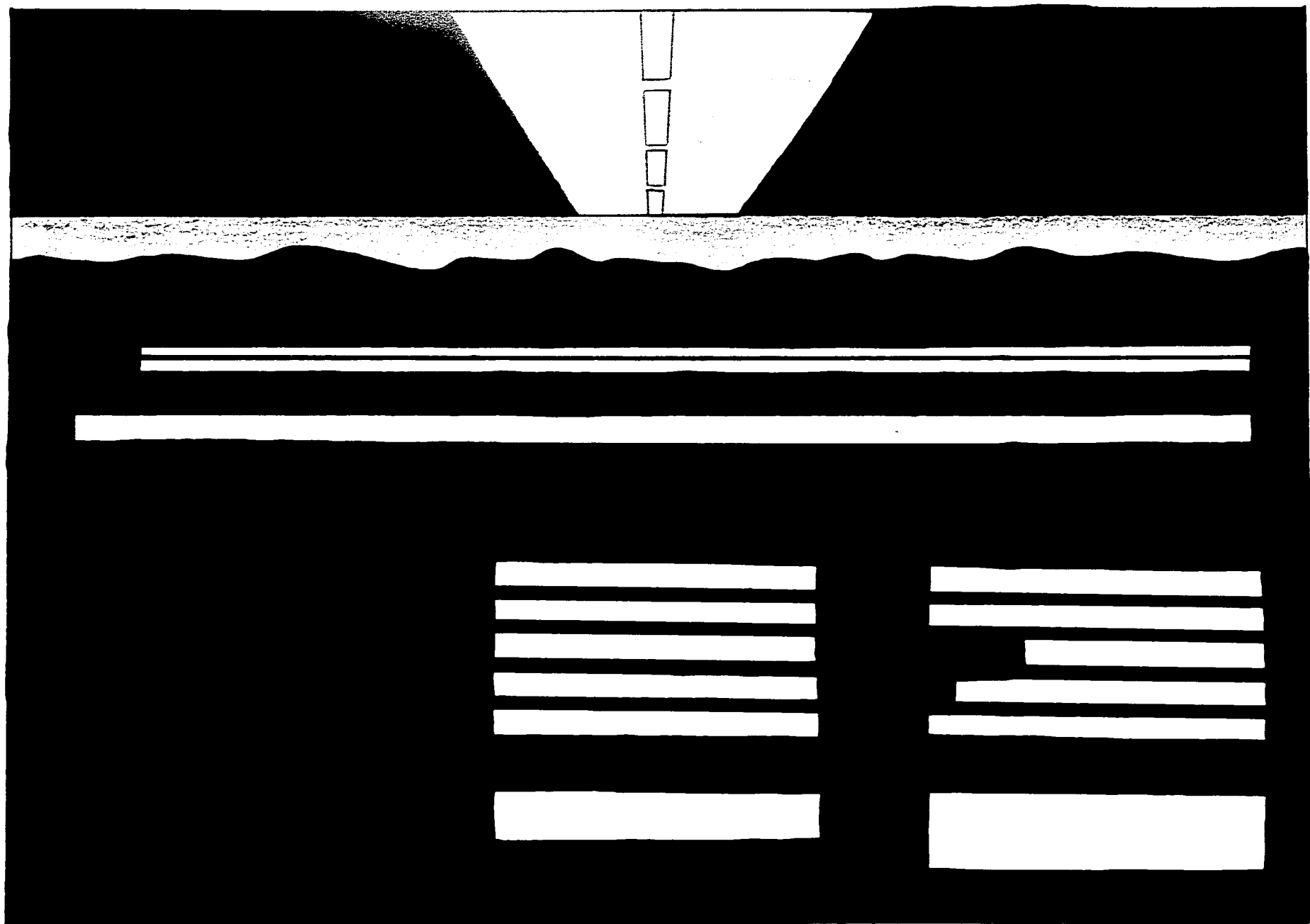
Por decisión del INEA, este diseño se manejó siempre con fondo negro, por considerar que el negro integraba más al diseño, haciendo que este presente una atmósfera más expresiva e interesante. Además, en cuanto a los textos se refiere, por la luminosidad que éstos adquieren (cuando se encuentran realizados en blanco o en tonos claros) sobre un fondo negro, requieren de mayor atención visual, es decir, captan más la atención del lector. (fig 14)

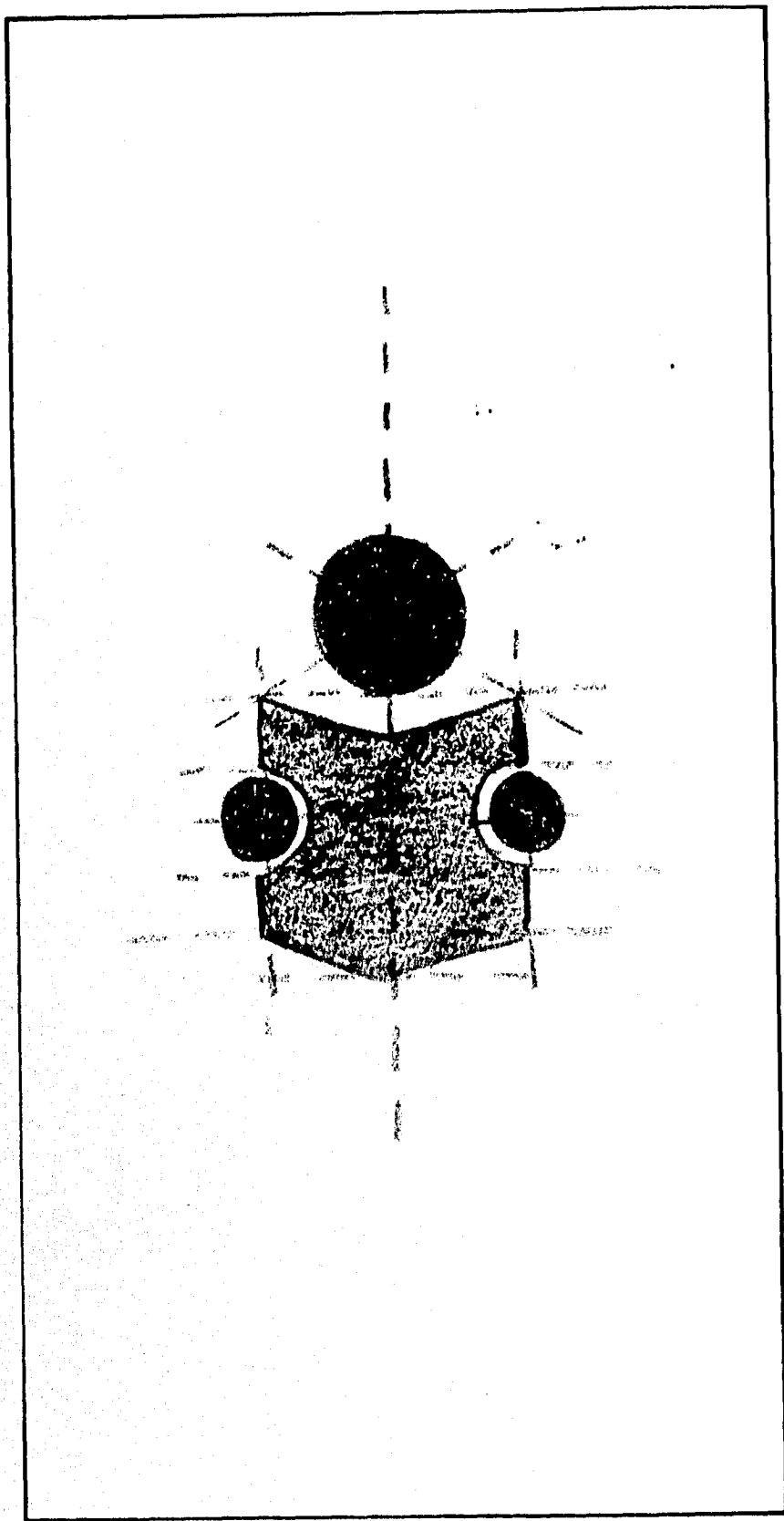
En la opción b, como ya lo mencionamos, se hace un tratamiento muy sencillo de la imagen. Se presenta centrado en la portada del tríptico al logotipo del INEA en color marrón, incluyendo las líneas-guía necesarias para su elaboración (en color azul). En las páginas restantes comenzamos a realizar pruebas en cuanto a las guías que se deben presentar, así como de la disposición, tamaño y profundidad de los textos. (fig.15)

La visualización de todos los elementos ya reunidos nos ayuda a definir los puntos débiles del diseño, para poder corregirlos o modificarlos en la siguiente etapa. Toda modificación deberá tomar en cuenta la opinión del cliente; desde la presentación de la idea, hasta la elaboración del boceto final.



**Figura 14.**  
Bocetos preliminares  
(alternativa a), frente y  
vuelta.





**Figura 15.**  
Bocetos preliminares  
(alternativa b), frente y  
vuelta.

[REDACTED]

ALL INFORMATION CONTAINED  
HEREIN IS UNCLASSIFIED  
DATE 08-14-2010 BY 60322/UC/STP

[REDACTED]

ALL INFORMATION CONTAINED  
HEREIN IS UNCLASSIFIED  
DATE 08-14-2010 BY 60322/UC/STP

[REDACTED]

[REDACTED]

ALL INFORMATION CONTAINED  
HEREIN IS UNCLASSIFIED  
DATE 08-14-2010 BY 60322/UC/STP

[REDACTED]

ALL INFORMATION CONTAINED  
HEREIN IS UNCLASSIFIED  
DATE 08-14-2010 BY 60322/UC/STP

---

---

### **3.3.2 Alternativas de solución o variantes.**

Después de haber analizado las imágenes preliminares, y al tener una idea más amplia de cómo debe lucir el diseño final, se procede a elaborar bocetos con los cambios y correcciones pertinentes para lograr el impacto y comunicación deseados.

A estos se les conoce como alternativas de solución, y pueden presentar variantes en el color, el tamaño y la disposición de los elementos, o en los elementos mismos.

Mientras más alternativas obtengamos, más objetiva y segura será la elección final para la solución del problema. El diseñador deberá elaborar la mayor cantidad posible de variantes, ya que de la observación, análisis y conjunción de éstas, surgirán mejores alternativas de solución, dentro de las cuales, se hará una selección final.

Para la opción a , se decidió eliminar el halo de luz que rodeaba al logotipo, y darle más impacto al camino de la parte inferior, ya que, con el tono de gris que este presentaba, se perdía en el fondo negro, y la atención se centraba sólo en el logotipo.

Hablando del logotipo, se corrigió su posición, ya que al estar colocado demasiado arriba del camino, se perdía la relación entre ambos. El degradado anaranjado del horizonte se descompuso en varios colores distintos, y en algunas alternativas , estos colores se presentan con una gran saturación, por lo que se pierde el degradado; sin embargo, el ojo aún los integra y percibe como un sólo elemento.

En lo que al camino se refiere, se decidió que este



---

---

debería presentar más colorido, pues ya que se trata del camino del diseñador gráfico, ¿qué mejor manera de representarlo que con el color ? .

Inicialmente se presentó un color azul, pero al observar que aún no resaltaba lo suficiente, se tomo la decisión de dividir el camino en varios segmentos verticales (respetando la perspectiva), y poner un color distinto en cada uno de ellos. Los colores se escogieron siguiendo una gradación lógica entre éstos (del amarillo al verde, del verde al azul, del azul al morado y del morado al rojo).

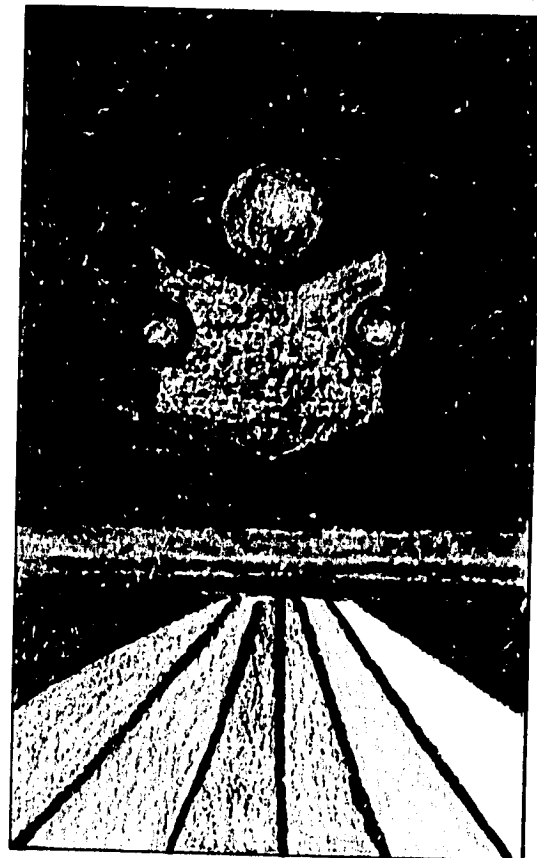
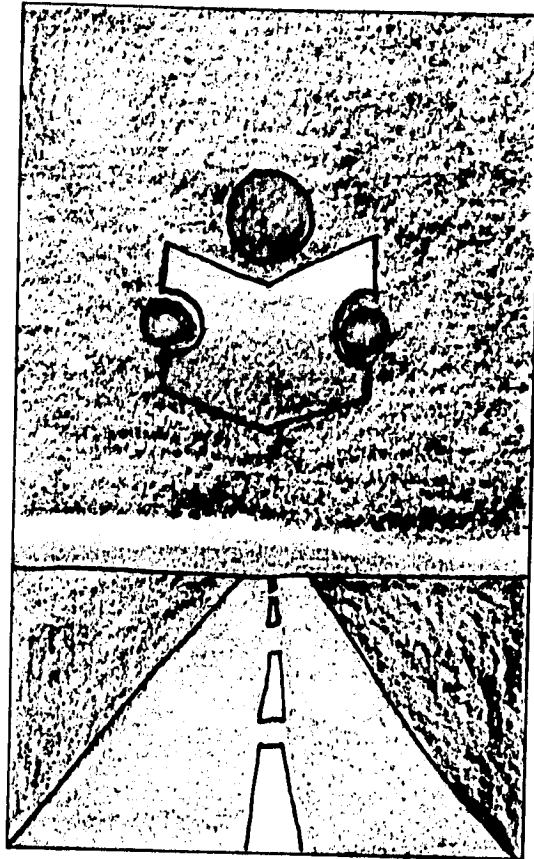
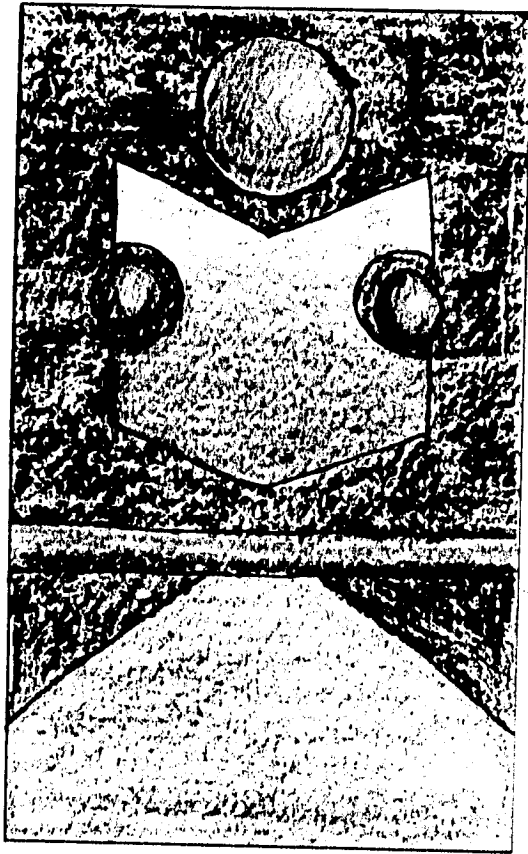
Con el objeto de reforzar la perspectiva del camino, se marcaron en negro las divisiones entre cada segmento, y en una alternativa, se añadieron líneas horizontales, dividiendo así el camino en módulos; lo cual, en conjunción con el color y el fondo negro, constituye un resultado más impactante.

Para los interiores de esta opción, la mayor decisión fué la de extender el camino a las tres páginas, respetando el "horizonte" del diseño.

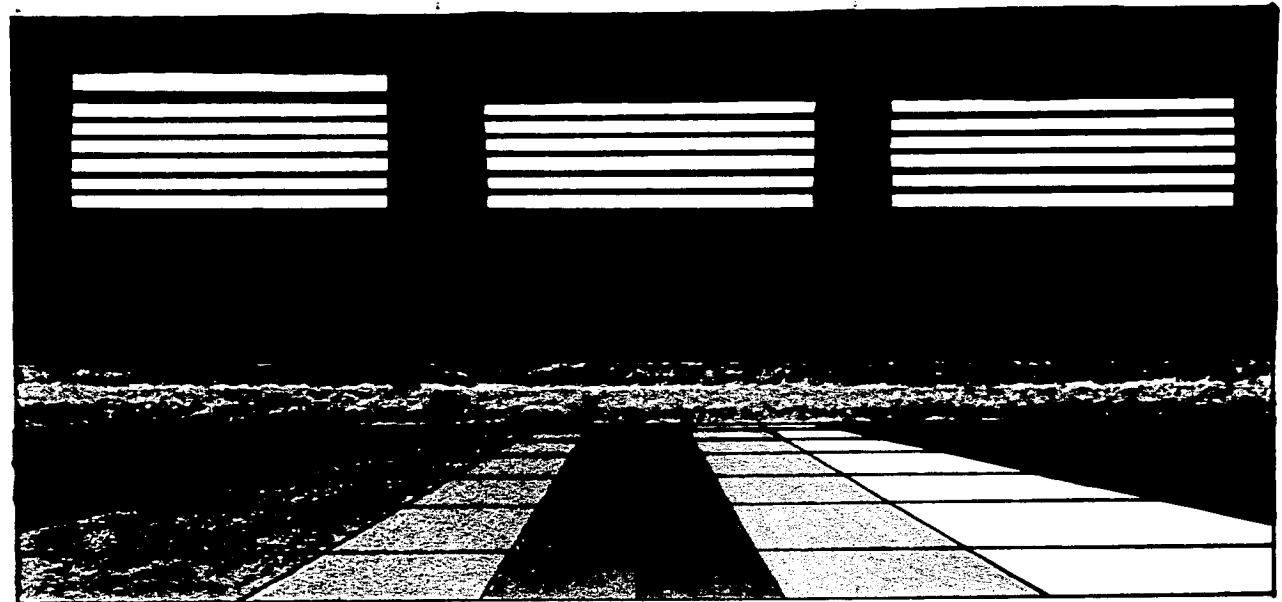
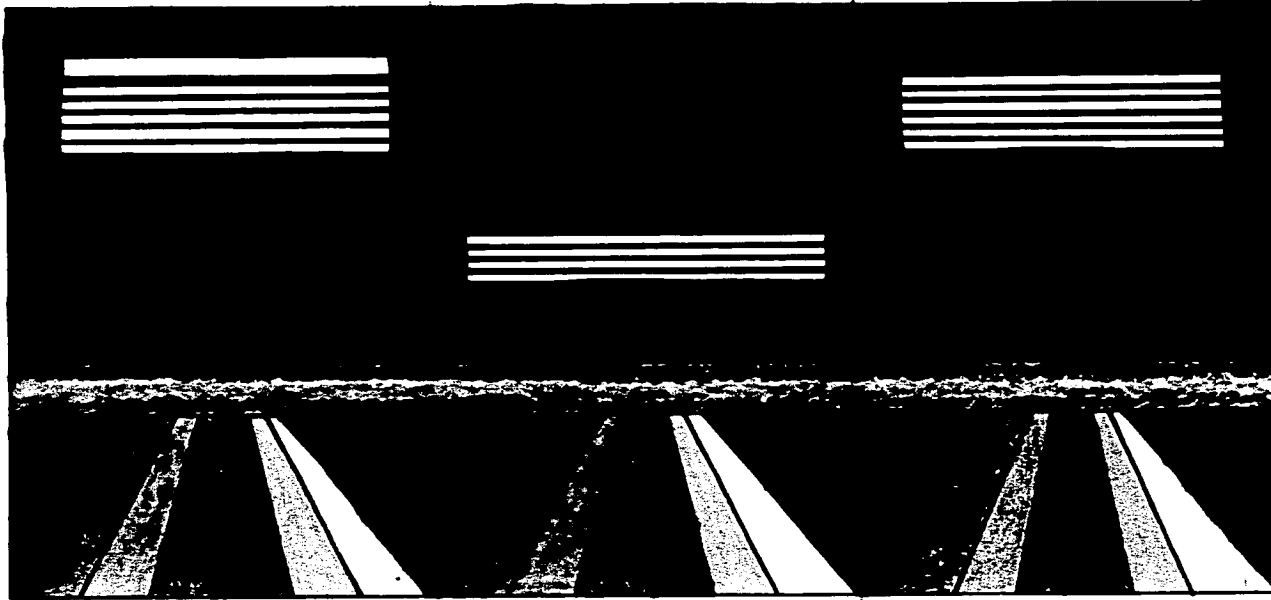
Se realizó además, un tratamiento más formal de los textos, después de decidir que un tamaño de 11 puntos para el texto, y uno de 14 puntos para los títulos sería el apropiado. (fig.16)

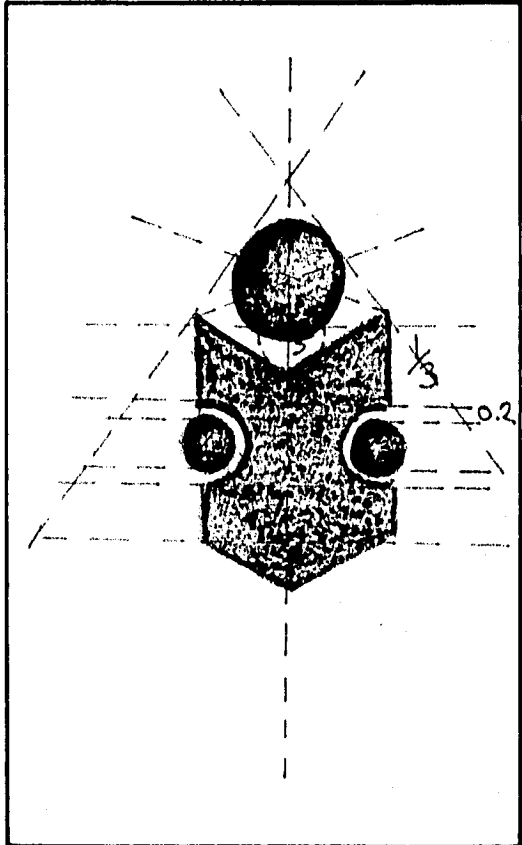
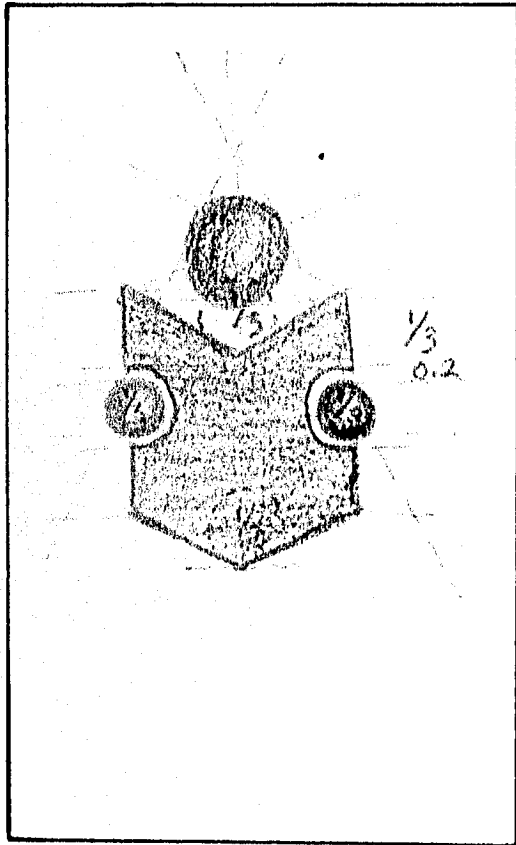
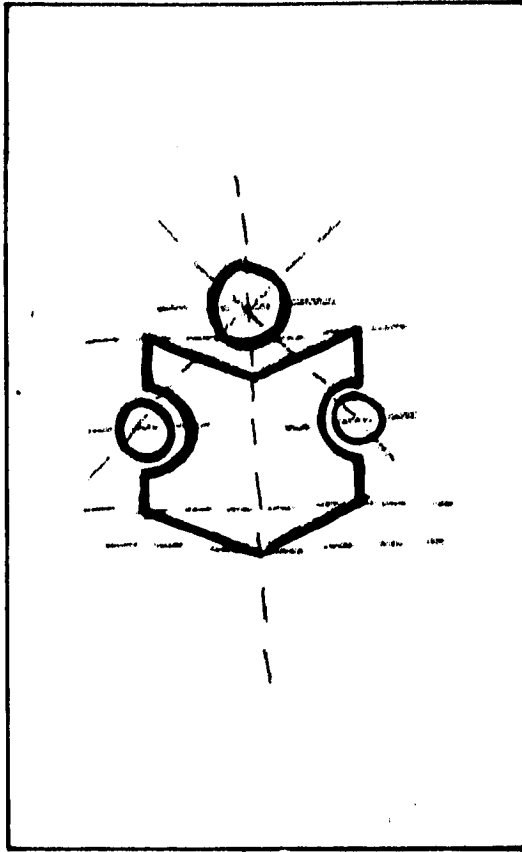
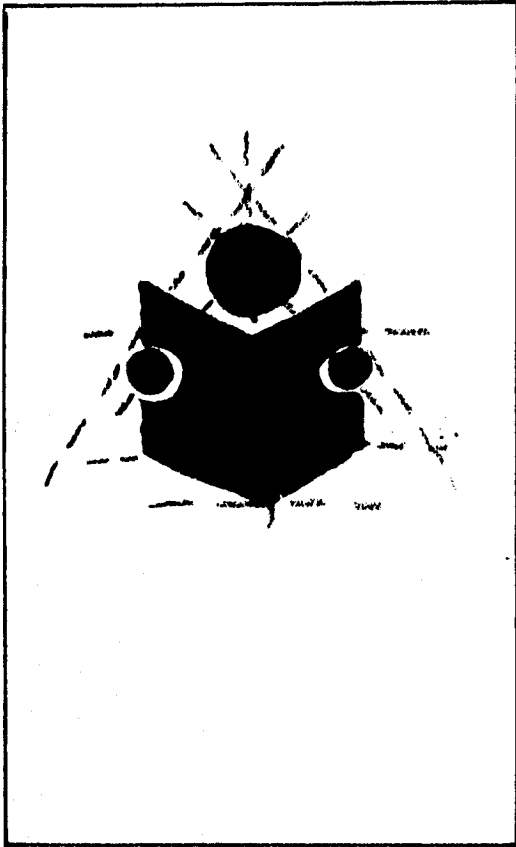
En la opción b , las modificaciones se dirigieron principalmente hacia la saturación y el brillo del color del logotipo. En algunas alternativas se propone la presentación de las acotaciones (medidas, proporciones) de la elaboración del mismo.

Para las páginas de texto, se consideró que en lugar de presentar los textos sobre las guías y marcas que se hacen a mano, sería interesante utilizar las bases de los originales mecánicos usadas en el Instituto para la formación de los

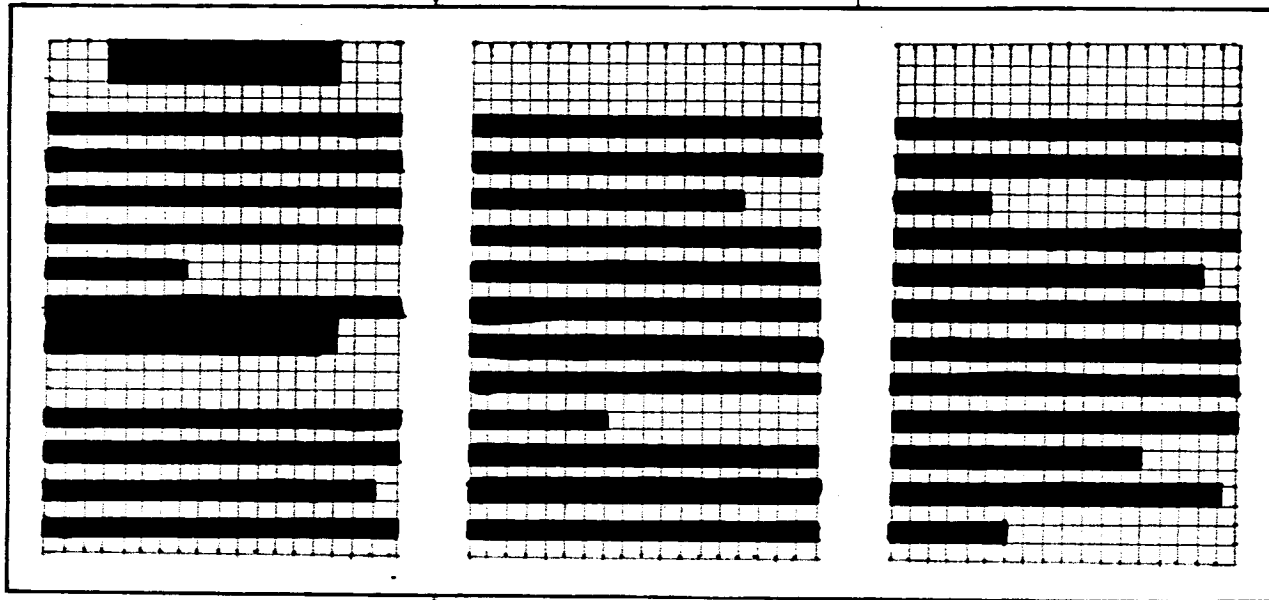


**Figura 16.** Alternativas de solución (propuesta a), frente y vuelta.





**Figura 17.** Alternativas de solución (propuesta b), frente y vuelta.



Handwritten text on lined paper, consisting of approximately 15 lines. The text is written in a cursive or semi-cursive script. The first line is a long, continuous wavy line. The second line begins with a series of vertical strokes, resembling a list or a set of initials. The following lines contain several lines of text, with some lines starting with a vertical stroke. The text is somewhat illegible due to the cursive style and the way the lines are written. The final line is a long, continuous wavy line, similar to the first line.

---

---

trípticos. Estas bases tienen una diagramación reticular o lineal, y con el uso de ellas, se presenta un diseño más ordenado y armónico, y se refuerza más la relación INEA-diseño gráfico.(fig.17)

Cabe mencionar aquí, que por disposición del Instituto, el tipo a usar es Helvética, por lo cual no se hicieron consideraciones a este respecto en ninguna de las dos opciones.

En este caso en particular, como en muchos otros, las variantes deben surgir en el sentido de que hay que buscar un mayor impacto en cuanto a color y contraste, cuidando de que exista cohesión entre los elementos que se manejan.

En todo momento deben tomarse en cuenta el texto y la tipografía en general, sobre todo en los casos en los que la tipografía tiene un carácter ilustrativo, y que, por sí misma, tiene impacto visual.

### **3.3.3 Elección y presentación del boceto final.**

El siguiente paso dentro del proceso de diseño consiste en elegir la alternativa de solución que cuente con los requisitos solicitados por el cliente, y que satisfaga al diseñador en cuanto a impacto y comunicación.

Si no existe un resultado del todo satisfactorio, se debe volver a la etapa de alternativas de solución.

Existen ocasiones en las que una idea no se vé tan bien en los bocetos preliminares o en las alternativas de solución; entonces es necesario volver a realizar bocetos rápidos, en busca de un nuevo concepto visual que cumpla con las características que se requieren.

---

---

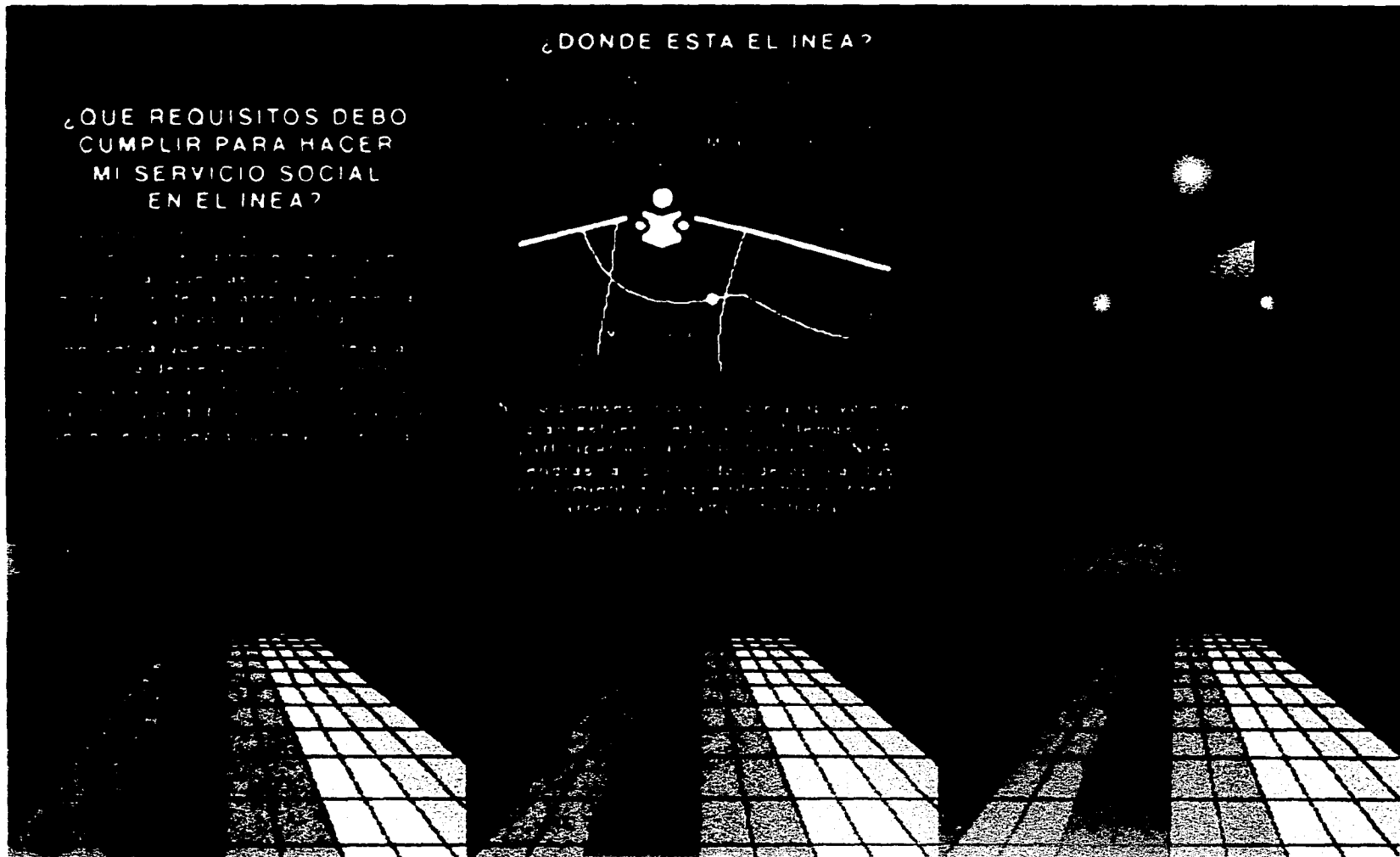
Una vez seleccionada la alternativa de solución que se considere más adecuada, se hará de ésta una presentación final. A esto se le llama boceto final o de presentación para el cliente. Este deberá semejarse lo más posible al impreso final, de modo que el cliente pueda entenderlo y apreciarlo plenamente.(fig.18)

Los bocetos para el cliente deben ser pulcros, ya que se puede decir que la limpieza es parte del diseño; es parte importante de la impresión que se desea causar en un cliente, en vistas a futuros trabajos.

En ocasiones no es posible, dentro del boceto final, presentar la tipografía tal y como se pretende que aparezca en la impresión final. En este caso es necesario, por lo menos, mostrar la altura del tipo y el espaciado por medio de plecas; o bien puede representarse por recortes procedentes de una revista, o por texto transferible.

En el caso particular del folleto informativo del INEA, por decisión del cliente se manejaron dos propuestas o ideas. Esto debido a que las dos opciones parecían adecuadas para cumplir los objetivos que el Instituto establece para este proyecto.

Finalmente, al presentar los bocetos finales, se escogió una de las dos opciones (serie de figuras a), por considerarsele más adecuada para lograr los fines buscados en cuanto a impacto y comunicación visual.



**Figura 18.** Boceto final (alternativa a), frente y vuelta.



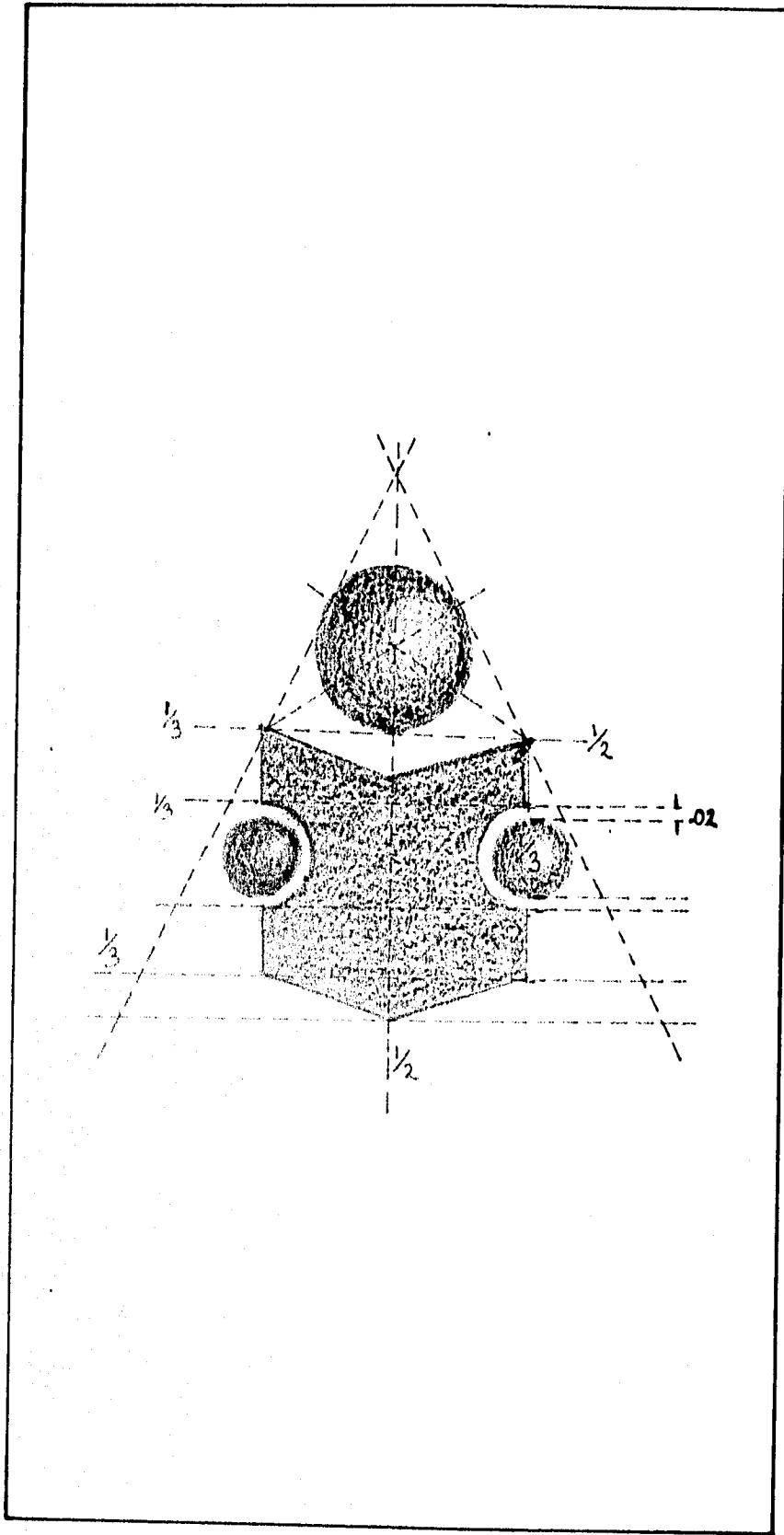
¿QUÉ ES EL NEA?

¿EN QUÉ PARTE DEL NEA SE  
REALIZAN ESTAS ACTIVIDADES?

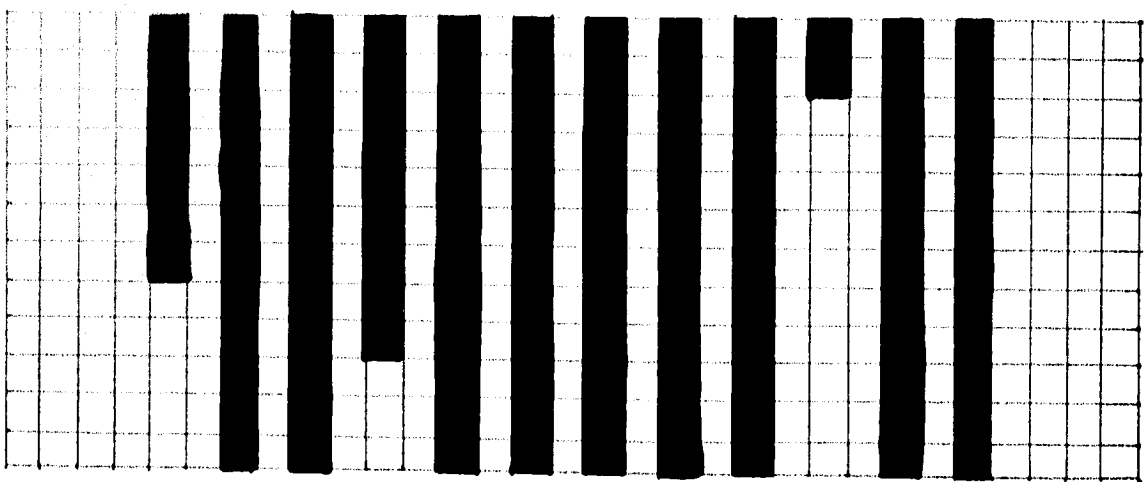
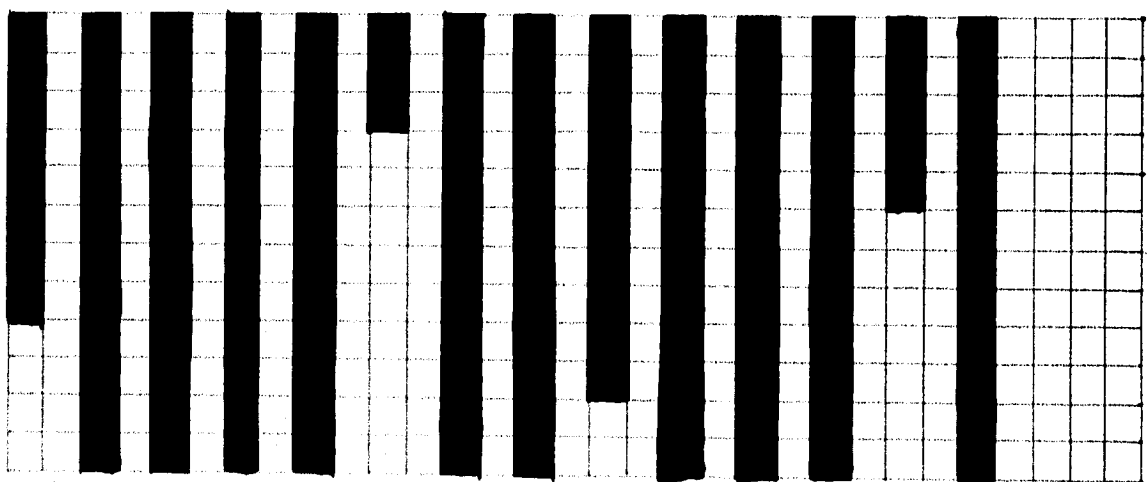
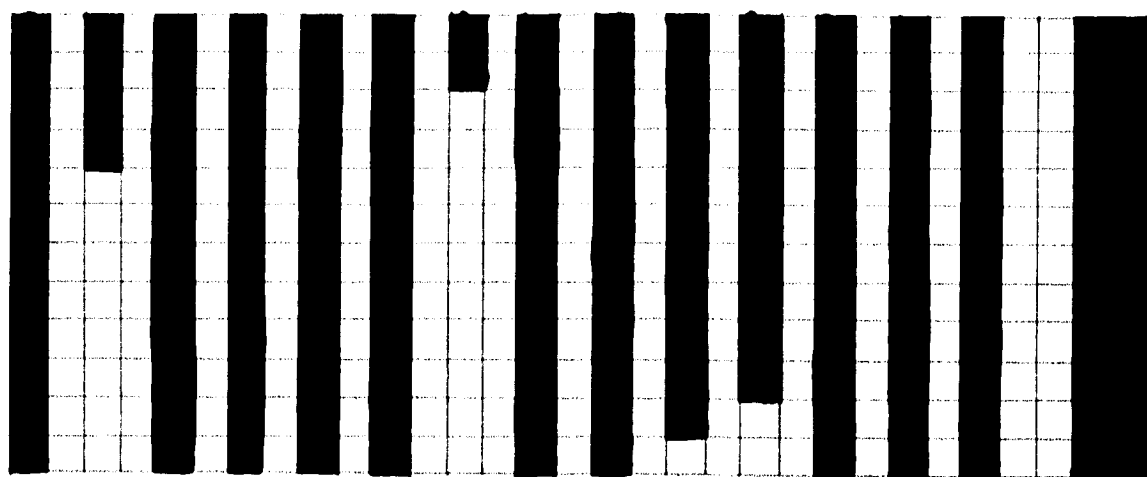
¿QUÉ HACE EL DISEÑADOR  
GRAFICO EN EL NEA?

¿CUALES SERIAN MIS  
OBLIGACIONES?





**Figura 18.** Boceto final  
(alternativa b), frente y vuelta.



---

---

### **3.4 Presentación final del folleto.**

El folleto escogido fue el que se consideró más completo en cuanto a los requisitos solicitados, y más adecuado para lograr los objetivos establecidos.

A modo de presentación final, se mencionan a continuación sus características:

El folleto contiene información clara que dá a conocer qué es el INEA, las actividades que el prestador de servicio social (diseñador o comunicador gráfico) realiza en el Instituto; los requisitos que se deben cumplir para ingresar, así como la ubicación de la Institución.

Toda esta información se presenta en una columna de 22 picas de ancho por página, lógicamente, la profundidad de la columna de cada página varía según la disposición de las imágenes. La justificación del texto es central, teniendo como zona de restricción un margen de 1 cm.

El tipo empleado es Helvética medium en blanco (aparece sobre fondo negro). El tamaño del tipo es de 11 puntos. Los títulos aparecen en 14 puntos del mismo tipo, justificados también centralmente.

Las imágenes que se emplearon tienen como objetivo darle un carácter de modernidad e innovación al folleto. Se maneja volumen, contraste y perspectiva, los cuales son elementos de los cuales el estudiante de diseño o comunicación gráfica (público al cual se dirige este folleto) tiene conocimiento. La utilización de estos elementos, y el impacto final de su conjunción, llamará la atención del público, y lo convencerá de que en realidad podrá aplicar sus conocimientos y desarrollar actividades relacionadas con el diseño gráfico en el INEA.

---

---

En la portada del folleto, sobre fondo negro, aparece en la parte inferior un "camino" visto en perspectiva, que presenta diferentes colores. También puede apreciarse un degradado de colores que simboliza el amanecer, mientras el logotipo de la Institución aparece sobre el camino, como si estuviese suspendido en el aire.

Esto simboliza el camino del estudiante de diseño, y al INEA presente en este camino como guía o ayuda para continuar su trayecto en el mismo.

En todas las páginas del folleto se utiliza el camino y el fondo negro, en algunas de estas páginas se sustituye el logo del INEA por el texto en blanco, y en la página final, aparece un pequeño croquis para orientar al lector sobre la ubicación del Instituto.

A pesar de la utilización de estos elementos, se observa en el folleto unidad en cuanto al diseño de sus páginas, y continuidad en su lectura.

Es importante mencionar que por reglamento del INEA, en todos sus impresos debe aparecer el logotipo con el nombre de la Institución (razón social), como a continuación se muestra.



**Instituto Nacional para la Educación de los Adultos**

Dirección de Contenidos, Métodos y Materiales

En este caso, este elemento se encuentra en la parte inferior de la última página del folleto.

Teniendo como base el diseño final del folleto propuesto, se derivaron cuatro folletos más, con la finalidad de demostrar la funcionalidad del diseño que se realizó, así

---

---

como para complementar la propuesta aquí desarrollada. Estos folletos presentan la siguiente información:

- ¿Qué es el INEA?
- Funciones y servicios
- Participación social
- Materiales didácticos y promoción de servicios

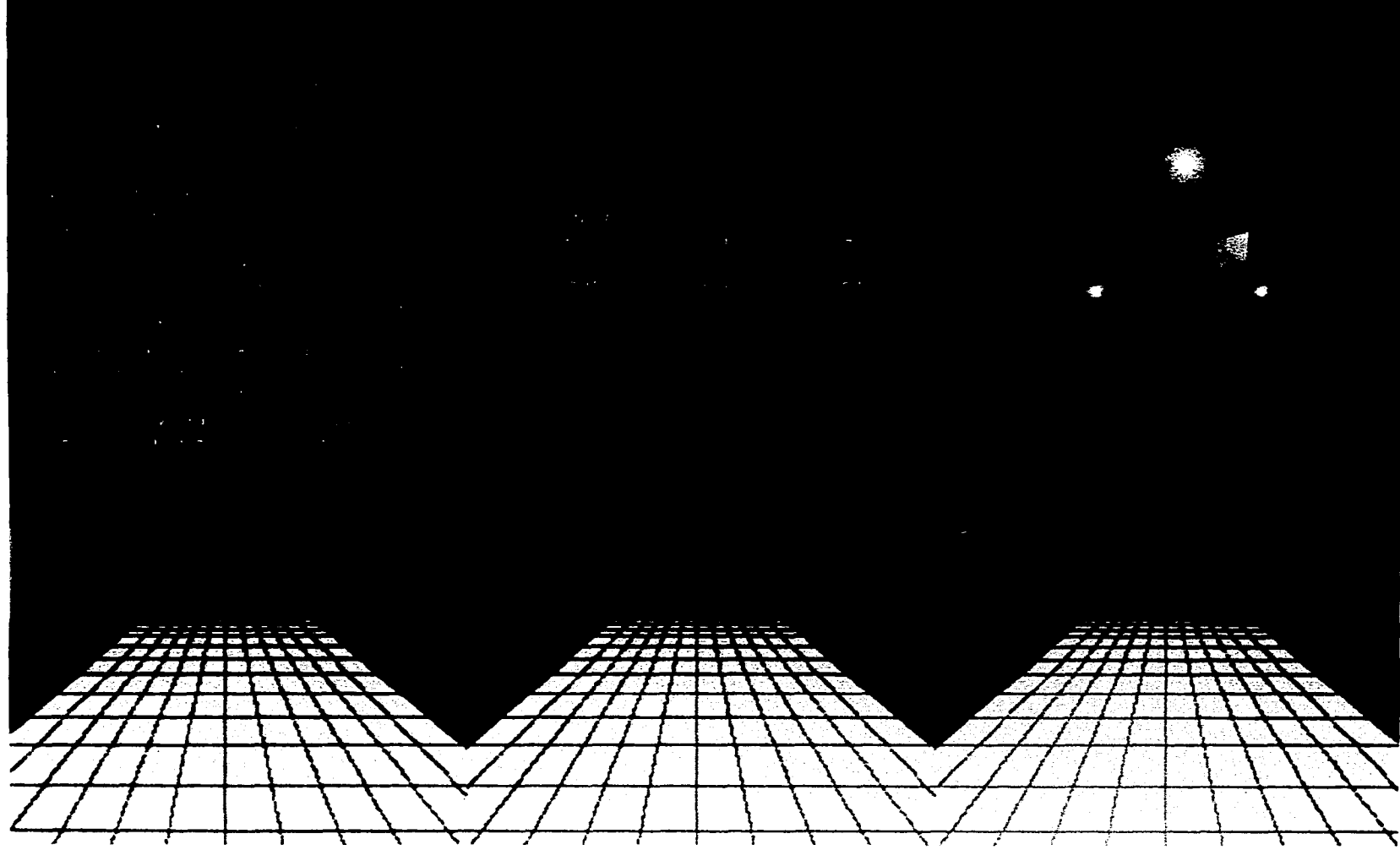
En cuanto a diseño, la única variante que presentan estos folletos con respecto al que se desarrolló en este capítulo, es el color del “camino” que presentan las páginas en su parte inferior, ya que estos cuatro folletos “secundarios” tienen en esta área los colores amarillo, rojo, azul y verde degradados a blanco, reforzando así la perspectiva que se presenta en el camino.(fig.19)

Estos folletos presentan un panorama más amplio de los temas que tratan, y pueden ser utilizados tanto individualmente como en conjunto, a manera de una serie de 5 folletos informativos.

### **3.4.1 Realización del original mecánico.**

El comunicador gráfico siempre debe tener presente el sistema de impresión en el cual será reproducido su trabajo, y dentro de los procesos tradicionales de impresión, la elaboración del original mecánico es de gran importancia.

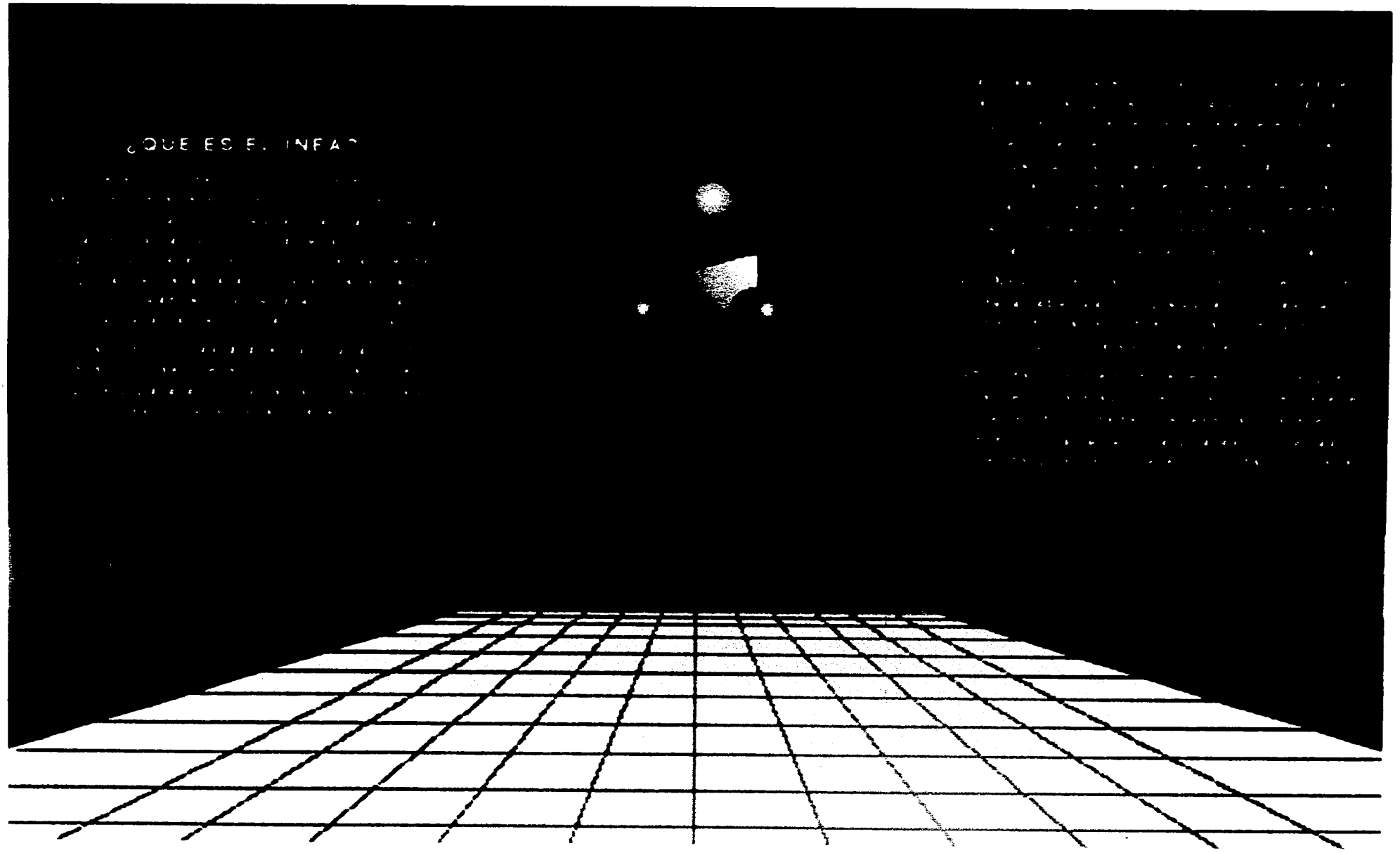
Un original mecánico es un trabajo de preparación del diseño final para impresión, que consiste en trazar o pegar los distintos elementos gráficos sobre una cartulina gruesa, listos para ser fotografiados y obtener los negativos



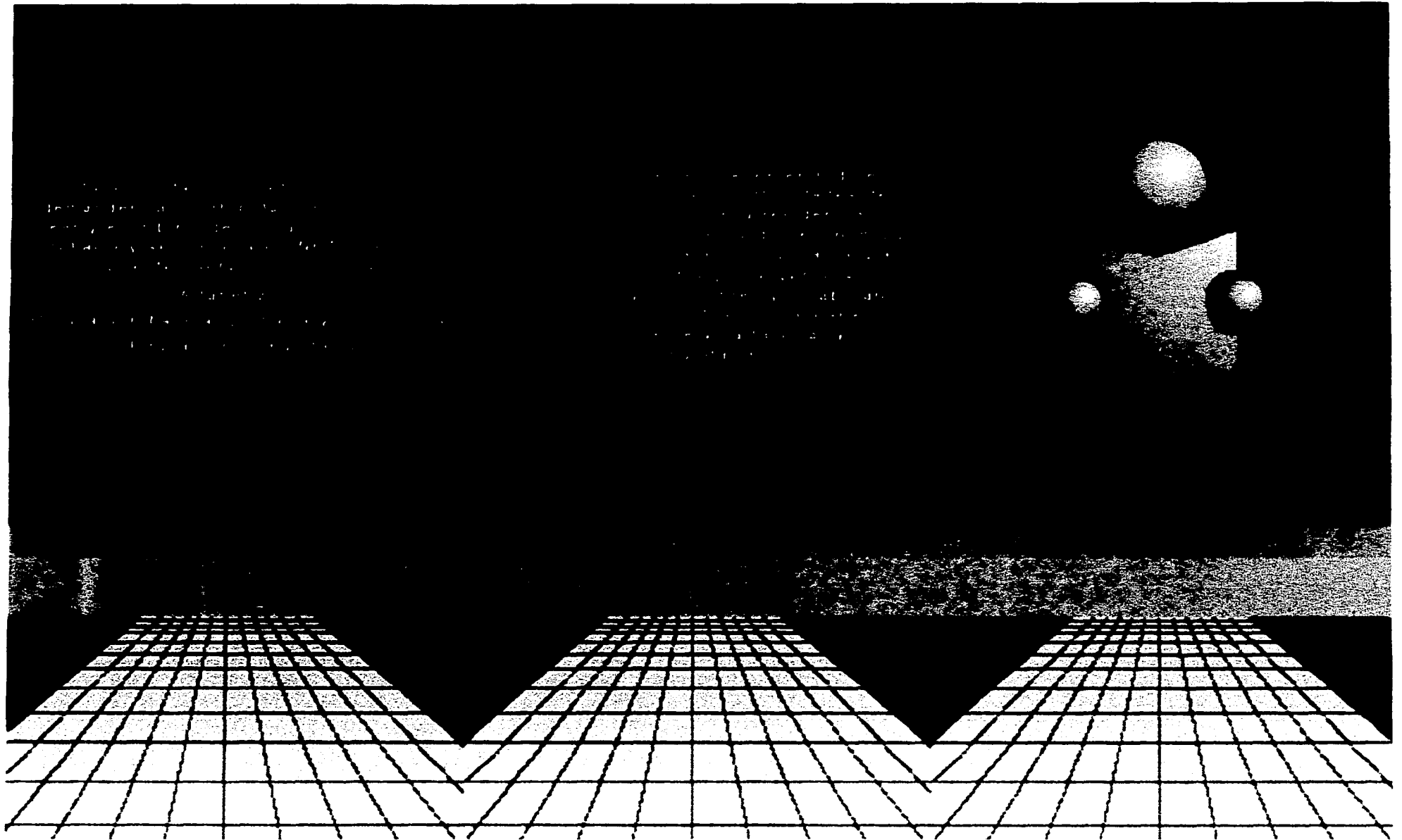
**Figura 19.** Folletos derivados de alternativa a. Frente y vuelta de cada uno de ellos.



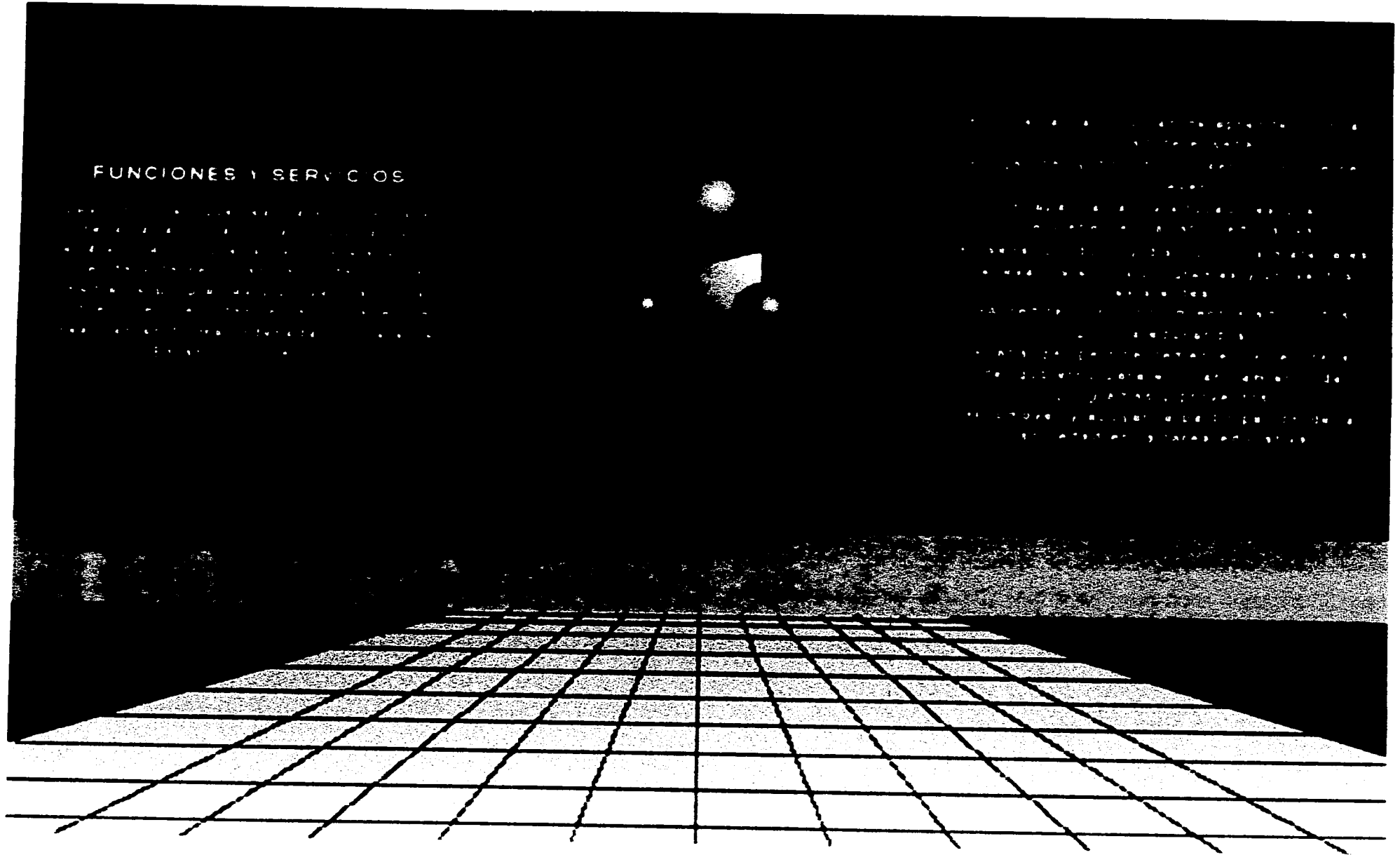
¿QUE ES EL INFA?





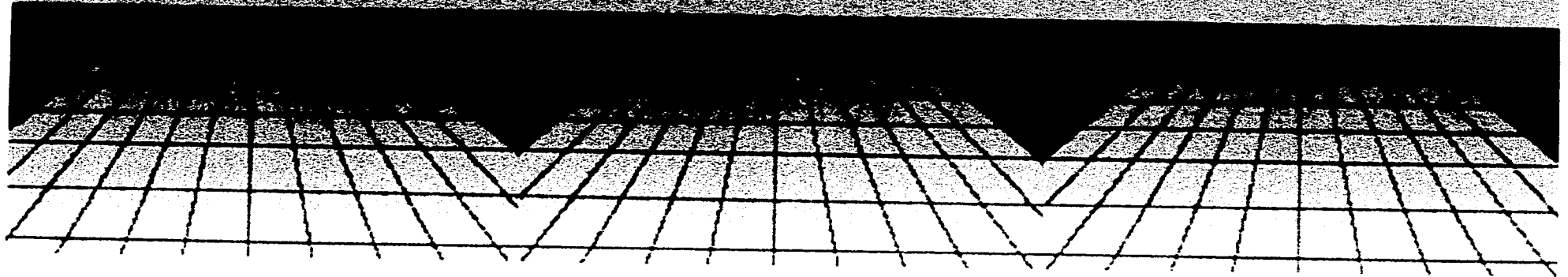
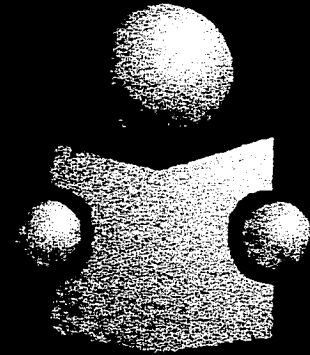


FUNCIONES Y SERVICIOS



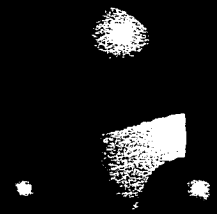
El ser humano al ver una cosa que le  
tiene importancia dentro de un  
sistema de trabajo. No es el mismo  
estudiante que realiza un curso  
sino el que lo realiza por el  
sistema desde la primera vez que  
plasmamos hasta el momento de la  
presencia.

El ser humano al ver una cosa que le  
tiene importancia dentro de un  
sistema de trabajo. No es el mismo  
estudiante que realiza un curso  
sino el que lo realiza por el  
sistema desde la primera vez que  
plasmamos hasta el momento de la  
presencia.

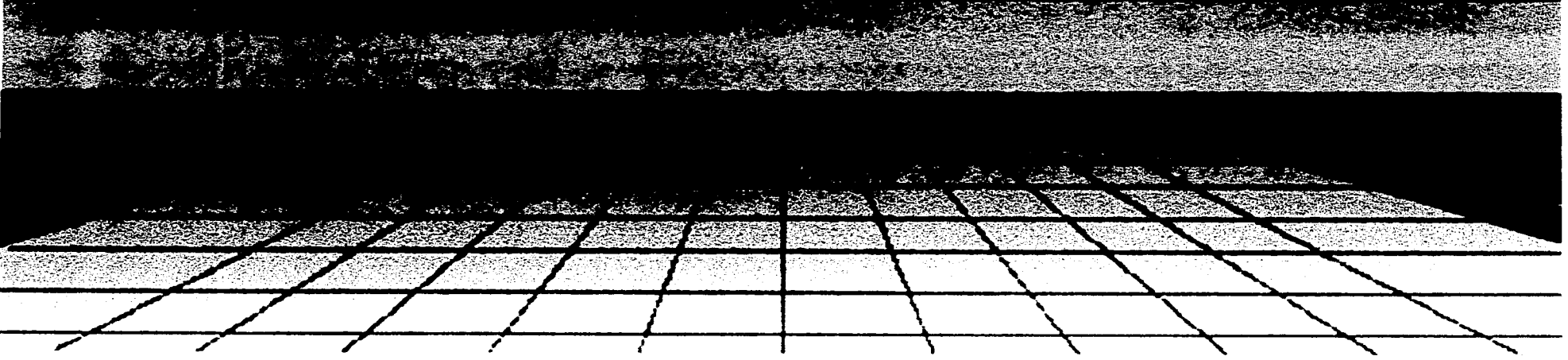


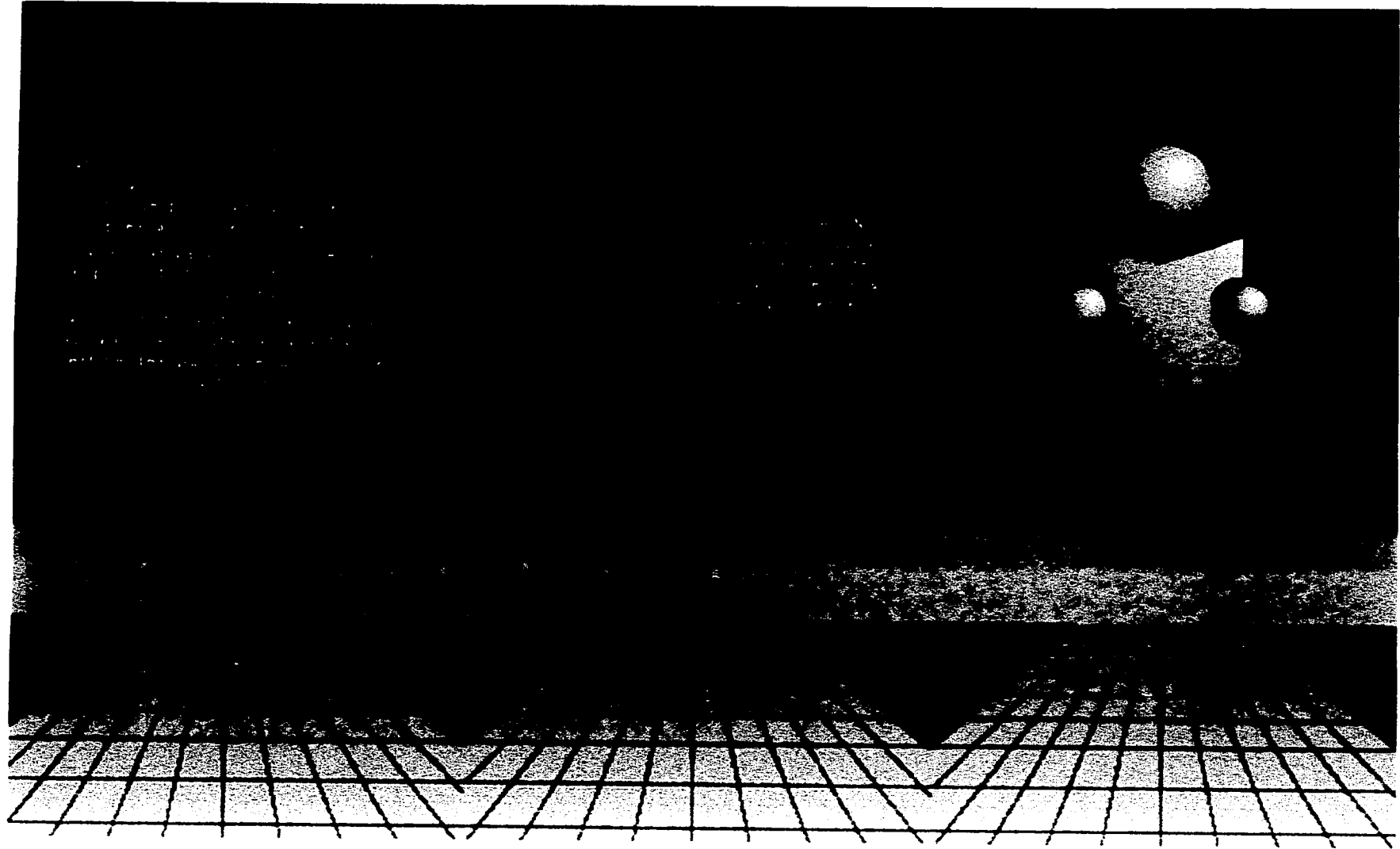
# PARTICIPACION SOCIAL

El presente informe tiene como objetivo principal informar a la comunidad sobre los resultados de la participación social en el periodo comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2010. Este documento es el resultado de un proceso de consulta y diálogo con los interesados, con el fin de garantizar la transparencia y la rendición de cuentas de la gestión de la empresa.

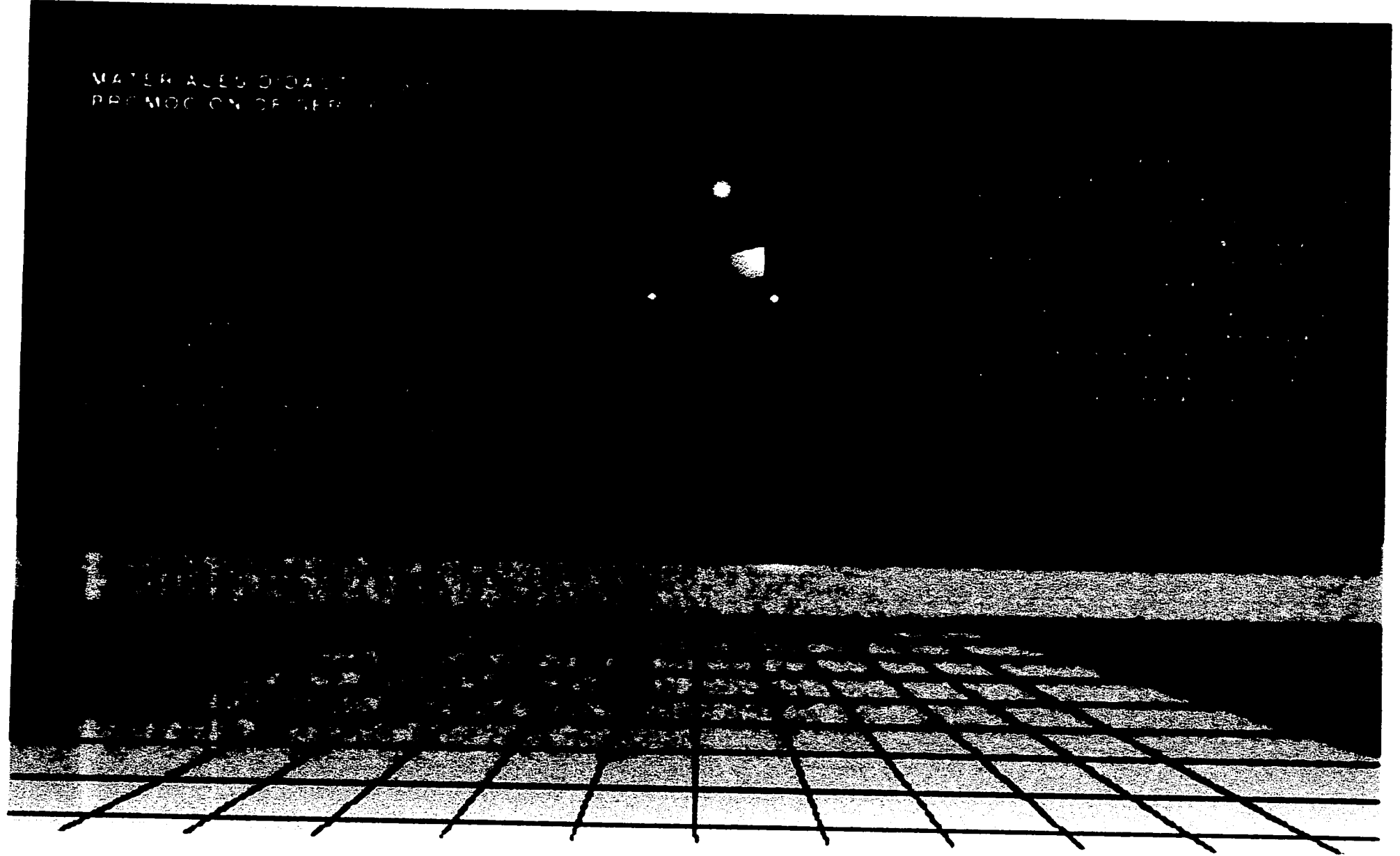


La participación social es un pilar fundamental de nuestra estrategia de gestión, que busca promover el diálogo y la colaboración entre la empresa y sus stakeholders. Durante el periodo analizado, se realizaron diversas actividades de consulta y participación, las cuales permitieron identificar las necesidades y expectativas de la comunidad, así como las áreas de oportunidad para mejorar nuestra gestión.





MATERIALES OIACT...  
PREMOION DE...  
...



---

---

( y positivos), que servirán posteriormente para hacer las respectivas placas o matrices mecánicas (superficies impresoras).

El uso del término "original mecánico" tiene su raíz precisamente en el hecho de que el original tiene que estar listo para entrar a los procesos fotomecánicos previos a la impresión.

El procedimiento corriente para la elaboración de originales mecánicos es separar el negro en una cartulina-soporte y luego utilizar hojas de papel translúcido o película transparente (camisas) para indicar cada uno de los colores restantes. Estas camisas deberán mostrar todas las instrucciones para el impresor, así como marcas de registro, las cuales sirven para hacer corresponder exactamente los diferentes colores que presenta el original.

Con el objeto de que se comprendan mejor los elementos y pasos en la elaboración de un original mecánico, se presenta a continuación, a manera de ejemplo, la realización del original mecánico del tríptico que se diseñó para el INEA.

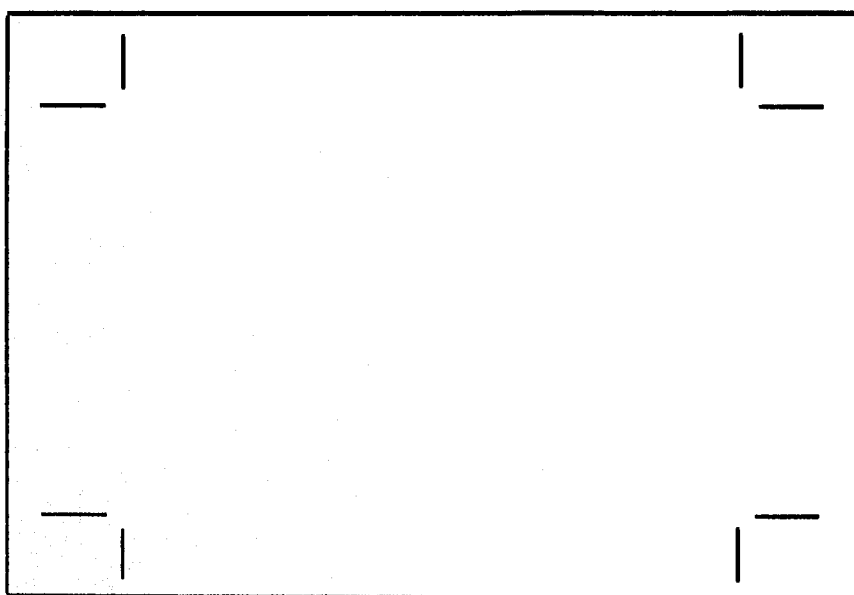
Antes que todo, deben reunirse los elementos que intervienen en el original mecánico, y deben revisarse las ilustraciones y textos, para advertir cualquier error antes de colocarlos en el original. Todas las ilustraciones de línea (contienen sólo tonos puros y blancos, sin tonos intermedios) se trazan directamente en el original mecánico o se preparan separadamente en el tamaño exacto listas para ser adheridas en su lugar. Todos los elementos que van a adherirse en la cartulina-soporte deben cortarse con una orilla de por lo menos tres milímetros en torno al texto o a la imagen. Cuando existen errores al pegar, es mejor

---

---

cortarlos y sustituirlos en lugar de sobreponer, ya que esto puede producir problemas de sombras en la fotografía del original mecánico.<sup>28</sup>

Con todo lo anterior listo, procedemos a poner las marcas de corte en la cartulina-soporte:



Estas marcas muestran el tamaño del corte, es decir, el tamaño del papel impreso una vez refinado. Estas marcas se hacen en negro porque pueden ser retenidas por el impresor como guías de refino. Hay que recordar que cualquier guía o marca usada sólo para ayudar al diseñador en la colocación exacta de los elementos, debe ser de

color azul claro para que no aparezca en el negativo, ya que el color azul claro tiene el mismo efecto en la película que el blanco, el cual no se reproduce.

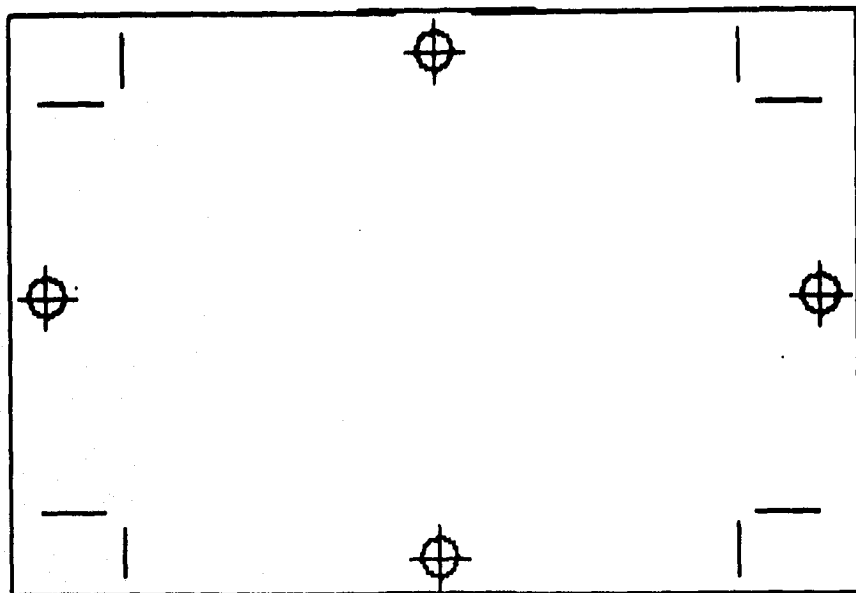
Las guías, las marcas dimensionales y las instrucciones de las camisas son parte importante en la preparación de los originales mecánicos. Para los originales que tienen dos o más colores, las marcas de registro son fundamentales, ya que aseguran que los colores sean impresos exactamente en el lugar deseado.<sup>29</sup>

Las marcas de registro se colocan fuera del área de imágenes del original mecánico:

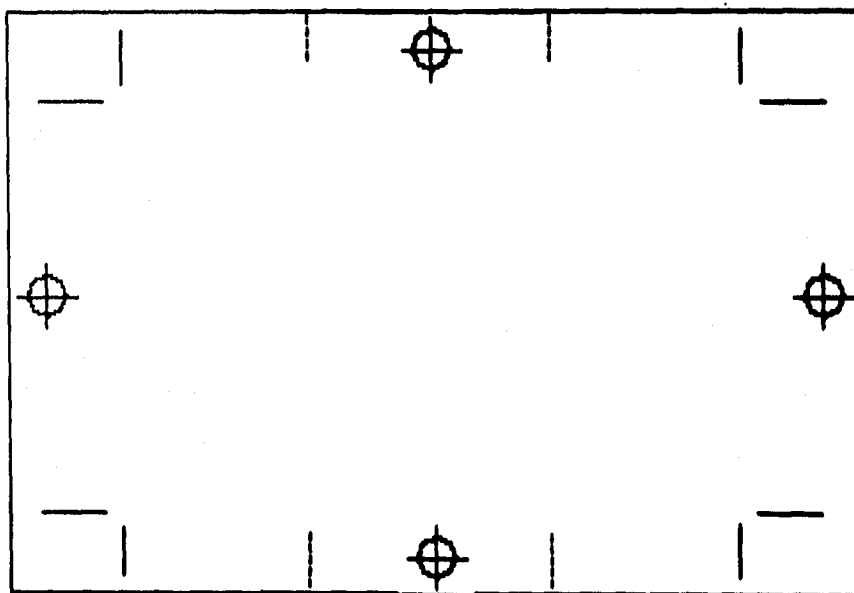
28. Arthur Turnbull. Comunicación gráfica. Editorial Trillas. México, D. F. 1986. 417 páginas.

29. Demoney, Jerry. Meyer, Susan. Montaje de originales gráficos para su reproducción. Editorial Gustavo Gili. 1983. Barcelona. 162 páginas.





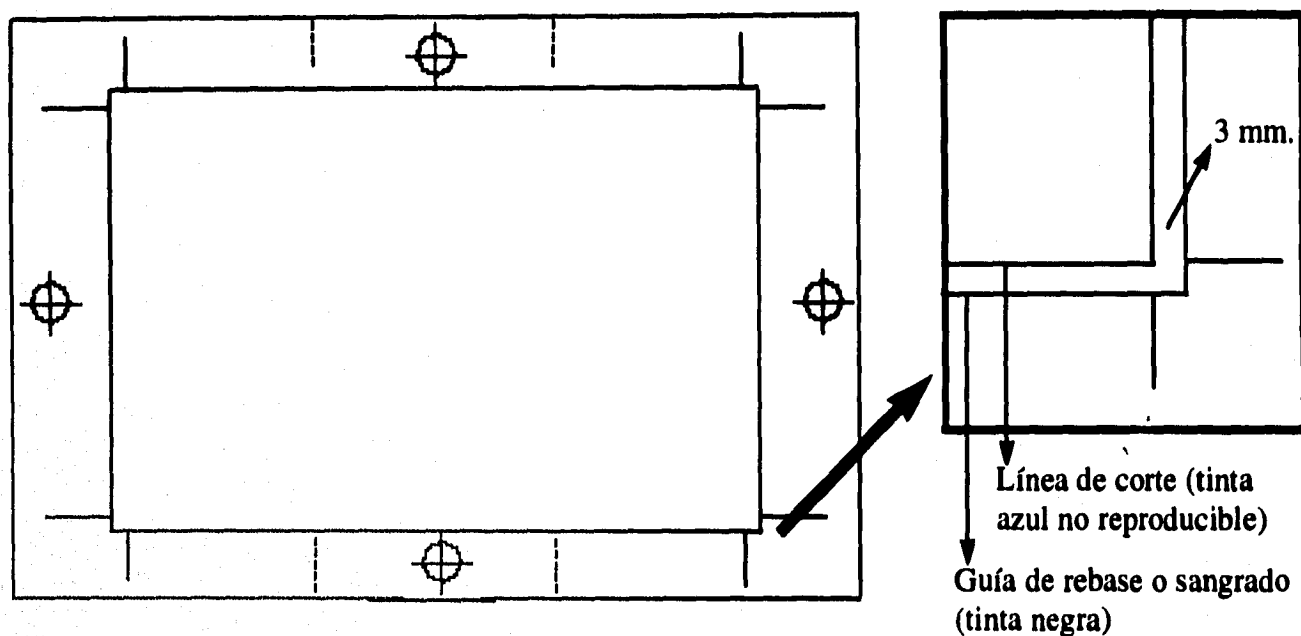
En el caso de que el impreso vaya a presentar dobles (como en el tríptico que nos ocupa), en el original mecánico se ponen "líneas de doblez", que son líneas punteadas, las cuales se colocan también fuera del área de corte. Estas líneas indican el lugar exacto de los dobles del impreso final, como a continuación se muestra:



Todas estas marcas y registros se bloquean en el negativo, antes de hacer las placas o matrices para impresión.

Ya que en el tríptico que estamos manejando se presentan rebases (el área de imagen rebasa la línea de corte),

se agregan en el original mecánico como mínimo tres milímetros partiendo de la línea de corte, y se traza la guía de rebase o sangrado (en negro), en todos los lados del diseño que presenten esta característica. En el caso de que se esté manejando una plasta negra como fondo en el original, es necesario extender dicha plasta los tres milímetros antes mencionados <sup>30</sup> :



Cuando todas las guías, marcas y registros han sido colocados adecuadamente, se procede a trazar en negro sobre la cartulina-soporte las franjas y líneas que serán impresas, y a colocar en su lugar los textos, así como las ilustraciones que se hayan preparado por separado.(fig. 20)

Generalmente, se procesan separadamente los elementos de línea y los tonos contínuos, los cuales deben ser trama-dos (descompuestos en puntos) para poder ser impresos. Los originales mecánicos tradicionales tan sólo indican la

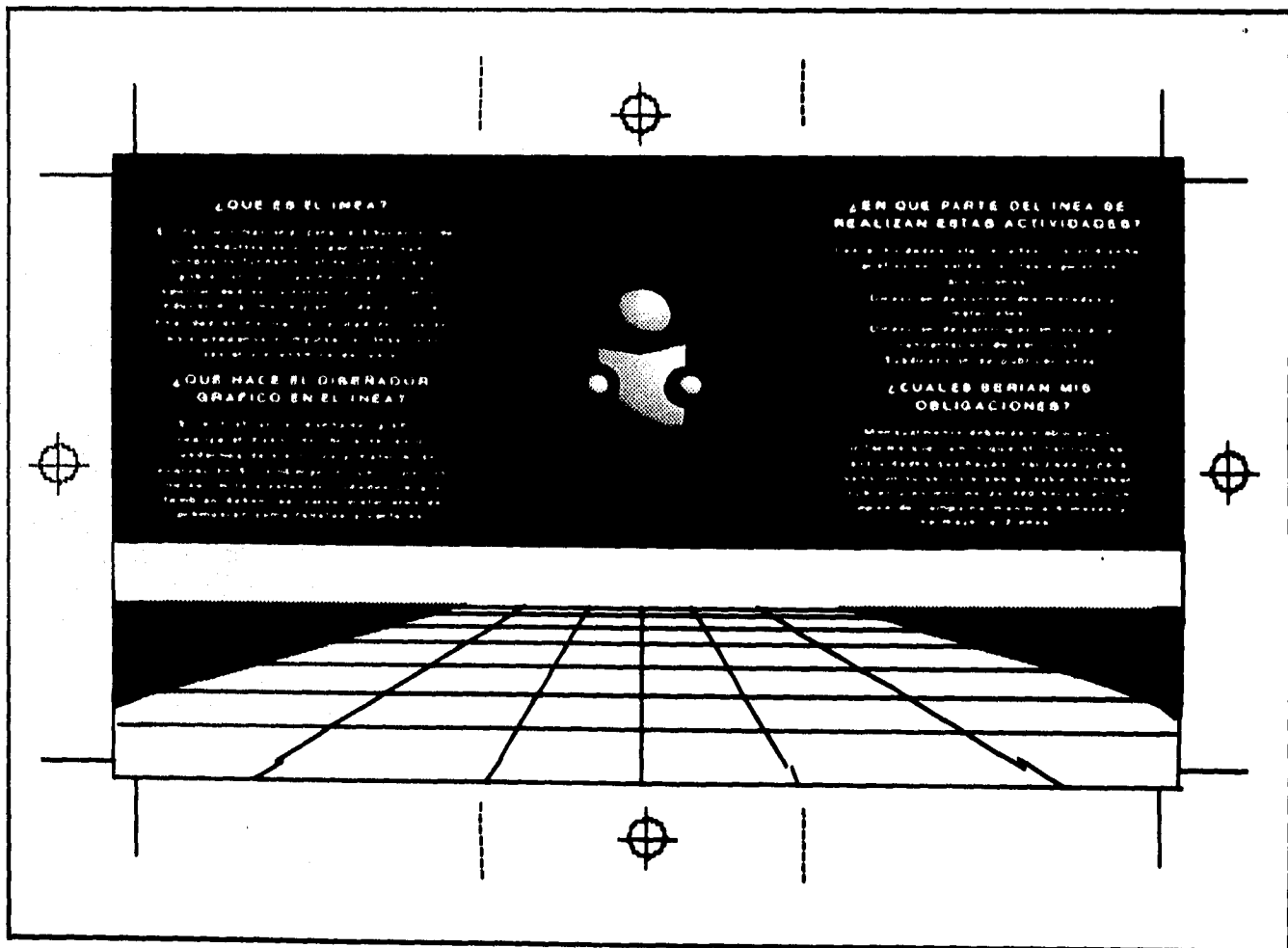
30. Dalley, Terence. Guía completa de ilustración y diseño. Editorial Blume. Madrid. 1982. 222 páginas.

colocación exacta de los tonos continuos mediante el uso de "ventanas"; éstas son delineaciones del contorno de los elementos de tono continuo.

Sin embargo, y gracias al uso de la computadora, pueden obtenerse ilustraciones de tono continuo ya tramadas y en blanco y negro, listas para ser colocadas en el original mecánico. Esto representa un gran ahorro de tiempo, ya que se elimina el proceso de tramado de los tonos continuos del diseño que se está manejando.

**Figura 20.**

Cartulina-soporte del original mecánico.



---

---

Después de haber completado la formación del original mecánico en la cartulina-soporte, es necesario utilizar "camisas"; estas son hojas de papel translúcido o película transparente, sobre las cuales se harán las indicaciones necesarias para la impresión de cada uno de los colores del original. Estas camisas deben ser translúcidas o transparentes por el hecho de que van a ir sobre la cartulina-soporte, y la vista las integrará a este.

El primer paso en la realización de las camisas es afianzarlas a la parte superior de la cartulina-soporte, de tal manera que se superpongan al trabajo realizado en la misma. Después, se deben colocar las marcas de registro de color exactamente sobre las de la base, y siguiendo la formación establecida en éste, se pega o traza el elemento de color en las camisas. Pueden ocuparse varias camisas, una por cada color; o una sólo, en donde se den las especificaciones de todos los colores del original.<sup>30</sup>

La especificación de los colores se ha ido facilitando a lo largo de los años gracias al Pantone Matching System, el cual relaciona los colores de los diseños originales con las tintas que usan los impresores, y permite indicar cada color que se utiliza, ya sea con la simple anotación de un número de código, o bien pegando a la camisa una muestra de color, o combinando ambos sistemas.

El Pantone Matching System es el sistema de coincidencia de color más utilizado, ya que comprende un catálogo de muestras de color e instrucciones de mezcla para el impresor. Este catálogo de muestras se vende en la mayoría de las tiendas de artículos para diseño.

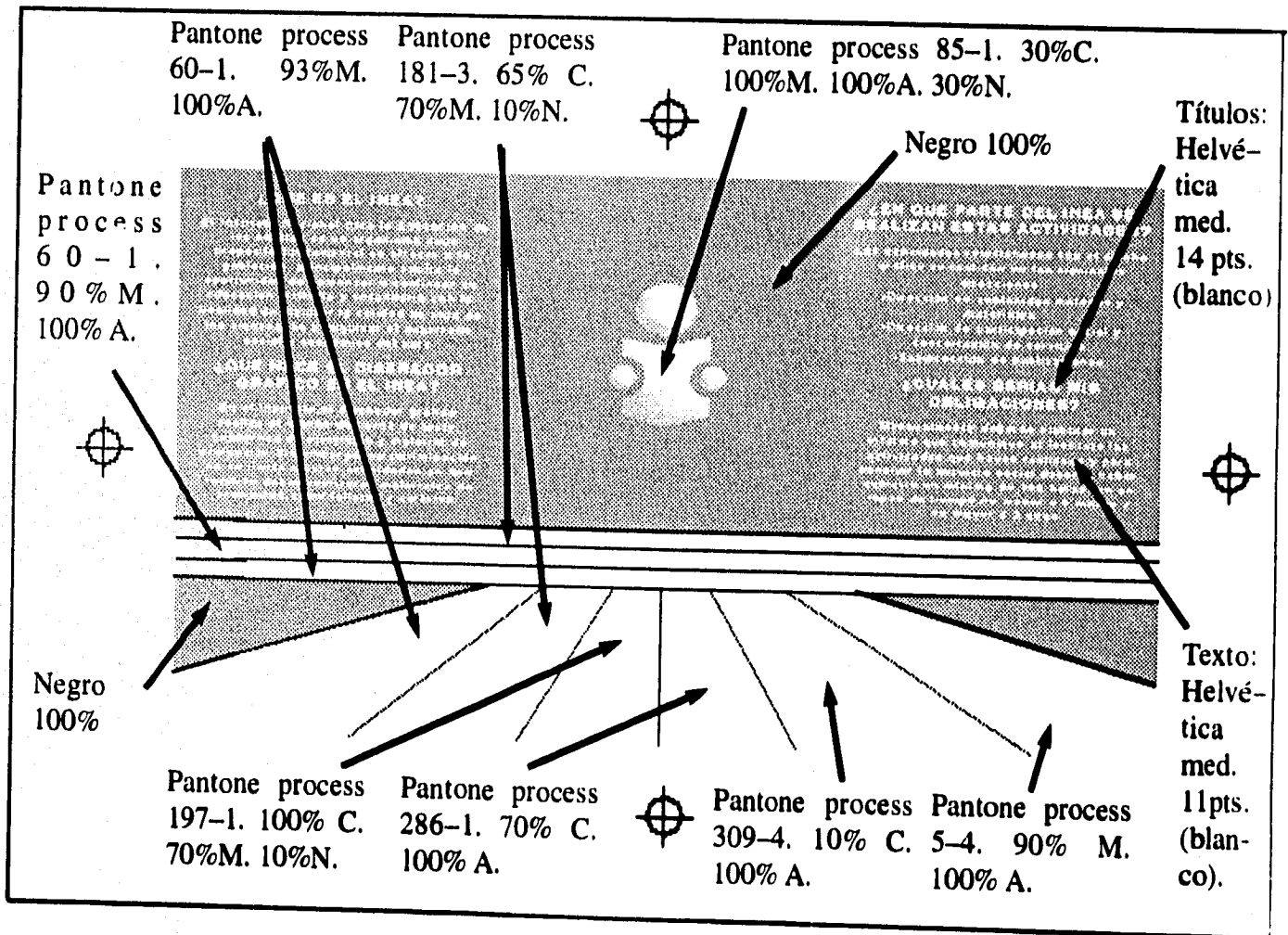
Para hacer las indicaciones de color en las camisas del original mecánico, se selecciona el color preciso en el

30. Demoney, Jerry. Meyer, Susan. Montaje de originales gráficos para su reproducción. Editorial Gustavo Gili. 1983. Barcelona. 162 páginas.

catálogo de muestras y se corta un trozo, sobre el que estará impreso el número de código correspondiente. Pantone 104, por ejemplo. Este trozo se adhiere al margen de la cartulina soporte o a la camisa con cinta adhesiva, y se marca luego (en la camisa) el lugar exacto para este color. (fig.21)

**Figura 21.**

Camisa del original mecánico con indicaciones y registros.



---

---

En el método "tradicional" de elaboración de originales mecánicos, es necesaria también la elaboración de una camisa de corte y doblez, la cual presenta con una línea negra el lugar exacto del corte, y con una línea punteada, el lugar en donde se presentan los dobleces. Finalmente, es aconsejable utilizar una camisa extra para proteger al original mecánico.

Después de haber seguido todos estos pasos, tenemos un original mecánico listo para entrar en los procesos fotomecánicos necesarios para la realización de las placas o matrices para impresión.

Cabe mencionar aquí a los scanners, que son analizadores electrónicos de imagen que sustituyen los procesos tradicionales de fotomecánica. En un scanner, el diseño original es explorado por un rayo de luz, el cual es posteriormente descompuesto en tres colores. Cada uno de éstos componentes es transformado en información digital, la cual es absorbida por una computadora. Esta información activa entonces, por medio de impulsos eléctricos, luces de exposición que generan películas de separación en un tambor rotativo (también se hace la exposición para el negativo negro).

Con los nuevos equipos de cómputo se puede lograr una gran calidad en cualquier trazo, tipo, imagen o impresión.

Los originales mecánicos se encuentran dentro de los pasos de producción tradicional que se han ido eliminando por el uso de sistemas computarizados, ya que ahora es posible realizar originales mecánicos por computadora, los cuales suelen superar a los tradicionales en calidad y limpieza, así como en el tiempo que se dedica a su realización.

Mediante el uso de la computadora es posible, inclusive,

---

---

la obtención de negativos de selección de color ya tramados, sin el uso de originales mecánicos ni procesos fotomecánicos. Con la utilización de equipos de cómputo se eliminan los problemas de registro y la aplicación de pantallas, por ejemplo.

Todo esto constituye un beneficio tanto para el diseñador como para el cliente, más que nada, por el ahorro de tiempo y la alta calidad que se manifiesta en la realización de los proyectos. Además de que el tiempo que se ahorra puede ser utilizado para realizar diseños más pensados, y por lo tanto, más efectivos.

A continuación se tratarán brevemente los principios y el proceso de la impresión offset, sistema en el cual se pretende reproducir el folleto informativo propuesto en esta tesis.

### **3.4.2 Impresión offset.**

El offset es un proceso planográfico (impresión por medio de una matriz plana, es decir, las zonas que se imprimen y las que no, están en el mismo plano) basado en el principio de que la grasa y el agua no se mezclan. La zona a imprimir recibe la tinta y la que no se imprime la repele.<sup>31</sup>

Los orígenes del offset no se conocen muy bien; ya en 1822, Champenois había inventado una máquina con un cilindro capaz de imprimir sobre papel y tela. Barclay, un francés, patentó en 1875 una máquina para imprimir sobre hojalata, la cual consistía en un cilindro recubierto por un cartón liso que reportaba un dibujo sobre zinc. En 1876,

31. Turnbull, Arthur. Baird, Russel. Comunicación gráfica. Editorial Trillas. México, D.F. 1986. 417 páginas.

---

---

Guillot, de París, tuvo la idea de hacer pasar hojas de papel entre dos cilindros revestidos, uno de zinc y otro de lona.

Pero no fué sino hasta 1904 que las primeras prensas de tipo offset se empezaron a usar. La invención de estas máquinas se le atribuye generalmente al americano I.W. Rubel.<sup>32</sup>

Aunque el offset proviene de la litografía, se distingue de ella en tres puntos básicos:

- El offset utiliza como soporte de la forma que se va a imprimir, láminas metálicas, generalmente de zinc o aluminio; a diferencia de las pesadas piedras utilizadas en la litografía.
- La impresión en offset no se realiza por contacto directo, sino gracias a un calco intermedio en un rodillo de caucho (por consiguiente, la composición que ha de ser impresa aparece en positivo en la lámina).
- Las prensas de offset están compuestas por cilindros, es decir, la imagen a imprimir gira mientras ocurre la impresión.

Para preparar la plancha o lámina metálica para impresión, se cubre su superficie con un medio fotográfico sensible a la luz; se pone la plancha en contacto con el negativo fotográfico de la imagen en un marco de vacío, en donde se exponen a una luz de gran intensidad. Después se trata la plancha con un revelador compuesto de laca y goma en una solución de ácido. Este revelador disuelve el revestimiento que no ha sido expuesto a la luz, dejando goma en las zonas que no se van a imprimir y laca en la imagen. Posteriormente, se aclara la plancha con agua y se recubre con una solución protectora de goma arábica.

Se monta la plancha alrededor del cilindro de la prensa y se sujeta bien. Ya en la prensa, la plancha entra en contac-

32. Gott, Ardelo. Impresión off-set. Editorial Don Bosco. Barcelona. 1973. 406 páginas.

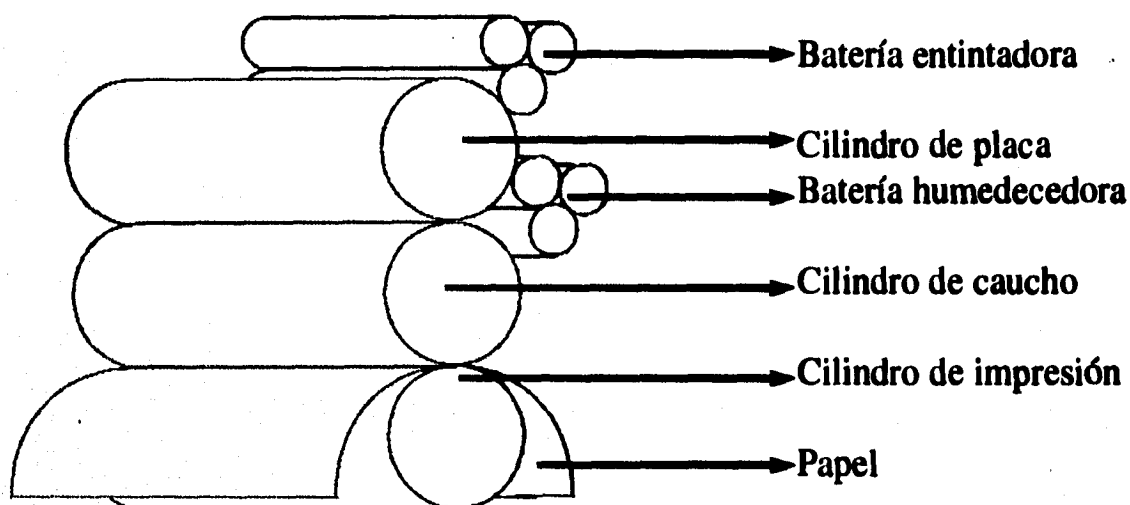


---

---

to con dos sistemas de rodillos: Humedecedores y entintadores. Los primeros aplican a la plancha una solución de agua, goma arábica y ácido; esto prepara a la imagen para retener la tinta, y a las zonas que no se van a imprimir para repelerla. Los rodillos entintadores aplican a la plancha la tinta de base grasa.<sup>33</sup> Las prensas de tipo offset llevan tres

**Figura 22.**  
Cilindros de impresión off-  
set.



cilindros: Arriba, el que lleva la plancha con la composición que se ha de imprimir; en el centro, el cilindro con el caucho que reporta el calco; y abajo, el que sostiene al papel durante la impresión, llamado cilindro de presión. Como ya se dijo, en el momento de la impresión se humedece la plancha y después se entinta por medio de rodillos.(fig.22) Como podemos observar, el papel no entra en contacto con la plancha (de ahí el nombre de off-set: "colocado aparte"), esto con el objeto de que la plan-

33. Dalley, Terence. Guía completa de ilustración y diseño. Editorial Blume. Madrid. 1982. 222 páginas.

---

---

cha no se estropee con la superficie abrasiva del papel.

Las prensas de uso común para offset son alimentadas ya sea por hojas o por bobinas, y existen máquinas de offset duplicadoras (de oficina), de alta producción y rotativas.<sup>34</sup>

Por último, hay que mencionar que el offset es actualmente el sistema de impresión más utilizado, ya que tiene algunas ventajas sobre otros sistemas:

- La capacidad para emplear toda clase de métodos de composición en frío (composición por cualquier medio que nos sea el metal fundido), con lo cual se reducen los costos al mínimo.
- Capacidad para reproducir la tipografía clara e inteligible.
- Capacidad para reproducir con calidad en una variedad más amplia de papeles. La flexibilidad de la mantilla de caucho hace penetrar la tinta en las hendiduras del papel burdo mejor que otros procesos.
- La reproducción sin costo adicional de ilustraciones de línea y la reproducción a bajo costo de fotos e ilustraciones de tono continuo; dado que imprime con una superficie plana, no requiere del tratamiento con ácido de los grabados para las ilustraciones.
- Operación eficaz en lo que a la prensa se refiere. Las prensas rotativas son más rápidas, y las placas planas de offset son ideales para las rotativas.
- Adaptabilidad a la computación.

34. Gott, Ardelo. Impresión off-set. Editorial Don Bosco. Barcelona. 1973. 406 páginas.

# CONCLUSIONES

---

---

Durante la elaboración del presente trabajo, se observó que el diseño gráfico es una disciplina que conjunta elementos tales como las imágenes y la tipografía para obtener un mensaje que pueda ser interpretado fácil y rápidamente por el receptor del mismo, y se demostró la importancia del diseñador y comunicador gráfico como intérprete de los mensajes, ya que en base a los conocimientos adquiridos durante su formación, es quien busca una relación entre los elementos del lenguaje icónico y escrito, teniendo presente una idea inicial o un concepto ya establecido.

La principal tarea del comunicador gráfico es precisamente la de comunicar, ya que es un mediador entre un emisor y un receptor; y su participación es fundamental en aquellas campañas (y procesos de comunicación en general) que persigan fines relacionados con la sociedad.

Considero importante señalar que es fundamental un ordenamiento metodológico en el proceso de diseño, ya que esto propone una mejor actitud frente al problema, y define el enfoque o estrategia de diseño a seguir. Sin embargo, personalmente aprendí, durante la realización del presente trabajo, que el mejor método a seguir no es estrictamente el que se nos presenta en los libros, sino el que mejor se adapte a las características y requerimientos del trabajo en cuestión. La elección o el desarrollo de la metodología "ideal" para cada caso, se basa en el conocimiento de las metodologías existentes y en la experiencia profesional del diseñador o comunicador gráfico.

Al realizar el presente trabajo, aprendí que el comunicador tiene un compromiso muy grande con la sociedad, ya que es su obligación comunicar fielmente los mensajes que se le asigna interpretar, dado que su trabajo está

---

---

expuesto no sólo a unos cuantos, sino a la sociedad en general.

Personalmente, puedo afirmar que la realización de esta tesis me ha sido de gran ayuda para consolidar mis estudios y adquirir confianza en mis conocimientos profesionales. Sin embargo, también me he dado cuenta que dentro de esta área, siempre existe algo nuevo por aprender, y que es mi obligación mantenerme actualizado e informado sobre los avances que se presenten en el futuro.

En cuanto a los folletos que se realizaron en este trabajo, puedo afirmar que cumplen con el cometido de informar, por medio de un lenguaje claro, directo y agradable, sobre lo que el alumno que desea realizar su servicio social debe saber para tomar una decisión. El resultado que se logró es diferente a lo que se ha estado haciendo en el INEA, y propone que de este Instituto pueden surgir materiales que, además de servir a las actividades del mismo, sean atractivos e interesantes por sí mismos, por su diseño.

Considero haber adquirido una gran experiencia profesional al haber trabajado con una Institución que ofrece servicios fundamentales para el desarrollo de la sociedad, y con profesionales del diseño que me ayudaron a encauzar mis ideas e inquietudes, para lograr elegir y desarrollar la opción de diseño más adecuada para cumplir con los objetivos que el proyecto establecía.

Sé que la experiencia que he adquirido tanto personal como profesionalmente a través de esta tesis, me ayudará a salir avante en futuros proyectos de diseño y comunicación gráfica.

# GLOSARIO

---

---

**Acabado.** Superficie que se le da al papel al fabricarlo.

**Boceto.** Esquema que indica el aspecto general de la página impresa, mostrando las relaciones entre texto e ilustración.

**Cálculo tipográfico.** Estimación del espacio que ocupará un texto al imprimirse en un tipo determinado.

**Camisa.** Hoja transparente empleada para cubrir un original, en ella se pueden escribir instrucciones para el impresor.

**Caracter.** Cualquier signo tipográfico, puede ser una letra, una puntuación, una marca o un espacio.

**Cuerpo.** Tamaño de un tipo.

**Dirección del grano.** Dirección que tienen las fibras en una hoja de papel.

**Fuente.** Juego completo de caracteres de un cierto tipo en un sólo tamaño.

**Justificación.** Disposición precisa de letras y palabras, para que todas las líneas del texto terminen al mismo nivel.

**Pi e.** Superficie inferior o base del tipo.

**Serif.** Pequeño detalle que remata el trazo principal (asta) de una letra.

**Tipos.** Término utilizado para describir todos los estilos de letras disponibles en la composición tipográfica.

# BIBLIOGRAFIA

---

---

- Anderson, Donald M.  
Elements of design. 1a. Edición  
Editorial Holt, Reinhart and Winston. N.Y. 1961. 218p.
- Baena Paz, Guillermina  
Instrumentos de investigación. 1a. Edición  
Editores Mexicanos Unidos.S.A México,D.F. 1986  
Colección Textos y diccionarios. 134p.
- Beaumont, Michael  
Tipo y color. 1a. Edición  
Phaidon Press Limited. Londres. 1987. 144p.
- Beaumont, Michael  
Type. Design, color, character and use. 1a. Edición  
Quarto publishing. Cincinnati, Ohio. 1987. 140p.
- Bosch García, Carlos  
La técnica de investigación documental .11a. Edición  
Editorial Trillas. México, D.F. 1987. 69 p.
- Bridgewater, Peter  
Introducción al diseño gráfico.  
Editorial Trillas. México, D.F. 1992. 134p.
- C. Jones  
Métodos de diseño. 1a. Edición  
Editorial Gustavo Gili. S.A.Barcelona. 1976. 366 p.
- Capetti, F.  
Técnicas de impresión. 1a. Edición  
Editorial Don Bosco. Barcelona. 1975  
Colección Nuevas Fronteras.
- Dalley, Terence  
Guía completa de Ilustración y Diseño. 2a. Edición  
Editorial Hermann Blume. Madrid. 1981. 222p.
- Dondis,D.A.  
Sintáxis de la imagen. 1a. Edición  
Editorial Gustavo Gili S.A. Barcelona. 1976

- 
- 
- Colección Comunicación visual. 212p.
- Emery, Richard  
Type in place.  
Rockport.MA. (19-?).159p. (Sin más datos)
  - Fabris, Germani  
Fundamentos del proyecto gráfico. 1a. Edición  
Editorial Don Bosco. Barcelona. 1973.  
Colección Nuevas Fronteras Gráficas. 228p.
  - Gillam Scott, Robert  
Fundamentos del diseño. 1a. Edición  
Editorial Victor Lerú. Buenos Aires. 1976. 195p.
  - Instituto Nacional para la Educación de los Adultos  
Manual de política editorial . México, D.F. 1983  
Unidad de información y relaciones públicas.25p.
  - Instituto Nacional para la Educación de los Adultos  
Para aprender más. Dirección para la formación del  
personal educativo. México,D.F. 1992. Temas generales  
de autoformación para los educadores adultos. 34p.
  - Instituto Nacional para la Educación de los Adultos  
Que es el INEA. Dirección para la formación del perso-  
nal educativo. México,D.F. 38 p. (sin más datos)
  - Koppers, Harald  
Fundamentos de la teoría de los colores. 1a. Edición  
Editorial Gustavo Gili S.A. Barcelona. 1980  
Colección Gustavo Gili Diseño. 204p.
  - March, Marion  
Creative typography. 1a. Edición  
Quarto publishing. Londres. 1988. 147p.
  - Muller, Jossef  
Sistemas de retículas. 1a. Edición  
Editorial Gustavo Gili. S.A. Barcelona. 1982  
Colección Gustavo Gili Diseño. 179p.

- 
- 
- **Munari, Bruno**  
Diseño y comunicación visual. 1a. Edición  
Editorial Gustavo Gili.S.A. Barcelona.1973. 359p.
  - **Murray, Ray**  
Manual de técnicas. 1a. Edición  
Editorial Gustavo Gili. S.A. Barcelona.1980  
Colección Comunicación Visual. 199p.
  - **Olea, Oscar**  
Metodología para el diseño.  
Editorial Trillas. México, D.F. 1988. 158p.