

878531

5  
2ey

**UNIVERSIDAD NUEVO MUNDO**  
ESCUELA DE DISEÑO GRAFICO  
CON ESTUDIOS INCORPORADOS A LA  
UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO



**ELABORACION DE MATERIAL GRAFICO ACERCA DE LA  
IMPORTANCIA DE IDENTIFICAR, DESARROLLAR Y ENCAUSAR  
A LOS NIÑOS CON HABILIDADES SOBRESALIENTES**

**T E S I S**

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE  
**LICENCIADO EN DISEÑO GRAFICO**

P R E S E N T A

**MONICA LEVY BRNSOLER**

DIRECTOR DE TESIS: D. G. JUAN ANTONIO MADRID

MEXICO, D. F.

1995



Universidad Nacional  
Autónoma de México

UNAM



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

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

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

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

Levy Bronsoler Monica 1995

878531

5  
24

UNIVERSIDAD NUEVO MUNDO  
ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO  
CONSEJO REGULADOR DE LA  
ACTIVIDAD PROFESIONAL DEL DISEÑO GRÁFICO



# AGRADECIMIENTOS

A Dios todo poderoso por permitirme llegar a este momento

A mi madre por su apoyo incondicional.

A mi hermano y abuelos por sus valiosas enseñanzas.

Al Arq. Julio Calva y Lilia Betanzos por su gran apoyo y ayuda en la elaboración de este proyecto así como por sus valiosos consejos a lo largo de mi carrera.

A Juan Antonio Madrid, Carlos Ramirez, Cuahutemoc por sus consejos y por la revisión de este proyecto.

A Bobby, Adriana, Pablo, Salomón, Luz Maria , Hector, Joaquín por su ayuda para la realización de este proyecto.

A mis compañeros de clase que me apoyaron a lo largo de la carrera.

A todas aquellas personas que de alguna u otra forma intervinieron en la elaboración de este proyecto.

**GRACIAS**

---

LEVY BRONSOLER MONICA  
Universidad Nuevo Mundo  
Diseño Gráfico

### **Título**

ELABORACION DE MATERIAL GRAFICO ACERCA DE LA  
IMPORTANCIA DE IDENTIFICAR, DESARROLLAR Y ENCAUSAR  
A LOS NIÑOS CON HABILIDADES SOBRESALIENTES

### **Objetivo**

Informar a los padres de familia a través de material gráfico, acerca de las características de los niños con habilidades sobresalientes, y a la vez proporcionar fuentes de apoyo y sugerencias útiles para que tengan la información necesaria para que puedan encausar y desarrollar dichas habilidades.

---

---

# INDICE

## PAGINA

PROLOGO	5
INTRODUCCION	6
1 INVESTIGACION- NIÑOS CON HABILIDADES SOBRESALIENTES	7
1.1 Apoyo Mundial a la educación hacia niños con habilidades sobresalientes	7
1.2 Apoyo en México	8
1.3 Mitos y realidades	8
1.4 Identificación	11
1.5 Dotado, creatividad y talento	14
1.6 Teoría de las inteligencias múltiples	14
1.7 Sugerencias	18
2 CLIENTE Y USUARIO	20
2.1 Cliente	20
2.1.1 Características	21
2.1.2 Necesidades	21
2.1.3 Difusión	21
2.2 Usuario	21
2.2.1 Nucleo de la Población	21
3 DISEÑO DE LA COMUNICACION GRAFICA	22
3.1 Comunicación	22
3.1.1 Comunicación gráfica	24
3.1.2 Comunicación masiva	25
3.1.3 Método de diseño	27

---

---

3.2	Psicología de la forma	29
3.2.1	Imágenes	30
3.2.2	Técnicas	32
3.3	Color	33
3.3.1	Color - visibilidad	34
4	DISEÑO EDITORIAL	36
4.1	Antecedentes del Diseño Editorial	36
4.2	Medios informativos	37
4.2.1	Boletín	37
4.2.2	Revista	37
4.2.3	Libro	38
4.2.4	Catálogo	38
4.2.5	Manual	38
4.3	Medios publicitarios	39
4.3.1	Folleto	40
4.3.2	Cartel	40
4.5	Elementos Tipográficos	41
4.5.1	Clasificaciones Tipográficas	41
4.5.2	Mancha Tipográfica	45
4.6	Red	46
5	IMPRESION	47
5.1	Sistemas de impresión	47
5.1.1	Tipografía	47
5.1.2	Huecograbado	48
5.1.3	Tramigrafía o serigrafía	49
5.1.4	Colotipia	49
5.1.5	Litografía offset	50
5.2	Papel	52

---

---

5.3 Imposición	53
5.4 Métodos de encuadernación	54
5.5 Acabados	56
<b>6 DESARROLLO DEL PROYECTO</b>	<b>57</b>
6.1 Campaña Publicitaria	58
6.2 Selección del medio publicitario	58
6.3 Selección del medio informativo	59
6.4 Bocetos y alternativas	60
6.4.1 Formatos	60
6.4.2 Redes	61
6.4.3 Título	64
6.4.4 Ilustraciones	64
6.4.5 Estilo gráfico	67
6.5 Ajustes técnicos	74
6.5.1 Selección del color	74
6.5.2 Selección de la tipografía	75
6.5.3 Selección del método de impresión	77
6.5.4 Encuadernación	78
6.5.5 Selección de Papel	79
6.6 Propuestas finales	79
6.6.1 Originales mecánicos	79
6.6.2 Impresión y presupuestos	90
<b>CONCLUSIONES</b>	<b>92</b>
<b>BIBLIOGRAFIA</b>	<b>93</b>

---



---

## PROLOGO

Cada persona es diferente y todos tenemos la necesidad de ser comprendidos y apoyados. Los niños con habilidades sobresalientes muchas veces tienen un desarrollo que marcha a diferente ritmo que los demás niños. Ellos necesitan apoyo para poderse desarrollar, y para poder crecer como personas sanas que se integren a la sociedad como participantes activos que guían al mundo a través de un cambio positivo.

Uno de los peligros de no encausar correctamente es que pueden llegar a usar sus talentos de manera negativa como resultado de sentirse rechazados. Al encausarlos en un camino de sabiduría y bien, se sienten bien consigo mismos, desarrollándose como personas sanas y fuertes en todos los aspectos de su vida.

Como ejemplos de personas con habilidades sobresalientes a través de la historia tenemos a Tomás Edison, Alberto Einstein, Ludwig Van Beethoven, William Shakespeare, así como Pablo Picasso. Estas personas recibieron un gran apoyo de su familia y consecuentemente tuvieron la oportunidad de grandes logros. Por el contrario muchas personas que no fueron encausadas, se

diluyeron en la sociedad. También hubo gente que debido a sus dones crearon grandes destrucciones: Todo el que puede beneficiar de manera extraordinaria puede perjudicar en la misma proporción.

---

---

# INTRODUCCION

Se llama diseño gráfico a la transformación de ideas y conceptos en forma de orden estructural visual (29). El diseño gráfico se encarga de resolver todo tipo de problemas de comunicación visual, ya sean informativos, preventivos, promocionales, etc. ( 31)

El diseño ofrece la posibilidad a los empresarios de pequeña, mediana y gran empresa de recurrir hoy en día a otras opciones; ofrece la posibilidad de actualización. El diseño enfatiza la dignidad de los productos en el mercado, les da precedencia, origen, orgullo, utilidad, servicio, etc. (13)

El diseño gráfico es una carrera relativamente joven , sin embargo la comunicación gráfica se ha llevado a cabo durante todas las épocas. Hoy en día debido a la explosión demográfica, la creciente industria, la tecnología que avanza cada día más, etc. el trabajo del diseñador se vuelve cada vez más importante.

Los diseños que se crean influyen directamente sobre la información que obtiene el público, así como sus reacciones. Por esta razón como diseñador se tiene la enorme responsabilidad de conocer a las personas que van a ser los receptores del mensaje, para poder guiar positivamente a nuestra audiencia.

Por medio de la comunicación gráfica se brinda a una mayor cantidad de padres de familia la oportunidad de poder identificar las cualidades de los niños con habilidades sobresalientes, así como proporcionarles sugerencias para que tengan las herramientas necesarias para poder encausar positivamente a sus hijos.

---

---

# CAPITULO 1

## 1.1 APOYO MUNDIAL A LA EDUCACION ESPECIALIZADA HACIA NIÑOS CON HABILIDADES SOBRESALIENTES

El movimiento dirigido a educación especializada a niños con habilidades sobresalientes es relativamente nuevo en el mundo y al paso del tiempo va tomando un creciente interés.

Entre los países que ofrecen apoyo educativo integrado a las escuelas, así como programas extracurriculares de temas que no están integrados a las mismas escuelas están : Estados Unidos de Norte América, Canadá, Colombia, Australia, Israel, Rusia y Taiwán.

El movimiento se ha ido expandiendo en el mundo y otros países han empezado a implementar programas extracurriculares, estos países son: Brasil, Bahran, Tunisia, Katar, Irak, Jordania, Filipinas, China, República Checa, Bulgaria, México e Inglaterra.

# RECONOCER AL NIÑO CON HABILIDADES SOBRESALIENTES

---

## 1.2

**APOYO EN MEXICO**

A través de los años se han implementado programas de apoyo, desgraciadamente existe mucho rechazo por parte de la sociedad en proporcionar el apoyo necesario.

Hoy en día existe solamente la Universidad de los Niños, una programa extracurricular que trabaja por las tardes. Empezó como ayuda a estudiantes con habilidades sobresalientes que no eran reconocidos en el ambiente escolar. Crea un plan de estudios en el que los alumnos se sienten libres de expresar su creatividad dejando atrás sus inhibiciones. Se enfoca en emociones, actitudes y valores ayudando al niño al desarrollar una imagen positiva de sí mismo. Utiliza el modelo de enseñanza creado por Calvin Taylor. Este programa es dirigido por Raquel Levy.

## 1.3

**MITOS Y REALIDADES**

Los siguientes son mitos que generalmente la gente atribuye a niños con habilidades sobresalientes, causando así que ellos se sientan mal consigo mismos y que sean tratados como "niños problema". ( 60 y 46)

**MITO #1** - Los niños con habilidades sobresalientes casi siempre tienen problemas emocionales.

**REALIDAD ACERCA DEL MITO #1**- Falso, " Los niños con habilidades sobresalientes generalmente son emocionalmente más estables que los demás niños." ( GALLAGER, citado por HIGGINS ) Muchas veces se les niegan la ayuda que necesitan . Los padres quieren que sus hijos sean igual que los demás. "Cuando no se les atiende a sus necesidades pueden presentar el siguiente comportamiento: aburrimiento y autoestima bajo". (ROE, citado por HIGGINS )

**MITO #2** - Los niños con habilidades sobresalientes pueden aprender solos.

**REALIDAD ACERCA DEL MITO #2**- Falso, todos los niños necesitan a una persona que les guíe. A

---

los niños con habilidades sobresalientes se les debe proporcionar material competente a su nivel cognoscitivo y al mismo tiempo que le de el entusiasmo e interés para seguir estudiando por su cuenta.

**MITO #3 - Los niños con habilidades sobresalientes no tienen problemas académicos, si tuvieran problemas académicos no serían niños con habilidades sobresalientes.**

**REALIDAD ACERCA DEL MITO #3- Falso, un 54% de los niños con habilidades sobresalientes no sacan buenas calificaciones, algunos tienen ciertos problemas de aprendizaje, las causas de esto pueden ser: falta de motivación académica, metas irreales, y autoestima bajo. Muchos de los alumnos con habilidades sobresalientes sin hacer esfuerzo sacan buenas calificaciones, por esto no utilizan su potencial y pueden así perder la agilidad mental.**

**MITO #4- El público en general conoce y se interesa por conocer las características y los problemas del niño con habilidades sobresalientes.**

**REALIDAD ACERCA DEL MITO #4 -Falso, los niños con habilidades sobresalientes rara vez**

evocan de afinidad. Es muy fácil encontrar la justificación para ayudar a un niño con alguna deficiencia por medio de programas especializados. Es más difícil encontrar la justificación para ayudar a alguien que posee un don. La mayoría de la gente ha sido burlada por alguien astuto o molestada por un eficaz hablador . Por lo tanto hay muchos indicadores de que los niños con habilidades sobresalientes van a ser envidiados y ridiculizados antes de buscar ayuda para ellos.

**MITO # 5 - Dar provisiones especiales o apoyo especial a los niños con habilidades sobresalientes no es democrático.**

**REALIDAD AL MITO #5- Falso, darles provisiones especiales a los niños con habilidades sobresalientes si es democrático. Igualdad de oportunidades y no igualdad en los resultados es lo que la educación debe buscar. Si un niño de lento aprendizaje es puesto en un programa que lo estimule intelectualmente, y se coloca a un niño con habilidades sobresalientes en ese mismo programa, el cual le va a aburrir , el niño con habilidades sobresalientes no está gozando de igualdad de oportunidad. La igualdad en la educación no debe ignorar las diferencias humanas o el potencial sobresaliente. Negarles**

---

---

el acceso a material avanzado a estos niños es un cruel tipo de castigo para la mente.

**MITO # 6-** El niño más inteligente también es el más creativo.

**REALIDAD AL MITO # 6-** Falso, La creatividad y la inteligencia son dos cosas diferentes. Las pruebas de inteligencia por lo general no ponen a trabajar la imaginación o la originalidad, por lo tanto no son capaces de identificar a los niños que tienen un alto potencial para expresarse creativamente. La persona inteligente no es necesariamente la más creativa.

**MITO # 7-** Un alto coeficiente intelectual es un buen indicador de logros en el mundo real.

**REALIDAD AL MITO #7-** Falso, un exitoso guía en educación para niños con habilidades sobresalientes, Joseph Renzulli, ha identificado tres características presentadas por adultos quiénes han logrado que se les reconozca por sus logros únicos así como sus contribuciones creativas. Estas tres características que presentan los adultos son las siguientes: Funcionan por encima de la persona promedio, pero no necesariamente una habilidad intelectual superior, demuestran creatividad y enfocan toda su energía hacia ciertos problemas o áreas de actividad.

**MITO # 8-** Etiquetar a un niño sobredotado conduce a un trato especial y a problemas especiales.

**REALIDAD AL MITO # 8-** Verdadero, los sobrenombres son muy poderosos. Cambian la imagen que tiene la persona de sí misma y el concepto que otros tienen del niño. Los sobrenombres perpetúan los hechos por sí mismos; los niños que se sienten especiales actúan de un modo especial y los maestros obtienen de ellos lo mismo que esperan. Los sobrenombres se vuelven útiles cuando aumenta la confianza en uno mismo, estimulan progreso académico, o justifican el proveer de material. Pero también pueden crear problemas.

Muchas veces no hay una carga mas pesada para un niño sobredotado que tiene un gran potencial que un sobrenombre. Para el maestro del niño sobredotado esto mismo puede ser mas amenaza que gusto; para los padres, pueden lograr que se les reconozca al niño como dotado pero puede crear una responsabilidad que no todos los padres quieren tomar.

Las escuelas deben de tomar en cuenta las tensiones y estrés que ocasiona un sobrenombre, así como sus satisfacciones y esperanzas.

---

---

**MITO # 9-** Avanzar y acelerar a estudiantes con habilidades sobresalientes ávidos de aprender, puede algunas veces causarles daño emocional o social.

**REALIDAD AL MITO #9-** Falso, muchos estudios han probado que el acelerar al estudiante ávido es beneficioso. Si un estudiante capaz es acelerarlo acrecenta su habilidad académica, su motivación por estudiar una carrera, su conciencia social, su concepto personal y su potencial creativo. Permitir a estudiantes seguir en sus estudios, donde quizá sus compañeros no sean de su misma edad cronológica en algunos casos puede ser de mucho beneficio. Muchas veces sus cualidades son apreciadas por los compañeros y maestros en lugar de ser ridiculizadas. Esto crea un desarrollo en el niño tanto social como intelectual.

## 1.4 IDENTIFICACION

Las siguientes son características que se pueden aplicar en cualquier área y cualquier tipo de talento; estas nos van a ayudar a reconocer a los niños con habilidades sobresalientes. Los niños con habilidades sobresalientes casi siempre van a presentar una o más características.

- Observación y curiosidad perspicaz, pregunta el como y porque de todo; recuerda detalles.
  - Se acuerda de lo que percibe, información diferente y variada.
  - Se concentran intensamente por largo tiempo; más tiempo que otros de su edad.
  - Entiende conceptos mas complejos y abstractos, relaciona e imagina situaciones para encontrar solución así como una visión mas amplia y abstracta que otros de su edad.
  - Puede tener varios intereses en intensidad y ver diferentes cosas mientras pasa el tiempo.
  - Evalúa situaciones e incongruencias, se crítica mucho a sí mismo , siempre aspira a más.
- ( 76 )
-

---

**ALUMNO CON HABILIDADES Y TALENTOS  
SOBRESALIENTES**

- Prefiere crear o producir por sí mismo, a hacer el trabajo impuesto.
- Querrá saber porque se va a hacer cierta cosa.
- Cuestiona el porque de las reglas y prefiere opciones.
- Prefiere discusiones o mesas redondas.
- Prefiere la innovación.
- Quizá no saque tan altas calificaciones, pero saca alto en la prueba ejecutiva.
- Le gusta que haya oportunidad para ver información y con esto hacer algo distinto.
- Le gusta comparar, imaginar, sacar conclusiones y evaluar.
- Le gusta crear.

**ALUMNO CON ALTO RENDIMIENTO  
ACADEMICO**

- Escucha y sigue las instrucciones para trabajar.
- Querrá saber como se va a hacer cierta cosa.
- Sabe las reglas y las sigue.
- Prefiere conferencias.
- Prefiere lo tradicional y lo establecido.
- Obtiene reconocimientos y buenas calificaciones en la escuela.
- Le interesan los hechos y para él un hecho tiene valor por sí mismo.
- Le gusta saber y entender.
- Le gusta producir.



---

## PARABOLA DEL BONSAI

Una vez a un jardinero le dieron un montón de semillas que parecían ser frijoles. Planto 20 semillas en macetas normales y tierra común, y colocó las macetas cerca de la ventana donde recibirían la luz del sol. Cuando las semillas germinaron las atendió con mucho cuidado y fe. Trató de alimentar a las 20 plantas por igual. Pasó mucho tiempo antes de que algo llamara su atención. 19 plantas crecieron como había esperado. Pero una estaba creciendo de una manera muy distinta.

Empezó a crecer muy rápido al principio, y posteriormente más despacio que las demás. La planta demostraba tener potentes señales de esfuerzo repentino para estirarse en diferentes direcciones. Parecía estar tratando de alcanzar el sol por sí misma. Su crecimiento tan vigoroso y rápido a la vez la hacía un poco desequilibrada. Había empujado con su corpulenta raíz principal el fondo de la maceta.

El jardinero estudió con detalle sus hojas que se expandían y su tronco color café y firme, el jardinero se dio cuenta que estaba cuidando a un árbol y no a una planta de frijol. El jardinero no quería tener un árbol; para poder proporcionarle

lo que necesitaba tendría que hacer cambios, invertir más dinero, y además el valor del árbol no sería evidente hasta después de varios años.

Para evitar complicaciones el jardinero podría contener al árbol emergente en la maceta que tenía. Con regularidad cortaría cualquier punta o rama que le diera al árbol una forma desproporcionada. La entrenaría pacientemente para que acepte su ventana soleada, su maceta de tierra y nutrientes premedidos. Crearía una perfecta y podada miniatura: UN ARBOL BONSAI. . . .

---

## 1.5

**DOTADO, CREATIVIDAD Y TALENTO**

Las siguientes definiciones nos introducen al tema, llevandonos a conocer a grandes rasgos las características que pueden presentar los niños con habilidades sobresalientes.

**DOTADO-** Su origen es de tipo biológico, las personas nacen con esta característica; significa alto nivel de pensamiento que se origina en funciones cerebrales avanzadas, que se pueden presentar en ámbito emocionales, intuitivos, cognocitivo y físico. Las habilidades que se presentan debido a esto es la creatividad, aptitud académica, liderazgo, artes visuales y artes dramáticas. ( 50 )

**CREATIVIDAD-** Fluidez de pensamiento, flexibilidad de pensamiento, originalidad, sensibilidad a problemas, elaboración de un nuevo planteamiento a un problema: Todas estas son habilidades de pensamiento divergente, la cual es la característica más importante de creatividad. (GUILFORD, citado por CLARK)

**TALENTO-** Capacidad de beneficiarse de la instrucción, aptitud de la inteligencia dirigida hacia el proceso y el producto. Es el producto que se demuestra en algo que se hace, y se restringe a las artes. ( 73 )

## 1.6

**TEORIA DE LAS INTELIGENCIAS MULTIPLES**

La teoría de Howard Gardner se basa en que para poder abarcar la definición completa de la inteligencia no basta con encontrar las características que se aprecian en la escuela, sino que la inteligencia humana abarca mucho mas que eso: Las siete diferentes inteligencias que nos da a conocer Howard Gardner son, inteligencia lingüística, inteligencia lógica-matemática, inteligencia musical, inteligencia visual-espacial, inteligencia interpersonal, inteligencia intrapersonal, y por ultimo la inteligencia cinética o de movimientos corporales.

**INTELIGENCIA LINGÜISTICA**

**DEFINICION-** Sensibilidad hacia las diferentes propiedades de la palabra (definición, orden, sonido, ritmo) y el dominio de una o más funciones de la palabra: entretener, convencer, ayudar a recordar, explicar y pensar en el lenguaje. ( 56 )

PROCESOS Y HABILIDADES  
( COMPORTAMIENTOS OBSERVABLES )

- Agilidad verbal.
- Fascinación con el lenguaje.
- Facilidad técnica con las palabras.
- Habilidad de recordar frases.
- Cuidado en usar las palabras correctas.
- Sensibilidad a variaciones sutiles de significados.
- Uso de palabras para crear imágenes o emociones.
- Uso de combinación de palabras para crear efectos.
- Sensibilidad a ocasiones cuando se puede ignorar las reglas de sintaxis o gramaticales.
- Memoria de experiencias.
- Organización efectiva de palabras al combinar ideas, temas, humores y escenas.

(56)

INTELIGENCIA LOGICA-MATEMATICA

DEFINICION- Habilidades que se manifiestan a través de una sensibilidad a problemas científicos y matemáticos, por velocidad y razonamiento abstracto, por la habilidad de reconocer patrones y llevar a cabo las implicaciones de nuestro razonamiento. (56)

PROCESOS Y HABILIDADES  
( COMPORTAMIENTO OBSERVABLE )

- Habilidad de razonar.
- Sensibilidad a patrones.
- Interés en la forma
- Deseo de explicar la realidad física.
- Entendimiento intuitivo de fenómenos físicos.
- Cuestionamiento persistente.
- Observación aguda y perspicaz.
- Interés en manejar la abstracción.
- Rapidez y habilidad de abstracción.
- Habilidad de encontrar problemas interesantes y posibles en un cierto lugar.
- Pensamiento rápido
- Riguroso
- Busca la simplicidad.
- Habilidad para reconocer y resolver problemas difíciles e importantes.
- Habilidad para entender y usar largas cadenas de razonamiento deductivo e intuitivo.
- Encontrar problemas mas simples dentro de los complicados.
- Relacionar elementos separados.

(56)

---

## INTELIGENCIA ESPACIAL-VISUAL

DEFINICION- Habilidad de manifestar percepción real de formas, patrones y objetos sin importar su posición. Facilidad de manipulación mental o transformación espacial así como discernir elementos particulares (ya sea similares o distintos) en diferentes espacios.

(56)

### PROCESOS Y HABILIDADES ( COMPORTAMIENTO OBSERVABLE

- Percepción real de formas y objetos.
- Imaginar el movimiento o posición interna de las partes que lo conforman.
- Manipulación mental de espacios y relaciones.
- Discernir singularidades en diferentes espacios.
- Facilidad de copiar o reproducir imágenes.
- Imaginación de como se ve un objeto en otra posición.
- Manipulación de formas en diferentes dimensiones.
- Solución de problemas creando imágenes mentales.
- Transformar imágenes mentales en formas o dibujos.
- Habilidad de relacionar un patrón percibido a otro patrón.

(56)

## INTELIGENCIA CINETICA o MOVIMIENTO CORPORAL

DEFINICION- Habilidad de manifestar o controlar el cuerpo en diferentes y hábiles formas, para propósitos expresivos dirigidos a una meta; la capacidad de trabajar habilmente con objetos . Movimiento tosco y fino. (56 )

### PROCESOS

#### ( COMPORTAMIENTO OBSERVABLE )

- Uso de expresiones corporales que lleva a expresar emociones, personalidades, acciones, a sí como representar animales, fenómenos naturales y/o conceptos abstractos.
  - Creación de ilusiones simultaneas.
  - Precisión y fluidez en actuación.
  - Atención a factores internos y de ambiente.
  - Fluidez en expresiones y movimientos.
  - Sentido del tiempo.
  - Sentido de dirección en el movimiento.
  - Estilo individual en el movimiento.
  - Interés en el movimiento.
  - Observación cuidadosa con todas las partes del cuerpo.
  - Habilidad de recrear escenas en detalle.
  - Habilidad de imitar.
  - Habilidad de aislar lo mas importante de un evento o personalidad y reproducirlo.
  - Gracia, velocidad, coordinación, ritmo y
-

- precisión de movimiento.  
 - Uso de objetos y herramientas.  
 (56)

#### INTELIGENCIA INTRA-PERSONAL

DEFINICION- Habilidad de tener acceso a los sentimientos de uno; a nuestros sentimientos y emociones, la capacidad de momentáneamente discernir los sentimientos propios y guiar el comportamiento personal. (56)

##### PROCESOS

##### ( COMPORTAMIENTO OBSERVABLE )

- Habilidad de distinguir varios sentimientos complejos y razones por los sentimientos.
  - Observación perspicaz de uno y de los demás.
  - Acceso a sentimientos personales acerca de la vida.
  - Análisis del comportamiento personal.
  - Identificación de los problemas propios.
  - Habilidad de fijar metas para uno.
- ( 56 )

#### INTELIGENCIA INTER-PERSONAL

DEFINICION- Habilidad de ver y hacer distinciones entre individuos (humor, temperamento, motivación, intenciones) y basarse en este conocimiento a entender y guiar el comportamiento de otros y de uno mismo.  
 (56)

##### PROCESOS

##### ( COMPORTAMIENTO OBSERVABLE )

- Habilidad de ver y hacer distinción entre otros individuos.
  - Empatía.
  - Habilidad de usar los conocimientos acerca de otros para diferentes propósitos.
  - Influenciar a otros.
  - Interpretar sentimientos y experiencias.
  - Observación perspicaz de uno y de los demás.
  - Uso de las diversas fases de uno a la vez.
  - Habilidad de manipular situaciones a la conveniencia para uno.
- ( 56 )

---

## INTELIGENCIA MUSICAL

DEFINICION- Habilidad que se manifiesta por un sentido excepcional de ritmo, sensibilidad del aura y desarrollando la imaginación aural. Encontrar la forma de sus sentimientos por medio de la música. (56)

### PROCESOS ( COMPORTAMIENTO OBSERVABLE )

- Sentido de ritmo
  - Sensibilidad auditiva y conocimiento.
  - Imaginación auditiva.
  - Memoria de tonos.
- (56)

## 1.7 SUGERENCIAS

El niño con talentos y habilidades sobresalientes es mas que nada un niño y necesitará su aceptación, comprensión y guía.

Evite comparaciones. El que el afecto y cariño le sea proporcionado imparcial y liberalmente y al mismo tiempo se le reconozcan sus logros y méritos le hará saber al niño que se le valoriza por sí mismo.

Dele al niño suficiente estímulo: vaya con él a conciertos, bibliotecas, museos, juegos y deportes.

Tenga lista una provisión de buenos libros, revistas u otro material que le pueda ayudar a aprender en casa.

Establezca una estructura y limitaciones para la conducta. A veces estos se pueden examinar, mas en otras ocasiones deben ser aceptados como base a lo que los adultos esperamos de ellos.

---

---

Cree una comunicación abierta desde el nacimiento. Dedique un horario especial para estar con cada niño, para interesarse en él, escuchar sin juzgarlo. No espere a que aparezca un problema.

Aliente el contar cuentos y el uso de la imaginación. Permítale vuelos imaginarios y aún proyectar ideas hacia lo absurdo. Explore y ría con los niños.

Estimule los experimentos, aún cuando las posibilidades de éxito sean escasas. Trate la falta de éxito como parte del proceso de aprendizaje, examinando las posibles causas de las fallas y otros caminos a seguir que pudieran haber tenido éxito.

Ayude al niño a fijar prioridades de tiempo y energía. A menudo el mundo se torna demasiado excitante para estos niños y parece que necesitan hacer todo al momento.

Incluya a su hijo en sus actividades, también tome parte en las cosas que son interesantes para su hijo.

Respete a su niño y otorguele tanta dignidad como le otorgaría a un amigo.

---

Permita que los niños tengan su propia individualidad y gócelos como son, no por lo que a usted le gustaría que fuesen.

Ofrezca un lugar seguro. Algunas veces su hijo encontrara que ser diferente es muy difícil. Ni su maestro ni sus amigos lo podran entender siempre y necesitara de un lugar seguro donde se sienta bien de ser como es. (74)

---

# CAPITULO 2

## 2.1

### CLIENTE

#### 2.1.1 Características

La Universidad de los Niños es una institución que se encarga de proporcionar apoyo a los niños con habilidades sobresalientes (de edad escolar) a través de talleres de distintas materias, utilizando un modelo educativo que además de fomentar el desarrollo académico, ayudan al niño en su desarrollo social y emocional. También ofrece curso para padres de familia en los que se proporcionan características, reconocimiento ayuda e implementación de técnicas para encauar a sus hijo en casa.

Las características con las que se conoce esta institución son: Trato personal, innovación, dinamismo, actualización tecnológica en el mundo de trabajo y así poder preparar genten para el futuro, se recalca la importancia del desarrollo social y emocional en los alumnos y padres: Es decir, fomentr el desarrollo completo.

La Universidad de los Niños se ubica en Masarik 515- local 14.

**CLIENTE**

**Y**

**USUARIO**

---



---

## 2.1.2 Necesidades

La institución necesita más clientela. Por lo tanto necesita atraer la atención de los padres de familia que puedan llegar a tener hijos con habilidades sobresaliente, haciendo les ver que el que su hijo tenga habilidades sobresalientes es una bendición y que tienen diferentes necesidades educativas que la mayoría de los niños.

La Universidad de los Niños también necesita informar a los padres de familia interesados acerca de las características y como encausar a sus hijos.

## 2.1.3 Difusión

Se necesita elaborar una campaña publicitaria para la institución, que se reparta y sea conocido en librerías, bibliotecas, oficinas de terapeutas y escuelas.

También se necesita informar a los padres de familia interesados, proporcionar más fuentes de apoyo. Esta información debe ser repartida en la Universidad de los Niños, debe complementar el curso que se imparte.

## 2.2

### Usuario

La cultura en la que vivimos es la que determina el lenguaje y los símbolos que deben ser utilizados. El individuo aunque es único, vive siempre con la constante influencia de la sociedad que lo rodea; desde el núcleo mas reducido que es el núcleo familiar hasta el núcleo de la cultura del país y la situación mundial que afecta al individuo día con día.

#### 2.2.1 Nucleo de la Población

El proyecto esta dirigido hacia un nivel socio-cultural medio, específicamente a los padres de niños en edad escolar que viven en el Distrito Federal y la zona metropolitana, ya que son los que tienen la posibilidad de atender regularmente a la Universidad de los Niños. Como es un proyecto dirigido a adultos que interactúan constantemente con los niños, la presentación del proyecto debe ser formal y seria.

---

---

# CAPITULO 3

## 3.1 COMUNICACION

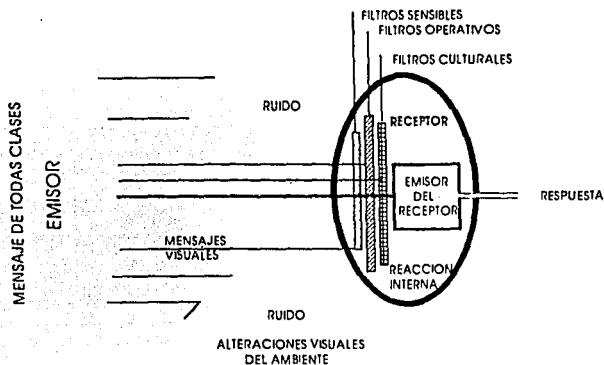
"Relación establecida entre los seres humanos mediante un proceso que consiste en transmitir desde un emisor hasta un receptor. La comunicación se establece a través de un canal, y se utiliza un código." ( BERISTAIN, 5 )

El modelo del proceso de comunicación relaciona al emisor con el receptor, con respecto al objeto de la comunicación. En el esquema se muestra el sentido de transmisión de signos, de un emisor a un receptor a través de señales portadoras de signos que trasladan por el canal de la comunicación. Dicha transmisión contiene dos procesos: Uno que genera la emisión y otro que genera la transmisión de signos. ( 5 )

# DISEÑO DE LA COMUNICACION GRAFICA

---

# ESQUEMA DE LA COMUNICACION



### 3.1.1 Comunicación gráfica

La comunicación gráfica no es una cualidad que haga referencia a la estética, sino a la claridad visual. Se trata de entender la forma más clara de elevar un signo eficazmente a partir de la expresión y el contenido hasta una globalidad.

El desarrollo histórico de los sistemas de signos sigue un proceso que con frecuencia va de la imagen a la abstracción, y de esta al símbolo tipográfico. Es de esperar que muchas señales que hoy llevan implícitas las características de su procedencia las irán perdiendo en forma gradual hasta convertirse en símbolos independientes, como las letras de nuestra escritura. Este proceso se fomentará cuando los símbolos de las imágenes se sometan a un proceso de geometrización permanente, a una reelaboración constante hasta alcanzar el punto en el cual pierde las características de su procedencia para servir únicamente como información.(17)

La comunicación gráfica es el proceso de transmitir mensajes por medio de imágenes visuales.

Existen varios tipos de imágenes; básicamente este proyecto se concreta en dos: las imágenes: ilustraciones que representan la realidad, dibujos; y los símbolos que no se relacionan con lo que

representan, por ejemplo: las letras que forman palabras.

**Mensaje visual:** es perfectamente comprensible la propensión a conectar la estructura verbal con la visual. El mensaje visual tiene tres niveles:

- El input visual- Se habla de sistemas de símbolos.
- El representacional- Se reconoce el entorno y se reproduce por medio de ilustraciones.
- La infraestructura abstracta- Es la forma de todo lo que vemos, lo natural o con efectos.(35)

#### EQUIVALENTES GRAFICOS PARA EL ESQUEMA DE COMUNICACION

<b>Emisor -</b>	Diseñador
<b>Señal-</b>	Como se transmite( libro, folleto, radio, etc.)
<b>Receptor- Mensaje-</b>	Consumidor Lo que se va a decir(objeto de diseño)
<b>Signos comunes-</b>	Diseño gráfico

El mensaje visual debe tener un soporte, es decir, lo que lo hace visible: textura, forma, estructuras, módulos y movimientos; que equivale al vocabulario del mensaje escrito.

**MENSAJE ESCRITO:** El objetivo primordial de un libro es leer, decifrar, y cuestionar el mensaje. El mensaje escrito como el mensaje visual necesita decir todo lo que el mensaje hablado representa (con palabras e imágenes en lugar de gestos).

El escritor trabaja con un vocabulario y una sintaxis, sus ideas las estructura en códigos de palabras de tal modo que en el lector surja la misma idea.

La efectividad de un mensaje impreso se da cuando el escritor y el diseñador expresan un significado común.

La comunicación gráfica actual es todo mensaje desde los medios estáticos (impresos), hasta los medios dinámicos (audiovisual, multimedia, animación, etc.)

El diseñador gráfico debe combinar la comunicación con la creatividad, en el caso del diseño editorial, el trabajo del diseñador no es el

arte gráfico sino la comunicación gráfica, pues debe quedar siempre claro que su fin es el de comunicar y el contenido debe complementar la forma.

(14 y 34)

### 3.1.2 Comunicación masiva

La comunicación masiva, que es la que interviene en las campañas publicitarias, tiene las siguientes características:

- El auditorio es numeroso, heterogéneo, y puede ser próximo o lejano en el espacio.
- El mensaje debe ser abierto, rápido y de naturaleza transitoria.
- En todos los casos representa un gasto para el emisor.
- Se transmite por medio de un esquema de interacción estructurado.
- El canal de comunicación por el que se transmite tiene un carácter formal.

La publicidad es un sistema de comunicación de de productores con consumidores a través de los medios de comunicación de masas. La publicidad nos elige a los creativos, para crear un medio de persuasión y lograr un consumismo.

---

Una campaña publicitaria es un conjunto de estrategias para vender un producto o servicio. En otras palabras es la unión de elementos gráficos para la venta.

Los objetivos generales de cualquier campaña publicitaria son:

- 1- Cubrir las necesidades básicas del cliente.
- 2- El emisor busca respuesta ya sea latente o manifiesta, esto es busca una retroalimentación.

(MEZA, 33)

---

---

### 3.1.3 METODO DE DISEÑO

Todo diseño obedece una serie de normas de caracter general y derivan de consideraciones presupuestarias de la naturaleza del producto y de la escala temporal en la que debe utilizarse el diseño. Se debe conseguir una solución de diseño nueva e interesante en un amplio marco de limitaciones y normas determinadas.

#### FASE CONCEPTUAL

##### PLANTEAMIENTO DE LA ESTRATEGIA DEL DISEÑO INICIAL

##### INVESTIGACION

**CONSUMIDOR:** 1. ¿ A QUIEN VA DIRIGIDO ?; 2. CODIGOS; 3. USOS; 4. EDAD; 5. SEXO;  
6. POSICIONAMIENTO; 7. NIVEL SOCIO-ECONOMICO ; 8. NIVEL CULTURAL.

**MERCADO:** 1. EXISTENCIAS; 2. MATERIA PRIMA; 3. SISTEMA DE IMPRESION; 4. COMPETENCIA;  
5. REGLAMENTOS.

**DE CAMPO:** 1. CONCEPTOS DE DISEÑO; 2. OBSERVACION PERSONAL; 3. MEDIOS DE  
COMUNICACION ; 4. ERGONOMIA; 5. PSICOLOGIA; 6. INVESTIGACION DOCUMENTAL

**CLIENTE:** 1. RECURSOS ECONOMICOS; 2. NATURALEZA DEL PRODUCTO; 3. IMAGEN DEL  
PRODUCTO; 4. COMPETENCIA; 5. DURACION DE USO; 6. PLANES DE PROMOCION; 7. EXISTENCIA  
DE ACTIVIDADES; 8. LICENCIAS

##### ANALISIS Y SINTESIS

REQUISITOS (CLIENTE)

REQUERIMIENTOS (DISEÑADOR)

ESTABLECIMIENTOS DE LA DEMANDA

EXISTENCIAS

NECESIDADES REALES

FACTOR ECONOMICO, ESTETICO, TECNICO ( JERARQUIZACION )

USO, ESTETICO, PRODUCCION E INFLUENCIA (DELIMITACION)

---

---

**ESTABLECIMIENTO DE LA ESTRATEGIA DE DISEÑO FINAL**

OBJETIVO

COMPORTAMIENTO

HIPOTESIS( DISEÑO HABLADO, CONCEPTUAL)

EFFECTOS DEL MEDIO

LIMITACIONES

**FASE CREADORA**

**IDEAS DE DISEÑO INICIALES**

BOCETOS LLUVIA DE IDEAS

**ANALISIS Y SINTESIS**

ANALISIS BOCETAJE

SELECCION LLUVIA DE IDEAS

**PRESENTACION Y JUSTIFICACION INICIALES**

JUSTIFICACION PROPUESTAS INICIALES

PREPARACION CARPETA DE PRESENTACION

**APROBACION DEL CLIENTE**

**APORTACIONES DEL CLIENTE**

**IMPLEMENTACION DEL DISEÑO**

CORRECCIONES

MEJORAS

**PRUEBAS DEL DISEÑO**

MUESTREO

CONCLUSIONES

---



**SELECCION Y JUSTIFICACION FINAL**  
**ELABORACION DEL DISEÑO FINAL**  
**JUSTIFICACION DE CADA UNO DE LOS**  
**PUNTOS**

**FASE FINAL**

**PRESENTACION**  
**DUMMY**  
**MEMORIA DESCRIPTIVA**  
**CARPETA FINAL**  
**AUDIOVISUAL O MULTIMEDIA**

**PRODUCCION**  
**ORIGINALES MECANICOS**  
**IMPRESION**  
**ACABADOS**

**COMUNICACION**  
**SISTEMA DE DISTRIBUCION**  
**MEDIOS DE COMUNICACION**

( BETANZOS, 6 )

**3.2**  
**PSICOLOGIA DE LA FORMA**

**FIGURAS**

Las figuras que se usan en los dibujos e ilustraciones son formas bidimensionales, estas constan de líneas y/o planos en una superficie.

Al utilizar la figura en combinación con el fondo logramos una composición. El fondo nos establece un punto de referencia en cuanto al tamaño, posición y dirección de la figura.

Al utilizar solo el contorno, no siempre se puede visualizar la estructura y la forma de lo que queremos proyectar, por esa razón en muchos casos es necesario utilizar líneas secundarias, planos, o puntos en sucesión para hacer más clara nuestra imagen.

(16)

**CARACTERISTICAS DE LAS LINEAS**

- línea en zig zag- representa emoción.
- línea gruesa- representa relación proporcional e intervalo
- línea de diferentes groesos- representa algo rítmico.
- línea horizontal- representa algo plano que soporta.

- línea vertical- representa gravedad.
  - líneas diagonales- representa impulsos direccionales.
  - línea curva- representa un ritmo diferente.
- (14)

#### LA FORMA COMO PLANO

En una superficie bidimensional, todas las formas lisas que comúnmente no sean reconocidas como puntos o líneas son planos.

Una forma plana esta limitada por líneas conceptuales que constituyen los bordes de la forma. Las características de estas líneas conceptuales y sus interrelaciones determinan la figura de la forma plana.

Las formas planas tienen una variedad de figuras que pueden ser clasificadas como sigue:

- A) GEOMETRICAS- Construidas matemáticamente
  - B) ORGANICAS- Rodeadas por curvas libres que sugieren fluidez y desarrollo
  - C) RECTILINEAS- Limitada por líneas rectas que no están relacionadas matemáticamente entre sí.
  - D) IRREGULARES- Limitadas por líneas rectas y curvas que no están relacionadas matemáticamente entre sí.
- (45)

### 3.2.1 Imágenes

#### GRADOS DE ICONICIDAD EN LA IMAGEN

La imagen natural cumple una función, que es la de reconocimiento. Al cerebro es preciso suministrarle un buen material visual, para que las operaciones de conceptualización, que tienen por objeto homologar la identidad ( basada en la estructura ) del estímulo con un patrón de reconocimiento almacenado previamente, tengan éxito y dicho estímulo pueda ser reconocido.

(14)

NIVEL	NIVEL DE REALIDAD	CRITERIO	EJEMPLO	FUNCION PRAGMATICA
1	La imagen natural	Restablece todas las propiedades del objeto. Existe identidad	Cualquier percepción de la realidad sin mas variación que las variables físicas del estímulo	Reconocimiento
2	Modelo tridimensional a escala	Restablece todas las propiedades del objeto. Existe identificación pero no identidad.	La Venus de Milo	Descripción
3	Imágenes de registro estereoscópico	Restablece la forma y posición de los objetos emisores de radiación presentes en el espacio.	Un holograma.	Descripción
4	Fotografía en color	Cuando el grado de definición de la imagen esté equiparado al poder resolutivo del ojo medio	Fotografía en la que un círculo de 1 metro de diámetro situado a 1000 m. sea visto como un punto.	Descripción
5	Fotografía en blanco y negro	Igual que el anterior	Igual que el anterior	Descripción
6	Pintura realista	Restablece razonablemente las relaciones espaciales en un plano bidimensional.	Las meninas de Velazquez	Artística
7	Representación figurativa no realista	Aún se produce la identificación, pero las relaciones espaciales están alteradas.	Guernica de Picasso, una caricatura de Peridís.	Artística
8	Pictograma	Todas las características sensibles, excepto la forma, están abstraídas.	Siluetas, monigotes infantiles	Información
9	Esquemas motivados	Todas las características sensibles abstraídas. Tan sólo restablecen las relaciones orgánicas.	Organigramas Planos	Información
10	Esquemas arbitrarios	No representan características sensibles abstraídas. Las relaciones de dependencia entre sus elementos no siguen ningún criterio lógico.	La señal de circulación que indica <<ceda el paso>>	Información
11	Representación no figurativa	Tienen abstraídas todas las propiedades sensibles y de relación.	Una obra de Miró	Búsqueda

---

### 3.2.2 Técnicas

A continuación se enlistan las técnicas y materiales mas comunes utilizados para dar carácter y e impacto visual a las imágenes:

**Carbón:** Existe el carbón suave que es fácil de borrar; y el carbón comprimido que es muy difícil de borrar; estos pueden estar protegidos como lápiz. Son buenos para detallar, hacer sombras, para trazos de líneas y tono. Sobretudo en superficies con textura.

**Lápiz-** Los lápices de grafito van desde el 7B que es el mas blando hasta el 7H que es el mas duro. Son un medio efectivo para desarrollar una composición que después se traduce a otro medio. Se usa para hacer efectos de sombras y texturas Se puede usar casi sobre cualquier superficie.

**Sanguina-** Se aplica igual que el lápiz a grafito. Se fijan con Barniz. Se utiliza con papeles texturizados o porosos.

**Crayones o ceras-** Son resistentes al agua, a la luz y no son tóxicos. Tienen una amplia gama de colores y son buenos para dibujar con cartón, papel, madera y tela. Se puede combinar con otras técnicas para dar texturas.

**Pastel-** Se utiliza para el dibujo inicial, también para pintar y dar acabados, es combinado con acuarela y con gouache. Se pueden dar ciertos efectos con el manejo a presión del pastel. Es necesario que la textura del papel retenga el pigmento.

**Acuarela-** Su transparencia se aprovecha sobre el blanco del papel, para iluminar los tonos y ayuda a los colores blanquecinos; se satura o se aguada dando efectos muy naturales. Se aplica a base de lavados de diferentes formas: Punteados, líneas, esponja, rociado; según la necesidad del dibujo. Se puede trabajar con gouache. Se utiliza en papeles texturizados especiales para la acuarela.

**Gouache-** Es para dibujos de mucha elaboración, por los toques oscuros y claros. Se usa húmedo como la acuarela, siendo su cualidad la espesura. Necesita untarse con mascarillas. El gouache puede ser auxiliar de otras técnicas para añadir detalles, o combinarse con otras técnicas por se colorido.

**Oleo-** Se utiliza comúnmente en lienzo de tela como soporte de madera, cartón, cobre y papel encolado. Al secar sus tonos son fieles. Se puede hacer de dos formas: lentamente con capas sucesivas de pintura, o en una sola sesión, la

---

---

pintura directa aplicada rápidamente y con seguridad.

**Acrílicos-** Permiten crear una gama amplia de colores. se pueden diluir o espesar para dar ciertos efectos, puede hacerse tan transparente como un óleo. Son de secado rápido.

**Tinta-** Existen pocos colores, pero se puede cambiar su tono diluyendolo con agua, para lograr efectos especiales se recurre a los punteados, raspados, sombreados y otros, en combinación con otras técnicas o utilizándolo como lavado. La superficie en que se aplica puede ser cualquiera.

**Plumón-** Tiene una gran gama de colores, existe una diversidad de efectos que pueden ser logrados; por ejemplo transparencia, sombras, volumen, grandes superficies planas y detalles.

**Pincel de aire-** Al pasar el aire comprimido a través de un conducto estrecho se produce una variedad de luces, sombras, difuminados y fundidos, su gama de colores es amplia. Se puede utilizar casi sobre cualquier superficie.

**Técnica mixta-** Se complementan una técnica con otra, para lograr ciertos efectos, incluso se pueden experimentar sobre diferentes superficies.

---

La variedad es infinita tanto en procedimientos como en resultados, independientemente del estilo. (3)

### 3.3 COLOR

A continuación voy a mencionar algunos colores y la connotación psicológica que puede evocar en el usuario.

**AMARILLO**- El amarillo es un color muy llamativo que nos acerca al espectador. Irradia felicidad, alegría, egoísmo, celos, envidia, odio, risa y placer.

**AZUL**- El azul es un color muy profundo e intelectual, podríamos describir el color azul con las siguientes características: confianza, reserva, armonía, efecto, amistad, fidelidad, etc.

**GRIS**- Es el color que deja a cada color con sus características propias sin influir en ellas. Puede expresar desconsuelo, aburrimiento, pasado, vejez, indeterminación, ausencia de vida y desánimo. (17)

**VIOLETA**- Indica ausencia de tensión, puede significar: calma, autocontrol, dignidad, alegría y creatividad. (17)

**ROJO**- Es cálido por naturaleza, tiene un ardor vibrante y a diferencia del amarillo esta centrado en sí mismo y es poco extravertido. Los adjetivos

que pueden describir al color rojo son los siguientes: pasión, emoción, acción, agresividad, peligro, guerra así como pueden evocar vida, caridad, sacrificio, y triunfo.

**VERDE**- Es un color reservado y esplendoroso, el verde es el color de la esperanza, y puede expresar: naturaleza, juventud, deseo, descanso y equilibrio.

**ANARANJADO**- Color de fuego flameante, es el más visible después del amarillo. Puede significar: regocijo, fiesta, placer, aurora y la presencia del sol.

#### 3.3.1 Color- Visibilidad

Un estudio de visibilidad de combinaciones de color realizando por " The outdoor advertising association of America" concluyó con una secuencia de mayor a menor visibilidad de colores que se enumera a continuación:

1. Negro sobre amarillo
2. Negro sobre blanco
3. Amarillo sobre negro
4. Blanco sobre negro
5. Azul sobre blanco
6. Blanco sobre azul
7. Azul sobre amarillo

- 
8. Amarillo sobre azul
  9. Verde sobre blanco
  10. Blanco sobre verde
  11. Café sobre blanco
  12. Blanco sobre café
  13. Café sobre amarillo
  14. Amarillo sobre café
  - 15 . Rojo sobre blanco
  - 16 . Blanco sobre rojo
  - 17 . Rojo sobre amarillo
  - 18 . Amarillo sobre rojo  
(anon. citado por DINER, 12)
-

---

# CAPITULO 4

## 4.1

### ANTECEDENTES DEL DISEÑO EDITORIAL

El diseño editorial se encarga de publicar, es decir, revelar o dar a conocer algo secreto o desconocido. Tiene sus inicios desde las primeras manifestaciones de símbolos o códigos comunes que han creado las diferentes sociedades

En la edad media se formaron talleres artesanales, después de que surgió el grabado en madera, en los talleres se producían libros, panfletos y estampas, en los cuales integraban texto e imagen. Tiempo después de desarrollaron los tipos móviles, primero de madera y después de metal. Surge el grabado en cobre y zinc.

En el siglo XIX se inventa la litografía y la posibilidad de imprimir en color. En la segunda mitad del siglo se utiliza la fotografía y se incorpora a la litografía. Se empiezan a imprimir libros, panfletos, hojas, volantes, carteles, revistas y diarios.

La revolución industrial y la aparición de la litografía hicieron del siglo XIX el punto de partida del diseño moderno, ya que en esa época la cantidad de material impreso aumentó de manera

**DISEÑO**

**EDITORIAL**

---



---

espectacular, a la par que decaían los métodos tradicionales de diseño y producción de libros.  
(29)

## 4.2

### MEDIOS INFORMATIVOS

#### 4.2.1

##### BOLETIN

Las publicaciones de boletines son periódicas, y están intencionados para su lectura completa.

La función de los boletines de empresa de uso interno es fomentar las relaciones entre los empleados y la dirección, así como alentar la competencia amistosa entre los departamentos.  
(9)

#### 4.2.2

##### REVISTA

Las publicaciones de revistas son de carácter periódico, esta intencionada para ser leída en su totalidad.

La función de las revistas es de dar información acerca de temas específicos. Por lo tanto esta dirigida hacia un núcleo de la sociedad específico, con ciertos intereses o características en común.  
(29)

---

---

### 4.2.3 LIBROS

El propósito por el que se editan los libros es de informar a un núcleo específico, de ciertos temas o datos. La mayoría de las veces estos implican un gasto para el lector o usuario. Estos están intencionados para ser leídos en su totalidad. (9)

### 4.2.4 CATALOGO

Los catálogos están intencionados para hojearse como aparador, es un punto de venta o utilizado como propaganda. Por lo general estos son de carácter gratuito. (29)

### 4.2.5 MANUAL

Los manuales son un ejemplo de uno de las diversas formas que el diseñador crea con el fin de que sean utilizados para consulta, mas que una lectura continua de principio a fin. Cada sección del manual tiene que identificarse con facilidad a partir de una página de contenido y un

índice. Es muy conveniente agrupar las secciones relacionadas mediante un código de color, número o algún otro dispositivo gráfico. También se puede incluir un glosario de términos técnicos.

Como el manual es una fuente de información que se usa para consulta, se debe evaluar y considerar la manera en que se va a utilizar, es muy importante el tipo de encuadernación que se va a utilizar. ( 29 )

El manual ofrece mayor libertad de diseño, que los libros.

El tipo de publicación que se va a usar es el manual, debido a que está intencionado para ser para consulta , dirigido a un núcleo específico.

---

### 4.3 MEDIOS PUBLICITARIOS

A continuación voy a enlistar algunas características de varios medios masivos de comunicación impresa.

#### PERIODICOS

- No tiene longevidad
- Tiene cobertura de zona nacional e internacional
- Pésima reproducción
- No llega a los jóvenes
- Alcance pequeño y seleccionado
- Excelente medio noticioso

#### REVISTA

- Cobertura nacional e internacional
- Llega a un núcleo específico
- Es selectivo debido a los temas que maneja
- Gran calidad de reproducción
- Son formados e informativos
- Son medios muy caros

#### ANUNCIOS EXTERIORES

- Funciona todo el día
- Mensaje simple y atractivo
- Da la oportunidad de elegir su colocación

#### CARTEL

- Gran permanencia

- Selectivo
- Impactante
- Información precisa
- Medio de gran calidad
- Relativamente económico

#### FOLLETOS

- Totalmente informativo
- Cierta permanencia
- Medio selectivo
- Da tiempo a meditar el mensaje
- Información directa al receptor
- Se puede manejar la motivación
- Puede ser de gran calidad

#### OBJETOS PROMOCIONALES

- Útiles y funcionales
- Decorativos, llamativos y novedosos
- Objeto de conversación
- Permanencia en el receptor
- Mensaje corto
- Selectivo

#### VOLANTE

- Constante
- Llega a cualquier tipo de persona

#### CRITERIOS DE SELECCION

1. Tomar en cuenta la cobertura o publicación.
2. Permanencia o vigencia del medio.

3. Costos y tarifas.
4. Características cualitativas de presencia.
5. Tipo de contenido o programación.
6. Cantidad.  
(33)

#### 4.3.1 FOLLETO

Se usa para describir los productos nuevos en el mercado, es uno de los medios de publicidad mas usados, por ser relativamente económico, directo al cliente, y permite una gran cantidad de información escrita para describir productos y le es posible al receptor releer y meditar el mensaje, y se puede proporcionar una información completa.

Es muy importante prestarle mucha atención al diseño de la retícula, a la portada de nuestro folleto y la combinación con las imágenes, con el fin de atraer la atención de nuestro usuario . Las páginas interiores deben combinar el contenido de texto e imágenes para que los lectores puedan encontrar rápidamente la información.(9)

Existen varios tipos de folletos:

Volantes, son de una sola cara, sin dobleces.  
Dípticos, son folletos divididos a la mitad( un doblez, dos partes)

Trípticos, que son folletos divididos en 3 partes ( 2 dobleces).

Cuadrípticos, son folletos divididos en 4 partes( 3 dobleces).  
(2)

#### 4.3.2 CARTEL

Más que el estilo, el tamaño o la densidad de información, la distinción entre mural y cartel en la vigencia de esa información. Por ejemplo: un cuadro con instrucciones para confeccionar un pastel es un mural, porque la información que contiene es intemporal. Por el contrario, el anuncio de la fecha y el lugar en el que se celebrara una exposición es un cartel, y perderá toda utilidad una vez terminado el acto que convoca; quizá sea un objeto bello pero aún así su función habrá pasado de ser informativa a ser decorativa.

Por otra parte, la audiencia que entra en contacto con el cartel es aleatoria y reparará o no en lo que anuncia dependiendo de la eficacia del diseño.

El cartel debe establecer una comunicación muy directa para llamar la atención. El volumen de información que soporta puede variar entre muy poco o mucho, pero en todos los casos el impacto debe ser inmediato.

(29)

## 4.3

**ELEMENTOS TIPOGRAFICOS****4.3.1 Clasificaciones  
Tipográficas****VARIABLES VISUALES****FORMAS Y ESTILOS DENTRO DE LAS  
FAMILIAS****A- GROSOR**

- a1. Ultrafina
- a2. Fina
- a3. Book
- a4. Media
- a5. Seminegra
- a6. Negra

**B- INCLINACION-** La inclinación que generalmente se usa es la de unos pocos grados de una redonda a la derecha.

**C- ANCHO-** Esta consiste en manipular la forma de los tipos.

- c2. Comprímidos
- c3. Estrechadas

**D- MEDIDA -** Las diferentes medidas se usan en la fotocomposición, se mide en puntos, es decir los tamaños de los cuerpos de los tipos. (18 )

**CLASIFICACION TIPOGRAFICA POR VARI-  
ABLES HISTORICAS****TIPOS SECULARES**

- Humana S XV
- Garalda o Garamond S XVI
- Real (Baskerville) S XVII
- Didona (Bodoni) S XVIII

**EDAD MODERNA S XIX**

- Palo seco ( Futura)
- Egipcia
- Mecano(Lubalin)

**SIGLO XX**

- Tradicional (Times)
- Incisa (Optima)
- (18 )

## CLASIFICACION GENERAL POR FAMILIAS

ROMANAS- antiguas  
transición  
modernas  
mecanos  
incisas

PALO SECO- lineales sin modulación  
grotescas

ROTULADAS- caligráficas  
góticas  
cursivas informales

DECORATIVAS- fantasía  
época

( 18 )

ROMANAS- Se empezaron a usar en el S XV y se tenían que adaptar a las formas del cincel, no son caracteres de origen geométrico. La personalidad de los tipos siempre se vera afectada por la modulación característica de cada uno, la cual esta intimamente relacionada con el origen manual de los tipos, así como el trazo con el que fueron creados( pluma, cincel, pincel). La modulación influye la legibilidad, la armonía y el ritmo de composición y parece ser una característica propia de los tipos romanos.

(18)

Visualmente las tipografías romanas pertenecen a la clasificación de Old Style Serif, (BEAUMONT, 4) las cuales tienen la característica de fuerza y grosor de líneas. Presenta trazos uniformemente relativos. Las curvas generalmente se unen con las rectas. Los estilos light y medium son de lectura fácil y se usan donde hay una gran cantidad de texto como en libros y revistas. Ejemplos : Bookman, Garamond, Rockwell.

**Garamond** OLD COND  
 ABCDEFGHIJKL  
 MNOPQRSTUVWXYZ  
 WXYZÆŒøabc  
 defghijklmnop!  
 qrstuvwxyzæœ  
 çøß 1234567890  
 &\$%&/%? (\*;:;:;:~!)

## ROTULADAS

Los tipos rotulados clasifican dentro de los connecting scripts y non connecting scripts (4), no son adecuadas para texto extenso aunque presente trazos consistentes, son útiles para especificaciones y texto secundario en empaques, las non connecting scripts son un poco mas legibles que las connecting scripts, mas los dos tienen los mismos usos.

Ejemplos : Brush script, Fresh script y Kaufman.

**Kaufmann** SCRIPT  
 ABCDEFGHIJKL  
 MNOPQRSTUVWXYZ  
 XYZÆœÇÐ abcü  
 efghijklmnopq:  
 stuvwxyzæœçø  
 1234567890£\$¢&

## DECORATIVAS

No fueron concebidos como tipos de texto sino para uso esporádico y aislado. Muchos de estos surgieron como parte de movimiento artístico y histórico. Determinan un ambiente o momento histórico específico.

Ejemplos : Art deco, Peignot, Broadway

( 18 )

**Art deco**  
 ABCDEFGH  
 IJKLMNO P?  
 Q RSTUVXY  
 WZÆœÇI2  
 3456789&  
 0%£\$!(/&?)

## PALO SECO

Hay dos clasificaciones, lineales sin modulación y grotescas.

Lineales sin modulación:

Reducen el signo a su esquema esencial, con las mayúsculas se vuelve a las formas fenicias y griegas, las minúsculas están conformadas a base de líneas rectas, círculos unidos y reflejan la época en la que nacen, la industrialización y funcionalismo.

Ejemplos: Avant Garde, Eras, Futura, Helvetica, Univers, Kabel

( 18 )

Caben dentro de la clasificación de Sans Serif

( 4 )

Pueden tener variaciones desde ultra light hasta ultra bold. Funciona en casi cualquier situación excepto donde se utiliza una gran cantidad de texto, pues puede ser cansado para la vista.

### Helvetica

ABCDEFGHIJKLMN  
OPQRSTUVWXYZ a  
bcdefghijklmnopqrs  
tuvwxyz  
1234567890

## GROTESCAS

Son aquellos tipos lineales que se reconocen abiertamente modulados y que se originan más en lo antiguo que en lo geométrico.

No se nota mucho contraste, y las variaciones de grosor se aprecian mucho más en las intersecciones, resultan más legibles cuando hay mucho texto que los tipos estrictamente geométricos, en titulares son más neutras. Estas no presentan mucho contraste en su trazo a diferencia de las romanas .

Ejemplos: Franklin Gothic, Gills Sans, News Gothic  
(18)

Caben dentro de la clasificación de Modified Sans Serif (4) y nos son tan versátiles como las Sans Serif más se puede usar para textos extensos, pues los pequeños trazos reducen el cansancio visual.

### Gill sans MEDIUM

ABCDEFGHIJKLMN  
LMNOPQRST  
UVWXYZ abc  
defghijklmnopq  
rstuvwxyzæœ  
1234567890?!'c%



---

Dentro de las clasificaciones por familias se escogió la clasificación de Palo Seco sin modulaciones, puesto que el manual no presenta gran cantidad de texto, y a la vez los tipos tienen una gran versatilidad que permite jugar con los grosores, sin disminuir la legibilidad, nos permite utilizar muchos efectos con los mismos tipos y mantener una unidad visual.

### 4.3.2 Mancha Tipográfica

La mancha tipográfica es la imagen que resulta del conjunto de la tipografía una vez ubicada e impresa en la página.

Antes de que la mancha pueda ser determinada, debemos conocer datos como: cantidad de texto e ilustraciones que tenemos que ubicar, y el tamaño del formato que vamos a usar. Una cosa importante es que tengamos idea del aspecto que tendrá la mancha y el resto de la página, tanto en general como en detalle, para esto necesitamos un boceto donde podamos observar claramente la ubicación del texto y las ilustraciones para así poder planear la mancha.

Las condiciones para que una página muestre en su totalidad armonía son: la claridad de las formas de los tipos y su tamaño, la longitud de las líneas y la amplitud de los blancos marginales.

---

El formato de la página y el tamaño de los blancos son los que determinan las dimensiones de la mancha. Unidos todos estos elementos (formato, blancos proporcionados, tipografía de ilustraciones), nos dan como resultado un impacto visual armónico y estético. (2)

---

#### 4.4

### RED

Para realizar el boceto de un libro o revista es necesario empezar a determinar el formato y el espacio conveniente que deben ocupar los márgenes blancos y la mancha tipográfica. La composición y la retícula en una página se hace con el fin de proporcionar equilibrio y armonía a todos los elementos que integran la página.

En el diseño editorial muy importante establecer una continuidad visual, a una publicación o una serie de publicaciones en las cuales las página están relacionadas entre sí, para lograr esto se utiliza una retícula. Una retícula tiene el propósito de de establecer márgenes y columnas. La retícula esta formada por guías verticales y horizontales y diagonales, para que así los bloques de texto y las imágenes ocupen la misma posición relativa en todas las páginas.

La retícula se obtiene a través de una investigación y análisis de las necesidades gráficas y el mercado, para así poder realizar el mejor diseño posible. Muchas veces la retícula limita el diseño mismo y se puede romper el orden de la retícula, en donde pueda dar variedad y énfasis al diseño, si es que el diseño mismo lo permite.

Cuando se utiliza una retícula que presenta dos o más columnas de texto es necesario especificar los márgenes de la página, el espacio entre las columnas o el llamado espacio medianil, y también donde es que se coloca el el inicio del texto que se encuentra en las columnas siguientes.

También existen las retículas mixtas, esto es, ofrecer una retícula distinta para cada página. Por ejemplo una página puede presentar tres columnas y la pagina siguiente dos. Estas retículas mixtas se deben usar con mucho cuidado para dejar intacto el estilo global de la publicación.  
(2)

---

---

# CAPITULO 5

## 5.1 SISTEMAS DE IMPRESION

### 5.1.1 Tipográfica

Ejemplos típicos de estampaciones tipográficas que se usan en la vida cotidiana son: los diarios, algunos libros de texto, billetes de entrada al teatro, papeles y sobres membretado. Y estos tienen las siguientes características.

1. Trabajos no con ilustraciones, sino impresos con tipos, en calidad de 100 ejemplares para arriba, particularmente de medidas demasiado pequeñas para ser impresos en prensas que empleen otros procedimientos.
2. Trabajos que se necesitan con urgencia.
3. Trabajos que reclamen la impresión mas oscura de los tipos, y un buen e igual color negro en todo el ejemplar de estampación.

Características de la impresión tipográfica:

1. Ningun otro proceso es mas rápido, tal como lo demuestran las varias ediciones de los diarios.
  2. Los trabajos sin ilustraciones, hechos solamente con tipos, son más baratos de producir empleando el procedimiento tipográfico.
  3. Los detalles de las ilustraciones quedan mejor en tipografía que con el huecograbado y, algunas veces mejor que en litografía offset.
- 

## IMPRESION

4. Cuando se emplea la tipografía, la estampación tarda mas en comenzar, salvo en las rotativas de periódicos, debido a que se ha de pasar mucho tiempo poniendo la prensa a punto para que imprima, en especial si se trata de prensas grandes para la estampación de trabajos con muchas ilustraciones.

5. Exceptuando las máquinas para imprimir diarios y revistas, las velocidades de las máquinas planas son generalmente mas lentas que las de las prensas offset o de rotograbado.

6. Los medios tonos (matices de gris o color) no pueden quedar bien estampados sobre papel de acabado rugoso si se emplea la impresión tipográfica.

7. La impresión tipográfica es mas barata para imprimir sobres ya manufacturados.

8. Generalmente, la tipografía es el mejor procedimiento que se puede utilizar cuando las formas para repetir un trabajo siguen "paradas", es decir, a punto de ser utilizadas de nuevo.

( 26)

### 5.1.2 Huecograbado

Ejemplos típicos de estampación por huecograbado los encontramos en los billetes de banco (papel moneda), estampillas postales, bonos y valores fiduciarios, revistas, suplementos

dominicales de los periódicos y envolturas para alimentos y caramelos.

Características del huecograbado.

1. El rotograbado resulta adecuado para tiradas largas de 25000 o mas ejemplares, en los que las ilustraciones abarquen mas de un tercio de la superficie.

2. Los cilindros impresores del rotograbado pueden durar hasta para un millón de estampaciones, mucho mas de lo que se logra en los procedimientos de tipografía y litografía offset.

3. En el huecograbado de las ilustraciones faltan los detalles finos; pero el huecograbado de a los medios tonos un mejor realce que ningun otro procedimiento. La trama de las ilustraciones grabadas no es aparente como la que se ve en otros procesos.

4. Las prensas de rotograbado están montadas de manera que imprimen mas aprisa que las maquinas de tipografía.

5. En la impresión por huecograbado todos los ojos de tipos se han tramado, lo que se hace que se les vea mas gruesos y con bordes dentados. Esto hace que resulte difícil el empleo de tipos de linea fina y limita la selección de los tipos.

6. En las prensas de huecograbado se puede emplear papel de clase barata, comparada con la clase de papel que se emplea en las prensas de tipografía y de offset.

7. Las prensas de rotograbado tienen velocidades más altas y muchas de ellas imprimen a un mismo tiempo cuatro o cinco colores en ambas caras de la hoja de papel (o bobina) continua cuando pasa por la prensa.

(26)

### 5.1.3 Tramigrafía o serigrafía

Los ejemplos típicos de estampación por trama de seda que probablemente, tenemos más a la mano son: los rótulos estampados en las botellas de leche y las bolsas de las aspiradoras, los dibujos en las pantallas para lámparas, algunas especies de tela ahulada decorada, las calcomanías anunciadoras en tranvías y autobuses, y los dibujos en muebles. Los banderines de fieltro, los grandes rótulos a colores para propaganda, y los dibujos aplicados a juguetes infantiles están hechos, muchas veces, con trama de seda.

Características del procedimiento por trama de seda:

1. Se puede imprimir en objetos de casi todas las clases de papel, cartulina, tejido, fieltro, vidrio, madera y metal.
2. Se puede emplear para estampaciones en objetos de casi cualquier forma y tamaño: gruesos

como la baquelita, cilíndricos como las botellas, o tan grandes como un rótulo para colgarlo de un lado a otro de la calle.

3. Se emplea para poner un color blanco puro sobre un fondo negro, y es el único procedimiento de impresión con el que esto puede hacerse. Con este procedimiento se hace la estampación con tintas metálicas en cubiertas de libros.

4. Solo puede adaptarse a los trabajos de tiradas cortas, de 75 a 3 500 ejemplares.

5. Las prensas funcionan lentamente, y gran parte de la producción se lleva a cabo por métodos manuales.

6. Raras veces se hacen por procedimientos de trama de seda trabajos con tipos de imprenta.

7. Las tiradas cortas de estampación en color sobre cartones gruesos resultan buenas.

(26)

### 5.1.5 Colotipia

Son ejemplos típicos de trabajos hechos por el procedimiento de colotipia: los grandes carteles anunciadores de películas y los que se encuentran en los vestíbulos de los teatros; las reproducciones artísticas tales como los cuadros y dibujos que se suelen comprar ya enmarcados; los rótulos para el interior de escaparates y los cartones para exhibición, y las mejores clases de tarjetas postales ilustradas.

Características de la colotipia:

1. El procedimiento resulta mejor para trabajos de poco tiraje, de 100 a 3500 ejemplares.
  2. Es el único procedimiento de estampación que da impresiones de tono continuo sin utilizar ninguna clase de trama.
  3. Hacer las planchas es una operación de poco costo, comparada con cualquier otro procedimiento de estampación que no sea el de trama de seda.
  4. El trabajo en la prensa es lento, si se le compara con los demás tipos de estampación.
  5. Las tricromías son tan buenas como las estampaciones a cuatro colores hechas por cualquier otro procedimiento.
- (26)

### 5.1.6 Litografía offset

Ejemplos típicos de trabajos hechos con litografía offset son: los cheques, los impresos para depósitos bancarios; el material estampado distintivo de las latas de bebidas y alimentos, impreso en el metal del envase; libros infantiles, en especial los ilustrados a colores; carteles a colores y muchas clases de material de propaganda.

Características de la litografía offset:

1. Hablando en términos generales, cuando las tiradas de la prensa son cortas, y son muchas

las ilustraciones son muchas, es el mejor procedimiento.

2. Las formas con tipos que son difíciles de componer, si están ya impresas, pueden fotografiarse y tirarse en offset, ahorrando así el costo para volver a parar los tipos.

3. Los dibujos a lápiz (crayón) y los que tienen puntillados y viñetas delicadas se imprimen mejor (una viñeta es una ilustración en la que el tono gris va desvaneciéndose hasta desaparecer al llegar a los bordes).

4. Se pasa menos tiempo en poner las prensas a punto para que impriman, si se las compara con las prensas de tipografía.

5. Las instalaciones para conservación de planchas suelen ser mejores en comparación con las de tipografía.

6. Los impresos rayados, con muchas líneas y cuadrículas, se obtienen mejor; en tipografía existe cierta tendencia de los filetes o rayas a embutir el papel, lo que hace que las puntas de la pila de impresos se abarquen hacia arriba. Además en offset se puede hacer que las rayas o filetes sean perfectamente, lo que es muy difícil en tipografía.

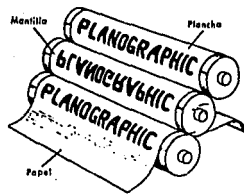
7. Los litógrafos de offset ocupan más tiempo, en trabajos de tipos para poder conservar una densidad uniforme de tinta en todas las páginas de una forma.

8. Los medios tonos o planchas que tengan varios matices de tonos grises se pueden estampar en papel rugoso. Esto no puede hacerse en tipografía.

(26)

El proceso de impresión en offset es el siguiente: el molde puede ser una plancha de cinc o de aluminio tratada con un material sensible a la luz, sobre la plancha se dispone la película en negativo con la imagen y texto a imprimir y se expone a la luz de la lámpara de arco, la plancha recibe la luz en las diferentes partes al descubierto; posteriormente se trata con productos químicos y las partes impresionadas se tornan hidrófilas, es decir, absorben agua y repelan la tinta y las partes por donde no pasó la luz se vuelven lipófilas, es decir, reciben la tinta grasosa y repelen el agua, las cuales serán las que se impriman. Cuando los cilindros humidificadores, llevan hasta la plancha el agua, solo se deposita en las partes no impresoras y cuando los cilindros traen la tinta, solo se deposita en las partes impresoras, después es transferida al cilindro de goma y al final en el papel.

( 26 )



*Impresión plana: litografía offset*

## 5. 2 PAPEL

### PROCESOS DE SELECCION DEL PAPEL

Las consideraciones al seleccionar el papel para cada proyecto son las propiedades practicas:

- El periodo de vida de la publicación
  - Calidad que ofrece en la impresión, nitidez en los colores.
  - La opacidad
  - Formato de la hoja
  - Las propiedades especiales para determinados procesos de impresión.
  - La capacidad para reproducir ilustraciones.
- (35)

Los papeles que se más se utilizan para la producción editorial son:

#### PAPEL BOND

Se encuentra en las siguientes medidas: 57\*87cms. , 55\*86 cms.. Su gramaje varia entre los 48 gr/m<sup>2</sup> cuadrado y los 120 gr/m<sup>2</sup> cuadrado. Su peso varia entre los 24 kg. y los 80 kg. Lo encontramos en los colores azul, canario, rosa, verde y blanco. Uso general; papelerías, volantes, folletos, revistas y libros. Una de las características de este papel es que resulta económico y

accesible: su superficie es poroso, así que no permite grandes plastas, ya que se arruga. También son mates. No es muy recomendable para trabajar en medios tonos, selecciones de color o trabajos muy delicados. (2)

#### PAPEL COUCHE O LUSTROLITO

Se encuentra en las siguientes medidas: 57\*87cms., 70\*95 cms., 61\*90cms., 57\*72cms., 61\* 87 cms.. Su gramaje varia entre los 80 gr/mt. cuadrado y los 135 gr/mt. cuadrado. Su peso varia de los 40 kg. a los 80 kg. Lo encontramos solo en color blanco, de 1 o 2 caras, satinado o mate ( el mate, es el couche mate paloma). Los papeles couche son lisos y presentan una superficie sin textura, muy recomendados en los trabajos finos y delicados de impresión. Ideal para trabajar de selección de color. Se utiliza mucho en trípticos, revistas, portadas, etc.(2)

#### PAPEL CULTURAL

Se encuentra solo en las dos medidas de 57 \* 87 cms. y 70 \* 95 cms.. Su gramaje es de 75 gr / m<sup>2</sup> cuadrado. Su peso es de 37 kg y 44.5 kg en tamaños de 57 \* 87 cm y 50 y 60 kg en tamaños de 70 \* 95 cm. El papel cultural tienen una marcada nebulosidad, pero permite una agradable impresión, y es utilizado en libros principalmente; viene solo en color crema.( 2)



## 5.3

## IMPOSICION

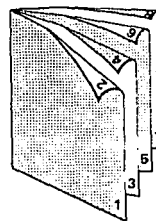
Los formatos mas utilizados en la producción editorial son los de carta y oficio. El pliego del que se obtiene el tamaño carta mide 57 \* 87 cms. y el pliego del que se obtiene el tamaño oficio mide 70 \* 95 cms.:

- Formato media carta cabe 16 veces en un pliego
- Formato carta cabe 8 veces en un pliego
- Formato doble carta cabe 4 veces en un pliego.
- Formato cuatro cartas cabe 2 veces en un pliego.

(2)

Al imprimir varias páginas en ambos lados de la hoja de papel, deben quedar de tal forma que pueda ser doblada y encuadrada en la secuencia correcta, cada hoja impresa y doblada se llama signatura.

(42)



	4X	2X	X	X/2
CARTA (X)	43.5 * 57	28 * 43.5	28 * 21.75	21.75 * 14
OFICIO (X)	47.5 * 70	47.5 * 35	23.75 * 35	23.75 * 27.5

## 5.4 METODOS DE ENCUADERNACION

Existen varios tipos de encuadernación que se pueden utilizar, a continuación voy a nombrar algunos de estos métodos especificando sus características.

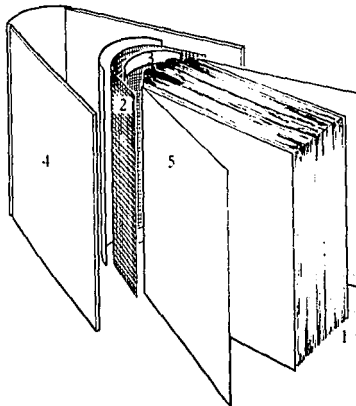
### ENCUADERNACION COSIDA O LIBRO DE TAPAS DURAS

- Encuadernación de máxima calidad.
  - Permanente.
  - Permite libertad en la elección de cubiertas de papel, cartón o tela.
  - Se adapta a documentos de cualquier tamaño.
  - Emplea variedad de acabados de cubiertas de cartón o telas disponibles.
  - Cara.
  - Adecuada solo para tiradas muy grandes tiradas.
  - Tiene el lomo tradicional donde poner el título.
- (26)

#### PROCEDIMIENTO:

En este tipo de libros, se cosen todos los cuadernillos( que son varios juegos juntos de

diversas partes del total de las páginas.) y se ponen en orden. Después, se pegan a un trozo de tela y se fija a esta una cubierta ya preparada. Esta breve descripción encierra gran cantidad de variantes de lo que hoy en día es una forma mecanizada de una antigua técnica. Por ejemplo, se pueden coser las distintas partes unas con otras para dar mas resistencia, el libro puede tener un acabado textil en las cubiertas o el lomo y las tapas pueden ir estampados en relieve.( 9)



### ENCUADERNACION PERFECTA O ENCUADERNACION ADHESIVA

- Usa cola flexible para fijar las páginas al lomo.
  - Solo es adecuado para grandes tiradas.
  - Los documentos no se pueden abrir del todo.
  - Profesional, permanente.
  - Adecuada para cubiertas de papel o blandas.
  - Tiene el lomo tradicional para poner el título.
- (26)

#### PROCEDIMIENTO:

Los folletos, revistas y libros de un grosor mayor de 6 mm. se pueden encuadernar con adhesivos, método que se conoce con el nombre de encuadernación fresada o sin hilos. Los pliegues internos se elijan para que el pegamento se adhiera bien. Al encuadernar de esta forma, la publicación no puede abrirse completamente y es necesario dejar un margen mas estrecho en los bordes internos.

Los libros encuadernados sin hilos son muy resistentes. ( 9 )

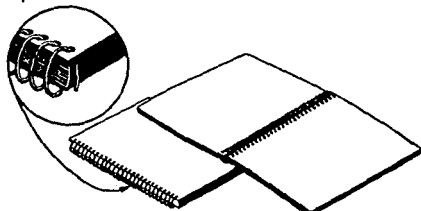
### ENCUADERNACION DE ESPIRAL O MECANICA

- Caro y permanente.
  - Los documentos se pueden abrir del todo.
  - Sin límite para el numero de hojas.
  - De moda.
  - Sin lomo para colocar indicaciones.
- (26)

#### PROCEDIMIENTO:

Los libros pensados para tenerlos abiertos en un escritorio o cualquier otra superficie de trabajo se suelen encuadernar de forma mecánica. Se cortan los cuadernillos por los cuatro lados y se perforan por el lomo. Las páginas se mantienen juntas mediante una espiral o un peine de metal o plástico. La encuadernación mecánica es una operación manual, por esto los libros encuadernados de esta forma suelen ser más caros que los encuadernados con otros métodos.

(9)

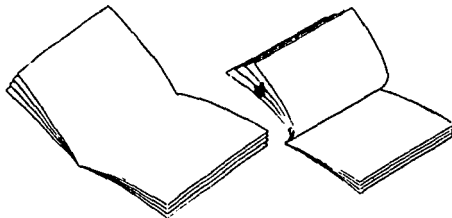


(26) Karch, R. : 1966, pag. 353

## GRAPADO

Los folletos, panfletos y otros tipos de publicaciones que excedan de 4 páginas deben estar unidas de alguna manera. La forma más simple de encuadernar folletos pequeños es el **grapado**. Los folletos de hasta 3 mm. de grosor encuadernados de esta forma se pueden abrir completamente si la grapa atraviesa el lomo y se cierra en las páginas centrales (grapado de silla). Sin embargo, para publicaciones de grosor mayor las grapas van desde la cubierta frontal y se cierran en la cubierta trasera. Con este sistema llamado **grapado lateral**, las páginas de los folletos no pueden quedar completamente planas al abrirlas.

El **grapado** no se usa solo para cuadernillos aislados. Si se va a imprimir más de un cuadernillo, se puede añadir variedad al folleto imprimiendo las secciones en papeles distintos y engrapándolos con una sola cubierta. (9)



(26) Karch, R. ; 1966, pag.347

## 5.5

### ACABADOS

Son las operaciones finales para proteger y decorar el material impreso:

- **Perfilado**; es el recorte de formas complejas en una cuchilla metálica.
  - **Engomado**; montaje con goma de varias piezas.
  - **Montaje**; fijación del papel a un soporte en firme de plástico o madera.
  - **Plastificado**; protección de la superficie impresa con una película transparente y brillante de plástico.
  - **Barnizado**; protección con una sustancia líquida transparente a la superficie impresa. Es más barata que la anterior.
  - **Relieve**; similar al realce pero con un molde caliente.
  - **Metalizado**; similar al relieve pero con una lámina metálica.
  - **Redondeado de cantos**; se realiza durante o después del perfilado con un cincel de filo curvo.
  - **Gofrados**; se le agrega a la impresión cualquier textura por medio de rodillos grabados con el diseño deseado.
- (9 y 26)

---

# CAPITULO 6

El propósito al desarrollar este proyecto es, el que los padres de familia, sepan identificar cuando sus hijos tengan habilidades sobresalientes, se les proporcionan sugerencias y fuentes de apoyo para que sepan como guiar y encausarlos.

## DESARROLLO DEL PROYECTO

---

## 6.1

**CAMPAÑA PUBLICITARIA**

La campaña publicitaria, puesto que la difusión sería en lugares donde frecuentaran padres de familia interesados en el aprendizaje y desarrollo de sus hijos, la difusión se tendría que hacer en bibliotecas, librerías, escuelas, y oficinas de terapeutas. Se determinó que la campaña necesitaría ser por medio de medios impresos. Así como atraer la atención del usuario se necesita proporcionar información básica, para que el usuario comprenda la función de la institución y se identifique con la información que se le presentó. Es de suma importancia recalcar los mitos que giran alrededor de los niños con habilidades sobresalientes así como la educación avanzada para ellos. En la campaña se necesita utilizar la imagen gráfica con la que la institución es conocida, los colores corporativos que son el azul metálico y el marrón así como la tipografía utilizada que es Helvética y logotipo preestablecido. Estos están presentados a continuación:



**UNIVERSIDAD de los Niños**

## 6.2

**SELECCION DE MEDIOS PUBLICITARIOS**

medio	permanencia	calidad
periódico	poca longevidad	mala
anuncios exteriores	larga longevidad	variable
cartel	según utilidad	variable
mural	ilimitada	variable
folletos	poca longevidad	variable
volantes	poca longevidad	variable

Se seleccionó como medios de difusión publicitaria el cartel y el folleto, puesto que el cartel capta la atención del usuario, y el folleto permite transmitir un mensaje informativo, meditar sobre el mensaje y permite que el usuario tenga la información y datos a la mano cuando los requiera. El cartel y folleto necesitan estar unificados visualmente, por medio del color, tipografía y elementos gráficos.

## 6.3

## SELECCION DEL MEDIO INFORMATIVO

Se seleccionó como medio informativo el manual, puesto que se utiliza como medio de consulta; por lo tanto es de fácil manejo para así lograr una mejor identificación con el usuario. Esta intencionado como un medio introductorio hacia el tema.

La información que se proporciona esta intencionada para un núcleo muy específico en la sociedad. El manejo del manual como opción de diseño nos permite un gran dinamismo en cuanto a su presentación.

	usos	usuarios
revista	lectura completa	núcleo específico
manual	consulta	núcleo específico
catalogo	hojear Como aparador	clientes
libro	lectura completa	núcleo específico
boletín	lectura completa	miembros de empresa u organización.

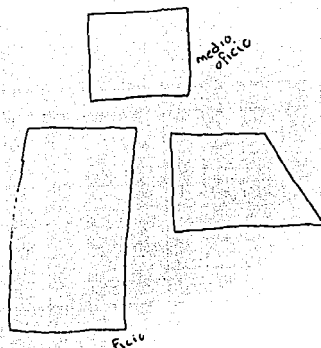
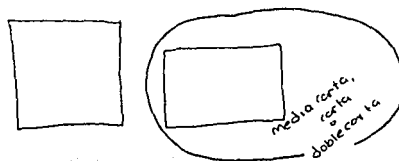
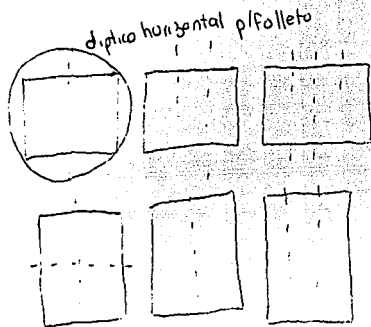
## 6.4

**BOCETOS Y ALTERNATIVAS**

A partir del estudio de toda la información recaudada, se comenzó la etapa de bocetaje, en donde se realizó lo que se conoce como una "lluvia de ideas" para después decidir cuales son las alternativas que más funcionan.

**6.4.1 Formatos**

Se comenzó por un bocetaje informal, para después concretizar de acuerdo a nuestros requerimientos. A continuación se presentan algunas de las ideas que surgieron en forma de bocetos.

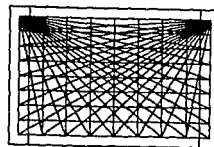
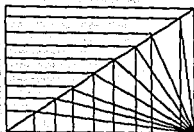
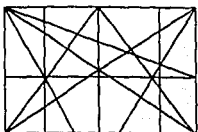
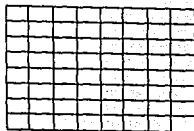
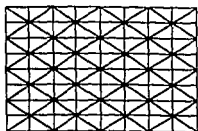


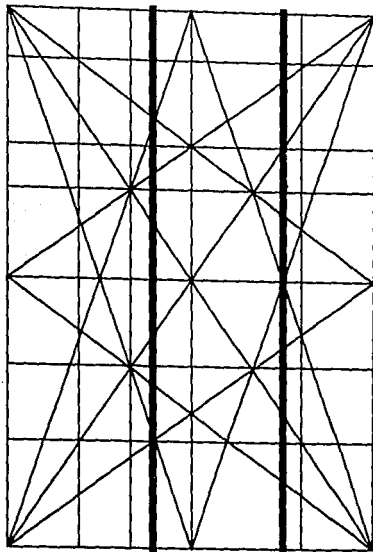
Se decidió utilizar el formato media carta, puesto que es de fácil manejo para el usuario así como en su producción. Esto impide gastos innecesarios, economizando el proyecto. Al utilizar el formato horizontal, se obtiene más espacio, puesto que al encuadernar de forma vertical ocupa más espacio para sostener las páginas.



## 6.4.2 Redes

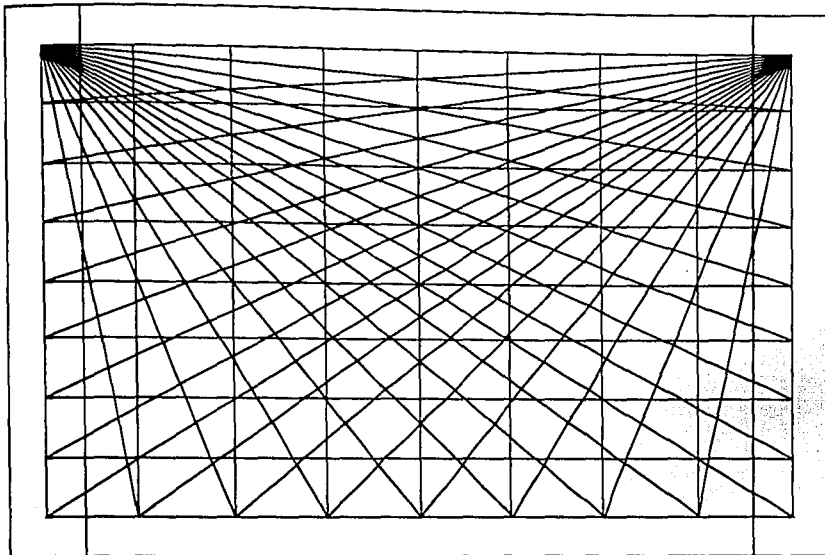
Se escogió de varias redes diferentes, proporción estática, proporción áurea y otras. Los bocetos se encuentran continuación.





Se seleccionó la siguiente retícula para toda la campaña publicitaria, que incluye el cartel y folleto.

Cada página tiene una característica específica, manteniendo así la unidad de la publicación por medio de la red y la tipografía (esta especificada más tarde en este mismo capítulo).



Se escogió la siguiente que es una retícula que permite un dinamismo visual en las todas las páginas del manual.

Cada pagina tiene una característica específica, manteniendo así la unidad de la publicación por medio de la red y la tipografía (esta especificada más tarde en este mismo capítulo).

### 6.4.3 Título

Se prosiguió con seleccionar un título para la publicación, se comenzó una lluvia de ideas de la cual surgieron los siguientes títulos:

- 1- Guía para Padres
- 2- Camino Hacia el Aprendizaje
- 3- Luz para el Futuro
- 4- Apoyo hacia Mejorarse
- 5- Cuna para crecer
- 6- Cuna de un Mejor Futuro
- 7- Cuna de un Mejor Mañana

	1	2	3	4	5	6	7
ENTENDIMIENTO	2	3	1	3	3	4	5
CONTENIDO	3	4	3	4	2	3	5
IDENTIFICACION CON EL PUBLICO	1	4	3	2	2	5	5
	6	11	7	9	7	12	15

El título "Cuna de un Mejor Mañana" se seleccionó por que expresa la mejoría y apoyo que se brinda en el primer ambiente de aprendizaje de los niños: La casa.

Darles calificación de acuerdo con los siguientes aspectos como son entendimiento, contenido e identificación con el público, quedando seleccionado el que presenta mayor puntaje en una suma total; los resultados se presentan del uno al cinco en donde las equivalencias son: 1 malo, 2 regular, 3 bueno, 4 muy bueno y 5 excelente.

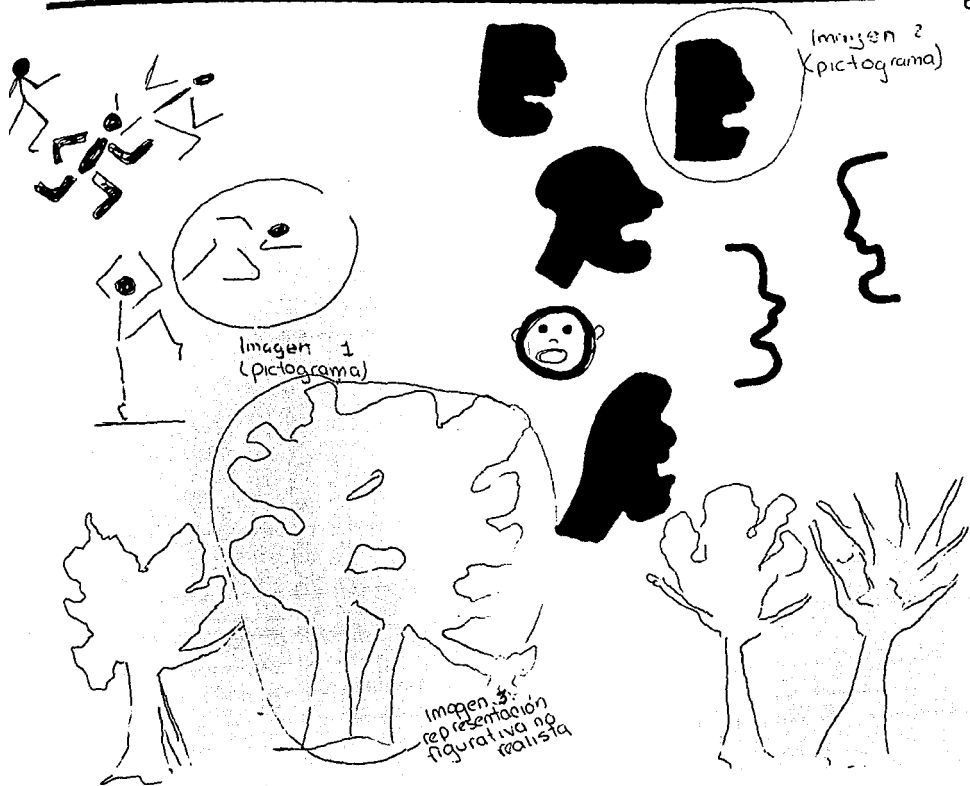
Debe quedar claro que como toda evaluación, la presente tiene un grado de subjetividad, ya que dependiendo de la persona que realiza el estudio los resultados variarán.

### 6.4.4 Imágenes

Las publicaciones diseñadas requieren de un elemento gráfico de apoyo que llame la atención del lector. Este elemento gráfico deberá crear un impacto visual que logre no solo llamar su atención sino conservar la misma y lograr una retención en la memoria.

Estos elementos gráficos deberán cumplir un propósito específico: Apoyo a la lectura, identidad de estilo, complementación o adorno, además de un impacto visual que permita dirigir al ojo hacia un punto determinado.

El apoyo gráfico en el manual es figurativo, sencillo y llamativo. Para que el lector lo capte rápidamente al relacionarlo con el mensaje escrito adjunto.



Se calificó de acuerdo con los siguientes aspectos: impacto visual, entendimiento, presentación, identificación, claridad, y dinamismo.

Los resultados se presentan del uno al cinco en donde 1 malo, 2 regular, 3 bueno, 4 muy bueno y 5 excelente.

Debe quedar claro que como toda evaluación, la presente tiene un grado de subjetividad, ya que dependiendo de la persona que realiza el estudio, los resultados variarán.

	1	2	3
IMPACTO VISUAL	4	5	5
ENTENDIMIENTO	5	5	5
PRESENTACION	4	4	5
IDENTIFICACION	5	4	4
CLARIDAD	5	5	4
DINAMISMO	5	4	3

IMAGEN 1



## \* PICTOGRAMA

Todas las características sensibles excepto la forma, están alteradas.

IMAGEN 2



## \* PICTOGRAMA

Todas las características sensibles excepto la forma, están alteradas.

IMAGEN 3

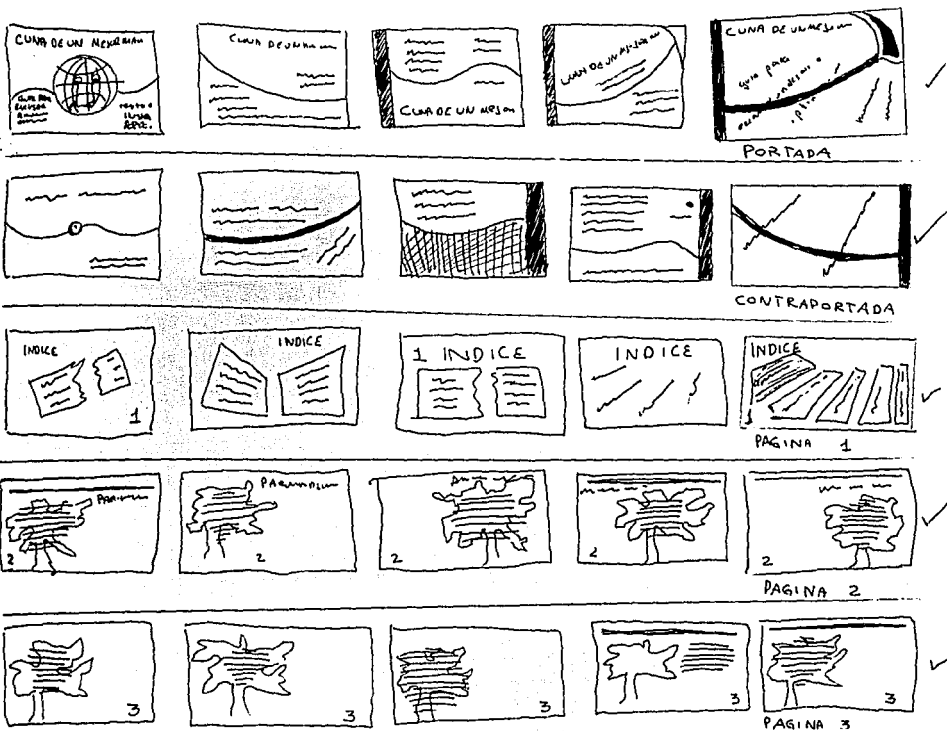


## \* REPRESENTACION FIGURATIVA

Aún se produce la identificación, pero las relaciones espaciales están alteradas.

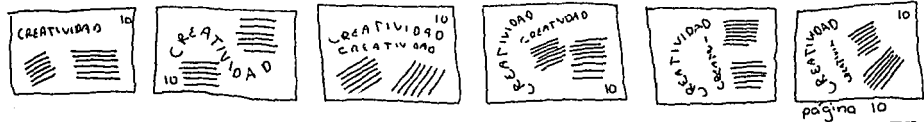
\*(ver especificaciones en gráfica de la página 28)

## 6.4.5 Estilo gráfico











pagina 16



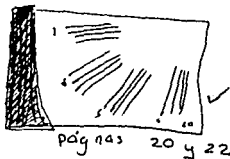
pagina 17



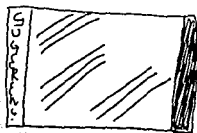
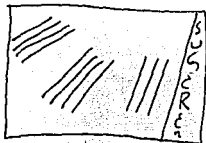
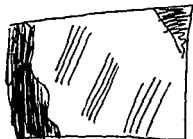
pagina 18



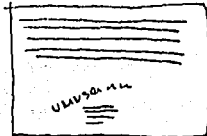
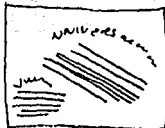
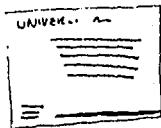
pagina 19



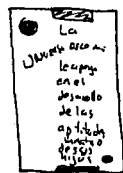
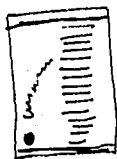
páginas 20 y 22



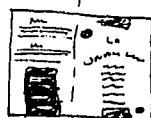
páginas 21 y 23



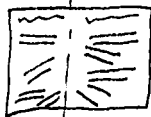
página 24



cartel



folleto (port y contraport)



folleto (interiores)

## VALORES

- 1= malo  
2 =regular  
3 = bueno  
4 = muy bueno  
5 = excelente

	E X P R E S I V I D A D	I M P A C T O V I S U A L	E S T E T I C A	F O R M A	C O M P O S I C I O N	U N I D A D V I S U A L
portada	5	5	5	5	5	5
página 1	4	4	5	5	5	5
página 2	4	5	5	5	4	5
página 3	4	5	5	5	4	5
página 4	5	5	5	5	5	5
página 5	4	5	5	5	5	5
página 6	4	5	5	5	5	5
página 7	5	5	5	5	5	3
página 8	4	5	5	5	5	5
página 9	4	4	5	5	5	5
página 10	5	5	5	5	5	5
página 11	5	5	5	5	5	5
página 12	4	4	5	5	5	5
página 13	4	5	5	5	5	5
página 14	5	4	5	5	5	5
página 15	5	5	5	4	5	5
página 16	5	5	5	5	5	5
página 17	5	5	5	5	5	5
página 18	5	5	5	5	5	5
página 19	4	5	5	5	5	5
página 20	5	5	5	5	5	5
página 21	5	5	5	5	5	5
página 22	5	5	5	5	5	5
página 23	5	5	5	5	5	5
página 24	5	4	5	5	5	4
contraportada	5	5	5	5	5	5
cartel	5	5	5	5	5	5
folleto( portada )	5	5	5	5	5	5
folleto(contraportada)	5	5	5	4	5	5

Se calificó de acuerdo con los siguientes aspectos: expresividad, impacto visual, estética, forma, composición y unidad visual.

Debe quedar claro que como toda evaluación, la presente tiene un grado de subjetividad, ya que dependiendo de la persona que realiza el estudio, los resultados variarán.

## 6.5

**AJUSTES TECNICOS**

En la etapa de ajustes técnicos, se encuentran, a partir de la fase de bocetaje previamente presentada, consideraciones finales en cuanto a detalles técnicos para la correcta elaboración del manual así como la campaña publicitaria.

**6.5.1 Selección del color**

**Mayólica Azul (PANTONE 296C)**- El Azul representa aprendizaje, conocimiento y seriedad puesto que presenta en su combinación un porcentaje de negro. Los cualidades que muchas veces se atribuyen con este color son: fuerza, profesionalismo, básico, y confiabilidad.



**Rojo vívido (PANTONE 185)**- El rojo vívido representa calor, actividad, estimulación y dinamismo. El color utilizado connota dinamismo, pasión, intensidad, energía, alegría,

estimulación.



**Blanco**- Blanco es la combinación de todos los colores. El blanco puro es un magnífico auxiliar para las combinaciones. Las cualidades que muchas veces se le atribuyen a este color son: brillantez, clásico, limpieza, pureza, y frío. Al utilizar el blanco en espacios grandes logramos que aparentemente se expanda el área.



**Negro**- Negro es la ausencia de color, su legibilidad e impacto visual es muy grande. Los calificativos positivos que se le atribuyen son: atrevido, básico, clásico, dramático, misterioso,

---

mágico, sofisticado, fuerte, noche, sobrio, invulnerable, prestigioso y agresivo. Los calificativos negativos que se le atribuyen son: muerte, depresión y sinismo. Al usar negro para resaltar elementos puede ser de mucha utilidad, más se debe tener mucho cuidado de no usarlo en exceso.



Al utilizar la combinación del azul náutico y el rojo vívido, nos transmite, trato personal, seriedad, profesionalismo, aprendizaje, ambiente dinámico y estimulante, que es la ideología que transmite a sus usuarios la Universidad de los Niños. El blanco en la composición permite transmitir frescura, y pureza, que es la base de la ideología educativa de dicha institución.

### **6.5.2 Selección de la tipografía**

A partir del estudio que se realizó, se definieron requerimientos muy característicos de este proyecto. Este es el caso de la tipografía que debía de ser utilizada, que correspondiera a la distancia de lectura en un ángulo visual standard.

El tipo de letra más recomendable era una que no presentara patines y tuviera un grosor equitativo entre las diferentes partes de la letra, el proyecto

---

---

tiene un puntaje variable según la página para así proporcionar mayor variabilidad y llamar más la atención del lector, debe presentar facilidad de utilización tanto en altas como en bajas, respecto al eje horizontal, con una proporción normal entre sus ancho y su largo y donde el peso de la cara fuera medium.

Todas estas características fueron elegidas por tener una gran legibilidad y entendimiento y coinciden en que la tipografía que mas se adecúa al proyecto es la Helvética.

Para mantener una continuidad tipográfica, además de un estilo, la letra helvética es utilizada a través de todo el proyecto.

A B C D E F G H I J K L M  
N O P Q R S T U V W X Y  
Z

a b c d e f g h i j k l m n o p  
q r s t u v w x y z  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

---



### 6.5.3 Selección del método de impresión.

MEDIO	CALIDAD	TIRAJES OPTIMOS	TRABAJOS ADECUADOS
tipografica	Buena calidad en tipos, mala en ilustracion.	100 +	Diarios, boletos del teatro, algunos libros de texto, etc.
offset	Buena calidad en ilustraciones gramaciones y texturas.	Grandes y pequeñas cantidades.	Cheques, latas, carteles, libros infantiles, etc.
serigrafia	Buena calidad en ilustracion y tonos.	75- 3500	Superficies de cualquier forma.
colotipia	Buena caliad en tonos continuos y fotografia.	100- 3500	Rotulos, tarjetas postales, etc.

Se seleccionó el medio de impresión offset, puesto que tiene buena calidad en ilustraciones así como texto. Puesto que no es un método manual la impresión es más económica y se puede hacer con mayor rapidez para la cantidad que se necesita( indicada en la cláusula 6.6.2 en la pagina 89)...

### 6.5.4 Encuadernación

ENCUADERNACION	CUALIDADES	CALIDAD	USOS
Cosida	Se adapta a cualquier tamaño, tiene lomo para poner título.	Permanente, excelente calidad, caro, amplia variedad en acabados y texturas.	Solo para grandes tiradas.
Adhesiva	Lomo para título, las páginas no se abren del todo.	Profesional permanente, se usa con pastas suaves y flexibles.	Solo para grandes tiradas.
Engrapado	El documento no se puede abrir del todo. Engrapado con doblez central.	Rápido, barato, fácil y accesible. Tiene aspecto barato.	Inadecuado para mas de 10 a 15 hojas.
Manual o espiral	Sin lomo para indicaciones los documentos se pueden abrir del todo.	Caro, de moda permanente	No hay limites de páginas.

Para la encuadernación del manual se seleccionó el método adhesivo ya que tiene buena calidad de presentación y es mas económico que el espiral y el método cosido.

---

### 6.5.5 Selección del Papel

Es importante hacer una adecuada selección del papel a utilizar, ya que su textura, gramaje y calidad definen en buena parte la personalidad que adquiere el impreso.

Se debe seleccionar un material resistente que cumpla con su tiempo de vida, con un precio y medidas adecuadas, y además de que se considere que sea de alto gramaje porque va a ser impreso por los dos lados del papel, de otra manera se transparentaría al reverso, distorcionando la claridad de la lectura.

El papel que se seleccionó para el manual debido a todas estas consideraciones es el couche satinado por los dos lados. Utilizando el formato media carta, por que es un múltiplo de el tamaño carta se evitan desperdicios en el suaje y se puede imprimir por los dos lados, quedando ambos con el mismo acabado. Para los forros se utiliza el papel couche satinado de una sola cara.

Igualmente para el folleto, puesto que va impreso por los dos lados se va a utilizar el papel couche satinado por los dos lados y así para el cartel se utiliza el couche satinado de una sola cara.

### 6.6

## PROPUESTAS FINALES

### 6.6.1 Originales mecánicos

---

## CUNA DE UN MEJOR MAÑANA

Guía para encausar un

desarrollo óptimo en los niños con

habilidades sobresalientes.

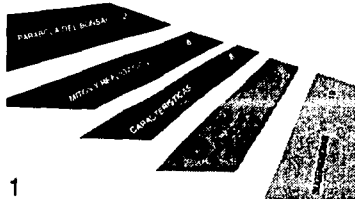
PORTADA

Aprenda a reconocer las magníficas cualidades

en los niños con habilidades sobresalientes.

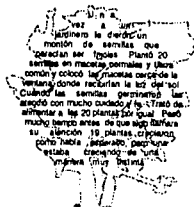
CONTRAPORTADA

# INDICE

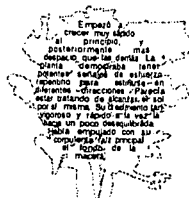


PAGINA 1

## PARABOLA DEL BONSAI



PAGINA 2



PAGINA 3

E  
 l jardín, estudio  
 con detalles del tipo que se  
 abren y su tronco color café y  
 verde, el jardín se dio cuenta que  
 estaba dudando a un árbol y no una planta  
 de fruti El jardín no quería tener un árbol.  
 Para poder proporcionarle lo que necesitaba  
 según que fuera carnal, envió más dinero, y  
 abría el vete del árbol no se movía hasta  
 del todo de su raíz. Para estas circunstancias  
 el jardín debía contener al árbol algo que en la  
 noche "quiere. Con regularidad borras cobijar  
 punta o una que le que a el árbol una forma  
 desproporcionada. La desmembrar rápidamente  
 para que así que su vertida "colada, su  
 maceta de fierro, y sus "huertas  
 preñadas. Crear la una perfecta  
 y poderle mirarle un  
 árbol borras

PAGINA 4

## MITOS Y REALIDADES ACERCA DE LOS NIÑOS CON HABILIDADES SOBRESALIENTES

**MITO** - Los niños con habilidades sobresalientes pueden aprender solo.  
**REALIDAD** - No todos los niños necesitan a una persona que les pue, a los  
 niños con habilidades sobresalientes se les debe proporcionar material competente a su  
 nivel cognoscitivo y al mismo tiempo que le de el entusiasmo e interés para seguir  
 aprendiendo por su cuenta.

**MITO** - Dar provisiones especiales o apoyo especial a los niños con habilidades  
 sobresalientes no es perjudicial.

**REALIDAD** - Darle provisiones especiales a los niños con habilidades  
 sobresalientes al ser "consciente" igualmente oportunidades es lo que la educación  
 debe buscar. Si un niño de lento aprendizaje es puesto en un programa que lo estimule  
 intelectualmente, y se coloca a un niño con habilidades sobresalientes en ese mismo  
 programa, al cual le va a aburrir, el niño con habilidades sobresalientes no será gozando  
 de igualdad de oportunidad. Negarle el acceso a material avanzado a estos niños en  
 un cruel tipo de castigo para la mente.

PAGINA 6

El tipo social  
 brillante, social,  
 innovador, curioso y/o  
 sensible lo más probable es  
 que tenga un alto potencial  
 intelectual o creativo que debe  
 desarrollarse. Al desarrollar su  
 mente y descubrir un mundo que  
 nunca se sentirá bien consigo  
 mismo. Así como al decir que  
 se puede hacer y seguir de que se  
 puede a los demás, así como  
 todo se venimos de decir, se  
 proporcionan lo que  
 necesitan, para que  
 lleguen al que  
 de la mente

PAGINA 5

## MITOS Y REALIDADES ACERCA DE LOS NIÑOS CON HABILIDADES SOBRESALIENTES

**MITO** - Un alto coeficiente intelectual es un buen indicador de logro en el mundo real.  
**REALIDAD** - Un niño que en educación para niños con habilidades  
 sobresalientes. Joseph Renzulli, ha identificado a los características presentadas por  
 muchos: demuestran creatividad y enfocan toda su energía hacia ciertos problemas o  
 áreas de actividad.

**MITO** - Avanzar y acelerar a estudiantes con habilidades sobresalientes puede  
 causarles daño emocional o social.

**REALIDAD** - Muchos estudios han probado que al acelerar a un  
 estudiante puede ser "beneficio" Si un estudiante capaz se acelera, acrecenta su  
 habilidad académica, su motivación por estudiar, su conciencia social, su concepto  
 personal y su potencial activo. Permitir a estudiantes seguir en escuelas, donde  
 están sus compañeros no sean de la misma edad cronológica en algunos casos  
 puede ser de mucho beneficio. Muchas veces sus cualidades son apreciadas por los  
 compañeros y maestros en lugar de ser ridiculizadas. Esto crea un desarrollo en el  
 niño tanto social como intelectual.

PAGINA 7

**ALUMNO CON TALENTOS Y HABILIDADES SOBRESALIENTES**

- Prefiere crear o producir por sí mismo, a hacer el trabajo asignado.
- Quiere saber porque se va a hacer otra cosa.
- Cuestiona el porque de las reglas y prefiere opciones.
- Crea por decisiones o ideas nuevas.
- Prefiere la innovación.
- Quizá no tenga tan altas calificaciones, pero trabaja duro en la prueba específica.
- Le gusta que haya oportunidad para su información y sus ideas sean algo distinto.
- Le gusta siempre imaginar, sacar conclusiones y evaluar.
- Le gusta crear.

8

PAGINA 8

**ALUMNO CON ALTO RENDIMIENTO ACADÉMICO**

- Escucha y sigue las instrucciones para el día.
- Quiere saber como se va a hacer las cosas.
- Sabe las reglas y las sigue.
- Ocupa por conferencias o diálogos.
- Escoge lo tradicional y lo establecido.
- Otiene buenas calificaciones en la escuela y reconocimientos.
- Le transmiten los hechos y por sí el un hecho tiene valor por sí mismo.
- Le gusta saber y entender.
- Le gusta producir.

9

Las siguientes características de personalidad muchas veces las poseen los niños con habilidades sobresalientes.

Tiene curiosidad: Preguntar acerca de todo.

Se critica a sí mismo, siempre aspira a mejorar.

Se concentra intensamente por largo tiempo.

Prefiere arriesgarse a sus ideases a ser aceptado socialmente.

Requiere desafíos, mas que otros de su edad.

Reconoce y admite sus errores.

PAGINA 9

CREATIVIDAD  
CREATIVIDAD

La creatividad es un tipo de pensamiento que incluye hacer cosas nuevas, ideas nuevas, soluciones nuevas, procedimientos nuevos, etc.

- Busca la novedad y la originalidad.  
- Tiene un alto nivel de curiosidad.  
- Tiene un alto nivel de imaginación.  
- Tiene un alto nivel de flexibilidad.  
- Tiene un alto nivel de fluidez.  
- Tiene un alto nivel de originalidad.

10

PAGINA 10

Existen 7 habilidades que tenemos todos. Muchas veces una persona con talentos y habilidades sobresalientes tienen o desarrollada una o varias de estas áreas. La descripción de las siete habilidades le ayudará a reconocerlas.

LOGICA-MATEMÁTICA  
ESPACIAL-VISUAL  
INTER-PERSONAL  
INTRA-PERSONAL  
LINGÜÍSTICA  
CINETICA

MUSICAL

11

PAGINA 11

## HABILIDAD LÓGICA-MATEMÁTICA

Habilidad que se manifiesta a través de una sensibilidad hacia problemas científicos y matemáticos. Un niño con habilidad en el área lógica - matemática puede presentar las siguientes características:

- ENTENDIMIENTO INTUITIVO DE LOS FENÓMENOS FÍSICOS.
- RAZONAMIENTO ABSTRACTO.
- BUSCA LA SIMPLICIDAD.

PAGINA 12

## HABILIDAD INTER-PERSONAL

Es la habilidad de hacer distinciones en individuos (humor, temperamento, motivación e intenciones) y basarse en este conocimiento a entender y guiar el comportamiento de otros, así como de uno mismo.

Un niño con habilidad en el área inter - personal puede presentar las siguientes características:

Habilidad de usar conocimiento para entenderse a sí mismo y a los demás.

Interpretar sentimientos y emociones.

Empatía

14

PAGINA 14

Es la habilidad de manifestar la percepción real de las formas, patrones y objetos sin importar su posición; a través de manipulaciones mentales.

13

- Un niño con habilidad en el área espacial-visual puede presentar las siguientes características:
- > TIENE LA FACILIDAD DE COPIAR O REPRODUCIR IMAGENES.
  - > SABE DISCERNIR SIMILARIDAD ES EN DIFERENTES ESPACIOS.
  - > SOLUCIONA PROBLEMAS CREANDO IMAGENES MENTALES

## HABILIDAD ESPACIAL-VISUAL

PAGINA 13

Es la habilidad de tener acceso a los sentimientos; la capacidad momentánea de discernir los sentimientos propios y guiar el comportamiento personal.

Un niño con habilidad en el área INTRA - PERSONAL puede presentar las siguientes características:



OBSERVACION PERSPICAZ DE UNO Y DE LOS DEMÁS

IDENTIFICACION DE PROBLEMAS PROPIOS.

HABILIDAD DE FUER METAS PROPIAS.

## HABILIDAD INTRA - PERSONAL

PAGINA 15



**HABILIDAD CINÉTICA O DE MOVIMIENTO CORPORAL**

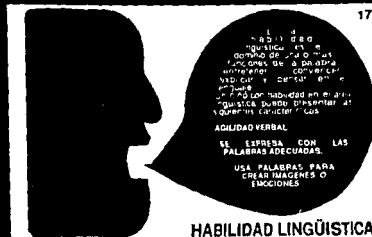
Es la habilidad de manifestar o controlar el cuerpo en diferentes y hábiles formas, para propósitos expresivos. Un niño con habilidad en el área cinética o de movimiento corporal puede presentar las siguientes características:



16

- Presenta gracia, velocidad, coordinación, y ritmo en el movimiento.
- Fluidez en expresiones y movimientos.
- Usa movimientos corporales que llevan a expresar emociones, acciones o algún concepto abstracto.

PAGINA 16



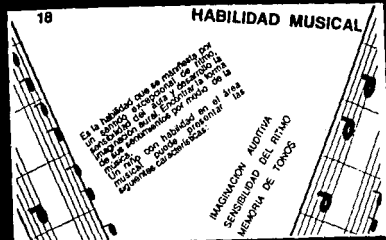
17

AGILIDAD VERBAL

SE EXPRESA CON LAS PALABRAS ADECUADAS. USA PALABRAS PARA CREAR IMÁGENES O EMOCIONES.

HABILIDAD LINGÜÍSTICA

PAGINA 17



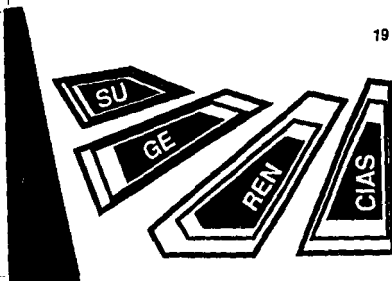
18

**HABILIDAD MUSICAL**

Es la habilidad que se manifiesta por un talento excepcional que, sin aprendizaje, permite al niño alinear y combinar sonidos. Entender la música y expresarse por medio de ella. Un niño con habilidad en el área musical puede presentar las siguientes características:

IMAGINACIÓN AUDITIVA  
SENSIBILIDAD DEL RITMO  
MEMORIA DE TONOS

PAGINA 18



19

PAGINA 19

1 Los niños con talentos y habilidades sobresalientes son más que nada niños y necesitarán su aceptación, comprensión y guía.

2 Evite comparaciones. Si el niño y el niño le es proporcionalmente, al mismo tiempo que le reconocen sus talentos y niños le hará saber que se valoriza por sí mismo.

3 Dale al niño suficiente estímulo para que él se conecte, descubra, explore y pueda estar a gusto en casa.

20

PAGINA 20

8 Incluye a su hijo en sus actividades, también participe en las cosas que son interesantes para su hijo.

9 Estimule los experimentos, aún cuando las posibilidades de éxito sean escasas. Trae la falta de éxito como parte del proceso de aprendizaje, examinando las posibles causas de las fallas y opciones que puedan tener éxito.

10 Repetir a su hijo y darle una dignidad como le compare a lo tiempo.

11 Ayuda al niño a dar prioridad de tiempo y energía. Ayuda al niño a dar prioridad de tiempo y energía. Ayuda al niño a dar prioridad de tiempo y energía. Ayuda al niño a dar prioridad de tiempo y energía.

22

PAGINA 22

5 Establezca una estructura y limitaciones para la conducta. A veces estas se pueden eliminar, mas en otras ocasiones deben ser aceptados como base a lo que los adultos esperamos de ellos.

6 Cree una comunicación abierta desde el nacimiento. Aunque un horario especial para estar con cada niño, está interesado con él, escuchado sin juzgarlo. No espere que sepa un problema.

7 Muestre el amor y el apoyo y el apoyo. Permita que los niños expresen sus sentimientos y sus proyectos de vida a lo largo de la vida.

21

PAGINA 21

12 Permita que los niños tengan su propia individualidad, gíalos como son, no por lo que a usted le gustaría que fueran.

13 Ofrece un hogar seguro. Algunas veces su hijo encontrará que ser diferente es muy difícil. Si su maestro o sus amigos lo podrán entender siempre, respaldará de un lugar seguro donde se sienta bien de ser como es.

14 Que de vez en cuando. Lo más importante es que el niño se sienta bien. Como que se sienta bien con su familia. Como que se sienta bien con su familia. Como que se sienta bien con su familia.

23

PAGINA 23

En la Universidad de los Niños se les brinda la oportunidad a estudiantes con habilidades sobresalientes de profundizar en temas de su interés, se les da las bases para que ellos tengan del interés de aprender por su cuenta, y a la vez interactúan con niños que se parecen a ellos. Este tipo de apoyo lo impulsa para que se conozcan mejor a sí mismos y de desarrollen intelectual, social y emocionalmente de manera óptima.



24



La  
le apoya  
en el  
desarrollo  
de las  
aptitudes  
innatas  
de sus  
hijos.

Masarik 515- local 14 tel. 280 30 37



En la

se les brinda la oportunidad a estudiantes con habilidades sobresalientes a profundizar en temas de su interés, se les proporcionan las bases para que ellos tengan el interés de aprender por su cuenta, y a la vez interactúan con niños que se parecen a ellos.

Este tipo de apoyo los impulsa para que se conozcan mejor a sí mismos, ayudándoles a que se desarrollen intelectual, social y emocionalmente de manera óptima.

FOLLETO (CARA POSTERIOR)



La

le apoya  
en el  
desarrollo  
de las  
aptitudes  
innatas  
de sus  
hijos.

Masarik 515- local 14 tel. 280 30 37

FOLLETO ( CARA ANTERIOR)

## VALORES

- 1= malo  
2 =regular  
3 = bueno  
4 = muy bueno  
5 = excelente

	LEGIBILIDAD	ESTILO GRÁFICO	EXPRESIVIDAD	IMPACTO VISUAL	MEMORIA GRÁFICA	ESTÉTICA	MEMORIA GRÁFICA	COLORES	FORMA	COMPOSICIÓN	ILUSTRACION	TIPOGRAFÍA	MATERIAL
portada	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	-	5	5
página 1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	-	5	5
página 2	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
página 3	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
página 4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
página 5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
página 6	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
página 7	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
página 8	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	3	5
página 9	5	4	4	4	5	5	5	5	-	4	-	5	5
página 10	5	5	5	5	5	5	5	5	-	5	-	5	5
página 11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
página 12	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
página 13	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	-	5	5
página 14	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	-	5	5
página 15	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
página 16	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
página 17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
página 18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
página 19	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	-	5	5
página 20	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	-	5	5
página 21	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	-	5	5
página 22	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	-	5	5
página 23	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	-	5	5
página 24	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	-	5	5
contraportada	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	-	5	5
cartel	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	-	5	5
folleto(portada)	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	-	5	5
folleto(contraportada)	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	-	5	5

Se calificó de acuerdo con los siguientes aspectos: Legibilidad, estilo gráfico, expresividad, impacto visual, memoria gráfica, estética, mensaje, color, forma, composición, ilustración, tipografía y material.

Debe quedar claro que como toda evaluación, la presente tiene un grado de subjetividad, ya que dependiendo de la persona que realiza el estudio, los resultados variarán.

## 6.6.2 Impresión y presupuestos

Las cantidades que se van a imprimir, según las necesidades de difusión son las siguientes:

150 librerías, 100 consultorios de terapeutas,  
20 bibliotecas, 150 escuelas que en total  
suman 420 instituciones.

Aproximadamente se van a repartir 30 folletos  
en cada institución y la distribución de los  
carteles es la siguiente:

librerías  $150 * 3 = 450$   
terapeutas  $100 * 2 = 200$   
bibliotecas  $20 * 7 = 140$   
escuelas  $150 * 10 = 1500$

La aproximación para la cantidad de  
impresiones necesarias es la siguiente:

2290 carteles  
12,600 folletos  
4000 ejemplares del manual

### COSTO DE IMPRESION DEL MANUAL

N\$ 52, 353.54 + N\$ 2, 611.35

+ N\$ 1,530.87= N\$ 58,500.76

COSTO APROXIMADO DE CADA MANUAL

N\$ 58,500.76/4000= N\$ 14.625

PRECIO APROXIMADO DE CADA MANUAL

N\$ 17.00

### PRESUPUESTOS EN IMPRESION OFFSET: PRINTIS NOCNARA

2300 CARTELES 2 TINTAS  
DOBLE CARTA  
COCHE BRILLANTE UNA CARA  
N\$ 2379.20

12500 FOLLETOS  
MEDIA CARTA, 2 TINTAS, 2 LADOS  
COUCHE BRILLANTE DOBLE CARA  
N\$ 5182.26

MANUAL 24 ORIGINALES  
1 TINTA 2 CARA COUCHE  
MEDIA CARTA

N\$ 52,353.54

PORTADAS  
MEDIA CARTA  
4 TINTAS UN SOLO LADO  
N\$ 2611.35

ENCUADERNACION Y COMPAGINACION  
N\$ 1530.87

## LLANOS GRABADORES

2300 CARTELES 2 TINTAS  
DOBLE CARTA  
COCHE BRILLANTE UNA CARA  
N\$ 3765.56.

12500 FOLLETOS  
MEDIA CARTA, 2 TINTAS, 2 LADOS  
COUCHE BRILLANTE DOBLE CARA  
N\$ 6,629.76

MANUAL 24 ORIGINALES  
1 TINTA 2 CARA COUCHE  
MEDIA CARTA

N\$ 69,543.65

PORTADAS  
MEDIA CARTA  
4 TINTAS UN SOLO LADO  
N\$ 3,654.56

ENCUADERNACION Y COMPAGINACION  
N\$ 2346.40

## PLASMA

2300 CARTELES 2 TINTAS  
DOBLE CARTA  
COCHE BRILLANTE UNA CARA  
N\$ 3020.62

12500 FOLLETOS  
MEDIA CARTA, 2 TINTAS, 2 LADOS  
COUCHE BRILLANTE DOBLE CARA  
N\$ 3,425.64

MANUAL 24 ORIGINALES  
1 TINTA 2 CARA COUCHE  
MEDIA CARTA

N\$ 63,750.51

PORTADAS  
MEDIA CARTA  
4 TINTAS UN SOLO LADO  
N\$ 3,115.60

ENCUADERNACION Y COMPAGINACION  
N\$ 1670.45

---

## CONCLUSIONES

El principal objetivo era solucionar un problema de comunicación, creando medios gráficos con los cuales los padres de familia puedan saber identificar a los niños con habilidades sobresalientes.

Por ser un usuario potencial tan selectivo dentro de la sociedad y a la vez un tema desconocido y por algunos considerado tabú y algunas veces trivial, fue necesario crear un manual llamativo, explicando las características, y datos de ayuda para estas personas. Se utilizaron colores llamativos e ilustraciones con detalles, elaboradas y algunas veces gráficas llamativas para separar los diferentes temas incluidos en el manual.

Se determinó a partir de los requerimientos del cliente. Las necesidades gráficas de la difusión sería de un manual, para lograr una mayor difusión acerca de los niños con habilidades sobresalientes, se elaboró una campaña informativa y publicitaria para atraer al público hacia la universidad de los niños.

Como el manual está intencionado para una larga vida así como para ser usado como consulta, se usaron materiales resistentes y a la vez económicos. Fue necesario utilizar una campaña publicitaria en dos fases, para que el manual fuera conocido y se fuera creando atención en los usuarios para que así tengan la iniciativa de adquirir el manual.

Las páginas gráficas e implícitamente transmiten al usuario innovación, actividad, educación, y humanidad, que respaldan el texto, por medio de los colores, una red permite ordenar dinámicamente los elementos.

Por medio de una publicación llamativa, dinámica y estética con la información necesaria para orientar y guiar a los padres de familia se logra introducir una nueva ideología educativa.

---



---

## FUENTES BIBLIOGRAFICAS UTILIZADAS PARA LA ELABORACION DEL DISEÑO

- 1 --. " Comunicación " en Enciclopedia  
Diccionario Salvat, Salvat Editores S.A., tomo  
3, 1971, p. 830
  - 2 ALVAREZ CARRILLO, Irma y ESCALANTE  
HERRERA, Fany. Diseño Editorial.  
Universidad Autónoma Metropolitana,  
México D.F., 1988
  - 3 ALVAREZ Soberanis , Ma. Covadonga.  
" La ilustración en la literatura infantil" , tesis  
UIA, Mexico, 1986
  - 4 BEAUMONT, Michael. Type, Designo, Color,  
Character and Use, North Light Books, Ohio,  
1987
  - 5 BERISTAIN, Helena. Diccionario de  
Retórica y Poética, Editorial Porrúa, México  
D.F., 1988
  - 6 BETANZOS, Lilia. Diseño Editorial VII,  
Universidad Nuevo Mundo, Edo. de México,  
1993
  - 7 BETANZOS, Lilia. Curso de Metodología I,  
Universidad Nuevo Mundo, Edo. de México,  
1993
  - 8 BETANZOS, Lilia. Curso de Metodología II,  
Universidad Nuevo Mundo, Edo. de  
México, 1993
  - 9 BRAHAM, Bert. Manual del Diseñador  
Gráfico, Celeste Ediciones, Madrid, 1991
  - 10 COLLIER, David y COTTON Bob. Diseño  
para la Autoedición, editorial Gustavo Gili,  
Barcelona, 1992
  - 11 COVO, T. Javier. Einstein. ( Relativamente  
Fácil ), Producción Editorial Dante S.A.,  
Mérida, 1987
  - 12 DINER, Barouh Lilian. Tesis profesional  
" Campaña de información sobre la diabetes",  
UNUM, México D. F., 1993
-

- 
- 13 DOMINGUEZ, Mancouzet D.I. Arturo. " La Posición del Diseñador Gráfico" en México en el Diseño, publicación bimestral, ano 2 numero 9, México D. F., abril- mayo 1993, p. 20-23
- 14 DONDIS, D.A., La Sintaxis de la Imagen: Introducción al alfabeto visual, Colección Comunicación Visual, Gustavo Gili, 1973
- 15 EISENMAN, Leatrice y LAURENCE, Herbert. The Pantone Book of Color, Harry N. Abrams Publishers, New York, 1990
- 16 FABRIS y GERMANI. Color- Proyecto y Estética en las Artes Gráficas, Editorial Don Bosco, Barcelona, 1979
- 17 FABRIS Y GERMANI. Fundamentos del Proyecto Gráfico, Ediciones Don Bosco, Barcelona , 1973
- 18 GASCH, Manuel. " Familias Tipográficas" en Curso Práctico de Diseño Gráfico por Ordenador, Ediciones Génesis, Madrid, 1991
- 19 GAUTIER, Dick. The Creative Cartoonist, Perigee Books, New York, 1989
- 20 GUIRAUD, Pierre. La Semiología, Siglo Veintiuno Editores, Paris, 1971
- 21 HART, Christopher. How to Draw Cartoons for Comic Strips, Watson Guptil Publications, New York, 1988
- 22 HESTER, P. Joseph y KILLIAN, R. Don. Cartoons for Thinking, Trillium Press, New York, 1984
- 23 HOGG, James et. al.. Psicología y Artes Visuales, ed. Gustavo Gili, Barcelona, 1969
- 24 JONES, Christopher. Métodos de Diseño, Gustavo Gili, Barcelona, 1978
- 25 KANDINSKY, Wassily. De Lo Espiritual en el Arte, Premia Editora de libros S.A., México D.F., 1979
- 26 KARCH, R. Randolph. Manual de Artes Gráficas, Trillas, México D.F., 1966
- 27 KLINE, Richard. The Ultimate Paper Airplane, Simon and Schuster, New York, 1985
-

- 
- 28 KUPPERS, Harald. Fundamentos de la Teoría de Colores, Gustavo Gili, Barcelona 1978
- 29 LAING, John et. al.. Haga Usted Mismo Su Diseño Gráfico, editorial Herman Blume, Madrid, 1985
- 30 LOCHER, J.L., The World of M.C. Escher, Harry N. Abrams Inc., New York, 1988
- 31 LOREDO, Alvarez Alain, " Diseño Gráfico Popular " en México en el Diseño, publicación bimestral, año 2 numero 9, México D. F., abril- mayo 1993, p. 16
- 32 LYNN, John. Preparing Your Design for Print, Quarto Publishing, Ohio, 1988
- 33 MEZA, Luz Maria. Curso de "Investigación del campo profesional II" , Universidad Nuevo Mundo, Estado de México, 1993
- 34 MUNARI, Bruno, Diseño y Comunicación Visual, Gustavo Gili, Madrid, 1973
- 35 MUÑOZ, Lezama . Montserrat. Tesis profesional " Elaboración del diseño editorial y contenido de un cuento de opción múltiple, con fin educativo y de entretenimiento para niños de la tercera infancia", UNUM, Estado de México, 1994
- 36 NAVERO, Mercedes. Forma y Comunicación Visual, Universidad Iberoamericana(Tesisde Maestría), México D.F., 1986
- 37 OLIVARES, Carlos. Curso de Semiótica IV, Universidad Nuevo Mundo, Edo. de México, 1991
- 38 PUIG, Arnau. Sociología de las Formas, ed. Gustavo Gili, Barcelona, 1979
- 39 RODRIGUEZ, Laura. Tesis Profesional " Diseño Editorial: La ilustracion de un libro educativo para adolescentes", UIA, Mexico D.F. , 1987
- 40 SAUSMAREZ, de Maurice. The Dynamics of Visual Form, Van Nostrand Reynold Co., New York, 1964
-

- 
- 41 TOLLISON, Hal. Cartooning, Walter Foster, California, 1989
- 42 TURNBULL, Arthur T. y BAIRD, Ressel N. " Comunicación Gráfica", Editorial Trillas, Mexico, 1990
- 43 WHITE, Tony. The Animators Workbook, Watson -Guptill, New York, 1988
- 44 WILLIAMS, Charlie. Independent Study Course, Basic Cartooning 1a, University of Tennessee, Tennessee, 1983
- 45 WONG, Wucius. Principles of Two Dimensional Form, Van Nostrand Reynold Company, New York, 1988

## FUENTES BIBLIOGRAFICAS ACERCA DE NIÑOS CON HABILIDADES SOBRESALIENTES

- 46 anon. " Mitos y Realidades, Cuestionario ", panfleto distribuido por la Universidad de los Niños, México D.F., 1988
- 47 anon." Como Pueden Ayudar A Sus Hijos los Padres de los Niños Superdotados" en panfleto repartido en el congreso del Niño Hispano, México D.F., 1987
- 48 anon. El Niño y su Desarrollo Desde Su Nacimiento Hasta Los 6 Años, ed. UNESCO, Paris, 1976
- 49 BRUGLER, Susan y LEVY, Raquel. "Afterschool, An Option for the Gifted" en The Gifted Child Today, Mobile, p. 21, Julio-Agosto 1987
- 50 CLARK, Barbara. Growing Up Gifted, Charles E. Merrill Publishing Company, Ohio, 1979
-

- 
- 51 CRIPPEN, Carolyn. " Equal Values " en The Gifted Child Today, Mobile, p. 3, Julio-Agosto 1987
- 52 CROSS, C. Tracy y COLEMAN, J.. " Gifted Highschool Students- Device to Science Teachers" en The Gifted Child Today, Mobile, p. 25, Septiembre- Octubre 1992
- 53 FRIDMAN, Goldberg Ana. Proceso de Identificación de Niños Sobresalientes para un Curso Piloto de Enriquecimiento. Universidad de las Américas(Tesis Profesional), México D.F., 1989
- 54 GALLAGHER, J. James. Teaching the Gifted Child, ed. Allyn and Bacon, Boston, 1964
- 55 GAMBOA, Cook Sandra. " Lots of Fun Thinking in Colombia " en The Gifted Child Today, Mobile, p. 9, Mayo-Junio 1989
- 56 GARDNER, Howard. Frames of Mind, Ed. Basic Books Inc., New York, 1983
- 57 GIANNAKAKOS, Gay Joanne. "A Montessori Experience" en The Gifted Child Today, Mobile, p. 15, Julio-Agosto 1987
- 58 GOLD J. Marvin et. al.. " The Gifted Child Today Visits Israel" en The Gifted Child Today, Mobile, p. 3, Septiembre- Octubre 1990
- 59 GROSS, Miraca y KIRSTEN, Sue. " Linking Education and Community" en The Gifted Child Today, Mobile, p. 45, Julio-Agosto 1987
- 60 HIGGINS, Worcester Lenore. " Myths and Realities of the Gifted and Talented" en The Gifted Child Today, Mobile, p. 5, Septiembre- Octubre 1981
- 61 HUERTA, Arroyo Irina. " A Scholarship Project" en The Gifted Child Today, Mobile, p. 6, Julio-Agosto 1987
- 62 LEVY, Raquel. "To Struggle For Creative Excelence" en Expanding Awareness of Creative Potential Worldwide, Brain Talent Powers Press, Utah, 1990
- 63 LEVY, Raquel. " The Origins of Mexico's Universidad de los Niños" en The Gifted Child Today, Mobile, p. 27-28, Mayo-Junio 1989
-

- 
- 64 MAC AULIFF, H. Janey y STASKIN, Laurg. "Synectics, the Creative Connection" en The Gifted Child Today, Mobile, p. 19, Julio-Agosto 1987
- 65 MAKER, C. June. Teaching Models in Education of the Gifted. Aspen Systems Corporation, Maryland, 1982
- 66 OSMOND, Jock. "South African Perspective" en The Gifted Child Today, Mobile, p. 53, Mayo-Junio 1989
- 67 PELLEGRIN, S. Ann. "Essential Elements" en The Gifted Child Today, Mobile, p. 9-11, Septiembre- Octubre 1992
- 68 PIROZZO, Ralph. "Breaking Away" en The Gifted Child Today, Mobile, p. 22-23, Julio-Agosto 1987
- 69 RENZULLI, S. Joseph Et. Al., Scales for Rating the Behavioral Characteristics of Superior Students, Creative Learning Press, Conneticut, 1976
- 70 ROHS, Herman. "Perspectivas" en - Perspectivas, vol. XII, no. 4, UNESCO, Francia, 1982
- 71 RUBIN, Joyce. "Javits + ; Multiple Inteligences from Theory to Practice" en 39 convención anual del National Asociation for Gifted Children, Los Angeles, 6 de noviembre de 1992
- 72 SAENZ, Janet. "Portfolio Assesment in the Identification/Evaluation of the Hispanic Child" en 39 convención anual del National Asociation for Gifted Children, Los Angeles, 8 de noviembre de 1992
- 73 SELLIN, F. Donald, BIRCH W. Jack. Psychoeducational Development of Gifted and Talented Learners, Aspen Systems Corporation, Maryland, 1981
- 74 SILVA, y Ortiz Maria Teresa Alicia. El Niño Sobredotado, Edamex Editores, México D.F., 1989
- 75 SISK, A. Dorothy. "Expanding Awareness of Gifted and Talented Children and Youth" en The Gifted Child Today, Mobile, p. 19-25, Septiembre- Octubre 1990
- 76 SISK, Dorothy." What If Your Child Is Gifted" en Panfleto de American Education, 1977
-

- 77 SLOAT S. Robert. " Understanding the Term Gifted " en The Gifted Child Today, Mobile, p. 37, Septiembre- Octubre 1990
- 78 SORIANO, de Alencar M. L. Eunice. " Gifted Education in Brazil" en The Gifted Child Today, Mobile, p. 9, Julio-Agosto 198
- 79 STANLEY, C. Julian. " Mathematical Aptitude in China " en The Gifted Child Today, Mobile, p. 11, Julio -Agosto 1987
- 80 TAYLOR, Calvin. "Presidential Adress" en Expanding Awareness of Creative Potentials Worldwide, Brain Talent Powers Press, Utah, 1990
- 81 TORRANCE, Paul. Gifted Children in the Classroom, Macmillan Publishing Co., New York, 1965
- 82 VAJNER, Ludek. " Czechoslovakias's Talented Youth" en The Gifted Child Today, Mobile, p. 61, Septiembre- Octubre 1990
- 83 WARREN, Sandra. Teachers' Guide to Parents of the Gifted, Trillium Press, New York, 1990

- 84 WARREN, Sandra. , Parents of the Gifted Guide to Teachers, Trillium Press, New York, 1990

ESTA TESIS NO DEBE  
SALIR DE LA BIBLIOTECA

## INDICE DE ILUSTRACIONES

- Pag. 13 Clark, B. ; 1979  
 Pag. 25 Munari, B. ; 1973  
 Pag. 30 Betanzos, L.  
 Pag. 48 Karch, R. ; 1966, pag. 17  
 Pag. 50 Braham, B. ; 1991, pags. 84 y 85  
 Pag. 51 Braham, B. ; 1991, pag. 80  
 Pag. 52 Karch, R. ; 1966, pag. 353  
 Pag. 53 Karch, R. ; 1966, pag.347