



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTONOMA
DE MEXICO

ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS
PROFESIONALES ACATLAN

PROGRAMA DE DISEÑO Y EDIFICACIÓN

TESIS que presenta la alumna:
RUTH GONZALEZ LEDESMA

Con No. de cuenta 8503824-0 que para
obtener el título de Lic. en Diseño Gráfico



PROYECTO DE DISEÑO
DE REVISTA
ESPECIALIZADA EN
BAILE FLAMENCO

Santa Cruz Acatlán, Edo. de México 1995.



FALLA DE ORIGEN



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.

.....

DEDICATORIAS

A LAS PERSONAS MAS GRANDES EN MI
MUNDO QUE ME DIERON LA OPORTUNIDAD
DE ESTAR CON USTEDES, MIS PADRES.

ANTONIO GONZÁLEZ MUÑOZ
CONCEPCIÓN LEDESMA CAMACHO

A QUIEN SIGUE Y SERÁ SIENDO UN GRAN
EJEMPLO SIEMPRE, MI TÍO ADAN VIZUETT

A LAS GRANDES AMIGAS (OS) DE BAILE
POR SOPORTARME. ISABEL OJEDA, PATRICIA
LAGUNA, SAGRARIO SÁNCHEZ, ALEJANDRO VILLALOBOS.
Y MUCHOS COMPAÑEROS, CUATES Y CONOCIDOS.

A MIS MAESTROS DEL FLAMENCO QUE ME
DIERON LA OPORTUNIDAD DE CONOCER
EL BAILE. TWEETY SEDINGER, PATRICIA LINARES,
LUCIO RODRÍGUEZ, LOS GEMELOS LUNA, OLINKA

A QUIEN ME DIÓ LA OPORTUNIDAD DE CAPTURAR
E IMPRIMIR LA TESIS, MI PRIMO
HUMBERTO MELO GONZÁLEZ Y AL COLEGIO
VICTORIA TEPEYAC.

A MI ASESORA POR RESISTIR Y AGUANTAR AL
FLAMENCO. MARTHA RODRÍGUEZ.

ASIMISMO A TODOS AQUELLOS QUE ME APOYARON
INCONDICIONALMENTE PARA OBTENER ESTE GRAN
LOGRO.

GRACIAS

Dedicarse a la danza y en especial
al baile flamenco es entregar
cuerpo alma y energía en movimiento.

RUTH

flamenco
expresión de vivir

.....

INDICE

CAPITULO PRIMERO.	LA REVISTA EN LA DANZA	
	1.1 Su historia (Antecedentes).....	4
	1.2 Los diferentes estilos de la revista.....	14
	1.3 Revistas de danza Nacionales e Internacional.....	17
	1.4 Revistas de baile flamenco.....	29
CAPITULO SEGUNDO.	BAILE FLAMENCO	
	2.1 Los gitanos.....	33
	2.2 La palabra flamenco (origen lingüístico).....	40
	2.3 Baile flamenco.....	43
	2.4 Música y canto.....	47
CAPITULO TERCERO.	ELEMENTOS COMPOSITIVOS DEL DISEÑO DE REVISTA EN LA DANZA	
	3.1 La composición.....	53
	3.2 Rectángulos dinámicos.....	62
	3.3 Sección áurea.....	70
	3.4 Formato y retícula.....	77
	3.5 Color.....	82
	3.6 Ilustración y/o Fotografía.....	88
	3.7 La portada.....	93
	3.7.1 Tipografía.....	100
	3.8 Originales mecánicos.....	109
	3.9 El papel.....	114

3.10 Métodos de impresión.....	118
--------------------------------	-----

CAPITULO CUARTO.

**FUNCIONALIDAD DE LA REVISTA
EN LA DANZA**

4.1 Contenido.....	126
4.2 Mensaje (Códigos).....	128
4.3 Anuncios de revista.....	131
4.4 Lector (perfil).....	136
4.4.1 Consumidor potencial.....	140

CAPITULO QUINTO.

**PROYECTO DEL DISEÑO DE REVISTA
PARA BAILE FLAMENCO**

5.1 Planeación.....	143
5.2 Desarrollo.....	145
5.2.1 Contenido de artículos.....	146
5.2.2 Elección del nombre de la revista.....	149
5.3 Formato.....	152
5.3.1 Reticula y columnas.....	154
5.3.2 Dummy.....	156
5.4 Originales mecánicos.....	158
5.4.1 Armado de textos.....	159
5.4.2 Propuestas del diseño para la portada.....	160
5.4.3 Medios tonos.....	162
5.5 Materiales y procedimiento de impresión.....	163
5.5.1 Tiraje.....	164
5.6 Proyecto terminado.....	165
5.7 Distribución.....	166
5.8 Difusión.....	167

CONCLUSIONES.....	168
-------------------	-----

BIBLIOGRAFIA Y CONSULTAS.....	169
-------------------------------	-----

.....

INTRODUCCION

En el campo del Diseño Gráfico toda composición y creación de formas está íntimamente ligada al hombre para cubrir una necesidad. Pero para ello, cada una de las diferentes áreas del Diseño Gráfico tendrá la función del estudio previo del consumidor, medio, época, etc.

En el presente trabajo, la rama del Diseño Editorial será nuestra área de estudio en las revistas de danza nacionales e internacionales concluyendo con el diseño de una especializada en baile flamenco ya que no se cuenta con ninguna publicación en México. Este tipo de baile es una disciplina donde historia, personajes, música y demás aspectos que la conforman se hacen necesarios conocer para tener una formación más completa de esta inmensa y esplendorosa civilización que se ha formado y transformado a través de los siglos tras un largo peregrinaje; es gente que encontramos en muchas partes del mundo.

Se pretende con este trabajo que la creatividad y el arte se fusionen para dar como resultado una revista especializada en baile flamenco. Pues es fundamental que éste y otro tipo de danzas o bailes cuenten con un medio de difusión y apoyo por parte de empresas o instituciones para que sean conocidos y reconocidos por el público. Además el conocimiento de otro pueblo no empobrece nuestra cultura y sí, fomenta e incrementa el saber de cada individuo. Asimismo nos amplía la mentalidad para tener más capacidad de dar y recibir. Por otro lado es importante que la información cultural este presente en cualquier sociedad pues forma parte de una más completa y amplia educación y formación del ser humano.

CAPITULO PRIMERO

..... La revista en la danza.



.....

INTRODUCCION

Conocer las primeras revistas publicadas que se realizaron en Europa y cómo poco a poco cobran vida y auge expandiéndose hacia todo el mundo. Asimismo, se comenta sobre los primeros indicios de la imprenta en México y sus publicaciones. Sobre los precursores, grandes diseñadores y directores de arte que marcaron y aportaron a través del tiempo toda una evolución de la revista como forma gráfica. Se citan nombres de revistas que dan inicio a toda una época que representan una gran aportación para el comienzo o aparición de otras e incluso de aquellas que cesan su publicación. Se trata de dar una definición concreta de este medio. Se revisan revistas de carácter general y especializadas. Del estilo e imagen que representa cada una que visualmente percibimos y nos hace distinguir una de otra, de la manera que interrelacionan idea, texto e imagen. También se revisan aquellas revistas dedicadas a la danza en un ambiente nacional e internacional, el nombre de la publicación, país y en algunas la gente responsable de la misma. Asimismo de las que dedican su publicación al baile flamenco que llegáramos a encontrar en el país.

1.1 Su historia (Antecedentes)

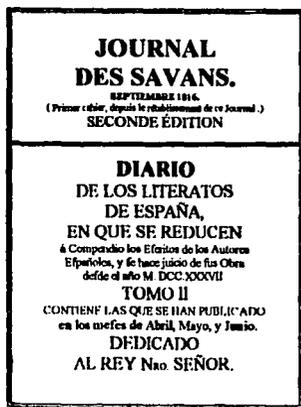
Dentro de los medios de comunicación impresa la revista en la actualidad y aún desde el inicio de la primera revista en la primera mitad del siglo XVII, ha sido un importante recurso para la humanidad dentro del medio de la comunicación.

Definida como una publicación periódica con escritos sobre varias materias o sobre una sola especialmente, la cual no aparece diario, que acoge de entre sus páginas apuntes del mundo actual, una visión panorámica del entorno, exceptuando en gran parte aquellas especializadas en un solo tema o a las artes, pero que sin embargo contenido, diseño y todo su entorno que la hacen ser única, son los elementos que marcarán la diferencia que existe para con las otras, es decir, el "aspecto de la revista". "Una revista es un atisbar y testimoniar sobre lo ocurrido, un entrometerse y dar opinión sobre actos y vidas de aquéllos que aportan algo singular en el horizonte. Hacer una revista es como hacer un gran secreto a voces y los lectores son los cómplices últimos de este acto... En todo esto hay un compromiso muy serio en el cual existe la conciencia de que todo lo publicado quedará impreso para los días que llamamos historia"(Palabras de Manuel Zavala Alonso, editor y director general de la revista VERTIGO, México).

Vehículo principal, cultural, e informativo de nuestro tiempo; en el aspecto cultural pretende emular la precisión científica del libro, en lo informativo la actualidad del periódico; así pues, viene a ser como intermedia entre uno y otro, con más facilidades por ser accesible, polifacética y variada con relación al libro, más densa, profunda y quintaesenciada del periódico. Además se adorna con un decoro inaccesible al libro común y al periódico. Sin ganarles la batalla, va sustituyendo un poco a ambos, en este mundo transido de urgencias, no muy propicias para el sereno reposo a la lectura del libro. La revista puede ser considerada como efímera, lujo más flexible que un libro y más rígida que un periódico

teniendo una estructura híbrida de material de lectura en serie y en paralelo; sin embargo, cubre funciones culturales más nebulosas que la mera transmisión de la noticia escueta: son un entretenimiento, son estimulantes, son vínculos sociales de los individuos particulares con los intereses comunes, son volubles adalides de la moda y del consumo y demandan un lenguaje visual rico. Las revistas no florecen en lo predecible, sino en la sorpresa (Diseño de revistas, pág. 126). Por todo esto nace así de una necesidad psicológica, en respuesta a dicha necesidad, la revista ha poliferado de manera asombrosa, ha invadido todos los hogares del mundo para llevar información, cultura y entretenimiento. En nombre español *Revista*, en italiano *Rivista*, en francés *Revue*, en inglés *Review* y el también inglés de *Magazine* (almacén, reservorio), nombres por lo que vulgarmente se entiende la revista miscelánea y enciclopédica.

Su origen se remonta hacia el año 1631 apareciendo bajo signo francés por obra y gracia de Théophraste Renaudot llamada la *Gacette de France*, una publicación semanal de carácter político e informativo (Gran Enciclopedia del Mundo. Vol. 16, pág. 16-517). Posteriormente hacia el año 1665 en París aparece *Journal des Savants* donde sus páginas contenían breves reseñas de libros y autores provocando notable influencia sobre el continente europeo. (Enciclopedia Ilustrada CUMBRE, tomo 12, pág. 50).

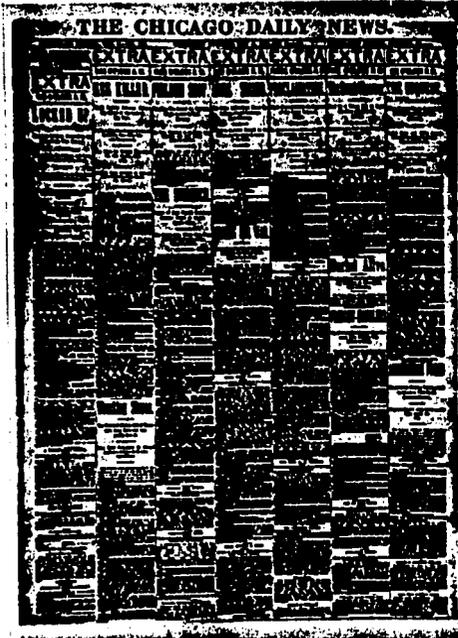


Representación de la portada
Journal des Savants (Savants), 1816

(Dicc. Enciclopédico Ilustrado, tomo VIII. 1976. pág. 3633)

Hacia el mismo año aparece *Acta Philosophica* en Inglaterra y hacia 1668 aparecen en este país e Italia *Philosophical Transactions*. En seguida aparece la revista francesa *Mercure Galant* (1672) Algo posterior (1682-1745) en Alemania, nace *Acta Eruditorum Lipsiensium*, aunque escrita en latín, publicada en Leipzig. Se puede decir que estas primeras publicaciones fueron las principales antecesoras de las revistas modernas. Además haciendo

notar que las primeras "REVISTAS" fueron periódicos literarios o políticos publicados exclusivamente para los ricos, y demasiado caro para una difusión más amplia. (Diseño de revistas, pág. 14). Para el siglo XVIII " la revista se convierte en instrumento de difusión cultural y polémica ideológica".



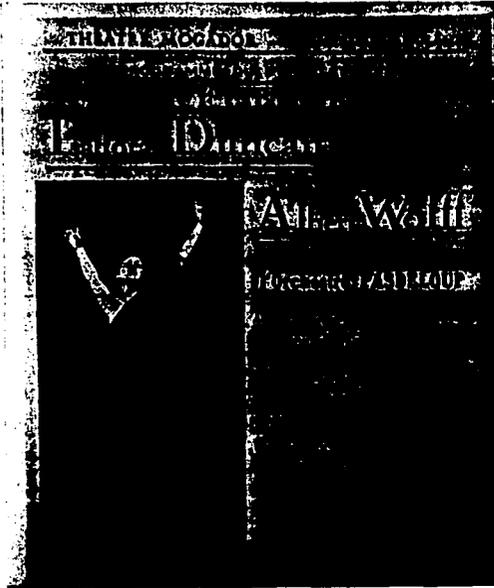
Teofrasto de Renaudot es con toda seguridad el fundador del periodismo francés y el primero en publicar un diario con regularidad. El periódico y otras publicaciones que aparecen en fechas precisas (como las revistas) permiten un intercambio constante de información entre los países de toda la Tierra, acercando a los hombres por medio del conocimiento.

(Revista de Geografía Universal. No. 7, pág. 84)

A continuación se mencionan varios países indicando sus publicaciones las cuales ejercieron una influencia notable en toda Europa ya que se marca un inicio en donde todo país culto crea su órgano informativo, político, científico o literario. Donde después de los antiguos magazines del S. XVIII se comienza a recorrer un largo camino, cuya andanza algunas afortunadas revistas se constituyen en verdaderos estados de opinión, circunstancia que se ha atribuido al prestigio adquirido con el carácter visual que diseñadores gráficos - directores artísticos han imaginado para con ellas.

Imperando la moda francesa las revistas británicas marcan el tono y empiezan a desfilan: R. Steele (*Tatle*, 1709), Jonathan Swif (*The Examiner*, 1710) y J. Addison (*The Spectator*, 1710 -1711), siendo de gran influencia en toda Europa (Gran Enciclopedia del Mundo vol. 16 pág 16-517). También están *Gentleman's Magazine* publicándose 176 años (1731-1907),

London Magazine (1732), *Monthly Review* (1749) y *British Criticc* (1793). Es posible que para el siglo XIX se hicieran escritos sobre danza para algunas revistas. Debido a que en ese tiempo las bailarinas Isadora Duncan y Ana Pavlova eran las dos grandes bailarinas del mundo.



Ultimo recital de
Isadora Duncan.
Entre 1902 y 1903
escribe un controvertido
ensayo titulado
"La danza del futuro".

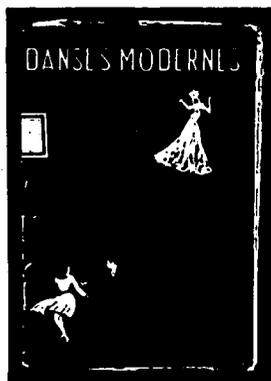
En Alemania, hacia 1785 se funda la revista *Allgemeine Literatur Zeitung* colaborando Goethe e intelectuales del círculo de Weimar perdurando hasta 1848. Otros órganos informativos sus "gelehrte Zeitungen", como la *Göttinger Gelehrte Anzeigen* (1739); la fuerte tendencia a la especialización no impide el florecimiento de revistas informativo-literarias: *Unsere Zeit* (1857), para 1874 nace la *Deutsche Rundschau*, una de las revistas alemanas más importantes para el siglo XIX. Otras: *Die illustrierte Zeitung*, en Leipzig, en 1843; *Fliegende Blätter*, en 1844, y *Kladderadatsch*, en 1848 (Diseño de revistas, G.G. pág.16), y *Neue Rundschau* (1889).

Italia con su *Giornale dei Letterati d' Italia* (1710) y *Novelle Letterarie* (1740); se realiza el primer ensayo de revista ilustrada con *Mondo Illustrato* (1847) y el inicio del gran esfuerzo para una revista religiosa con *La Civiltà Cattolica* (1850).

Holanda, Dinamarca y Bélgica sus *Boekzaal Van Europa* (1715), *Nye Tidender* (1720) y *Journal Encyclopédique* (1756).

En Francia la *Revue Française* con mención especial fundada por Guizot en 1828, la *Revue de París* y la *Revue des Deux Mondes* (ambas de 1829) en las cuales colaboraron los más célebres escritores franceses: Balzac, Dumas, Lamartine, Saint Beuve, Muset, Vigny, etc. Una de las grandes revistas francesas es fundada en 1843 y llamada *L'illustration* (Enciclopedia Ilustrada CUMBRE, Tomo 12, pág. 50) su sucesora Realite; formando parte de las de mayor circulación están *Paris Match*, *Jours de France*, *Point de Vue*, *Sprit* y *Plaisir de France*. En la primera década del siglo XX se empieza a evidenciar las nuevas formas de composición de la página siendo una de las precursoras del diseño moderno aún más destacada la revista deportiva francesa *La Vie au Grand Air*, fundada en 1890 la cual hacia 1908 ya había adoptado un estilo de composición siendo el precursor directo de las primeras revistas fotoperiodísticas; ésta revista utilizaba el fotomontaje (Diseño de revistas, G.G. pág. 19).

Por otro lado el comienzo de las revistas dedicadas a la danza se hace presente a finales del siglo XIX, cobrando más auge y mayor dedicación a dichas publicaciones a principios del s. XX.



Danses Modernes. París 1947.



Danza y Ritmos. Francia 1957

España, se remonta sus antecedentes con el Diario de los Literatos (1737), el Mercurio Histórico y Político (1738) y el Correo Literario de Europa (1781). También en la segunda mitad del s. XVIII se publicaron el Seminario Erudito, El Pensador y el Memorial Literario. La revista blanca publicación de sociología, ciencia y arte fundada en Madrid por Francisco Urales (1898-1906 y 1923-36). Dirigida por él mismo junto con su esposa, Soledad Gustavo, alcanzando un notable prestigio; su principal tema, escribir los principales teóricos del anarquismo. Otra revista fue Catalunya, revista española en lengua catalana fundada en

1896 que se dejó de publicar en abril de 1897. La dirigió Josep M. Rabassa. También se contó con la revista española La Ilustración publicada en 1849.

En el siglo. XIX, entre las principales revistas de España, fueron notables la Revista Española para la cual colabora Mariano José de Larra: El Seminario Pintoresco Español, La Ilustración Artística y la Ilustración Española y Americana. En 1891, se fundó Blanco y Negro, que tuvo gran difusión representando un avance importante en la prensa ilustrada española; dos años después aparece Nuevo Mundo y, posteriormente, Mundo Gráfico (1911) y la Esfera (1914); colaborando los principales escritores españoles. La revista Catalunya fundada en 1924 siendo una revista cultural española en lengua catalana dirigida de 1924-29 por A. Rovira i Virgili. De Sept. 1930 a Oct. de 1931 la dirige el historiador F. Soldevila. Reapareció en 1934 y perduró hasta 1950 (se editó en París, México e incluso en São Paulo). En Julio de 1923, J. Ortega y Gasset fundan la Revista de Occidente, editada en Madrid hasta Junio 1936. Representó un notable esfuerzo por dar un giro moderno y europeo a la cultura española. En Abril reapareció bajo la dirección de J. Ortega Spottorno. En concesión con la revista se fundó en Madrid la editorial del mismo nombre (Salvat Universal tomo 17, pág. 388). Una de las revistas más leída en los países de habla española es Mundo Hispánico. Otras del s. XX Cruz y Raya, Escorial, Destino, Nuestro cine, Primer acto, etc.

En Gran Bretaña figuran revistas de gran aliento que perduran aún algunas hasta nuestros días: *Quarterly Review* (1809), *Punch* (1841), *The Illustrated London News* (1842) por Herbert Ingram, *The Sphere*, y *Country life*. Para estas fechas Toulouse-Lautrec colaboró para *Graphic* proporcionando ésta una plataforma esencial a los artistas europeos. Otra revista importante en el medio de la danza es *The Dancing Times* fundada en 1910 por Philip L. S. Richardson.



1.-The Dancing Times 1920. 2.- Julio 1955. 3.- Marzo 1964. 4.- Marzo 1982.

En Estados Unidos, Otto Storch (director artístico y fotógrafo) alumno de Alexey Brodovich decía que "la idea, el texto, el arte y la tipografía debían ser inseparables en el diseño editorial" (Historia de D. G. Phillip B. Meggs, pág.447). En la década de 1850 aparecieron *Frank Leslie's Illustrated Newspaper* y *Harper's Weekly*, antecesoras de *Life*, *Paris Match* y *Picture Post*. Alexey Brodovitch (1898-1971) de origen ruso emigró a Estados Unidos en 1931 trabajando rápidamente como maestro de Técnicas Gráficas Modernas (en Filadelfia); llegó a director de arte de *Harper's* en 1934 permaneciendo 24 años. Realiza junto con Frank Zachary la revista experimental *Portafolio* entre 1949 y 1951 siendo el canto del cisne de Brodovitch en el diseño editorial. Asimismo junto con Mehemed Fehmy Agha (director de arte de *Vanity Fair*, *Vogue*.) sentaron las bases del diseño contemporáneo.

Las revistas americanas tienen una circulación de millones de ejemplares existiendo una gran variedad de estilos dentro las cuales algunas se dedican por completo a la danza clásica y más específicamente al ballet teniendo grandes directorios de academias e instituciones donde se puede estudiar esta disciplina un ejemplo de éstas es *Dance Magazine* publicación que da inicio hacia 1927.



Junio 1941 (izq.)

Octubre 1956 (der.)

Para los años cincuenta el diseño editorial experimenta una gran época. Pero en los años sesenta Estados Unidos sucumbe ante problemas económicos que repercuten a la escasez de papel; los costos del mismo se ven elevados, además de los métodos de impresión hacen que se reduzcan las revistas de gran formato y otras cesan su publicación tales como: *Life*, *Look* y el *Saturday Evening Post* (su lanzamiento fue en 1967). Momento de decadencia donde factores de la industria repercuten para finalizar con la era de las grandes páginas, fotografías profusas y del diseño denominado el contenido. La revista comienza a morir como forma de comunicación en los años 60's. Desaparecen publicaciones para auditorios masivos; los problemas económicos de la industria dieron pauta al desvanecimiento de

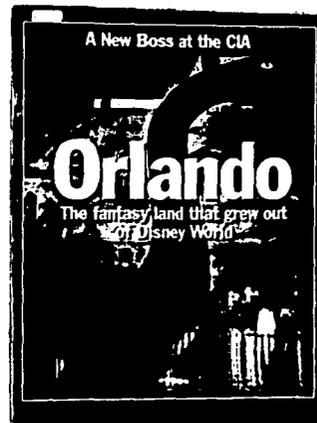
revistas de gran formato y ensayos visuales. Pero marca el principio de un nuevo tipo de publicaciones de nuevo formato y dirigidas a auditorios específicos, había que comprar el espacio para anunciarse. Epoca de cambio radical, tanto de contenido, de fondo como de diseño. Comenzaba una nueva era del diseño editorial. Es entonces cuando Herb Lubalin hace una contribución importante al diseño editorial re-diseñando *Saturday Evening Post* y trabaja con Ralph Ginzburg para la presentación de Eros llamada la revista del amor: nacida durante la liberación de las mujeres, la libertad sexual y la protesta antibélica (Historia del D.G., Philip B. Meggs, Trillas, pág.456-457).

Otro de los precursores de la evolución de la revista como forma gráfica de comunicación lo fue Peter Palazzo (director de arte). Surgiendo al paso del tiempo una excelente ola de directores de arte editorial. Prototipo de esta ola es Dugal Stermer, de California llegando a ser director de arte de la revista *Ramparts*. Sus ideas dejaron valiosas contribuciones al diseño gráfico.

Revista americana importante lo es *Life* que en su primer etapa es una revista de humor, pero en 1936 Henry Luce y su esposa Clara Booth la convierten en un fotoperiódico y el mérito de *Life* fue el haber utilizado "la imagen fotográfica como el texto esencial de la revista" (El diseño gráfico desde los orígenes hasta nuestros días. pág. 263-264). Otras exploran este género pero fue desapareciendo a medida que la televisión penetraba en los hogares.

Otro gran director artístico lo fue Salisbury quién rediseño el periódico Rolling Stone, que más tarde se convierte en revista (lanzamiento en 1967). Milton Glaser diseñador interesado especialmente por la revista como hecho cultural, funda en 1968 la revista *New York Magazine* con Clay Felker, en la que se mantiene como responsable del diseño hasta que es vendida la revista en 1977. Héroe del color, la línea y de la composición del mundo de los años setenta.

Time una de las revistas de mayor importancia aparece su primer número en 1923. (Mayo 22, 1991 No. 21)



En los años setenta aparecen el *Play boy* de Arthur Paul, el *Elle* de Peter Knapp, la espléndida *Twen* de Willy Fleckhaus, y la "eterna" *National Geographic Magazine*. Otras revistas principales *Reader's Digest*, *Newsweek*, *Coronet* y *Tribune*.

Newsweek
(Noviembre 25, 1985)



En Cuba se encuentra la revista Bimestre Cubana que esclarece y divulga los problemas de interés general americano y Amauta. En el Brazil se destacan las revistas *O Cruzeiro*, *Para todos*, *Revista de semana*, y revista de *Globo*. En la Argentina se editan *Caras y Carretas*, que nace en 1898 llegando a alcanzar gran difusión y merecido renombre; *Mundo Argentino*, *Atlántida*, *Para ti*, el *Hogar* y la revista *Sur* que difunde conocimientos de los valores intelectuales del continente americano. En Perú *Atenea*, en Chile y Venezuela *Revista Nacional de Cultura*, etc. (Salvat Universal Dicc. Enciclopédico. pág 387)

México país donde el primer creador verdaderamente moderno dispuesto a poner su talento al servicio del Diseño gráfico fue Gabriel Fernández Ledesma (1902), (El Diseño gráfico desde los orígenes hasta nuestros días. Satue, Enric. pág. 401); funda y edita la revista *Forma*, una publicación que apareció entre los años 1925 y 1929 patrocinada por la Universidad de México. El español Vicente Rojo es responsable de la mayor parte de catálogos, obras y revistas publicadas en México dedicadas al arte y a la literatura. Su trabajo para las dos editoriales más significativas de México, Fondo de Cultura Económica y la Universidad Nacional de México así como la dirección de la mítica imprenta Madero. Vicente Rojo (Nace en Barcelona, 1932) llega a México a los 18 años y entró a formar parte del grupo de Miguel Prieto. Otras revistas: *Plural*, *Contemporáneos* y *Cuadernos Americanos*.

La convulsión político-social que engendró la Revolución Francesa, las poderosas corrientes filosóficas, los nuevos modos literarios, todo ello ayudado por las facilidades de comunicación

y los adelantos de las artes gráficas, contribuyeron en el siglo XIX al desarrollo espectacular de la revista.

Asimismo la belleza en la presentación, la excelencia tipográfica y la profusión y calidad de las ilustraciones fueron perfeccionándose de acuerdo con el admirable progreso de las artes gráficas. A los lentos procedimientos de los grabados en cobre, en madera y en litografía, sucedieron el grabado, la fotolitografía y el rotograbado. Para el siglo XX, las revistas ilustradas se han multiplicado y constituyen importantes elementos de información y difusión cultural. Hoy en día existe una mayor y más profunda competencia técnica aunque no siempre esté acompañado por el talento. No obstante, el diseño de revistas, cualquiera que sea su evolución, debe estar al corriente de su propio pasado.

Actualmente las revistas de estos y otros países del mundo sufren constantes cambios, algunas para poder seguir estando en el mercado han tenido que hacer un re-diseño profundo, otras han tenido que desaparecer, pero cada día seguirán surgiendo una gran variedad de revistas que aún en el siglo XX siguen siendo un medio de comunicación tan importante como el día en que apareció la primera.

1.2 Los diferentes estilos de la revista

El estilo del latín *stilus*, y del griego *stýlos* puede entenderse como modo, manera, forma, uso, práctica, costumbre y moda; es decir, apropiación de una forma del arte al objeto.

Es un conjunto de rasgos, características formales o estructurales que distinguen o diferencian de una clase de revistas con respecto a otras. Existe el estilo en el arte y el estilo relativo; el primero domina la concepción del mundo y el segundo se modifica según el destino del objeto (en este caso nos referimos a la revista). Y el uso de este término (difundido sobre todo durante el s. XIX) no es anterior al s. XVIII; antes se expresó aquel concepto con otras palabras, como, p. ejemplo, orden (del término latino *ordo*, empleado por Vitruvio), y Vasari (s. XVI) denominó manera a la personalidad artística condicionada histórica o técnicamente (Salvat Universal Dicc. Enciclopédico tomo 9, pág. 221).

En un terreno teórico, puede afirmarse que todas las revistas han tenido en su evolución un estilo cambiante dado por la época, el momento actual en que se publica ésta; aunque la palabra estilo se utiliza sobre todo para designar momentos histórico- artísticos determinados, sin llevar implícito un juicio de valor.

El estilo presupone el uso de una determinada clase de revistas con respecto a un determinado repertorio de motivos y formas. El actual concepto sociológico del arte considera al estilo como la expresión uniforme de una época en que el desarrollo artístico muestra un carácter general dominante, aunque paralelamente coexisten movimientos y corrientes de tendencias opuestas. Así, al cambiar el contenido social surgen nuevos temas y formas de expresión que originan la aparición de publicaciones con nuevos estilos.

El diseñador gráfico y más específicamente en el área del diseño editorial, la gran variedad de formas de expresión y la voluntad individual de cada artista, diseñador gráfico, director de arte, etc. impiden la adscripción general a una estilística determinada. Como en el arte

de una época históricamente compleja no puede ser nunca homogénea: tendrá tantas tendencias estilísticas simultáneas como niveles culturales distintos haya en dicha época. Así también el diseño de revistas es un proceso de creación relativamente difuso al que no se pueden aplicar principios inmutables, debido a que no existe un problema común a todos los tipos de revistas, a continuación una lista de revistas de toda índole:

1 Información local y regional

2 Información general y gráfica

3 Cultura general

4 Bibliografía y Biblioteconomía

5 Coleccionismo

(Bibliofilia, Filatelia, etc.)

6 Filosofía

7 Cultura religiosa

(Biblia, Dogma, Teología, Acción católica, vida cristiana)

8 Música

9 Ciencias Sociales

(Sociología, Estadística, Política, Derecho, Economía, etc.)

10 Enseñanza y Pedagogía

11 Ciencias Puras

(Matemáticas, Astronomía, Física, Química, Biología, Botánica, etc.)

12 Ciencias Aplicadas

(Ingeniería, Arquitectura, Mecánica, Electrotecnia, etc.)

13 Medicina, Farmacia y Veterinaria

14 Agricultura y Ganadería

15 Historia y Arte

16 Modas y Sociedad

17 Cinematografía

18 Espectáculos y juegos

19 Deportes

20 Humor

21 Literatura

22 Literatura femenina e infantil

23 Danza

24 Otras

Lista de revistas según su contenido y actividad a la que se dedican:

Revista de Revistas, este estilo de publicaciones en España recorta lo más importante que han publicado las demás revistas, se vende solamente por suscripción.

Existe la revista de prensa: sección de una publicación donde se vuelve a publicar lo más importante de otras informaciones o artículos ya publicados por otros medios.

La revista crítica: artículo firmado por un periodista especializado, con un juicio de valor sobre una manifestación cultural o artística: libro, película, obra o teatro, exposición, música, etc. Difiere de la reseña en que ésta es solamente una información impersonal de un hecho cultural, sin emitir valoración subjetiva. Se cuenta también con la **televisión** que es un programa informativo periódico de T.V. que incluye reportajes, entrevistas, interpretaciones musicales etc.

En la radio podría llamarse "radiorevista" a un programa análogo, pero algunas personas prefieren decir "magazine", voz de origen francés. Las revistas líderes cultivan el diseño para mantener las cualidades que su público espera de ellas y, a veces, tiene prioridad el estilo sobre el contenido (Como diseñar retículas. G.G. pág. 82), actualmente se cuenta con audio libros y video libros.

Algunas revistas especializadas se han concedido a sí mismas definiciones más liberales, usando un tema fijo sobre grupos culturales específicos para explorar fuera de su área temática declarada. Esto dándose en aquellas revistas enraizadas en la cultura juvenil popular. También han adoptado presentaciones visuales que también son individualistas y provocativas lo que se tiene en común es un planteamiento imaginativo, tanto del concepto como del diseño. Algunas de ellas han confundido las expectativas y chocan con las normas del gusto del público, y son, por lo tanto, "difíciles" por definición, en lugar de "sencillas"; "retadoras", más que "francas" y, a veces, toscas y desordenadas. Todas ellas combinan cualidades dramáticas, purismo estético, coherencia estructura, claridad de forma y tipo y riqueza de textura.

1.3 Revistas de danza Nacionales e Internacionales

En el mundo internacional se publican una gran variedad de revistas dedicadas a la danza y particularmente al ballet (disciplina importante a nivel mundial desarrollada en países como: Rusia, Inglaterra, Francia, Italia y Estados Unidos). Cobran auge e importancia estas revistas hacia principios del siglo XX, asimismo dándose el inicio de un nuevo estilo es decir, la revista dedicada por completo a la Danza.

Existen algunas publicaciones que conjuntan su contenido a varias actividades artísticas o artes, como son: la música, ópera y otro tipo de danzas, como la moderna y la llamada danza étnica que incluye los bailes folklóricos, primitivos o actuales de todas las naciones.

Actualmente, es difícil pensar que exista algún país que no cuente o tenga, uno o varios ejemplares de revistas dedicadas a la danza donde sus páginas envuelvan al extenso mundo del ballet como tema principal; entrelazado con otras danzas o con otro tipo de ballets es decir, en algunos países estas publicaciones son propias de un determinado grupo de ballet y país, donde éstas narran su trascendencia en todos los aspectos que los involucra.

A nivel nacional se cuenta con pocas publicaciones que hablen del mundo de la danza o bailes, combinadas a la vez con artículos o temas de música, entrevistas, bibliografía de personajes del medio, etc. siendo el punto central de las publicación el ballet clásico y contemporáneo. Aunque se realizan revistas de algún grupo específico o compañía de baile o danza con artículos de sus coreografías, estrenos, repertorios del mismo, entrelazados con temas de danza tanto nacionales como internacionales.

A continuación se muestra una pequeña semblanza de revistas dedicadas a la danza tanto internacionales como nacionales:

- **DANCE MAGAZINE.** Publicación de 1942 a 1970 a cargo del editor Rudolf Orthwine, posteriormente de 1970 a 1985 lo es Jean Gordon y actualmente Roslyne Paige Stern. En 1987 celebraron sus 60 años (1927-1987) editándose un ejemplar de colección. New York, Estados Unidos, Mensual.



- **DANCE IN CANADA DANSE AU.** Publicación trimestral. Surgiendo probablemente a finales del año 1981. Para 1985 la edición a cargo de Sandra Evan-Jones. Director de arte Robert Donald. Publicada por la danza y Canada Asociación. Canada, Toronto.



- **DANCE THEATRE JOURNAL.** Editores Chris de Marigny y Alastair Macaulay. Editada por el centro Labal para el movimiento y la danza. Tiene su origen hacia el año 1985 en Londres, Inglaterra.



- **THE DANCING TIMES.** Fundada en 1910 por Philip J.S. Richardson, O.B.E. Director editorial Mary Clarke. Clerkenwell Graen, Londres Inglaterra. Realizada en volúmenes y su numeración es consecutiva.

- **LES SAISON DE LA DANSE.** Comienza su aparición con el número 1 en Febrero del año 1968. Revista mensual. Iniciándose con un formato más pequeño a diferencia del actual. Francia. Editor André - Philippe Hersin.

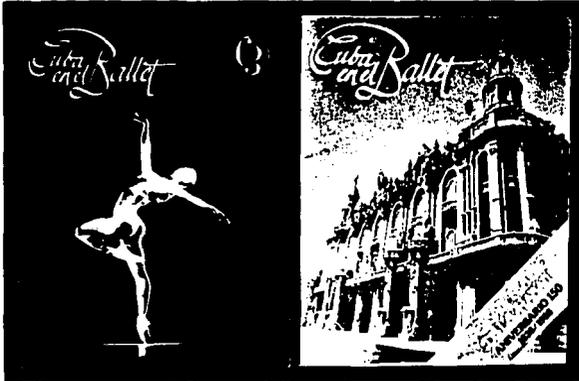


- **DANCE PAGES.** Revista trimestral. Relacionado con la danza y las artes. Editor Donna Gianell y Ken Romo. Derecho de propiedad 1983. Estados Unidos.

- **MONSALVAT.** Danza/música/ópera. Surge en el año de 1974, desde entonces es una publicación mensual. Director José Manuel Infiesta Monterde. España.



- ISRAEL DANCE. Editor Giora Manor y su socio Gila Toledano. Publicación tipo anuario. Escrita en Israelí e inglés. Presentación parecida a un libro. Israel.



- CUBA EN EL BALLE. Nace en el año 1971. Publicación cuatrimestral. Dirección Angela Grau Imperatori y Pedro Simón. La Habana, Cuba.

- DANZA EN LOS E U A. Editor Sthephan Espie, 1988.



- **ARGENTINA EN LA DANZA.** Revista bimestral. Comenzándose a publicar en el año 1978. Publicación del C.A.D. creada en Octubre por Juan Falzone. Argentina, Buenos Aires.
- **RIO BALLET.** Una revista de arte de Brasil para el mundo. Nace en los años 1953 y 1954. Directora Elsa Chaise. Periodicidad bimestral. Río de Janeiro, Brasil.

- **DANZARIA.** Fundada en 1986 por el fotógrafo Roberto Aguilar. México.
- **NUUESTRA DANZA** San Luis Potosí, México

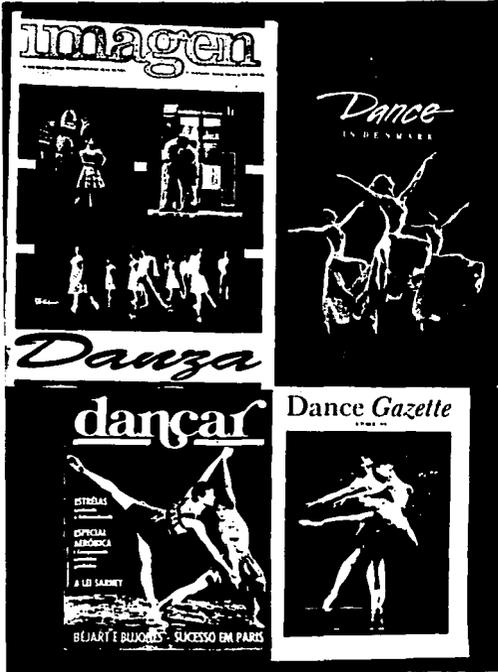


- **NOTICIAS DE LA A.B.C** Academia de Balé de Coyoacán, México, D.F. Sept. 1975
- **BALLETOMANIA** El mundo de la danza, No.1 Vol. 1, Sept.-Oct. 1981 México
- **DANZA Y TEATRO.** Revista bimestral, México.



- **IMAGEN** Artes Letras espectáculos CONAC. Consejo Nacional de la Cultura. Caracas, Venezuela, Febrero 1991.
- **DANCE IN DENMARK** Dinamarca, Nov. 1991.
- **DANCAR** São Paulo -SP- Brasil, Agosto/Sept. 1987.

- **DANCE GAZETTE** *The Journal of the Royal academy of dancing.* Oct. 1993 No. 214. Se publica tres veces al año. Londres.
- **BALLETT INTERNATIONAL.** Sep. Oct. No. 9, 1987. Inglaterra.



- **DANCE AUSTRALIA.** Publicación trimestral. Editor Dally Messenger. Australia. Diciembre, Enero y Febrero 1985.
- **BALLET NEWS.** Septiembre 1985, Vol.7 No. 3, New York.



- **MUDANZA** Revista de investigación, creación difusión del arte en general y de la danza en particular. 1ra. quincena de Octubre de 1993, San Luis Potosí, México.
- **DANZA**. Marzo-Abril 1994, año 1, Núm. 1, México.
- **PASS DE JAZZ**. Danza, ballet, Jazz y mucho más; publicación mensual. Año 1, No. 0. México, D.F.



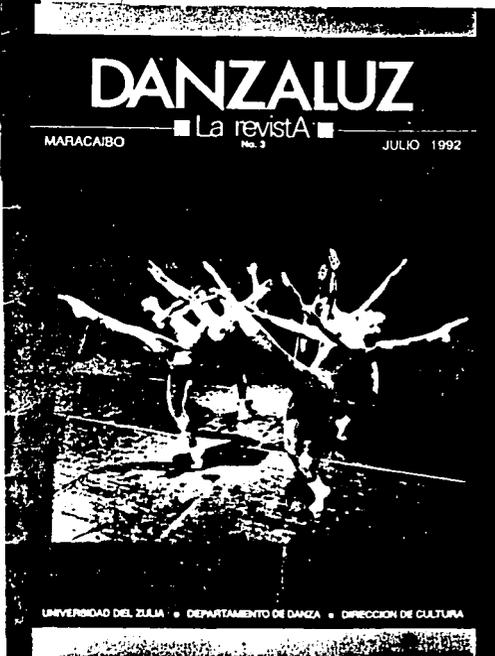
● REVISTA M Venezuela, trimestral, Marzo 1990 No. 93

● DANZALUZ . Maracaibo, Venezuela. No. 3, Julio 1992.



● LA DANZA. No. 2 Mayo 1991.

Caracas.



- **DANCE CONNECTION.** Es publicada 5 veces al año por Clean Running water presentations society. Canada. Fundada en 1983.
- **DANCE CULTURE.** New York U.S. A. Es una publicación nacional. Año de inicio 1933.
- **LA DANSE.** París, No. 11, Junio 1995.



The Dancing Times,
Agosto 1923 (izq.)
La Danse,
Junio 1955 (der.)

- **BALLET REVIEW.** El primer número en 1947 se realizó en Edinburg, Gran Bretaña. Actualmente se realiza en New York, New York. 21.4 Invierno, 1993.



1947, No. 1 Enero-Febrero,

INGLATERRA.



● DANCE AND DANCERS. Londres. Octubre, 1951.



Dance magazine,
 Octubre 1951.(izq.)
 Dance and Dancers,
 Diciembre 1960
 (der.)

● DANCE THEACHER NOW. Los Angeles California, Estados Unidos.



- **EL PREGONERO.** Revista dedicada al flamenco. Córdoba, España. Mayo, 1989. No.78
- **LA CAÑA.** Música y flamenco.
Edita: Asociación Cultural España abierta. Madrid.
- **SEVILLA FLAMENCA.** Directores: Emilio Jiménez Díaz y Manuel Herrera Rodas. España.



- **DANTZARIAK.** Bilbao, España.
Septiembre, 1979. No. 11.



- DANZA & DANZA. Italia.
- BALLET TODAY. Londres, Inglaterra.

1.-Abril 1955.

2.- Julio 1960

3.- Sep. Oct. 1967

4.- Enero-Febrero 1968

DANZA & DANZA

UNA SINTESI E PREVALENZA DI COMPAGNIE FRANCESI NEI FESTIVAL ITALIANI

Coppelia in minigonna

Valiamo
la metà



A MILANO E A ROMA L'ICONOCLASTA DELLA DANZA INGIÈSE

Michael Clark principino ribelle



Fuente de información biblioteca CENIDI Danza "José Limón" I N B A y el Centro Nacional de las Artes, México.

.....

1.4 **R**evistas de baile flamenco en México

La escasa publicidad y la información que se tiene del baile flamenco, son los principales problemas a los que se enfrenta el estudiante, aficionado y en cierta manera el profesional para su conocimiento del mismo.

La información con respecto a éste es difícil de conseguir y la situación que se presenta este en nuestro país se debe a que existe una gran desunión entre las personas que se dedican a practicar y a enseñar el baile flamenco, cante y guitarra flamenca en el país, lo cual provoca falta de apoyo de las autoridades e instituciones como el INBA y la SEP; que prefieren apoyar a otras actividades tales como la danza contemporánea y al ballet.

Entre la gente profesional dedicada al baile flamenco se afirma que no se les considera como a un grupo organizado; debido esto a la existencia de rivalidades entre los mismos. La solución a esto es buscar la unión de estos grupos, ya que consolidados existiría mayor fuerza y derecho al reconocimiento y apoyo por parte de las autoridades e incluso se lograría el enriquecimiento de los conocimientos e información acerca de esta actividad pues se transmitirían de grupo a grupo, dado que la información a este respecto como ya dijimos es difícil de obtenerla y conocerla. Además, el hecho de que sean mexicanos debiera ser motivo suficiente para brindarles el apoyo que requieren ya que *el conocimiento de otro pueblo no empobrece nuestra cultura y sí, fomenta e incrementa el saber de cada individuo. Asimismo nos amplía la mentalidad para tener más capacidad de dar y recibir.*

Dicho lo anterior es motivo principal por el cual no se cuente ni se realice ninguna publicación especializada al baile flamenco y todo su entorno en nuestro país. Sin embargo, pese a todo esto, existe gente que ha tratado y ha realizado investigaciones, reportajes, entrevistas, fotografías y apuntes con respecto al tema. Aunque la mayoría de estos

apuntes y demás son internos pertenecen y se realizan sólo para una institución particular dedicada a la enseñanza de este baile. Esto se da en un instituto de nuestro país que cuenta con una pequeña biblioteca y fonoteca que exclusivamente es para uso del alumnado, pero ajena a otro tipo de gente. El intento de realizar una publicación para el flamenco comienza entre los años 1988 y 89 la cual no obtuvo ni llegó a alcanzar el suficiente apoyo, principalmente en lo financiero para lograr la presentación de una revista. Salía bimestralmente como una especie de folleto o volante aunque su interés y objetivo era el de ser una revista, sin embargo desapareció. Esta revista se llamaba Ave Fénix, (volar con la lucha a través de lo que aparentemente es imposible). Existe también el caso de una periodista mexicana que realizó una investigación sobre los gitanos publicado en una revista mexicana ajena al flamenco por completo en el año de 1990.

El no tener un medio de información dedicado para el flamenco es un punto punto elemental de pláticas entre los alumnos (as), maestros y profesionales dedicados a su estudio. Pues el tiempo reducido con el que cuenta la gente en este mundo tan cotidiano hacen e influyen que el interés por la lectura de un libro sea poco más aún si este libro es prestado en la biblioteca por un pequeño tiempo la cual abre determinado día y en cierto horario establecido, pues no se permite el préstamo a domicilio.

Por todo esto la publicación de revistas de baile flamenco en México no existe, es nula, no se cuenta con ningún ejemplar dedicado al arte flamenco. Hoy por hoy el interés y deseos por publicar artículos dedicados al flamenco persisten aunque se realizan a muy largo plazo.

CAPITULO SEGUNDO

..... Baile flamenco.



INTRODUCCION

Introducimos a los primeros vestigios de la cultura gitana, de su largo peregrinaje a lo largo de los últimos 10 siglos, de su dolor y alegría de esta gente extraña que ha apasionado a muchos investigadores. Sobre los estudios que han relevado el lugar de procedencia y de la gran variedad de nombres que han recibido en las diferentes partes del mundo y de la discriminación y pobreza que sufren día a día por parte de los no gitanos (gorgios, payos). Se citan explicaciones sobre la aparición del término flamenco y de sus varias teorías que tratan de descifrar su significado; su combinación al llamarlo BAILE FLAMENCO, que como parte de su definición se dirá que es un original modo de expresión y que existe una gran variedad de estilos que son acompañados por música, palmas y una voz casi pagana en una forma, tremendamente emocional que vinculados entre sí forman un conjunto de sentimientos y elementos sobre naturales que expresan las ganas de vivir.

2.1 Los gitanos

El origen de este pueblo ha apasionado a muchos investigadores a descubrir como fue, ya que no existe ningún documento escrito sobre ellos. Raza errante gente que constituye uno de los grupos más difundidos y menos conocidos del mundo. Y que hace alrededor de un milenio salieron de su lugar de origen.

Es con ayuda de la etnología, la antropometría, la historia y especialmente la lingüística que se ha podido descubrir su origen. A mediados del s. XIX se tenía la opinión de que la tierra de origen era Egipto debido a que ellos sostenían ser descendientes de los antiguos egipcios. Sin dejar de pasar por alto la cantidad de denominaciones que cada lugar o país les ha asignado: llamados athinganis en Grecia; paganos en países bajos, gitanos en España que se deriva de "egiptanos" o "egyptian", Bohemios en Francia también *Tiganes* o *cíngaros* y tartaros en Alemania. Los moros del norte de Africa (árabes) les llamaban Charamis (caramis) o ladrones debido a la mala fama que tenían en todo el mundo y los húngaros los llamaban "Faraonemzetség", que significa "pueblo o raza del faraón". *Gypsies* en Inglaterra y en los Balcanes y la Europa occidental los nombres se estabilizaron en palabras de sonido similar al de *athingani*: *atzign*, *cigani*, *zingani*, *tsygani*, *zigeuner*, *zingari* o *zincali*. Sin embargo el apelativo que más generalmente se aplican ellos mismos es el de *rom* o *romaní*, en su lengua éste significa originalmente "hombre de nuestra propia raza", convertido por los ingleses en *romany*.

Es por medio del lenguaje que se descubre el origen de los gitanos ya que desde el s. XVIII; su gramática y el vocabulario de los dialectos gitanos retrotraen su origen a una lengua aria primitiva probablemente el indostani o práctico con muchos elementos sánscritos, otros estudios hechos cuidadosamente revelaron que tenían una gran semejanza con algunos

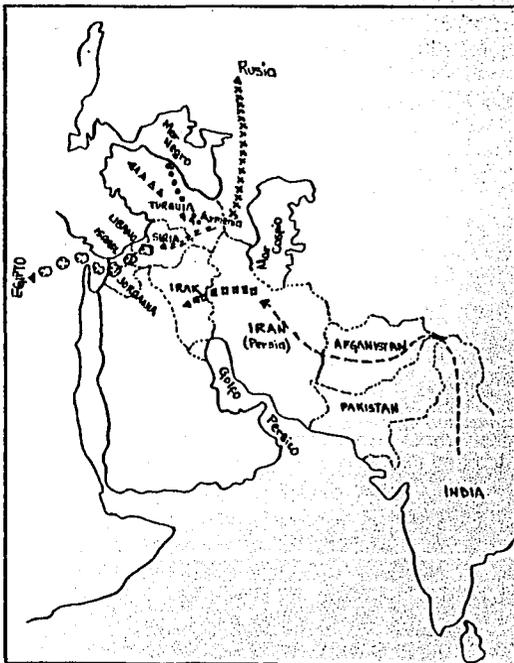
dialectos Indus; prueba que determina que la India debió ser el país de origen de los gitanos, naciendo de la casta sudra religiosa que comprende a los obreros y labradores.

**A continuación términos gitanos que demuestran
claramente su derivación de los Indos:**

GITANO	INDO
devu	devu (día)
ratti	rat (noche)
mutke	muke (pez)
kan	kan (oreja)
balo	palo (cerdo)
rup	ruppa (plata)
kalo	kala (negro)

Se les localiza al noroeste de la India por la similitud que presentan los grupos de gitanos estudiados en Europa con un grupo nómada conocidos como los Gaduliya Lohars de esa región. **Primeras Migraciones:**

- 1.- Afganistán y Persia ----->
- 2.- Armenia, el Cáucaso y
más adelante Rusia
(grupo norte) xxx>
- 3.- Irak (el curso de Eufrates
y Tigris) Grupo sur □□□>
- 4.- Hacia el Mar Negro ●●●●>
- 5.- Hacia Siria zzzz>
- 6.-Turquía Asiática ▲▲▲>
- 7.- Palestina (Israel, Jordana,
Libano, Siria) y Egipto ○○○○>

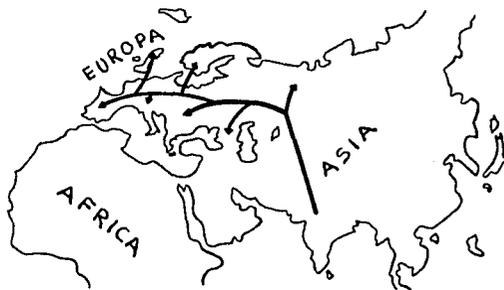


Lohars quiere decir herrero y gaduliya el nombre de la carreta de bueyes del grupo, traduciéndose el término como herrero nómada. Es desconocida la época cuando los gitanos abandonaron su tierra de origen para empezar su largo peregrinaje, dispersándose por todo el mundo.

Pudiéndoles describir como bandas andrajosas y vagabundas. Físicamente son de baja estatura cuyo color va desde el moreno claro hasta el ateizado oscuro, rasgos faciales de tipo caucasoide parecido a los de las castas inferiores del norte de la India. Llamando la atención siempre por su indumentaria extravagante de colores chillantes y mal combinados. Aunque las facciones varían de acuerdo a la zona a la que pertenecen pues los gitanos alemanes son rubios y de ojo claro.

Las crónicas bizantinas antiguas señalan que ya en el s. IX numerosos grupos de gitanos se encontraban en Sicilia (región del Tauro Asia Menor). Otros se marcharon hacia el Africa septentrional y algunos a los países bajos hasta Francia, Italia y España lugar donde en su mayoría se acogen las tierras andaluzas para su radicación geográfica. Hungría y Bohemia también fueron lugares preferidos (por eso se les llamó también "bohemos"). El más antiguo documento europeo que describe a un pueblo que parece ser gitano son los escritos de un monje del monte Athos, Grecia en 1100. En el s. XIV viajeros occidentales descubren a los gitanos negros como los etíopes siendo principalmente herreros y viviendo en cabañas. Los lugares que solían ocupar eran llamados "el Egipto menor" y los jefes se adjudicaban títulos de duques o conde de Egipto Menor; de ahí que en Europa se les designe el nombre de egipcianos derivándose el nombre de los vocablos griegos *atkinganos* o *átkinganos* término que se otorga a grupos de músicos y adivinos que se encontraban por esa época en Grecia. Sin embargo este pueblo ha rechazado cualquier término impuesto afuera.

Las primeras infiltraciones de los gitanos hacia Europa no tuvo ningún conflicto u oposición por parte de aquellos pobladores de la región, siendo esto en el s. XIV y comienzos del XV. Al principio eran considerados pobres peregrinos egipcios y como tales eran recibidos con



La flecha negra señala la tierra de origen de los gitanos y las rutas por ellos seguidas en sus migraciones hacia Europa y Asia.

respeto en las poblaciones. Al principio todos los medios para ganarse la vida estaban a su alcance incluso fueron acogidos como artesanos indispensables para la época.

Al presentarse la Revolución Industrial fueron apartados hacia zonas marginadas de la sociedad convirtiéndose algunos en proletarios y otros se quedaron sin trabajo obligados a emigar acrecentando su pobreza; pronto mostraron ser vagabundos, inclinados al hurto y al engaño, otros a algún tráfico desleal u otros de astucia y pillaje, y las mujeres dándose las de quirománticas iban ofreciendo la buenaventura a los incautos. A pesar de esto los oficios que ejercen en la actualidad son de tipo tradicional: estañadores, cesteros, chamilleros, joyeros, trabajo temporal de recolección, músicos, feriantes, la vendimia, adivinos, vendedores ambulantes, comerciantes y muy pocos asalariados.

Comienza una verdadera persecución de gitanos en toda Europa hacia finales del siglo XV. En el s. XVIII todos los países de Europa habían acogido a gitanos aunque no de muy buen agrado; así, por ejemplo España envía algunos de ellos a América, al igual que Portugal deporta numerosos gitanos hacia África y otros al Brasil. Se enviaron también a trabajar a Escocia en las plantaciones de Jamaica y Barbados y a las Islas Virginia.

Las relaciones entre gitanos y no gitanos (sinónimos payos o gorgios y gayones) devienen en forma desagradable, pues se hacían pasar por penitentes, por peregrinos que deseaban llegar a tierra Santa para ver al papa, y darse títulos de nobleza, así como la presentación de bula y pasaportes autorizados por reyes; todo esto venía siendo su disfraz para permanecer en los caminos y cruzar con cierta cautela ciudades y aldeas. Despiertan una gran curiosidad pero a la vez también desconfianza, temor y rechazo pues el poder político no aceptaba que unos nómadas escaparan de su control, y que en la época cristiana no se tolerara sus hechicerías o sus magias.

Hombres y mujeres son muertos a disparos, el pretexto, las cosas más ambiguas podían ser válidas para su exterminio. Los reyes católicos de España en 1499 publicaron un edicto en el que se intimaba a los gitanos a abandonar su vagabundeo o irse del país. La expulsión de España fue decretada este mismo año.

En 1504 Francisco I, rey de Francia dio órdenes de "exterminarlos a hierro y fuego". Fueron diferentes leyes que se proclamaron en contra de los gitanos algunas a ser condenados a la esclavitud, azotes, a morir en las galeras, a vivir en ciudades marginadas, a habitar con vecinos no gitanos, a ser expulsados de América, otros a no viajar a América; se separa a las gitanas de sus hombres para desaparecer esa infame raza, arrebatándoles a sus hijos para aislarlos en hospicios.

En los países bajos eran considerados como parásitos de la sociedad y al matar o herir a uno de ellos era una falta perdonable. Grupos enteros eran ahorcados o apaleados (Suiza). En España la inquisición los quemaban vivos en la hoguera, la ley podía matarlos si los encontraban fuera de sus barrios. El 15 de Marzo de 1663 se dio a conocer un edicto por el que se prohibía a los gitanos la entrada en el ducado, bajo pena de 7 años de cárcel a los hombres y las mujeres a ser públicamente azotadas y sufrir la mutilación de una oreja. Por el año 1710, en Praga se ordena ahorcar a los adultos sin juicio, y a las mujeres y a los jóvenes a ser mutilados además de que se les expulsaba y si reincidían se les mataba. Sin embargo las políticas del Estado tratan de ver la manera de deshacerse de los gitanos sin ningún tipo de violencia para ocultar sus actitudes discriminatorias ante el mundo, pues cualquier clase de crimen era atribuido a ellos.

Poco a poco los pobladores que mostraban curiosidad por ellos ahora se mostraban angustiados por su presencia. Por otro lado los gitanos aprovechan el miedo que provocan para seguir siendo nómadas. La expulsión continua de todos lados, ocasiona un problema para cada estado, entonces se insiste como opción en sedentarizarlos para integrarlos a la sociedad y tener mejor control sobre ellos.

Alemania es el país de mayor violencia hacia los gitanos a partir del exterminio planificado de los nazis. Esto se remonta desde 1898 en el que se crea una sección encargada de juzgar las infracciones cometidas por los gitanos, se prohíbe desplazarse dentro del país sin previa autorización policial; los jóvenes de 16 años que aún no podían justificar un empleo eran sometidos a 2 años de trabajo en un establecimiento de reeducación. Al ascenso de Hitler en 1933 las órdenes se vuelven más violentas y severas. Los cingaros que no pudieran comprobar su nacionalidad alemana eran expulsados y en caso contrario eran deportados por "asociales" y si fuera poco concluyendo que la sangre era peligrosa para la pureza de la raza alemana. Es cuando se crean campos de concentración donde se llevaban a las mujeres para esterilizarlas, algunas morían por hallarse embarazadas, las niñas tampoco resistieron. Otros 5000 fueron deportados a Polonia donde ninguno sobrevivió. Más adelante otros millares de gitanos fueron deportados a Bélgica, Holanda y Francia al "campo de la muerte" Auschwitz. En Yugoslavia se ejecutaban por igual a gitanos y judíos.

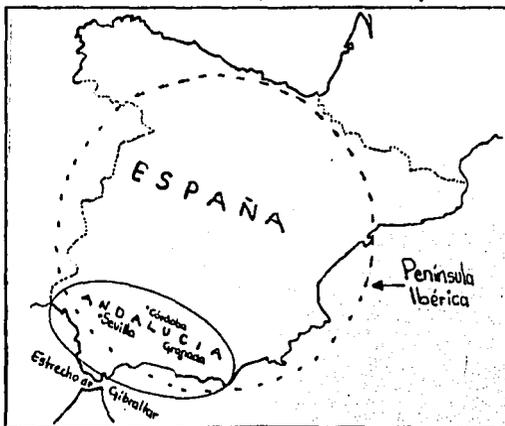
Es anulada su calidad cultural, considerado sólo una persona nómada e inadaptado obligados a vivir en una situación de inestabilidad y de desequilibrio. Y sólo se acepta la imagen mítica del gitano del artista que lleva una vida libre de trabas, símbolo de la libertad, ubicado en un aspecto folklórico: su música, sus bailes, el circo, el teatro, etc. Sin embargo el

rechazo está presente cada día, hoy por hoy se presentan dificultades negándoseles el acceso a lugares públicos, existen numerosos carteles (ilegales, por cierto) que prohíben el estacionamiento a los nómadas; aún en grupos que han aceptado sedentarizarse (o verse obligados a ello) los comerciantes se niegan a venderles, no aceptan los niños gitanos en las escuelas y los presionan a que vendan sus propiedades o destruyen sus viviendas, con todo esto se disuelve el núcleo familiar y aparecen el alcoholismo, la institucionalización psiquiátrica, el acomodo por salubridad de los niños a causa de las malas condiciones de la vida. Si se estacionan en un lugar más de 3 meses deberán poseer documentos que lo acreditan como nómada, además de un carnet que le autorice permanecer en el terreno.

En los años setentas se crean terrenos para estacionamientos exclusivos de los nómadas. Pese a todo esto es sorprendente reconocer que el gitano nunca ha perdido la fe en su propia valía. Para 1984, la actuación del gitano se encuentra restringida; en España la persecución continúa en Alemania se impide recibir la indemnización que la ley establece en favor de las víctimas del racismo.

En países nórdicos se ha llevado un gran esfuerzo en materia de alfabetización. En Francia se impone al niño a asistir regularmente a la escuela. Las familias que se alojan en una vivienda móvil, la caravana en ocasiones tienen que dejar de viajar pues la caravana se encuentra inutilizable o ha sufrido un accidente y al no poder conseguir un préstamo tienen que renunciar a la vida errante y enfrentarse como pueda a los problemas de la subsistencia cotidiana en una situación forzosamente sedentaria. No obstante, ante todos los problemas en el gitano renace una conciencia que lo ha llevado a organizarse en asociaciones de tipo sociocultural y sociopolítico, por primera vez en su historia para enfrentarse con sus contrincantes.

Las más largas secciones de gitanos en España son la Triana en Sevilla y el Albaicín en Granada.



En Albaicín los gitanos hacen sus casa en cuevas son de tamaño grande y blanqueadas ambos lados, dentro y fuera. Estas cuevas tienen al frente construidas puertas en semejanza a manera que cada una parece una casa de adobe con el frente de geranios y conteniendo por lo menos dos cuartos, con un altar para la virgen y paredes en líneas con ollas de cobre y cazuelas. En Granada los gitanos son llamados gitanos, en Sevilla, flamencos: los términos son intercambiables.

El gitano lo que quiere simplemente es vivir de acuerdo a su estilo de vida y que algún día sea respetado. Una de las asociaciones más antiguas es el comité Internacional Rom: desean crear ámbitos culturales de expresión, impugnan el rechazo de que son víctimas y apelan contra él a la legalidad y a la justicia. Además existe otra manera efectiva para su aceptación y rectificar la imagen que los demás tienen de ellos, utilizando los mismos medios que sirvieran para denigrarlos. Además por todo esto y más los gitanos han sido personajes interesantes para escritores tan famosos dentro de la literatura universal tales como: Cervantes, Shakespeare, George Borrow y Ben Johnson, entre otros.

En la actualidad se cuenta ya con gitanos profesionistas. Otros ya se encuentran establecidos tanto en viviendas como en trabajo en la mayoría de los países. Sin embargo, todavía se encuentra el gitano errante que no se sabe si su capacidad de resistencia llegue al grado de soportar el sedentarismo que les impone la vida moderna; esperando que ésta no sea, a la larga, el responsable de la desaparición del pueblo calé (gitano) ya que con él se perdería la magia y encanto de sus bailes, la belleza de sus mujeres, el aura romántica que tiene sus nómadas existencias.

2.2 La palabra flamenco (origen lingüístico)

Cyril Rice escribe la primera nota del término flamenco hacia 1871, cuya historia ha sido proporcionada por filólogos españoles, pero inconclusa la investigación. Aunque el término es incierto, la palabra deriva del árabe "Felah Mengu" y significa "labrador en vuelo", pues muchos españoles pensaron que los gitanos fueron descendientes de los moros, expulsados. Un diccionario español, sin embargo dirá que el flamenco significa "Flemish". Al mismo tiempo que esos gitanos estaban desarrollando la música flamenca, muchos flemings (flamencos) llegaron a España después de Carlos V, entonces esta palabra "fleming" se convierte en sinónimo de la palabra "extranjero" y esto comienza hacer aplicado a los gitanos.

Generalmente más aceptado entre bailarines españoles quienes retomaron de los países bajos, tomaron y cantaron tanto en las cavernas, que ese ruidoso comportamiento público comienza hacer llamado "Flamenco" (*flemish*), y tan pronto el término fue aplicado a lo ruidoso, gitanos cantando.

"El flamenco, en el fondo, no es sino un grito sin rebeldía, una resignada protesta, algo así como la liberación de una queja sin destinatario"(Grande, Félix. "Memoria del flamenco". pág. 55).

Existen curiosas teorías sobre el origen de la palabra flamenco:

- Teoría de la fanfarronería.

Aunque a primera vista parezca una hipótesis descabellada, hay muchos estudiosos que le dan bastante crédito. Esta teoría recupera la palabra flamenco del argot del siglo XVIII y da el significado de fanfarronería. Domingo Manfredi Cano, en su libro Geografía del Cante

Jondó dice: "para mí, ser andaluz es una manera de ser, y el flamenco una manera de estar". O sea que el término residiría en la gesticulación y los movimientos de perdonavidas que adoptan los bailaores en plena faena.

- Teoría sobre el origen etimológico del término.

Muchos eruditos están convencidos de que la palabra "flamenco" es de origen árabe, si bien no se ponen de acuerdo sobre el vocablo que la origina. Puede ser FELAMENGU, (trotamundos), FALI-KUN (campero), o FLAHENCON (cancionero).

- Teoría sobre el origen de los gitanos.

Se la debemos al inglés Borrow, visitante y estudioso de la Andalucía del s. XIX, que en su obra "Los Zíngalos" aseguraba que el pueblo castellano llamaba flamencos a los gitanos porque creían que provenían de Alemania o los países bajos (Flandes). Esta es una opinión muy arbitraria, porque los gitanos instalados en España, jamás habían pasado por aquellos países.

El flamenco incluye suavidad, profundidad, misticismo y fuerza como la expresión de los más profundos sentimientos del hombre, tanto tristeza como alegría, una pena más allá de la pena proveniente del corazón en su sentimentalismo. Manifestación artística por medio de la cual puedo expresar todas mis vivencias todos mis aspectos emocionales, místicos, eróticos, problemas sociales y protestas por medio de este lenguaje en movimiento. El flamenco me permite libertad.

Por otro lado, se encuentra la palabra JALEO término flamenco que se encuentra implícitamente relacionado por un lado con la vida de los flamencos y por el otro con el presente proyecto. Es una palabra usada entre ellos, que significa la alegría que tiene el andaluz, es fiesta, euforia un sentimiento festivo en la palabra JALEO, es prender, encender, darle luz; del verbo Jalear. Los



jaleos son palabras o conjunto de estas que algunas llegan hacer tipo oración que se dicen siempre en los bailes, estas pueden entrar (decirse) al principio, en un corte, llamada, exactamente en un paso, etc. es decir, que hay jaleos al compás y jaleos sin compás.

Veamos algunos ejemplos de las dos formas:

JALEOS AL COMPAS

éje
 árza
 vénga
 vamos
 toma
 mira
 óle
 éle
 quiero
 tzá-tzá
 con jamón

JALEOS SIN COMPAS

vamoh allá
 que guapa ere
 vamoh allá esa guitarra güena
 que agustito estamo
 viva la mare que nos parele
 que bonito es lo bonito
 óle eso pinrrete güeno (que está bien de pies)
 vamo allá chiquilla esa mano como paloma
 sabor



2.3 Baile flamenco

Parte salvaje, parte civilizado, esto es el baile flamenco. La danza en España fue un entretenimiento para la aristocracia y fue más tarde dignificada. Alrededor del siglo X y 500 años más tarde, bailes como la zarabande (más tarde Sarabanda), el fandango y el bolero considerados indecentes e inmorales fueron prohibidos por sacerdotes. Todo el baile español, el flamenco o el gitano, es de los más raros, no es casi visto en público. Es como los más raros vinos: abrumador, excitante y despierta simpatía cuando uno se confronta con él.

Hay bailes del pueblo en la España de hoy que se dice son derivados de los fenicios. Estos bailes, principalmente canto-bailes son estructurados por diferentes escritores de una variedad de naciones. El baile flamenco apareció en el primer café cantante en Sevilla, España hacia 1842. Los bailarines profesionales habían dependido principalmente de bailes como fandangos, boleros, seguidilla, tango y otras formas clásicas. El baile flamenco disfruta de una popularidad no igualada por cualquier otro baile en el mundo. Por siglos ha fascinado a gente de cualquier lugar, incluyendo ambos: conocedores y aficionados. Hoy desde N. York a París de Madrid a Singapur y de México a Israel, el baile español es favorito en el teatro, en clubes nocturnos y en cualquier lugar público donde los ejecutan. Después de que el baile flamenco hizo su aparición en los cafés españoles, los bailarines comenzaron a introducir, el taconeo y otras características de bailes gitanos en sus rutinas. Esta clase de baile ha comenzado a ser llamado agitanado (significado gypsy-ized), hoy hay algunos cuantos bailes populares que no han sido influenciados por este efecto.

El flamenco es un arte del folklore verdadero, inspiración del arte que funde música, trabajo de pies y un uso de la voz casi pagana en una forma tremendamente emocional.

El baile flamenco es una forma de "liberación". Es una de las danzas más difíciles del mundo: *primero*, porque para sentir algo tienes que saber cómo, por qué y de dónde cosa que pocos saben; *segundo*: para vibrar con la debida expresión se tiene que tener una continuidad bastante fuerte, ser estricto consigo mismo y no parar de estudiar; esto es difícil en nuestro tiempo en nuestro México es casi imposible, pues como dice Milagros Mengibar, una buena bailaora ha de poseer estampa, arte, tesón, gran interés por el estudio y un enorme espíritu de sacrificio. El baile flamenco viene por el andaluz a México debido a que Hernán Cortés y Cristóbal Colón trajeron Andaluces presidiarios y de ahí el gusto en la canción, en la juerga, el vino y la mujer que tiene el mexicano tan arraigado.

Podríamos decir con firmeza que es un baile universal por ejemplo en Japón es una de las artes que más gustan; en Israel el flamenco atrae cada vez más devotos y se multiplican las escuelas de danza. En Suiza se cuenta con grades bailaoras. Y así por todo el mundo existe alguien que gusta del baile flamenco.

Algunos cantes y bailes flamencos más populares.

alborea: cante típico en las bodas gitanas. Está basado en la soleá.

alegrías: uno de los bailes más antiguos del "flamenco". Le caracteriza el movimiento vivo y significa el regocijo de las fiestas populares. Es originario de Cádiz y como su nombre lo indica es de carácter alegre, fino y elegante. Las alegrías son ricas en paseos, marcajes y adornos.

bulerías: Es un baile festero. Las hay de diversos estilos dependiendo de la localidad. Así tenemos bulerías de Jerez, Cádiz, Alcalá, Triana y los Puertos. Son de carácter inquietante, sensual y alegre; surgidos del cante de la soleá. La picardía es una de sus características; su estética es la estética del aparente desorden, burla, no tiene prejuicios de estilo ni mucho menos de técnica.



carcelera (de carcel): variedad de la toná; se diferencia por la métrica. Es una especie de saeta con temas sobre el sufrimiento de los presos. Hablan de tormentos, injusticias sociales, trabajos forzados y tormentos religiosos.

caracoles: pertenece este cante a las cantañas de Cádiz. Su creación se le atribuye al Tío José el Granaino, de San Lúcar, según apuntan Molina y Mairena (Mundo y Forma del cante Flamenco, pág 277) . De carácter alegre y elegante se puede bailar con mantón o abanico también c/s castañuelas.

corridas: (o playeras) variedad de la toná. Es un romance cantado.

fandango: tiene muchas variantes, y completa el nombre por el lugar donde se practica, o por los temas que aborda. Se acompaña de castañuelas. Danza andaluza conocida ya en el s. XVII de compás ternario.

farruca: baile que imita los pases del toreo. De origen extra andaluz, según parece de Galicia. Al paso del tiempo muchos bailaores han tomado por costumbre bailarla sin cante substituyendo a éste con las falsetas de la guitarra.

garrotín: Origen extra andaluz, procedente del folklore asturiano. Su carácter es ligejo y su ritmo cadencioso. Suele bailarse con sombrero cordobés y en ocasiones con bata de cola.

malagueña: baile típico de Málaga, nacido del fandango. Tiene dos modalidades: la rasqueada y la punteada. De ella se derivan: la rondeña, la granadina y la murciana.

martinete: derivado de la toná. Es una de las formas más puras y antiguas del cante jondo. Es propio de los gitanos y evoca su trabajo en las fraguas. Sus variantes son el redoblaio y el natural.

peteneras: parece que deriva de la soleá. Fue introducido en la música culta en el siglo XVIII. Tiene dos variantes: la larga y la corta, según la extensión de sus coplas.

el polo y la caña: Son de los cantes más antiguos que se conocen. Tienen una similitud con respecto a los "ayes". Pudiéndose hacer libres de compás o sujetos a las exigencias del ritmo base. Su origen de los "polos" se remonta hacia el s. XVIII. La caña se cree que procede de la antigua "gaunnia" o cante árabe.

nanas: canciones de labor de trabajo.

saetas: de sentir religioso.

sevillanas: cante y baile que se acompaña con palmas, guitarra y castañuelas. El canto se compone de siete estrofas. Estan basadas en la seguirilla tradicional castellana.

siguriya o seguidilla gitana: arranca con violencia para luego ir decreciendo, dentro de un aire trágico y solemne. Danza predilecta de andaluces desde el siglo XVI.

soleá: cantos y bailes que evocan la soledad, los sufrimientos del amor y las angustias de la muerte.

tanguillo: cante y baile que se caracteriza por su mucho gracejo referido a escenas marineras principalmente. Se acompaña con guitarras y taconeo. Es una variante muy popular del tango flamenco. Se citan sus raíces en Cádiz.



Tango: con aire de fiesta, su cante es gracioso y su baile se acompaña con el taconeo del bailaror. Es muy diferente del tango argentino.

tientos: cantes y bailes basados en el tango, pero con un compás más lento. Sus pasos y su cante tienen un matiz de amargura.

toná: junto con la siguiñiya y la soleá, es uno de los tres jondos fundamentales. Es el más primitivo, y se caracteriza por la voz seca que lamenta un "quejío". No lleva acompañamiento. Tiene diversas variantes, entre ellas la toná litúrgica, de influencia gregoriana.

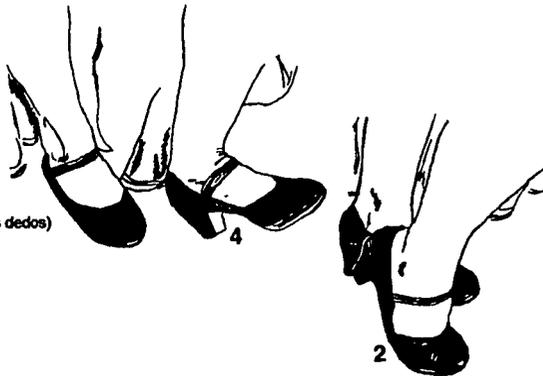
zambra: baile de origen árabe que evoca los rumores o ruidos de las uniones gitanas en las cuevas del Sacromonte en Granada.

zapateado: baile rápido con un gran juego de pies que permite mucha libertad estilización y virtuosismo. Prototipo de los estilos bailables andaluces donde su música andaluza es de compás de sies por ocho y movimiento vivo, que se acompaña con guitarra, marcando el ritmo con los tacones. A acompañar al tañido dando palmas y alternativamente con las manos en los pies, siguiendo el mismo compás. La escritura del mismo no tiene una regla a seguir todo dependerá de la manera de enseñar del maestro. Complicados pasos dibujados y escritos en el papel como una partitura coreográfica. Es hacer música con los pies.



BASES PARA EL ZAPATEADO

- 1.- pa patada
- 2.- tí punta con metatarzo
- 3.- co tacón que baja
- 4.- cu tacón que rebota
- 5.- pic punta que rebota (punta de los dedos)
- 6.- plac planta que baja
- 7.- ras escobilla
- 8.- tras resbalado con co,co



División más usual de los bailes flamencos.

Baile grande (jondo)

cañas, polos, seguñiyas, soleares (de soledad), tarantos, tientos antiguas, rondeña, serrana

Baile intermedio

alegrías, peteneras, zapateado, rosas, caracoles, mirabras, catiñas

Baile chico

bulerías, faruca, guajiras (influencia cubana), rumba gitana, tanguillo, tientos canasteros, zambra (danza mora).

2.4 Música y Cante

El cante jondo (flamenco andaluz, o cante cañí) es probablemente el más conocido folklore de todo el mundo. Bernabé Herrero ha hecho notar que al decir cante y no canción se subraya el carácter eminentemente individual de esta especialidad.

Ahondar en las raíces del cante jondo siempre ha sido pretender profundizar en las heridas de un pueblo hasta dar con el alma y con la sangre: sangre de inquisición, sangre de reyertas, sangre de látigos, sangre caliente. Se dieron ocho siglos de dominación musulmana. Abd al Rahman II había encargado a Ziryab, famoso teñador, que diera a conocer las primicias de la música oriental por los dominios de su califato. Estas enseñanzas dieron lugar a muchas melodías arábigo-andaluzas, modificanado además numerosas danzas y tonadas de la propia región. El flamenco empezó a ser conocido a partir de 1783; pero fue en el siglo XIX donde realmente se dio a conocer el cante jondo con una mayor difusión, gracias a la aparición de un nuevo sistema: el café cantante. El gran revolucionario del "flamenco" en esa época fue Silverio Franconetti. El jondo llamó entonces la atención de célebres músicos de toda Europa. Mijail Ivánovich Glinka se pasaba horas enteras escuchando al célebre guitarrista Francisco Gutiérrez Murciano. Claude Debussy asistió todos los días al pabellón que representaba a España en la exposición Universal de París, en 1900, donde se desplegaban los cantores andaluces. En 1881 aparecieron los primeros documentos escritos sobre el "flamenco". Su autor era el sevillano, Antonio Machado y Alvarez. En este año apareció también el libro "Primer Cancionero de Coplas Flamencas", de Manuel Balmaseda y González, que murió de hambre un año más tarde en Málaga. Los cantes han surgido a través de distintos procesos, por contacto con otras formas de música, por una interrelación entre sí mismos, así como por las aportaciones personalísimas de grandes creadores.

La iglesia española había adoptado, durante el siglo XI, la música litúrgica bizantina, y esto es tomado en cuenta para el surgimiento de uno de los cantes más primitivos: la toná: una voz desgarrada, a secas, el hombre a solas con la naturaleza y con la vida. Las tonás provocaron un nuevo cante, cualitativamente distinto: la siguiiya y ésta a su vez, provocó otros. Variantes de la toná son los martinetes, las carceleras y las fragüeras. La siguiiya, la soleá y la toná son las tres formas fundamentales del cante "flamenco". La siguiiya está unida a la serrana a través de las livianas; éstas, a su vez, permitieron que surgieran las nanas, pero también aires camperos, como la trilla y las temporeras. De las soleás surgirán el polo, las bulerías, las alboréas, las cantañas, las alegrías, las romeras, las mirabras, los caracoles, etc. Otras variantes del "flamenco" son los tangos, un cante gracioso. Y de allí los tientos, gracias a Enrique el Mellizo. También están los fandangos, con su numerosa gama, posteriormente los cantos mineros, las cartageneras, los tarantos, las rondeñas, las granadinas, etc.

También de importancia están los cantes campesinos, entre ellos: las temporeras, las trilleras, las pajaronas y las marianas. Dentro del cante existen, asimismo, las variantes folklóricas, como: las bambas, las sevillanas, los villancicos, las farucas, las guajiras y el garrolín.

Serafín Estébahez Calderón, erudito que estudió muy a fondo la música popular española, y en particular la andaluza, estableció la genealogía del cante jondo, y según él, la raíz el substratum del cante jondo es la "caña", cuyo origen es pura y genuinamente arábigo. La caña reviste la forma típica de vocalización ultracromática, imposible de grafiar sobre el pentagrama y, por lo mismo, supeditada a la inspiración improvisadora del cantaor; con fracciones de tono casi imperceptibles y modulaciones originales de un efecto tan bello como patético (sobre todo en los "ayes", llamados jipíos), y que precisamente por su valor de expresión viva y profunda merece el calificativo de jondo, es decir, HONDO.

De la caña surgieron como ramas principales los oles, tiranas, polos, medio polo, serranas y torvadas y por fin el fandango, robusta rama de la que derivan las malagueñas, rondeñas, granadinas y murcianas, además de una rama en la que se alinean soleares, jaberas y peteneras. En tiempos de esplendor, en las grandes fiestas andaluzas, se acompaña el cante jondo con un conjunto instrumental formado por guitarra primera o maestra, varias guitarras segundas, una tiorba de teclado corrido, dos bandurias, una guitarra triple o discante, y aveces unos palillos y tamboril. Las palmas con que los concurrentes subrayan los pasajes rítmicos (jalear) y el golpe que el guitarrista da sobre el traste para señalar un

cambio de ritmo son costumbres de origen árabe (almasafih). A semejanza de las canciones orientales, muchas de las canciones que constituyen el acervo del cante jondo no tiene forma rítmica que obedezca a ley alguna. Ningún género musical del mundo guarda semejanza con el cante jondo. Sólo entre los sefardíes y los argelinos se encuentran actualmente cantos que puedan parecerseles. Canto cañí, flamenco y jondo son sinónimos. La primera denominación puede indicar la procedencia del jondo, ya que cañí significa gitaño; la segunda es equívoca y proviene del agudo humorismo andaluz, ya que flamenco fue un apodo de carácter jocoso que se aplicó a los gitanos, precisamente por ofrecer éstos un tipo tan opuesto al de los verdaderos flamencos (de Flandes); la última denominación indica estilo profundo, hondo.

El "flamenco" es la cultura revolucionaria de todo un pueblo, y no solamente de la Andalucía. Es un arte de masas, en el que todos participan. El "flamenco" ha sido siempre un arte enraizado en lo popular. Es música típicamente folklórica, producto de una tradición musical desarrollada por transmisión oral.

LOS INSTRUMENTOS:

Palmas

Son una manera de acompañar rítmicamente al flamenco es posible que de ahí nació la idea. Pero desde tiempos inmemoriales ya los negros usaban las palmas para acompañar sus danzas rituales y como hay una influencia negroide, árabe, griega quienes también usan palmas en sus danzas posiblemente que de ahí que viene el uso o conocimiento de las palmas. El batir de palmas en la danza flamenca sigue latente como un modo de expresión tan bella que actualmente es una de las pocas danzas que aún las tenga y las mantendrá vivas por mucho tiempo.

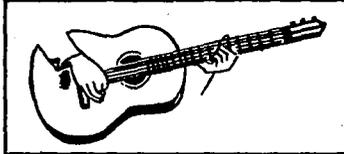


Guitarra

Es por naturaleza uno de los instrumentos más atractivos y variados que existen y tiene un carácter tan peculiar debido a las distintas sonoridades de sus cuerdas que la asemejan a una pequeña orquesta. Originada en Egipto, Asiria, Asia menor (Turquía), y descubierta hace 2000 años por los griegos Bizantinos. Su remoto origen se halla en el instrumento de la

Citara (cithara). En España la guitarra vivió su máximo esplendor junto con la vihuela, instrumento de las mismas características que llegó a constituir en la Península Ibérica a la guitarra actual tras un largo período de evolución que se indicó con la presencia de los árabes quienes parece haber sido los que la introdujeron a España; la cual la conocían desde tiempos remotos,

pueblos orientales. La procede del árabe "gitara", nombre de "guitarra" "moresche" como la



los indúes, persas y otros palabra española "guitarra" lo que justifica o explica el morisca" o guitarra llamaban en Francia afirma

C. Sachs basándose en consideraciones filológicas y fonéticas. Lleva seis cuerdas (mi, la, re, sol, si, mi) que pertenece a la familia del Laúd.

Castañuelas



Instrumento de percusión formado por dos piezas de madera dura unidas por un cordel resistente que forma un arco por el que hace pasar el dedo pulgar, (semejan dos partes de una castaña, de ahí su nombre). Su origen está perdido en la antigüedad, pero Egipto es uno de los primeros países donde ellos las conocieron y han usado. China e Italia usaron algo parecido a lo que hoy nosotros conocemos como castañuelas. Las castañuelas fueron usadas por los griegos, y los antiguos romanos que acompañaban los bailes en Dionysiac y Bacchanalian ritos.

Sus nombres más variados:

- 1.- "Crusmata" (castanets)
- 2.- "Platajee"
- 3.- "Castañuelas" en Castilla
- 4.- "Pulgaretes" en Aragón
- 5.- "Postizoz" en Valencia
- 6.- "Palillos" en el sur de Andalucía

Materiales para su fabricación:

- teja prensada
- ébano (madera)
- palo de rosa
- granadillo
- pasta

CAPITULO TERCERO

..... Elementos compositivos
del diseño de revista en la danza.



.....

INTRODUCCION

Tratar el diseño y elementos gráficos de composición para la realización de la revista de danza. Se hablará sobre la composición y uno de sus elementos principales: la línea. Toda composición esta apoyada bajo una estructura geométrica, armónica o dinámica que dan base a cajas y retículas que guiarán el acomodo y ubicación del texto y la imagen en este caso de una página. Donde el color, la importancia del mismo en la ilustración, fotografía, color que tratan en las revistas será importante conocer. Así también se indicarán las partes anatómicas del tipo, el contraste entre varias familias tipográficas, el medianil más conveniente e interlineado para una mejor leibilidad y legibilidad sirviendo estos textos o palabra (as) para portadas, entradas de sección y texto en general que comprende el contenido de la revista. La preparación y terminado de los originales mecánicos dada su clasificación y estudio de nuestra idea a imprimir. Después de esto el siguiente paso será la determinación y elección del papel donde para lo cual se requerirá saber el peso, gramaje, costo y clase de papel para impresiones. Y para concluir se señalarán los métodos de impresión para elegir el más adecuado a las necesidades requeridas, tanto en costo como calidad.

3.1 La composición

Composición

Conjunto armónico, arreglo o agrupamiento de los diferentes elementos de una obra. Para crear una buena composición es necesario tomar en cuenta el campo del diseño, el cual estará condicionado por ciertas leyes. Los elementos se organizan creando la unidad. Las relaciones que determinan la unidad son tanto estructurales como visuales.

Existen ciertos valores formales que deben ser tomados para una composición: punto, línea, masa, forma, figura, imagen, tamaño, posición, ritmo, dirección, tensión, superposición, profundidad, superficie - plano, volumen - perspectivas, integridad, número, balance, armonía, textura, movimiento, color, simetría, equilibrio (axial-radial-simétrico-oculto). La selección de entre estos elementos y su ordenación conduce a la proposición visual.

Podría considerarse que la composición de la página es una cuestión de disponer los diversos elementos de la misma - títulos, texto e imágenes - de una forma lógica y con un cierto equilibrio armónico. Si un artista puede, en general obtener buen espaciado, correcta distribución de masas, equilibrio e interés pictórico, también puede componer eficazmente una página publicitaria. La composición de la página equivale a distribuir las unidades dadas dentro del espacio dado, de la manera más agradable e interesante posible. En la mayoría de los casos, la distribución del espacio de la página corresponde a la agencia publicitaria, y el ilustrador tiene poca intervención en ese planeamiento. Como en un proyecto de página pueden entrar elementos ajenos a la capacidad del artista realizador, tales como adaptación a una serie, énfasis sobre ciertos elementos, selección de tipos faciales, etc., a menudo es mejor que la agencia de publicidad elabore esos proyectos. Sin embargo el ilustrador inteligente no debe desentenderse de todo el espaciado de la página.

Su ilustración debe ocupar el lugar adecuado en el diseño total de la pág. que él deberá conocer de antemano, y a cuya eficacia deberá contribuir en la medida de lo posible. Si el proyecto que se le presenta es bueno, deberá aprovecharlo para lograr una composición feliz; si, por el contrario, la composición original es pobre, deberá hacer todo lo posible para mejorarla.

En el campo gráfico, a la palabra composición se le suele atribuir un significado meramente técnico-manual, para designar el trabajo de quien **COMPONE** es decir, **REUNE** el material necesario para construir.

Clases de composición

Clásica o estética.- La basada en motivos estéticos perennes que se han afirmado a través de los siglos en las expresiones artísticas fundamentales.

Libre o dinámica.- La dominada por el contraste en todas las expresiones posibles que los distintos signos ofrecen. **UNIDAD Y EQUILIBRIO**, son fundamentales para la composición.

Continua.- La composición domina la totalidad del espacio-formato con una narración continua, es decir, sin que ningún punto sobresalga de los demás.

En espiral.- Hay una línea espiral que pone en juego su fuerza expandiéndose al exterior del cuadro, o bien replegándose hacia si misma. En esta composición el efecto provocado nos da un sentido de profundidad.

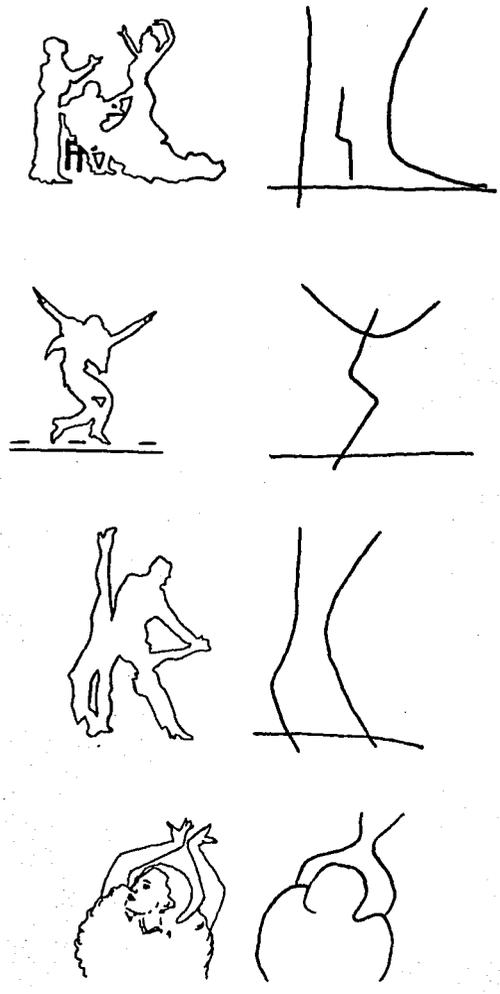
Para el verdadero artista la línea puede alcanzar grandes alturas, requerir extraordinaria habilidad y transmitir ilimitada belleza.

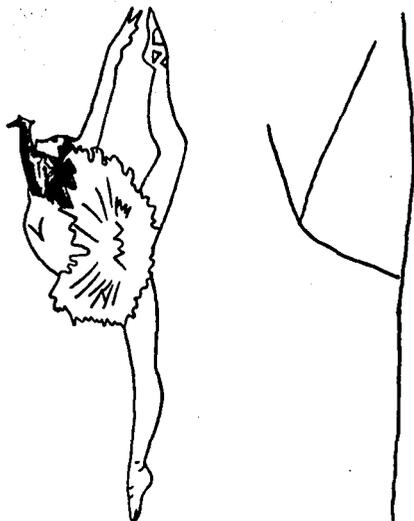
La línea, en sus diversas funciones ha contribuido tanto al progreso humano como el fuego o el vapor. Toda línea debería tener su función y propósito; ya sea para bien o para mal, la línea intervendrá inevitablemente en nuestro trabajo. No podemos escapar de ella. Traza de todas posiciones que realice sucesivamente un punto al moverse, como parte de la definición de línea, también es la sucesión de puntos de manera infinita.

La línea cuenta con 7 funciones principales, transmitir su propia belleza intrínseca, dividir o limitar un área o espacio; delinear un pensamiento o símbolo; definir la forma mediante el borde o contorno, producir una gradación gris o tonal; crear el diseño o presentación, atraer al ojo y dirigirlo por un camino dado. Para la buena composición son las líneas nuestros

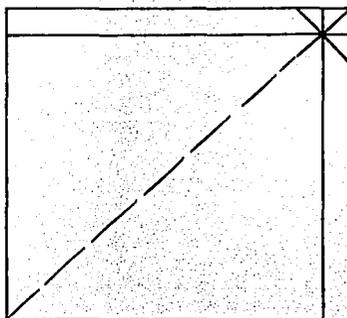
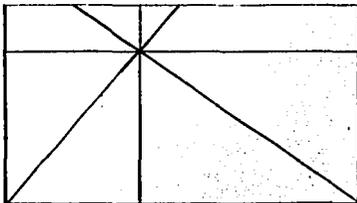
caminos. Existen diferentes tipos de líneas cada una de ellas simboliza diferentes estados de ánimo, emociones, inquietudes y sensaciones. Una línea claramente curva expresa una ondulación o suavidad con claridad correspondiente, es decir, que su estructura global no resulta confusa.

La línea por sí misma en la composición



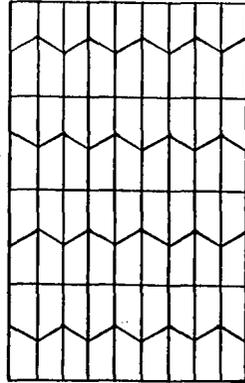
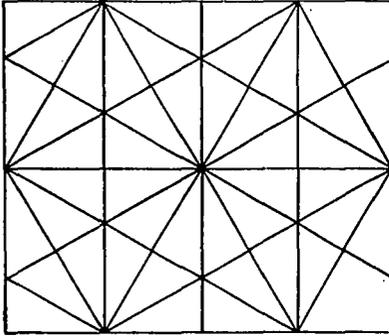


Utilizando la línea para obtener un punto focal (Interés)

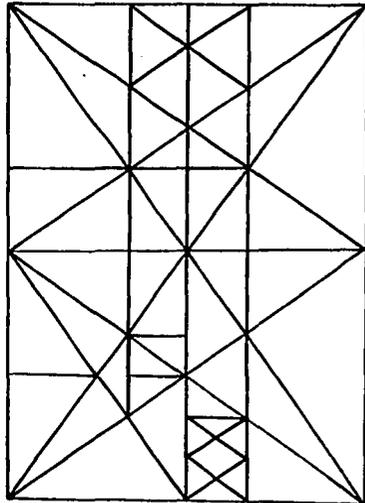
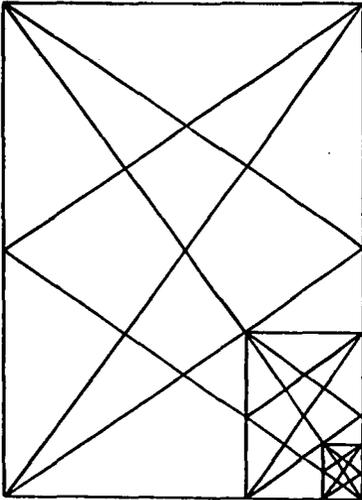


La línea produce el Diseño formal:

División de espacio en partes iguales.

**El diseño informal:**

Producida por divisiones desiguales.



Leyes de la composición

Estas leyes son íntimas del artista y de cada obra de arte en particular. Los artistas las condicionan a su subjetividad y a su personalidad, a su cultura que es la expresión de la educación que recibieron en el ambiente en que han vivido. Ahora, el conjunto de estas fuerzas compositivas se dividen en dos grupos de leyes:

- **Leyes generales.**- Son aquellas leyes intelectuales y el resultado que el artista pretende obtener con su propia actividad personal ya sea consciente o intuitivamente, son dos: ley de la unidad (o del orden estético). Ley del ritmo.

- **Leyes específicas.**- Son los medios que se emplean como factores sensibles, físicas y materiales de la composición. Sin ello no podrían existir las leyes generales, son 3: ley de la variedad y el interés; ley del contraste y la subordinación; ley del contraste o conflicto.

Ley de la unidad: La composición debe resolverse en la unidad y en la armonía total entre lenguaje y signo, entre contenido y forma.

La unidad en la composición es el fin último de toda la organización de las fuerzas con una visión personal y un propio estilo, el cual creará una dominante en la composición.

Ley de la variedad y el interés: Consiste en el modo de escoger los elementos que la componen. Estriba en la necesidad de crear un interés y en la misma variedad que provoca la novedad de la composición. Cuanto más variada sea una composición, mayor será el interés que suscite.

Ley de resaltes y subordinación: Exige que en la composición haya un elemento dominante según el significado de la composición y la finalidad que busque.

Ley del contraste o del conflicto: Va ligada a la anterior ley pues el resalte implica contraste. (Fundamentos del Proyecto Gráfico. Fabris Germani).

Ritmo, Simetría, Síntesis y Equilibrio

La composición debe tener una sucesión y una armonía de los valores visuales pero a su vez debe aplicarse con racionalidad y con coherencia según una experiencia común a todos los hombres.

RITMO.- Ritmo vital, expresivo o estético: es aquel que concierne al acontecer natural, a toda obra de la naturaleza.

Ritmo constante: El modo más simple. Es la repetición de un mismo elemento. Por lo mismo puede ser monótona y provocar aburrimiento.

Ritmo libre: Sucesión que varía en la proporción compositiva. El equilibrio entre las partes se obtiene con la variedad de las superficies, elementos, tono, etc.

SIMETRIA: Cuando existe un equilibrio de energías o fuerzas contrastantes. Este equilibrio se obtiene por la disposición de los distintos elementos, la más común es la repetición. Esta sugiere sea la idea de movimiento y según sea éste habrá varias formas de simetría.

Simetría bilateral: la del hombre y vertebrados. Es la simetría alternada formada por un ritmo de periodo simple donde las partes son simétricas a un solo eje imaginario. El eje de simetría puede ser horizontal o vertical o también ser en cruzamiento o inversión.

Simetría lineal: Cuando un mismo elemento aparece en espacios sucesivos con movimientos de traslación según una recta imaginaria.

Simetría radial o esférica: Es aquella en la cual las partes son simétricas respecto a un centro, real o imaginario. Como el de una rueda. Que puede dividirse en dos mitades equivalentes por cualquier plano que pase por su centro.

Las reglas de la simetría constan de cinco casos:

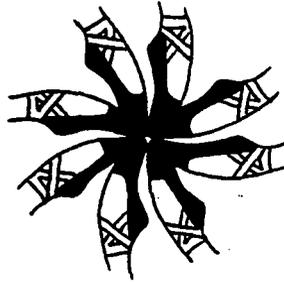
1.- La identidad consiste en la superposición de una forma sobre sí misma.



2.- La traslación es la repetición de una forma a lo largo de una línea que puede ser recta o curva o de cualquier otra manera.



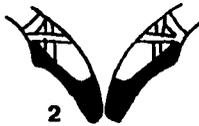
3.- En la rotación, la forma gira en torno a un eje que puede estar dentro o fuera de la misma forma.



4.- La reflexión espectacular es la simetría bilateral que se logra poniendo algo delante de un espejo y considerando a la vez la cosa y su imagen.



1



2



3

5.- La dilatación es una ampliación de la forma que sólo la extiende sin modificarla.

(Diseño y Comunicación visual, Munari Bruno,
G.G. pág. 180-184)



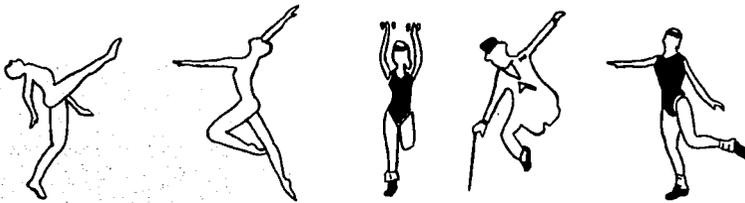
SINTESIS .-- esta palabra la encontramos en lo más hondo tanto de la composición como del diseño de revistas, teniendo dos significados íntimamente conectados. En términos abstractos, es una expresión del problema global de diseño: el conjunto de las condiciones técnicas, fondo, palabras, imágenes, secuencias y continuidad que integran el concepto de diseño. Hablando en términos concretos es la integración de todos aquellos elementos gráficos de la página, incluyendo, color, forma, el tipo e ilustración en un cuerpo único con un

significado, como una especie de collage (forma artística del siglo XX originada por la ruptura de las creencias y de los sistemas sociales tradicionales. (Diseño de revistas. G.G. pág. 161).

La síntesis también es la fusión de todos los artículos contenidos en una revista cual sea en una secuencia coherente; crea agitación y dinamismo y debe permitir al ojo ver más allá con éxito una variedad de signos y símbolos complejos.

EQUILIBRIO .- Es la justa media de todos los valores que pueden concurrir en una composición. Es el resultado exterior de una composición y al mismo tiempo el principio que rige su propia configuración. Es cuando las fuerzas que obran sobre un cuerpo se compensan.

Equilibrio estático: cuando un cuerpo está en reposo; y lo contrario se presenta en el equilibrio dinámico donde el cuerpo está en movimiento. Cuando hay contraste entre sus componentes es más evidente. El equilibrio tiene un control y es con la acción de los 3 componentes: peso, orientación y dirección. Por otra parte dentro del equilibrio encontramos nuevos pesos: color (el rojo es más pesado que el amarillo y más ligero que el negro), diagonales, símbolo, profundidad y perspectiva, textura, forma irregular y línea. Con toda esta serie de componentes, se puede conseguir un equilibrio por instinto y a través de la experiencia y el raciocinio y a partir de las leyes de la percepción psicológica y de la organización de signos. (Fundamentos del proyecto Gráfico. Fabris Germani).



Equilibrio dinámico.

3.2 Rectángulos dinámicos

El número de rectángulos dinámicos es indefinido: puede haber uno por cada cifra numérica, uno por cada raíz cuadrada: sin embargo sólo consideran algunos que, por sus características geométricas y gráficas, pueden ser de inmediata utilidad.

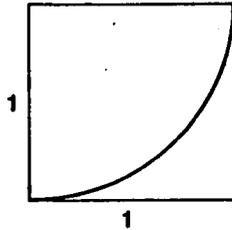
Características de los rectángulos dinámicos:

- expresan nobleza
- equilibrio mesurado
- clasicismo es decir, contienen la medida racionalmente justa, la belleza reducida a la expresión esencial, el orden, la lógica y la proporción que podemos descubrir en tantos aspectos del cosmos.

Los rectángulos estáticos y sus divisiones modulares ofrecen ideas interesantes y suficientes para componer. Un rectángulo estático se llama así cuando la relación entre sus lados- módulo- es un número entero o fraccionario pero racional, es decir, finito, conmensurable; mientras que los rectángulos dinámicos son aquellos cuya relación entre sus lados mayor y menor no puede expresarse con número finito puesto que dividiendo la mitad de uno de sus lados mayores por la de uno de sus lados menores se obtiene siempre un resultado con un resto. (núm. irracional). Esto podría tomarse como parte de las diferencias entre esta clase de rectángulos.

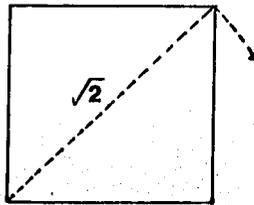
Esta extraordinaria serie dinámica de rectángulos armónicos nace del cuadrado que es la base siendo este la medida del lado corto y los arcos correspondientes, con lo cual se

obtienen las múltiples fugas direccionales y arcos de circunferencia. (La composición áurea en las artes plásticas. Tosto, Pablo. Pág. 52, 55-59).



□ estático = $\sqrt{4}$ = cuadrado
 dinámicos = $\sqrt{2} \sqrt{3} \sqrt{5}$

El rectángulo armónico es la figura geométrica que sigue en importancia del rectángulo áureo. Obteniéndose partiendo del cuadrado, cuyo lado y diagonal pasan a ser las medidas de los lados de este rectángulo armónico. La relación o proporción de sus medidas es el número 1,414 porqué la diagonal de un cuadrado mide igual a la $\sqrt{2}$ ("La composición áurea en las artes plásticas". Tosto Pablo, pág. 50).



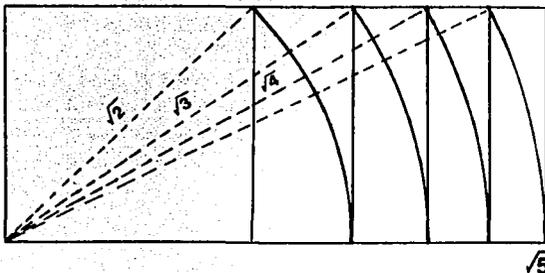
dinámicos = áureo 1.618

$\sqrt{2} = 1.4142135$

$\sqrt{3} = 1.7320508$

$\sqrt{4} = 2,000$ (dos cuadrados)

$\sqrt{5} =$ doble áureo 2.2360679 1/2 = 1.168034



$\sqrt{6} = 2,449$

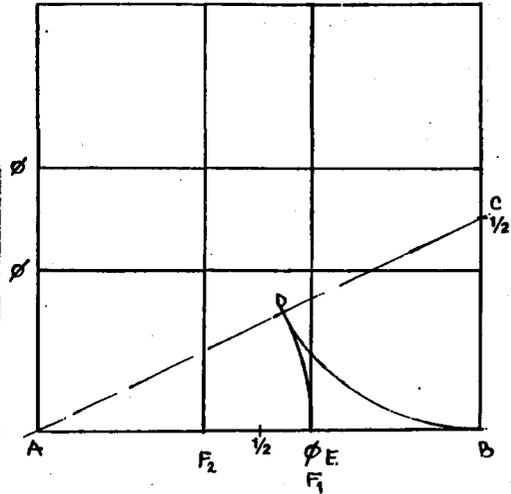
$\sqrt{7} = 2,645$

$\sqrt{8} = 2,328$

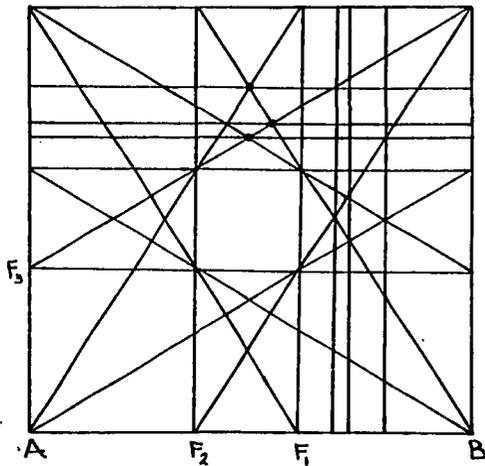
$\sqrt{9} = 3,000$ (3 cuadrados)

Descomposición armónica del cuadrado

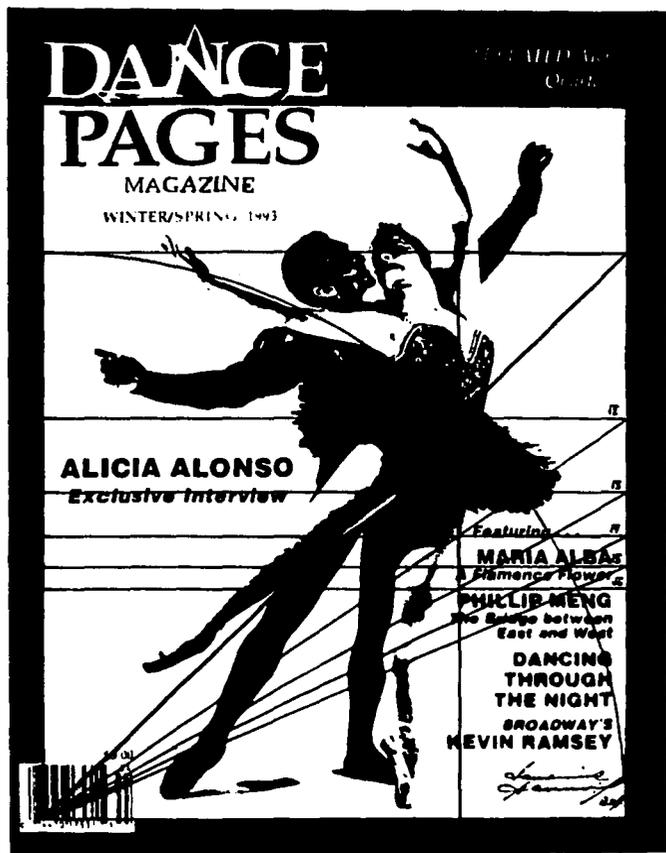
Se tiene un cuadrado cualquiera hacer el seccionamiento áureo de \overline{AB} (Sub. capítulo 3.3). Para obtener F_1 del otro lado apoyando en A se obtiene F_2 y así en los otros vértices del cuadrado.



Teniendo los trazos anteriores se tiran líneas de cada una de las "F" hacia dos vértices, por ejemplo: F_1 hacia D, F_2 hacia C, F_3 hacia C, y así sucesivamente. Después sobre cada unión de líneas se trazan líneas horizontales y verticales (puntos negros).

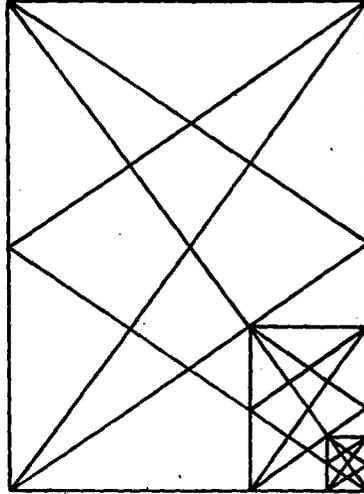


En este caso, la descomposición armónica de un cuadrado se ha aplicado a la portada de *Dance Pages*; se ha hecho el arco y la diagonal del cuadrado, por su cruce se ha trazado una línea que forma un rectángulo 2, al que se le ha hecho a su vez la diagonal, para así obtener otro cruce, dando un nuevo rectángulo 3, y así sucesivamente.

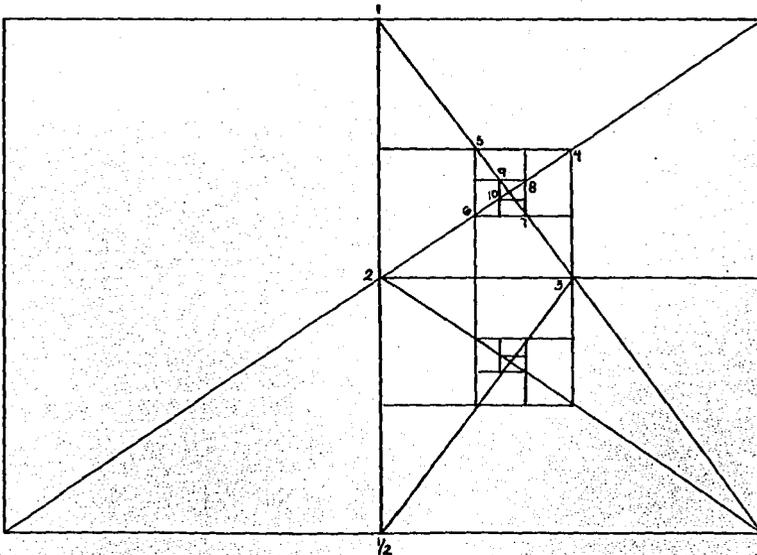


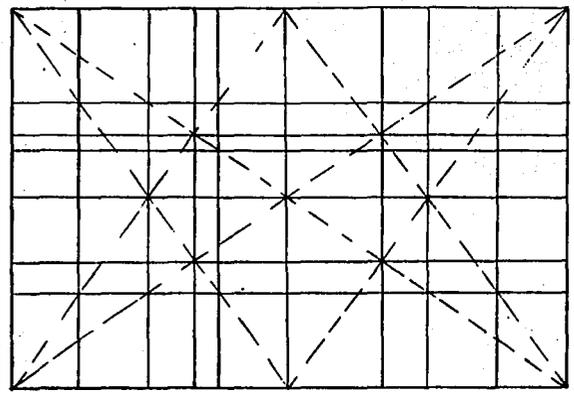
Rectángulo en raíz de 2

Muestras de algunas de las múltiples trazas que puede aplicárseles.



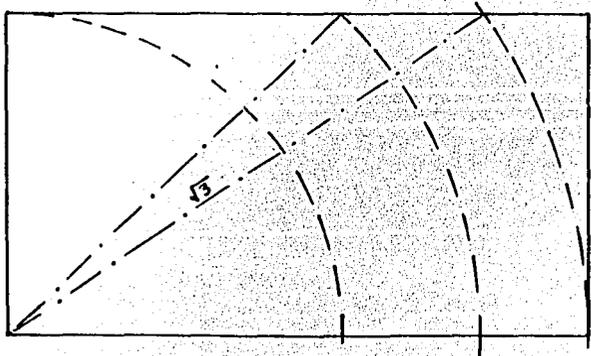
Estos trazos se hacen siguiendo la progresión de los números en forma de espiral, válido para la otra mitad.





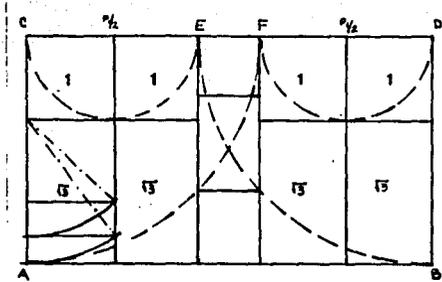
- Rectángulo raíz de 2
- Diagonales y perpendiculares
- De los puntos de intersección trazar líneas horizontales y verticales (gran infinidad)

Crecimiento armónico del Rectángulo raíz de 3



Pasos:

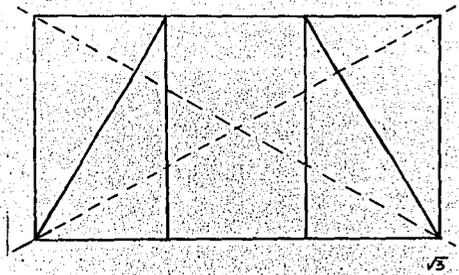
- 1.- raíz de 3
- 2.- centro en C y tiro distancia A
- 3.- centro en D y tiro distancia en B
- 4.- puntos E y F
- 5.- punto medio de C a E y de F a D tirar 1/2 arco.



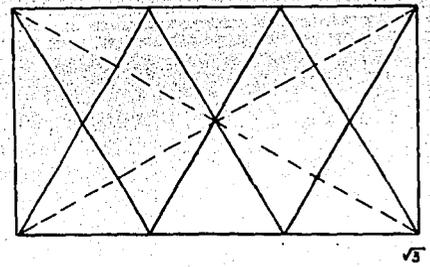
Se obtendrán cuadrados y raíz de 3.

Otro ejemplo:

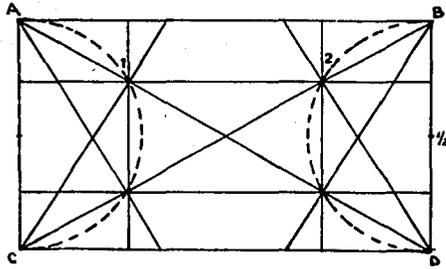
Construcción



- Diagonales
- Perpendiculares



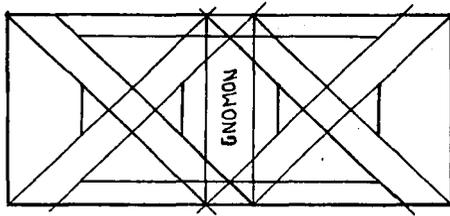
- Desarrollo con perpendiculares



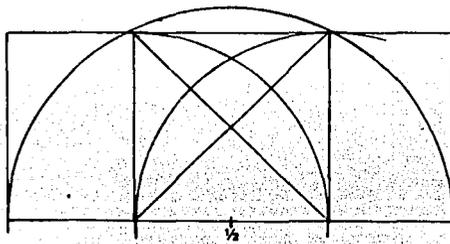
- Arcos, puntos 1 y 2

Rectángulo raíz de 5

Doble áureo



Según en Aristóteles, el GNOMON en geometría es la figura restante de la superposición de dos de ellas iguales o semejantes, pero de medidas proporcionales. Podríamos decir entonces que Gnomon es una forma de proporcionalidad de relación.



Construcción

3.3' Sección áurea

La divina proporción (sección áurea o sección de oro) fue retomada para su estudio por Luca Pacioli o Pacioli, o Lucas de Burgo Sancti Sepulcri, como él mismo suele corrientemente designarse a la manera de los frailes, nació en la pequeña ciudad de la Umbria, hacia 1445.

Los acontecimientos de su vida se encuentran en sus propios escritos. Pero, naturalmente, no pudo hablar de su muerte, y se ignora la fecha. Hasta la edad de 20 años aproximadamente Luca no abandonó a su pueblo natal, donde aprovechó la familiaridad y las enseñanzas de Piero Della Francesca, a quien señalaba como su maestro. Los progresos de Luca en matemáticas y en otras ciencias fueron lo bastante notables.

1464 encuentra empleo como preceptor en la familia de un adinerado mercader veneciano. Durante los 6 o siete años de su permanencia en Venezia, Luca pudo perfeccionarse en matemáticas y en aritmética comercial.

1477 año en que se hizo fraile de la orden de San Francisco. Entonces empieza su vida andariega, que lo condujo a enseñar en las diversas escuelas y universidades Italianas - una especie de catedra ambulante de matemáticas.

1481 escribió un tratado de álgebra, totalmente perdido.

1489 fué nombrado profesor en la Sapienza (Roma).

1494 se encuentra en Venecia ocupado en la corrección de las pruebas de su máxima obra, La Summa.

1496 Ludovico il Moro lo llamó a Milano, donde conoció a Lionardo da Vinci, y participó en aquella "accademia" de que habla el comienzo de la Divina Proportione.

1500 y 1506 enseñó matemáticas en Firenze, Pisa, Bolonga y Perugia.

1508 está de nuevo en Venecia y cuida la impresión del texto latino de Eukleides, en la traducción de Campano, a la cual hizo algunas modificaciones y agregados.

1509 publicado el volumen de la Divina Proportione.

1510 se encuentra en Perugia.

1511 y 1513 permaneció en Borgo, de donde el papa Leone X lo volvió a llamar de nuevo a la Sapienza de Roma.

1514 desde entonces se pierden las noticias sobre él, es posible que muriera después del 30 de Agosto de este año.

Considera la división de una línea en media y extrema razón, lo que hoy denominamos sección áurea y que él le llama divina proporción, por sus propiedades "que corresponden, por semejanza a Dios mismo"

Según Lucas éstas son las 4 razones de la divina proporción :

La primera es que ella es una nada más que una; y no es posible asignarle otras especies ni diferencias. Y esta unidad es el supremo epíteto de Dios mismo, según toda la escuela teológica y también filosófica.

La segunda correspondencia es la de la Santa Trinidad. Es decir, así como in divinis hay una misma sustancia entre tres personas, padre, hijo y espíritu santo, de la misma manera una misma proporción.

La tercera correspondencia es que sí como Dios, propiamente, no se puede definir, ni puede ser entendido por nosotros con palabras, de igual manera esta proporción no puede jamás determinarse con número inteligible ni expresarse con cantidad racional alguna, los matemáticos la llaman irracional.

La cuarta correspondencia es que, así como Dios jamás puede cambiar, y es todo en todo y está en todas partes, de la misma manera nuestra proporción siempre, en toda cantidad continua y discreta, sea grande o pequeña, es la misma y siempre invariable y de ninguna manera cambiarse. (Luca Pacioli, La Divina Proporción. Ed. Lasada, Buenos Aires Argentina, 1946).

Asimismo, fuera del ámbito divino se pueden mencionar otras razones:

- En primera es una alternativa no común que debería tomar más en cuenta el diseñador gráfico. - Permite justificar geoméricamente y armónicamente todos los elementos que

intervengan en toda composición. - Ofrece un sin fin de posibilidades de acomodo y solución para todo tipo de diseño. - Permite crear una gran variedad de formatos, retículas y formas ofreciendo diferentes campos de solución en muchas áreas.

Forma de hallar la medida de cualquier rectángulo áureo:

El método aritmético para hallar las medidas de los lados de cualquier rect. áureo, cuando solamente se conoce la medida de uno solo de ellos, o porque es obligatorio una medida dada, es el siguiente: Si el lado conocido es la MAYOR y mide 1920 milímetros, esta cifra se divide por el número de oro 1.618, al que aquí se considera como 1618 mm.; el resultado será la medida del lado corto buscado. Cuando es la MENOR la medida conocida, ésta se multiplica por el número de oro; el resultado será la medida del lado MAYOR.

Procedimiento geométrico para obtener la recta áurea. Apartir de una recta cualquiera para obtener así la mayor y la menor. A continuación varios métodos:

Fig. 1

dividir la línea \overline{AB} : tirar extremo B una perpendicular, sacar mitad de \overline{AB} apoyando en B y avatir línea se obtiene D; luego se une A con D. Con centro en D con radio hasta B trazar arco hasta E, por último con centro en A con radio hasta E otro arco que va hasta señalar F que es el punto de la proporción áurea.

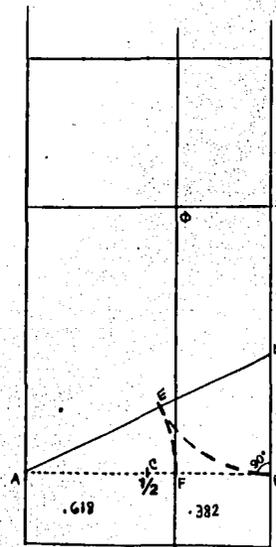
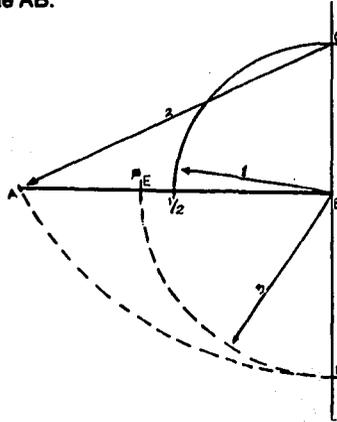


Fig. 2

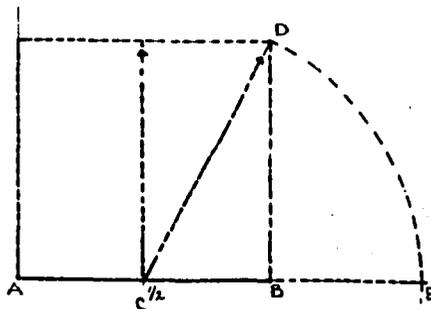
En este método, en la línea \overline{AB} se traza una perpendicular del lado de B, tanto hacia arriba como hacia abajo. Localizar la mitad de dicha línea, apoyando en B hacer arco para indicar C. Apoyando en este mismo centro con radio 2 se traza arco para localizar D. Posteriormente con centro en B y con radio 3 tirar arco esto es partiendo de D y así señalar E, que es el punto áureo de \overline{AB} .



Construcción del rectángulo áureo

Fig. 3

Tenemos \overline{AB} la cual sirve como base para la construcción de un cuadrado a construirse, se traza su media vertical y la diagonal CD del semicuarto, luego son centro en C hacia D abatir arco sobre la prolongación de \overline{AB} para señalar E.



Sorprende la variedad de subdivisiones, trazas y cruces que surgen aptas para alojar en su caneavá cualquier solución plástica y composición desde la más simple a la más fantástica.

(La composición áurea en las artes plásticas. Tosto Pablo, pág. 36-38).

Ejemplos de rectángulos áureos y sus divisiones:

Fig. 5

Rectángulo áureo dividido en proporción áurea, produce una serie de rectángulos y cuadrados reciprocamente áureos y dinámicos.

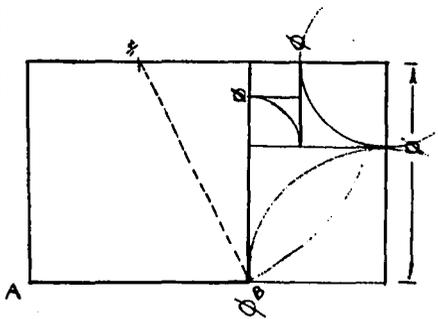


Fig. 6

El mismo resultado obteniéndolo por diagonales que resultan además perpendiculares entre sí y áureas reciprocamente.

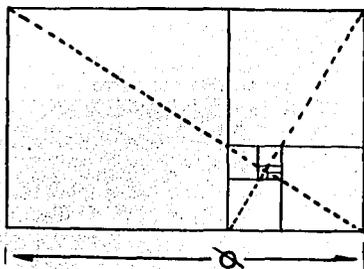
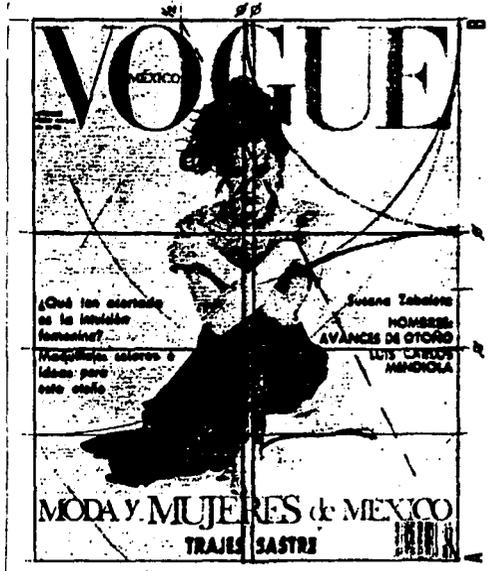
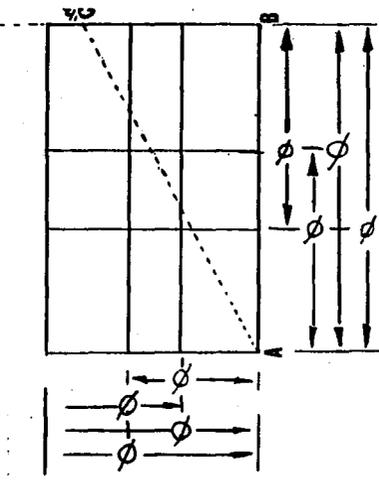


Fig. 7

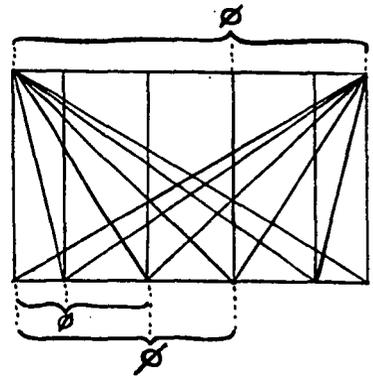
Rectángulo áureo con múltiples subdivisiones áureas.



Subdivisiones áureas aplicadas a portada de revista, sin ser un rectángulo áureo.

Fig. 8

Rectángulo áureo con las diagonales de sus múltiples subdivisiones y fugas direccionales.



3.4 Formato y retícula

El empleo de la retícula como sistema de ordenación constituye la expresión de cierta actitud mental en que el diseñador concibe su trabajo en forma constructiva. Esto expresa una ética profesional: el trabajo del diseñador debe basarse en un pensamiento de carácter matemático, a la vez que debe ser claro, transparente, práctico, funcional y estético.

Así el trabajo debe ser una contribución a la cultura común, e incluso debe ser una parte de la cultura. Trabajar con el sistema reticular significa someterse a leyes universales válidas. La aplicación del sistema reticular se entiende como una voluntad de orden, de claridad.

Con la retícula, una superficie bidimensional o un espacio tridimensional se subdivide en campos o espacios más reducidos a modo de reja. Los campos o espacios pueden tener las mismas dimensiones o no. Tomemos en cuenta esta regla: cuanto menor diferencia exista entre las grandes ilustraciones, tanto más tranquila resulta la configuración, la retícula facilita al creador la organización de una superficie o de un espacio. La retícula es empleada por tipógrafos, diseñadores gráficos, fotógrafos y diseñadores de exposiciones para la solución de problemas visuales bi o tridimensionales. (Sistema de retículas, Gustavo Gilli. Barcelona 1982).

Las revistas, se basan en una retícula preestablecida, es un rasgo de diseño que se explota para dar variedad visual a ciertas páginas de la misma. El aspecto de las páginas están determinadas por el formato de su retícula. El formato es la forma, el tamaño y da cara al estilo de la revista estableciendo su propio sello en el quiosco de venta. Las revistas de mayor venta dan más importancia al diseño individual de cada uno de sus artículos; además es la base de su identidad visual pero no la única expresión de individualidad. Cada página diseñada ha de adaptarse a las proporciones establecidas para dicha revista. Es un factor básico debido a que todas las comunicaciones gráficas están restringidas por ciertos límites visuales y no entenderlo como un capricho artístico. Cada revista ha inventado uno o varios

módulos reticulares con el fin de que el diseñador pueda trabajar en su interior. Las revistas varían considerablemente en forma y tamaño: hay desde las pequeñas para bolsillo hasta aquellas que igualan al periódico tabloide; las primeras por ser pequeñas se adaptan particularmente a su contenido que consiste en texto, en su mayor parte y las ilustraciones son secundarias. En las segundas por su tamaño mucho mayor son para darle énfasis a las imágenes pues entre más grandes sean mayor impacto causaran, sin embargo hay que tomar en cuenta que sus costos son más altos. La mayoría de las revistas son verticales debido a que la forma horizontal tiene un manejo más difícil. (Comunicación gráfica. Arthur T. Tumbull Ed. trillas pág. 229-301).

Tamaño de formatos:

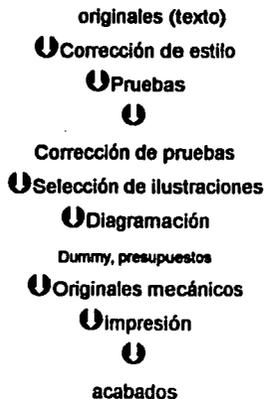
1.- Carta 2.- Doble carta 3.- Oficio 4.- escuela 5.- medio oficio 6.- folio 7.- raíz de: 2, 3, 4, 5,... 8.- personal 9.- Otro

Creación de una página:

Primeramente hay que establecer la cantidad de texto, el título o títulos y todos los subtítulos, citas y pies, y la identificación de toda información especial que requiere prioridad. *Después*, escoger la retícula aplicable a la sección concreta de la revista en que se encuentra la página.

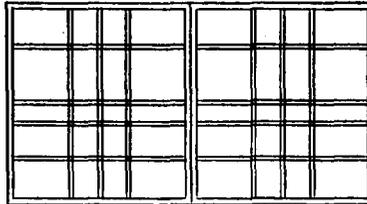
La mayoría de las revistas de hoy en día se componen fotográficamente usando ordenadores y, por lo tanto, es posible ajustar el tipo de forma que pueda adaptarse a cada diseño. Una vez teniendo los pasos anteriores establecidos, hay que preparar el *diseño general* de la página. El paso siguiente trata sobre las fotografías tamaño de titulares o rasgos tipográficos especiales. Hasta lograr así el *armado* completo de nuestra página.

Esquema promedio del proceso de desarrollo de una revista:



La división del espacio impreso, en el siglo XX, ha dado muchos diseñadores una nueva visión del equilibrio de formas geométricas dentro del área del diseño. Le Corbusier desarrolló una serie de ideas para formular un sistema modular de división del espacio de diseño; al principio, usando el cuerpo humano y sus proporciones para modular las

divisiones y, más tarde la espiral exterior de una concha y sus perfectas relaciones geométricas en el espacio. La medida en que las retículas colaboren a su trabajo de diseño dependerá mucho de la cantidad de investigación que quiera usted emprender, teniendo en cuenta los fines del proyecto y el mercado a que está dirigido. La retícula hay que interpretarla como un vehículo práctico para la creación del tema impreso. Aunque Allen Hurburt (diseñador) confiesa no haber utilizado la retícula (que tanto facilita la composición de revistas) para no sentirse encogido en una tarea que le exigía libertad y rapidez. Por otra parte el diseñador Walter Bernard, director artístico del New York de Glase, diseña en 1977 otra retícula (entre tanto la introducción europea del módulo reticular se ha generalizado suficientemente).



Rob Noorda: Retícula modular año 1976

La historia de la revista ilustrada se reduce, en la mayoría de los casos, a la previa elaboración de la estructura reticular con la que se predetermina y subdivide el espacio: tipo de las columnas de texto y de las fotografías o ilustraciones de acuerdo a unas especificaciones más o menor prefijadas y la relación de blancos entre una y otras que se logra a base de dicha retícula. Además determina, en mayor o menor medida, dónde deben situarse elementos como: tipó, imágenes, la longitud de los artículos, saber como se combinarán dentro de la página y dentro de la revista, sus interrelaciones, etc. y también junto con los requerimientos técnicos: papel, impresión y presupuesto (Diseño de Revistas. G.G. pág. 158).

El fin tradicional del formato y de la retícula es el de facilitar la producción y dar coherencia y claridad a la forma; basándose en la función objetiva de cada elemento de la página. (Diseño de revistas, G.G. pág. 160)

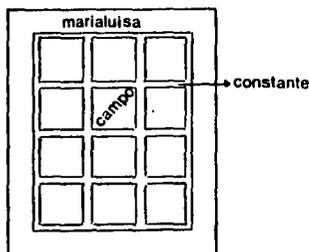
Otros términos a saber:

Márgenes: son importantes por dos razones: son el límite inicial o final (o ambos) del origen verbal; y ayudan a que las páginas y los desplegados sean más atractivos y estén más

unificados al englobar los elementos de una página en un paquete con una franja de imágenes blancos. Actúan como un marco de una fotografía. Se consideran obligatorios para el material tipográfico a causa de su contribución a la legibilidad. Sin embargo el tamaño de estos varía considerablemente.

Página: es cada una de las dos caras de que consta una hoja puede ser par o impar y consta de cabeza, pie y costados

Diagramación: sistema de ordenamiento basado en una retícula subdividida en campos o espacios más reducidos a modo de reja, su altura corresponde a un número determinado de líneas de texto y su anchura a la de la columna. Los campos se separan uno de otro por un espacio intermedio llamado constante, cuya finalidad es que las imágenes no se toquen y se conserve una buena legibilidad.



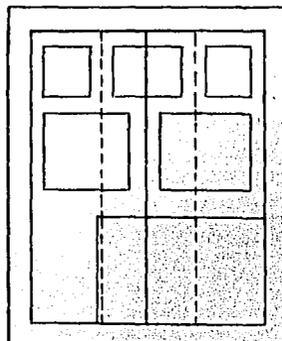
Campo: Subdivisión a una retícula.

Constante: Separación entre campo y campo; es quien delimita texto e imagen.

Marialuisa: espacio libre visual que rodea nuestra página o mancha y ésta se da por razones técnicas y por razones estéticas. Se recomienda dar buena anchura, dado que los blancos o marialuisa pueden evitar un corte impreciso y lograr un dinamismo y goce visual.

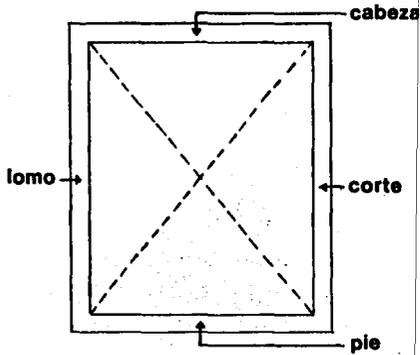
Estructuras internas

Columnas: el número de columnas serán en base a la funcionalidad y frialdad de la información para lograr la credibilidad de la información y así dar confianza.



Mancha tipográfica: es el área que va a delimitar la amplitud de nuestra información y ésta dependerá de la cantidad de texto y número de páginas que se disponga.

Plasta tipográfica: es la superficie impresa.



Ventana: es el recuadro, hueco o área que se abre o indica para colocar una foto, una ilustración o sobre estas una foto o un texto.

Sangre: es cuando las ilustraciones o fotografías ocupan la totalidad de la superficie de la página más allá de las líneas de corte.

3.5 Color

Los colores son los componentes fundamentales o elementales de las sensaciones visuales. La palabra color se emplea aunque impropriamente para denominar sustancias o fenómenos que producen sensaciones cromáticas. Pero más propiamente deberíamos llamar a esas sustancias tintes, tintas, tonos, pinturas, coloraciones y no colores. No tiene existencia material el color como tampoco el sonido aunque se produzca con la intervención de la materia.

El color es la sensación producida por la acción de las radiaciones de los cuerpos. Estas radiaciones de la luz se dan de acuerdo a dos dimensiones físicas de la luz: **amplitud de onda y longitud de onda**. La primera: cantidad de energía radiante (cantidad de luz que se refleja) (cuantitativamente). La brillantez. La segunda: el matiz. Se determina por el tipo de energía radiante (color) (cualitativa). La luz es una energía radiante visible y es la fuente de todo color. Existen dos causas por lo que son visibles las cosas que nos rodean: por la luminosidad propia del objeto y por el reflejo que reciba un cuerpo de otro. Por medio de ésta percibimos dos cualidades tonales. LUZ CROMATICA: posee matiz y son todos los colores del espectro visible; (luz con color) y la LUZ ACROMATICA: son sin matiz (negro, blanco y gris) (luz sin color) (Com. Gráfica, Trillas pág. 254)

Los tres colores primarios mezclados de dos en dos producen los colores secundarios: verde, violeta y anaranjado. Estos, junto con los primarios constituyen los seis colores principales del espectro. Después mezclando cada uno con su vecino obtenemos seis colores más, llamados colores terciarios. Estos son: el rojo anaranjado, el amarillo anaranjado, el amarillo verde, el azul verde, el azul violeta y el rojo violeta. Teniendo ahora doce colores de máxima intensidad y brillantez. La variedad de colores residirá en las tantas mezclas desiguales que se hagan del color puro, más blanco o negro.

"Cuanto mayor el área, más suave el color", es un buen axioma. En los fondos evita los colores primarios. Reserva los colores vivos para los centros de interés.

La base del color reside en los tres primarios: rojo, amarillo y azul. A ellos agregamos el blanco para aclarar y producir los tintes, y el negro u otra mezcla para oscurecer los colores puros. También encontramos los colores pigmento: magenta, cian y amarillo. Y colores luz los cuales son: rojo, verde y azul. En la impresión de colores el blanco sustituye el blanco de nuestro papel. En el caso de la acuarela, donde no se use el blanco, la reproducción será más exacta. Aunque el color es útil, no es necesario en la comunicación impresa. De hecho existe gran parte del material impreso que se hace en blanco y negro. Sin embargo el color es una magnífica herramienta en la comunicación gráfica.

Para diferenciar cada color se contempla lo siguiente:

valor: es la claridad u oscuridad de los tonos equivale a la luminosidad (brillo) y se considera igual que gama.

matiz: (color) diferencia entre un color y otro (pigmentación, saturación).

luminosidad: sensación producida por la cantidad de luz incidente que refleja una superficie, independientemente del matiz.

saturación: corresponde a la diferencia que separa un color dado del gris (de igual luminosidad).

intensidad: grado de pureza en la sensación de un matiz que produce un tono dado. Se refiere a la fuerza de un color. Se puede controlar de cuatro formas:

- aumentar el valor y disminuye la intensidad. Recibe el nombre de tintes
- disminuye en intensidad y desciende en valor. Se le conoce como sombra; se logra agregando un matiz más oscuro del mismo color o el color negro.
- depende del valor del gris. Se aplica el término tonos, se obtiene al mezclar una parte de negro con otra de blanco en partes iguales.
- matiz complementario. Se les conoce como complementarios.

(Fundamentos del Diseño R. Gillam Scott, pág. 12-13)

Contraste de color

Aprendemos a reconocer las formas a causa de los contrastes tonales en el espacio. El contraste es la fuente de todo significado. En la vida práctica mezclaremos colores, esto es la unión de dos o más elementos en este caso (colores) para formar una masa homogénea. Estas combinaciones no llevan al contraste; son las diferencias percibidas entre dos efectos comparados; se da por la relación fondo-figura. Los mayores contrastes se producen entre los colores complementarios; los menos violentos se establecen entre 2 colores primarios, 2 secundarios o entre un oscuro y un claro no amónicos.

Existen 7 tipos de contraste de color:

Contraste matiz, complementario, simultáneo, cualitativo o (valor), cálido-frío, cuantitativo o de extensión, sucesivo o de cromático a acromático.

Psicología del color

Los psicólogos nos dicen que los diferentes colores nos afecta emocionalmente. Algunos pueden agrandar y otros irritar; con respecto a otros somos prácticamente alérgicos mental y físicamente. Los rojos y amarillos parecen excitar. Los verdes, azules, grises, lavandas y púrpuras son más calmantes y tranquilos. Por esto mismo se tiene otra clasificación del color: colores fríos son aquellos colores que nos producen sensación, frescura y frialdad; tienen la característica o cualidad de alejamiento. Colores calientes o cálidos son los colores que tienen efectos estimulantes o excitantes por la impresión de color que nos producen y nos dan la sensación de acercamiento. Hay colores que al ser intermedios pueden pertenecer a la gama fría o caliente, tal es el caso del verde y violeta. El impacto que causa psicológicamente el color ha sido investigado por medio de las siguientes pruebas: 1) la observación, 2) el uso de instrumentos, 3) la memoria, 4) las ventas y la investigación y 5) el nivel inconsciente. (Comunicación gráfica, trillas. pág. 257-258).

En la percepción visual casi nunca se ve un color como en realidad es, este hecho hace que el color sea el más relativo de los medios que emplea el arte.

Significado de cada color:

negro: es oscuro y compacto. Su carácter es impenetrable. Es el color con menor resonancia. La expresión de una unidad rígida sin ninguna peculiaridad propia. Confiere

una impresión de distinción, nobleza y elegancia especialmente cuando es brillante. Psicológicamente es triste y de luto.

blanco: sugiere pureza, lo inaccesible e inexplicable. Por su ausencia de carácter crea una expresión de vacío e infinito. Provoca un efecto refrescante y antiséptico con la proximidad de la luz. En la religión representa pureza, virtud e inocencia.

gris: No tiene un carácter autónomo ni lleno de posibilidades como el blanco, ni pasivo como el negro. La palidez del gris evoca el temor, vejez y la cercanía de la muerte.

verde: es el color más tranquilo de todos; no expresa ni alegría ni tristeza o pasión. Es el color de la esperanza, cuando la naturaleza se torna verde, hay esperanza de nueva vida. En la religión representa verdad, fé y generación. Psicológicamente significa calma, quietud, frescura, equilibrio, paz. Es el color del reino vegetal, el misterio de la clorofila que comprende la fotosíntesis.

rojo: significa fuerza, vivacidad, virilidad, masculinidad y dinamismo. Es esencialmente un color cálido, desbordante de vida, ardiente y vivo. El rojo es un color que distrae fuertemente nuestra atención. Es estimulante nervioso, incrementa la presión sanguínea y la respiración y pulso se aceleran. Asociado con el planeta Marte.

rosa: es tímido, de una suavidad dulce y romántica. Su falta de vitalidad es la imagen del efecto y la feminidad. Sugiere gentileza e intimidad.

café: nos brinda la impresión de solidez y gran utilidad. Es el color más realista de todos aunque su efecto no es vulgar ni brutal, incorpora una vida sana y el trabajo cotidiano.

naranja: aún más que el rojo, expresa irradiación y comunicación. Tiene un carácter receptivo y cálido. Significa generosidad y efusión de emociones. Se asocia con la comida y sugiere prisa.

azul: es un color profundo y femenino, el cual se apoya en una atmósfera relajada. Expresa madurez y aunque recuerda la infancia concierne a la vida espiritual a interior. En la religión representa sabiduría y ciencia. Disminuye la presión sanguínea la respiración y el pulso se alentan.

azul oscuro: es el color de gravedad solemne y celestial, nos acerca al infinito. El azul claro es menos impactante, brinda una sensación de frescura y limpieza higiénica.

turquesa: encierra una gran fuerza y una expresión de fuego, pero no fuego interior o frío.

amarillo: es el color más luminoso de todos, también el más brillante, fuerte y joven. El **amarillo dorado** tiene un efecto activo, mientras que el color amarillo verdoso da un efecto enfermizo. Con un tinte ligero de rojo, complace la vista. Por su luminosidad el amarillo ensancha contorno y hace que las formas se agranden. Psicológicamente expresa dinamismo y alegría espiritual.

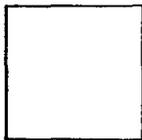
violeta: es el color más misterioso de todos. Es equivalente al pensamiento místico y meditativo, es triste y melancólico. Al acercarse al lila se vuelve superficial y más mágico que místico. En la religión significa penitencia y esperanza. Color de lo inconsciente, imponente y en ocasiones opresivo, es un matiz de devoción.

púrpura: color de los cardenales, temporal y poder espiritual están unidos.

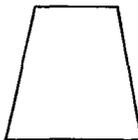
oro: sugiere el aspecto místico del sol, también majestuosidad, honor, juicio, riqueza e idolatría.

colores pasteles: la característica de estos yace en la moderación y suavidad de las cualidades de los colores de los que se derivan. Representan el símbolo de una atmósfera íntima, de efecto, de todo lo que a uno le gusta contemplar en la soledad y en el silencio

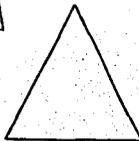
Figuras correspondientes a cada color. (ITTEN The elements of color. Faber Birren, 1970).



rojo



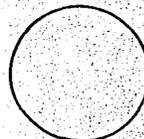
naranja



amarillo



violeta



azul



verde

Función del color en la impresión:

A) Llamar la atención. El contraste es la base de llamar la atención, cuando decimos esto nos referimos a dos respuestas independientes de los lectores: 1) que se sientan atraídos; 2) que pongan atención si lo que los atrajo conserva significado o interés.

B) Producir efectos psicológicos. Que connota cada color.

C) Desarrollar asociaciones. La gente comunmente asocia ciertos colores con determinados productos.

D) Retener la atención. El color debe predominar porque ayuda a los lectores a recordar eso que vieron. Y para describir eso, hacemos referencia a su color.

E) Crear una atmósfera placentera. Una pobre selección y aplicación de los colores puede repeler a los lectores. La pieza impresa deberá contener equilibrio, contraste, proporción, ritmo, armonía y movimiento donde el color se rige por estos principios básicos. El equilibrio aquí el color le agrega más peso a los elementos. Los colores brillantes resultan más ligeros y los colores oscuros más pesados. El contraste es necesario para la legibilidad. El ritmo del color se logra mediante su repetición en diversos puntos de la pieza impresa. La proporción se refiere a las relaciones entre dos colores: 1) colores oscuros y los colores claros y 2) colores opacos y colores brillantes. La armonía se aplica a los llamados esquemas de color. Se habla de armonías de colores monocromáticos, complementarios, sin embargo estos no son automáticamente armonicos cuando se encuentran juntos, a menos que se les de una cierta justificación de su uso.

Las pruebas psicológicas han demostrado de la preferencia por ciertos colores por parte de la gente. No obstante esto varia de acuerdo a la edad, educación y ubicación geográfica de las personas sometidas a la prueba. Los colores brillantes atraen a los jovenes y los colores suaves a las personas mayores. Pero sin embargo existen los colores "favoritos".(Com Gráfica Arthur T. Turnbull. Trillas, pág. 258-261).

3.6 Ilustración y fotografía

La única gran revolución registrada en el sector editorial desde los códigos medievales ha sido, sin ningún género de dudas, el uso de la fotografía como código inédito de representación, dotado además, de la enorme ventaja de disponer de un poder referencial máximo.

La fotografía es la columna vertebral de las revistas ilustradas, y su papel primario es el periodístico: debe colaborar con el texto y dentro de la composición general. Es una de las contribuciones más importantes al carácter de una revista. La fotografía y la ilustración en revistas son parte de un concepto unificado y esta presente para realizar una función no para hacer "bonita" la página. En un principio empleada la fotografía en las revistas para reproducir ilustración, para transferir dibujos a una superficie sensibilizada de una plancha de madera, según un sistema mecanizado de grabado. Y para 1872 se inventó la cincografía que creó grandes oportunidades mediante la combinación de fotografía y el fotograbado de líneas dando oportunidad a ser cuadrados al espacio deseado por el impresor (Diseño de revistas. G.G. pág. 16)

La fotografía proporciona información visual pero eso no significa que no pueda evocar, además, emociones o adoptar formas figurativas. La fotografía editorial se ha esforzado por lograr un mayor dinamismo o inmediatez y realismo. Por lo que se refiere a la ilustración la consideraremos como un elemento del diseño gráfico donde generalmente complace más al ilustrador que al lector. Por dos razones: leyendo un libro, uno se forma una concepción nebulosa, irreal de las escenas y personas que en él se describen. Entonces llega el ilustrador (o el fotógrafo) y refuerza nuestro ojo; una segunda razón: desde un punto de vista puramente óptico las ilustraciones son, en general, un objeto

extraño al cuerpo del libro por supuesto las ilustraciones no deben ser una transcripción plástica esclavizada y exacta, del texto (cuando es así, estorba e incluso irrita al lector).

La ilustración es una forma más individualizada y subjetiva, basada en la experiencia e interpretación personal; su mensaje es casi generalmente indirecto y retórico. Refiriéndonos a la ilustración científica dentro de las revistas dedicadas a la popularización de la ciencia, éstas comunican muchos conceptos que no podían ser fotografiados. Al principio el empleo de la ilustración en revistas fue de tipo documental. Algunas revistas dedicadas a la ciencia han adquirido una gran reputación por el uso de imágenes metafóricas para explicar ideas científicas y tecnológicas enigmáticas.

El éxito de la ilustración depende principalmente de la apariencia del aviso en conjunto. Si el espectador se siente bastante intrigado por la ilustración como para leer el texto, la ilustración cobra un doble significado, y nosotros nos beneficiamos. Si por el contrario, el espectador mira la ilustración y omite leer el texto, se produce una encisión del efecto total que se quería obtener y el anuncio fracasa. La ilustración debe trabajar conjuntamente con el texto dentro de la disposición compositiva; de manera, pues que el primer problema que nos presenta la ilustración publicitaria se expresa así: "¿En que medida o hasta que punto puedo transmitir a la ilustración propiamente dicha el significado del texto y el propósito del anuncio?". En la mayoría de los casos el cuadro debería amplificar e interpretar el texto, y no el texto explicar el cuadro. Es mucho más fácil que una buena ilustración sostenga a un mal texto y no que un buen texto sostenga a una mala ilustración; la ilustración es algo así como la vidriera del texto, si no llama la atención, todo lo demás fracasa.

La ilustración de revistas indudablemente, exige más tiempo, aun cuando el pago sea menor. La revista nos dará más que el manuscrito que debemos ilustrar o, en algunos casos, un boceto algo fantástico, o bien un plan en el que apenas aparece algo más que el espacio asignado. Muchas revistas pedirán un plan o un boceto, lo que demuestra la importancia de poder por nosotros mismos; y nos pedirán, no una situación, sino varias, para poder elegir.

Las diversas revistas en competencia prestan cada día más atención al planeamiento y aspecto de conjunto de la revista. Uno de los grandes fines que persiguen es la variedad, o el "cambio de paso" - cuya existencia o inexistencia uno puede apreciar al hojear la revista-, para aliviar la monotonía y hacer que todo el material parezca nuevo y atrayente. El planeamiento general de cada número se realiza en la redacción de la revista, y

nosotros no la conocemos hasta que la revista aparece publicada. Nuestra ilustración puede aparecer cortada o cambiada según lo crea conveniente el director artístico.

A pesar de la larga lista de ilustradores de cubierta de revista procedentes de Europa, no todos los ilustradores reconocidos fueron emigrantes. Por ejemplo, el más famoso ilustrador que ha dado América en toda su historia, Norman Percevel Rockwell, nació en Nueva York en 1894 (Satue. pág.264). La plataforma de uno de sus mejores éxitos la constituyó la cubierta de la popular revista *The Saturday Evening Post*.

Asimismo un notorio ejemplo lo constituye la casi centenaria revista *National Geographic Magazine*, que en manos de su inteligente director artístico Howard E. Pine se ha convertido en uno más de los documentos de consulta y archivo de los profesionales de la estética comercial universales. Revistas del tipo del *Saturday Evening Post* de sus últimos años, el *Fortune*, *Playboy*, *Sports Illustrated*, *Redbook*, *Seventeen*, *Ladie's Home Journal*, etc., adquieren, por la calidad de algunas de sus ilustraciones niveles de interés que sus específicas temáticas no inducen tan siquiera a sospechar. Casi todos los anuncios publicitarios utilizan las ilustraciones para capturar el interés del lector. Por medio de ellas podemos dirigir de forma más natural y ambientar el anuncio proporcionándole las connotaciones que se requieran. Algunos anunciantes utilizan el producto en uso, o bien describen algún beneficio que el lector puede obtener con su uso o alguna necesidad que se pueda satisfacer con éste. Para justificar su presencia la ilustración debe proporcionar comentarios, caricaturas, ambiente o emoción, o revelar el pensamiento a través de la metáfora: debe hacer algo que la ciencia objetiva o la fotografía no puede hacer (Diseño de revistas. G.G. pág. 203). Estas ilustraciones se traducen generalmente en dibujos y fotografías o la combinación de ambos. Produciéndose la ilustración en forma de collage, incorporando todos los elementos gráficos incluyendo (dibujos y fotografías a veces).

Los dibujos pueden realizarse en las más diversas técnicas adecuándose al presupuesto o a las necesidades específicas del producto y pueden llegar a ser un buen apoyo cuando no se cuenta con un presupuesto muy amplio, aunque la utilización de algunas técnicas implican un costo de impresión aún más alto que el de la fotografía misma.

Las fotografías suelen ser más costosas, aunque un anuncio con fotografías puede redundar en una respuesta más eficaz. Las fotografías agregan el elemento de veracidad al anuncio que contiene testimonios o historias verídicas; asimismo permiten que el lector

se identifique con el ambiente que puede llegar a representar la compra de un producto o adquisición de un servicio.

La fotografía no es una estructura aislada se comunica por lo menos con otra estructura que es el texto (título, leyenda o artículo). Los niveles de producción de la fotografía: (selección, tratamiento técnico, encuadre, compaginación: son en suma, una codificación de lo análogo fotográfico.

El mensaje fotográfico

Procedimiento para la connotación de la fotografía:

① - Truaje: el código de connotación no es ni artificial (como en una lengua verdadera), ni natural: es histórico.

② - Pose: actitudes estereotipadas que constituyen elementos de significación ya preparados.

③ - Objetivos: estos objetos constituyen excelentes elementos de significación: por una parte son discontinuos y complejos en sí mismos, lo cual para un signo es una cualidad física; y por otra, remiten a significados claros, conocidos.

④ - Fotogenia: el mensaje connotado está en la imagen misma "embellecida" (es decir en general sublimada), por técnicas de iluminación, de impresión y de revelado.

⑤ - Esteticismo: cuando la fotografía se hace pintura, es decir

Ejemplo de Pose



composición o sustancia visual deliberadamente tratada como *espaste*, ya sea para significarse a sí misma como *arte*. El esteticismo manifiesta, remite (maliciosamente) a la idea misma de cuadro (lo cual es contrario a toda pintura verdadera).

- ⑥ - Sintaxis: objetos-signos dentro de una misma fotografía; es natural que varias fotografías puedan transformarse en secuencia (es el caso corriente en las fotografías ilustradas) (La Semiología. Buenos Aires. Tiempo Contemporáneo, pág 118-121).

.....

3.7 La portada

Una portada eficaz es aquella que perdura en la memoria que se recuerda *se graba de forma fuerte que no puede olvidarse*. En la revista funciona como un aparador de tienda, un bufette, o la entrada a un lugar mágico. Es toda una invitación con destinatario es estimular la atención y crear el deseo de entrar. Sin embargo algunos editores dirían que la mejor portada es la que vende e incluso se revelaría que la idea que vende más es el rostro humano pues sin querer mira directamente al ojo del lector y muchos titulares que la acompañan; esto lo trataremos más adelante.

Esta parte gráfica visual es el área de diseño de revistas donde debe señalar sin equívocos tanto el carácter editorial como el contenido, pero de ésta depende de alguna manera el porcentaje de su tiraje. En 1987 lo que había sido el anatema de los editores, la revista *Tatler* inició la moda de la fotografía en blanco y negro. Fabien Baron reavivó la moda en *Vogue Italia* en 1989, utilizando la monocromía con constancia y brío (Diseño de revistas, G.G. pág. 188).

Revela interesantes características nacionales el diseño de portadas. Por ejemplo los italianos no están confinados a las convenciones y muestran un uso imaginativo de imágenes y logotipos; los franceses tienen una gran preferencia por las fotografías de modelos del cuerpo entero; los ingleses y norteamericanos, por los rostros y los japoneses por el rostro y la cabeza, en ocasiones de más de un modelo. Estas diferencias son vitales pues forman parte de la necesidad de una identificación instantánea del distinguirlo de sus competidora y del número nuevo al anterior. La portada debe estar integrada por ciertos elementos que forman parte de esa identificación por titulares solamente o por tipo e ilustraciones en combinación. Otra principal característica de identificarla es normalmente por el cintillo, indicador o

directorio, donde puede usarse diseño o color para el mismo propósito. El cintillo debe ser único y de tamaño suficiente para su rápido reconocimiento. Las ilustraciones de las portadas seleccionadas de contenido interior pueden seducir al lector e introducirse en la revista, pues es importante el tipo para dirigir al lector hacia determinados artículos. Los ejemplares pueden diferenciarse uno del otro con estos 3 puntos: cambios de color; diseño y número de volumen y de ejemplar estos últimos no deben faltar en la cubierta.

Toda publicación lo suficientemente grande como para que el lector llegue a tener dificultades en encontrar el material debe contar con un índice de contenido. Su colocación se requiere que esté muy al principio o al inicio de la revista. Esta debe tener suficiente despliegue como para ser localizada instantáneamente. También se incluye en esta página: oficina de publicación, lugar, nombre de los responsables en edición, diseño, fotografía, fecha, número.etc. Asimismo los temas más relevantes del índice por lo general se incluyen en la portada.

Es indispensable no llegar a caer en una página aburrida. Son parte de una solución para ello: 1) usar ilustraciones en la página, 2) utilizar titulares especiales para algunas líneas del contenido y 3) colocar fotografías pequeñas tomadas de los artículos importantes y ser colocadas en forma adyacente a la lista del índice de contenido, puede ayudar a darle más garbo a señalar lo importante e inspirar al lector a ser conducido a leer el artículo. Es parte de una señal para él.

Las marcas de verificación, las balas y otros ornamentos tipográficos se encuentran dentro de la portada pueden emplearse (tal vez en color) esto ocasionará variedad a la lista de títulos.

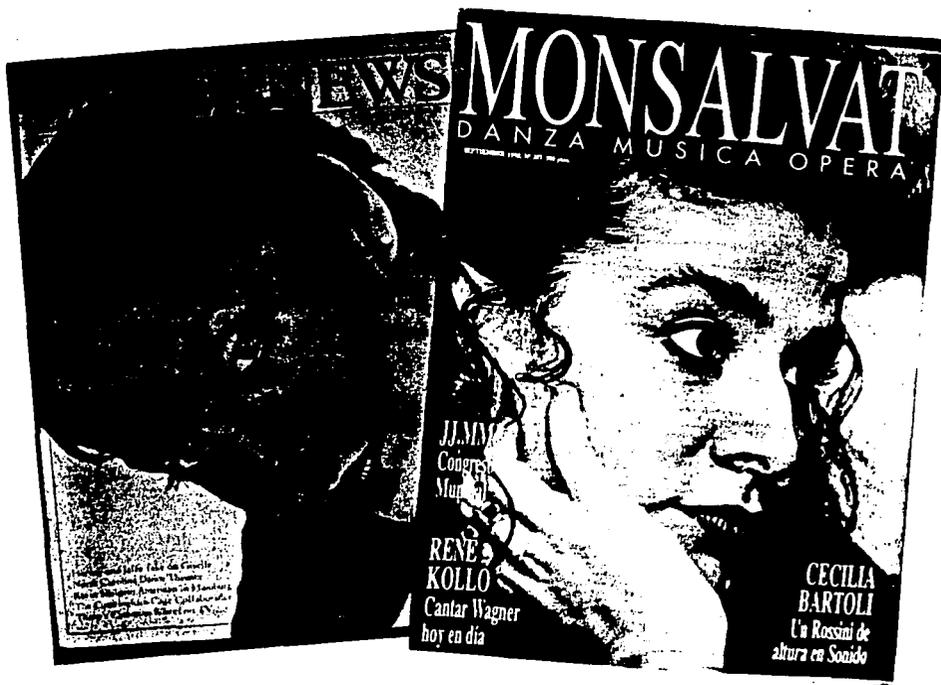
Dentro del diseño de portadas para una revista se puede presentar:

A) La portada de rostros

Un rostro vende revistas a través del autorreconocimiento o de la celebridad. El rostro debe tener personalidad ésta y la fotografía de rostros domina mucho en las portadas populares para la mujer y también en aquellos ejemplares de lujo, y por supuesto también se encuentran las dedicadas a los hombres, en las musicales, en las de artes populares y de cinematografía entre otras y actualmente es algo que se esta

imponiendo mucho más en revistas comerciales y de negocios, todo esto a causa sin lugar a duda por razones comerciales.

Este rostro no debe ser amenazador y reflejar sin embargo una imagen espectacular del lector (o, de forma más precisa, sus aspiraciones físicas y sociales) y estar rodeado de tantos titulares como puedan introducirse en el lado izquierdo, derecho o inferior de la página (diseño de revistas. G.G. pág. 186).



Siempre es agradable y conveniente ver rostros tanto de mujeres como de hombre muy guapos con buenos accesorios, maquillaje, ojos, boca, etc. pues ello significaría un aumento en las ventas. Obviamente, el tratamiento fotográfico y tipográfico dado a una revista de modas, de danza y a un semanario popular diferirá significativamente.

B) La portada basada en el texto.

Este tipo de portada basada en la tipografía tienen la ventaja de la inmediatez. Después de todo la portada es como un cartel de anuncio del texto - un índice conciso del contenido.

El planteamiento de *Avenue* es muy directo esta portada juega con la similitud funcional de la cubierta de la revista y el telón del teatro. Que sirve de protección y se retiran para revelar su contenido.

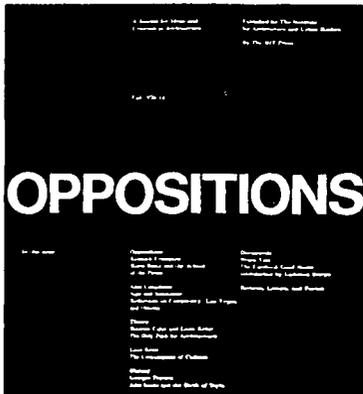


Avenue (Holanda)

Mayo de 1988

Director de arte:

Hans Van Blommestein

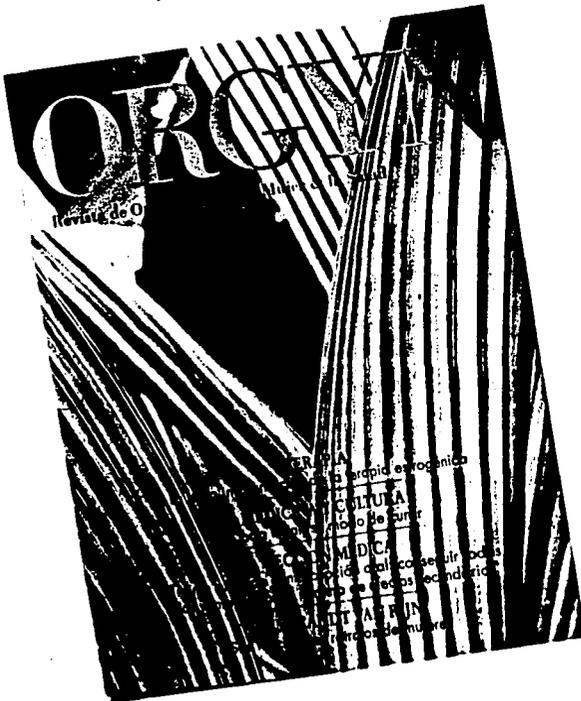


Massimo Vignelli:

Cubierta de revista, 1978.

Portada de la revista Ms., año 1972.

El pensamiento de las convenciones sociales y del diseño reglamentario sufren el reto de esta portada de la revista, total y completamente tipográfica. La idea de que las portadas de las revistas deben ilustrarse para que llamen la atención, es superada con el uso de colores apretados.



Las hojas de la portada ORGYN

sirven de color para la misma y

remiten a los contenidos de la

revista referentes a la salud.

C) La portada basada en elementos naturales

Los reinos animal y vegetal serán siempre agradables para el espectador; éstas pueden presentar diferentes variantes tales como: un solo animal, una planta, una panorámica, etc. pudiendo ser tratadas en varias técnicas de representación.

D) La portada con elementos arquitectónicos y objetos materiales

Ciudades, iglesias, casas, edificios, ruinas, etc. y todo objeto de cualquier índole. Pueden ser representados como *product shot* o en *thing shot*. En fotografía o ilustración.

E) La portada con elementos surrealistas o imaginarios

Formas exuberantes realizados por el ilustrador o diseñador en las diferentes técnicas manuales o electrónicas que se requiera. La imaginación es el límite.

F) Otras

La creatividad e ideas para las portadas siempre serán una sorpresa.

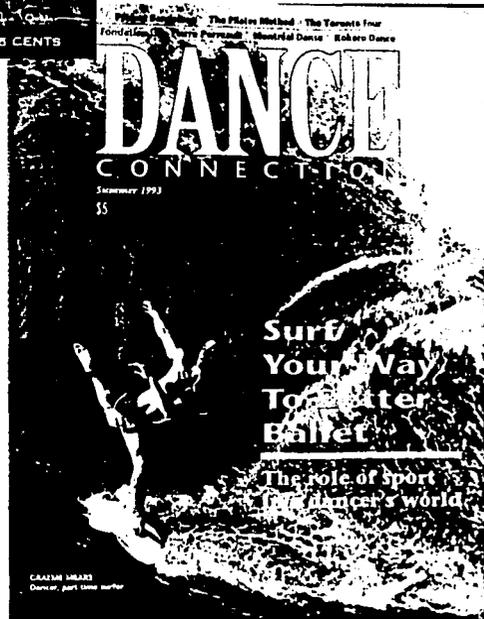




E)

La portada de la revista *Dance Culture* es una ilustración donde un bailarina toma con sus brazos al sol.

La portada de *Dance Connection* muestra una fotografía combinando elementos naturales (la ola de mar y al bailarín, revista de danza).



3.7.1 Tipografía

La escritura es el antecedente de la tipografía: palabra escrita con tipos de imprenta. Familia de letras con características similares.

Por su peso pueden ser light, medium, bold, espacios intermedios, demi light, demi bold, ultra light/bold, extra light/bold-negritas; por su proporción pueden ser condensada, normal o redonda, extendida, itálica (inclinada).

Conforme la evolución de la misma y el tiempo transcurriendo la tipografía fue utilizada en forma diferente en cada artículo y la gama de ilustraciones y enfoques fotográficos no conoció límites. Para 1965 sale la convocatoria para el concurso Nacional de Diseño de Tipos de letras y fue empleado un tipo de letra de estilo moderno con extremos gruesos y delgados, diseñado por Lubalin en colaboración con el artista rotulador John Pistilli. Y en el año 1970 el diseño de tipos de letra comenzó a ocupar más del tiempo de grandes diseñadores como Lubalin. Ginzburg y Lubalin cerraron la década con el formato cuadrado de Avant Garde. Las letras se convirtieron en objetos; **los objetos se convirtieron en letras**. Gene Federico (1919) fue uno de los primeros diseñadores gráficos a quien le encantaba usar las letras como imágenes. La tipografía algunas veces aparecía garrapateada, desgarrada, doblada o semejaba vibrar, para expresar un concepto o introducir lo inesperado a la página impresa. El año de 1925 vio el apacible amanecer de una nueva era de la tipografía con la máquina de composición tipográfica Thothmic inventada por E.K. Hunter y J.R.C. August en Londres, Inglaterra.

Siglo XIX cambios en la publicidad y en la tipografía aparecen tipos que tienen ataque uniforme no hay gruesos y delgados, el patín cambia a cuadro, se deja el patín filiforme. Siglo XX le cortamos los patines con la futura y helvética descendentes y ascendentes cortos muy cortos, ataque uniforme se llama palo seco (no tiene patín).

Anatomía de tipo (letra)

Uno de los aspectos básicos de la tipografía y del diseño tipográfico, es el de descubrir los elementos estructurales que componen un tipo o caracter, para poder analizarlo, utilizarlos y evaluarlo.

A continuación se enlistan los nombre de los principales rasgos que conforman la anatomía del tipo con una somera descripción y otros conceptos relacionados.

tipo o caracter

Se le denomina tipo en la imprenta a los prismas rectangulares que sirven para la composición de textos y titulares, el cual tiene grabado una letra o signo en una de sus caras. También se utiliza el mismo término para designar una letra, signo o caracter del conjunto alfanumérico

cuerpo de tipo

Esto es la altura o tamaño del tipo. El cuerpo se mide en puntos, los cuales son unidades tipográficas.

unidades tipográficas

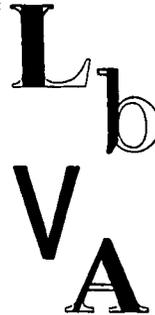
Unidades que se usan para medir los elementos de la composición tipográfica. Estas unidades son: la Pica o cuadratín y los puntos.

Fuste o asta

Traza recto vertical principal de un tipo siendo el elemento dominante.

Monte o asta inclinada

Traza recto inclinado conforma los extremos del tipo es un elemento dominante estructural.



Barra

Trazo horizontal entre dos fustes.

**Anillo**

Trazo curvo completo que encierra un espacio en un tipo.

**Arco**

Trazo curvo incompleto.

**Espina o eje constructivo curvo**

Trazo curvo principal de la estructura del carácter "S" mayúscula y minúscula y en algunos casos del número dos.

**Ascendente**

Parte del fuste de los tipos en bajas.

**Descendente**

Parte del fuste de los tipos en bajas que se extiende por debajo de la línea base.

Oreja o lágrima

Trazo generalmente corto que se prolonga por la parte superior de algunos tipos en bajas.

**Serife o patín**

Trazo terminal o remate de los fustes de familias tipográficas con diseño humanista o romano.



Ataque

Forma de ejecutar el trazo, donde puede ser uniforme o variable, este último puede ser fusiforme o contrastante.

The image shows three letters: 'O', 'R', and 'F'. The 'O' is a simple circle. The 'R' has a vertical stem and a curved arm. The 'F' has a vertical stem and two horizontal bars. The strokes are thick and uniform in width, illustrating a specific type of 'ataque' (stroke attack).

Talón

Punto donde un fuste se transforma en un arco en forma continua por la parte inferior de un tipo.

The image shows the letters 'U' and 'u'. The bottom curve of the 'U' and the bottom curve of the 'u' are highlighted with a thick black line, indicating the 'talón' (heel) of the stroke where the vertical stem meets the curve.

Filete

Trazo exageradamente fino utilizado en tipos con ataque variable contrastante.

The image shows the letters 'O' and 'N'. The 'O' is a circle with a very thin, double-line border. The 'N' is a simple shape with a thin, double-line border. This illustrates the 'filete' (filigree) stroke style.

Hueco

Espacio total o parcialmente cerrado dentro del tipo.

The image shows the letters 'B' and 'C'. The 'B' has a hollow interior. The 'C' is a simple shape with a hollow interior. This illustrates the 'hueco' (hollow) space style.

Espacio vital o counter space

Espacio natural interior y exterior de un tipo o caracter que lo conforma o delimita; es el espacio blanco entre letra y letra, letra y signo o símbolo, entre palabra y palabra.

The word 'espacio' is written in a bold, black, sans-serif font. The letters are white and set against a solid black background. The spacing between the letters is consistent, illustrating the concept of 'espacio vital' or 'counter space'.

En el diseño gráfico la tipografía es un elemento muy utilizado, y un importante portador de la comunicación gráfica. Son muchos los factores que se deben considerar para

utilizar adecuadamente la tipografía, su anatomía, proporción y clasificación, hasta las características de significado y signifiicante; de su aplicación, así como su uso para textos o para titulares, cabezas o displays. Aspectos a considerar de suma importancia en la tipografía, son la legibilidad y la leibilidad.

Legibilidad que en el idioma inglés es *legibility* y el de leibilidad que en inglés es *readability*, ya que se debe tener mucho cuidado con el uso de esta terminología. Legibilidad en tipografía se puede definir como el contraste de los tipos con respecto a su contexto. Dicho contraste puede ser de varias formas: contraste por tamaño, peso, diseño, color, variante en inclinación del eje de tipo (romana, itálica o contraitálicas), variante en el ancho del tipo, etc.

Legibilidad es la que consideramos para destacar y llamar la atención de la tipografía se aplica también en titulares, cabezas, displays, donde la tipografía en pocas palabras requiere de llamar la atención aplicada a carteles, portadas, anuncios, espectaculares, etc.

Contraste en diseño del tipo

diseño

diseño

diseño

contraste de tamaño

tamaño

tamaño

contraste del ancho del tipo

ANCHO

ANCHO

contraste en la inclinación del eje

EJE EJE

contraste en el peso del tipo

PESO PESO

Leibilidad se puede definir como la característica distintiva de un texto que permite se pueda leer con el máximo de comprensión y el mínimo de fatiga. Para analizar la leibilidad es importante considerar los factores que la afectan los cuales la mayoría de estos no se ven, o mejor dicho son parte del fondo que conforma la forma.

El primero de dichos factores es el **diseño del tipo** que se quiere utilizar en los textos, y es de primordial importancia para la leibilidad de un texto, logrando así un conjunto homogéneo que permite el desplazamiento del ojo sin que existan imanes ópticos que lo distraigan. Otro punto a considerar en el diseño del tipo para texto es su proporción entre los rasgos ascendentes y descendentes, y la altura de las "x" o altura de las vocales de los caracteres de la caja baja o minúsculas. También se debe tomar en cuenta que para una buena leibilidad de cualquier texto es mejor utilizar una composición tipográfica en altas y bajas (mayúsculas y minúsculas), ya que se ha observado una mayor facilidad y menor fatiga en la lectura.

Diseño del tipo en texto

La técnica es necesaria en cualquier nivel de profesión o actividad. La técnica no está en contra del arte; hay que saber armonizar estas para formar un todo

Diseño del tipo en texto

La técnica es necesaria en cualquier nivel de profesión o actividad. La técnica no está en contra del arte; hay que saber armonizar estas para formar un todo.

El segundo factor es el **espaciamiento interletra** en un texto, los espacios entre letras o tipos están dados, por el espacio vital que se diseñó para cada uno de los caracteres del conjunto alfanumérico. Por lo anterior se aconseja que no se utilice espaciamiento interletra intencional en la composición del texto, para con ello lograr una buena leibilidad. *El tercer* factor es el **espaciamiento interpalabra** el cual también influye en la lectura aunque no sea visible. Podemos tomar como buena regla, que entre más se acerque al mínimo requerido la separación interpalabra, mejor será su leibilidad. En *el cuarto* factor que afecta la leibilidad es el **espacio interlínea**, el cual en un texto debe permitir que se diferencie una línea de otra, y al mismo tiempo permitir que el lector cambie de línea sin temor a perderse o requiera un esfuerzo mayor para continuar con la lectura. *El quinto* factor es el **espacio intercolumna o medianil**, el cual juega un papel importante cuando se tiene dos o más columnas en una página.

En textos normales el medianil tiene que ser como mínimo de una pica, ya que medianiles menores crean confusión entre las líneas de las columnas. También se ha tomado una base para sugerir que un buen medianil es aquel que es el doble del cuerpo del tipo que se está usando.

El sexto factor último es la longitud o ancho de líneas de un texto, en líneas muy cortas es difícil leer bien debido a la gran cantidad de separación de palabras en sílabas al corte de la línea y a la necesidad de poner espaciamento interletra en algunas líneas que están justificados a ambos lados. Por otra parte, líneas muy largas crean una dificultad para que el lector al terminar una línea, regrese al principio de la siguiente, lo cual causa fatiga y disminuye la facilidad de la lectura.

1/2 pica

La danza tiene, esencialmente, su significado al interior de su contexto sociocultural. Los elementos básicos del movimiento en la danza, que generalmente son aceptados por los analistas y que son considerados como intrínsecos a dicho movimiento, son: espacio, ritmo (tiempo) y dinámica (fuerza, esfuerzo y calidad). Queda implícito que la danza existe en tiempo y en el espacio y es afectada por su medio físico, de la misma manera que lo son otros fenómenos motores. El instrumento de la danza es el cuerpo humano y su análisis depende de la Kinesiología.

1 1/2 pica

La danza tiene, esencialmente, su significado al interior de su contexto sociocultural. Los elementos básicos del movimiento en la danza, que generalmente son aceptados por los analistas y que son considerados como intrínsecos a dicho movimiento, son: espacio, ritmo (tiempo) y dinámica (fuerza, esfuerzo y calidad). Queda implícito que la danza existe en el tiempo y en el espacio y es afectada por su medio físico, de la misma manera que lo son otros fenómenos motores. El instrumento de la danza es el cuerpo humano y su análisis depende de la Kinesiología.

Encabezado

Es la cabeza principal la cual debe tener el tamaño más grande, para tolerar la competencia y justificación para con los otros elementos de la página o anuncio y atraer la atención hacia el mensaje.

El subtítulo principal debe ser lo bastante grande como para atraer la atención sobre sí mismo, pero sin alejarla de la cabeza principal. Los subtítulos deben encontrarse cerca del título principal y formar parte de él. Además ser mayor que el cuerpo de texto. Lo mismo puede decirse de los subcapítulos secundarios, estos deben contrastar lo suficiente con la composición del cuerpo al que acompañan. Esto puede lograrse con

negritas, itálicas, cursiva, bold o alguna letra de otra familia de tipos entre otras posibilidades. (Comunicación gráfica. Arthur T. Tumbull, trillas pág.123-124).

Factores determinantes del tamaño del tipo de encabezado:

- 1.- El factor de otros elementos del diagrama.
- 2.- El tamaño del espacio (el formato de la página o las dimensiones de anuncio). Un espacio más grande exige tamaños más grandes.
- 3.- La cantidad de espacio en blancos que rodea a la cabeza. El título puede ser de tamaño menor cuando se le da énfasis con un mayor espacio en blanco.
- 4.- La impresión a color de los titulares. La impresión a color requiere de tamaños de tipo más grandes que la impresión en negro.
- 5.- Tamaño del tipo condensado. Es necesario utilizar un tamaño más grande para el tipo condensado que para el tipo estandar.
- 6.- Extensión del encabezado. Los diseñadores se ven precisados a emplear un tipo de tamaño muy chico cuando los encabezados son largos. Esto puede resolverse si se divide el encabezado en grupos grandes y pequeños de ideas.

Existen aspectos interrelacionados con el manejo del encabezado es muy importante tomar en cuenta que las personas leen aquello que es de su interés, la presentación es una invitación a la lectura. Por tanto la forma y otros elementos del diseño deben ser compatibles y así, lograr que la forma interfiera mínimamente con la lectura de comprensión del contenido. Una forma es usar marginados a la derecha o marginados a la izquierda.

Técnicas que destacan la forma del encabezado:

- *uso del color
- *combinación de rayas y adornos con el encabezado
- *encabezados en letras blancas sobre fondo de color o negro
- *encabezados totalmente en letras mayúsculas
- *mezcla de tipografías

- *impresión de la cabeza sobre un fondo
- *uso de letras iniciales
- *combinación de la cabeza con un tratamiento artístico
- *uso de letras hechas a mano
- *disposición de la cabeza en una forma especial

El tratamiento tipográfico implica varias cuestiones: de espaciamiento, alineación de las letras y puntuación. El interlineado (necesidad de espacio entre líneas). En el caso de la alineación se requiere un ajuste visual. Este problema de alineación se presenta en las letras W, A, V, Y, X, C, O, G, Q y S; deben salir un poco del margen, a la izquierda o a la derecha. (Com. gráfica trillas, pág. 127-128)

Letras iniciales (o capitulares)

Se trata de letras del tamaño usado en los títulos, integradas al texto. Tienen una doble función: en primer lugar desempeñan un papel de despliegue en las áreas que básicamente no tienen esta función; en segundo lugar sirven de puente entre los títulos y el texto. Se conocen dos tipos: A) las iniciales elevadas y B) las iniciales empotradas. A menudo se usan versalitas después de una inicial elevada, ésta descansa en la primera línea, aunque también se presenta sola. En el segundo caso la inicial descansa en una línea más baja del texto. (Com. gráfica. trillas, pág.129)

La tipografía es un medio para justificar un fin. Siempre habrá lugar para la frescura de estilo y presentación siempre y cuando no inhiba el claro intercambio de la comunicación y, por tanto, de los significados.

Danza española sirviendo ésta como estudio para analizar los tres grandes apartados en que se divide el BAILE ESPAÑOL: el primer término es el clásico



A)

People are talking about . . . ture. Neither experiment clothes for a taxi-dash life, ter's Paris pieces can run fre ture is about great workmr coat dress over pants, belo thread decoration). Laacr shoulders, heads; his pants come year, is about softer clothing . . . L refined sense in shoes. Oscar de la shoe master Walter Steiger—for

B)

3.8 Originales mecánicos

Montaje actividad que también se conoce con el término de armado de originales para impresión o con el término de paste-up el cual se utiliza en el medio de las artes gráficas norteamericanas y algunos casos en México.

Esta actividad es la parte técnica de las artes gráficas y tiene como finalidad diseñar y armar sobre una superficie los originales a través de la armonía de todos los elementos tanto fotográficos de dibujo o texto incluyendo los blancos para posteriormente ser fotografiado, y esa misma imagen sea reproducida en la cantidad deseada a través del medio escogido para este fin. Es importante señalar que el montaje se tiene que realizar de acuerdo a las medidas de papel que se vaya a imprimir. Algunas veces se hacen fabricaciones de papel especial o se cortan a la medida deseada cuando se trata de papel en rollos.

En la elaboración de cualquier original para impresión SIEMPRE se debe dejar por lo menos de 1cm. para que a la hora de imprimir, las pinzas de la máquina no toquen la superficie impresa. Esto se debe de tomar en cuenta en bocetos.

Cuando se va a realizar un original mecánico, boceto o un dummy, básicamente nuestra función se canaliza en corte y pegado del papel en base a un diseño previo. Es pues por esto que el pegamento desempeña una función muy importante y debe reunir ciertas características que lo hacen especial para el trabajo tales como: solo se utiliza para papel; no lleva en su componente agua o similar es decir, se hace con solventes; debe dar un margen para poder desprender lo anteriormente pegado sin dañar el papel; no debe dejar manchas en la superficie, pues algunas podrían ser registradas por los negativos.

Se distinguen 3 tipos principales de pegamento:

Cemento de hule, el segundo pegado con cera y por último pegado con aerosol.

Debido a los materiales que se utilizan, los originales deben de tener un manejo adecuado. No se deben exponer al sol, pues toda la tipografía se levanta además la luz la afecta de tal manera que con el tiempo se empieza a poner de color ocre, que después se hace sepia o marrón oscuro.

La humedad también los afecta. Es por eso recomendable que los originales por lo menos se les coloque un papel transparente (camisa) tanto para la protección como para marcar errores o indicaciones.

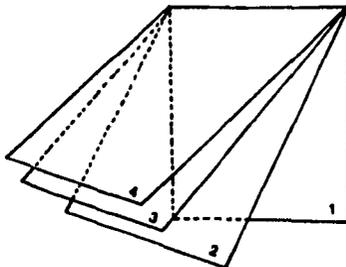
Camisas

Las camisas de los originales tienen varias funciones, generalmente son de papeles transparentes aunque esto dependerá de su objetivo y presentación. Las funciones más importantes que cumplen estas son:

- ① - como protección del polvo y manchas que resulten de su manejo
- ② - como una guía de color para el impresor y el negativo donde se especifica, ya sea una separación de color, o bien que colores intervendrán

La guía de color se marca por medio del phantone éste es una especie de catálogo que tienen en cada color un clave específica.

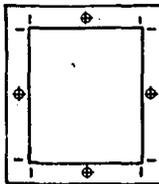
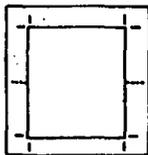
- ③ - cuando se trata de originales de cajas o que llevan algún corte especial también se marcan en la camisa la cual se le da al suajador, se marcan los cortes y los dobleces por medio de registros en filete de tinta negra.
- ④ - algunas camisas sólo se utilizan para marcar las correcciones tipográficas.



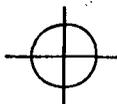
Registros

Los registros son guía que sirven tanto para el impresor, el negativo y el de los acabados. Son colocados desde el original y podemos mencionaar los siguientes:

- ① - registro de corte: estos en trabajos sencillos sirven al impresor como guía de colocación de papel y en algunos casos se utilizan para impresiones a dos tintas. También señalan donde se va a cortar el papel cuando la impresión es más pequeña que el papel utilizado.
- ② - registros de dobles: se marca por medio de una línea punteada que señala precisamente donde se hará el dobles, ya sea manual o a través de máquinas específicas para esto, este registro generalmente se coloca fuera de los registros de corte. También para formatos más pequeños que la medida del papel.
- ③ - registros para selección de color: este se utiliza para impresiones de 3 o más tintas que tienen que registrar perfectamente. Es una guía para el impresor que le ayuda a ajustar su máquina para que cada color registre con todos. Este registro se marca por medio de una cruz y un círculo, superpuestos.



Es importante que en el original se haga con puntos muy finos, este registro se coloca en la mitad y en los 4 lados del pliego a imprimir y también se sitúa fuera de los registros de corte o en lugares impresos que no afecten el diseño original. Estos registros entran en el dibujo del original y son de medida máxima de un centímetro de diámetro.



Cabe señalar que todos los registros antes mencionados se colocan en el original para impresión y no en las camisas salvo para trabajos especiales como son empaques o etiquetas que se vayan a suajar en forma diferente a lo convencional.

Superficies para elaborar los originales mecánicos

El montaje del original mecánico se puede desarrollar sobre soportes de diversas cartulinas algunas siendo satinadas y papeles de las cartulinas; podemos mencionar a la show card satinada, caple, opalina, kromacote, primavera, entre los principales. Para las camisas tanto de protección como para indicaciones se puede utilizar papel couché, albanene, cebolla, aereo, mantequilla, aunque la elección del material dependerá de acuerdo al trabajo que se vaya a realizar.

Los papeles delgados como el couché es recomendable para la formación de libros y REVISTAS, estos papeles son prácticos porque son traslucidos y se trabaja en base a un machote previamente realizado. Actualmente se cuenta con una gran variedad de papeles de importación para una mejor calidad.

Clasificación

Originales de medio tono, o *directos*

Entendiendo por medio tono todo dibujo, fotografía o reproducción impresa. Un ejemplo claro es una fotografía en b/n. Dentro de ellos se encuentran:

originales de medio tono dibujados:

a) lápiz, carbón, sanguina o lápiz cera negro, mediante el uso de negros, grisados y degradados de todo tipo.

b) con pincel y tinta china (aguada), o pincel y acuarela negra, témpera negra y blanco, óleo negro y blanco, etc.

Originales de medio tono partiendo de imágenes en color

Se trata de una pintura al pastel, a la acuarela, al óleo, etc. o una reproducción fotográfica o impresa también en color; se dice entonces de este color hágame un *negro* (o un <<directo>>).

Clasificación y estudio de originales para ser impresos en color.

En artes gráficas al hablar de colores se piensa en tintas; con sólo cuatro (azul cyan, amarillo, magenta y negro) se logra reproducir todos los colores de la naturaleza. Significando que el negro aun no siendo un color, cuenta como tal, es decir, como una tinta.

Pudiendo distinguir tres clases:

Originales color de tintas planas o <<plumas color>> original generalmente realizado a mano, la imagen se resuelve con una gama de dos o más colores planos, es decir, sin grisados ni degradados. Se llama también pluma color.

Originales a dos colores degradados llamados también <<bitonos>>.

Son aquellos originales de medio tono o <<directos>> a dos colores, mejor dicho impreso a dos tintas, con las cuales se obtienen tres matices de color.

Dentro de estos se encuentran:

a) original dibujado o pintado a mano usando cualquiera de los procedimientos clásicos: pastel, acuarela, óleo, témpera, etc. trabajando con dos colores (por ejemplo negro y amarillo, obteniendo sus diversos matices y grises y cafés).

b) original partiendo de una fotografía, un dibujo a una pintura, indistintamente en negro o en color, siendo suficiente la indicación <<bitono para ser impreso con negro y rojo>> o los colores que sean.

Originales a todo color, para ser reproducidos en <<cuatricromía>>

Clásica imagen a todo color, sabiendo que su reproducción e impresión se logra con las cuatro tintas de la cuatricromía a saber.

Pueden ser representados o a realizarse de la siguiente manera:

a) original a todo color pintado a mano: utilizando cualquier medio o procedimiento de pintura e incluso en <<collage>> realizados con diversos materiales, impresos, fotos, etc.

b) original a todo color fotografiado sobre papel

c) original a todo color fotografiado en transparencia (ektachrome).

d) original partiendo de una imagen fotografica en negro. El grabador se imagina el color y realiza químicamente una selección también imaginaria a esto se le llama cuatricromía falsa. (Artes Gráficas Para dibujantes y técnicos publicitarios. Parramón Vilasaló José María. pág. 38-46).

3.9 El Papel

La primera superficie creada fue el papiro, hecha por los antiguos egipcios sacado de la planta llamada del mismo nombre empleando la parte medular de su tallo para así obtener las láminas que usaban como papel.

En la actualidad la mayoría del papel se hace a máquina. Los ingrediente varían según el uso que se le va a dar, pero siempre se usan trapos, esparto, pasta de madera, caolín, yeso, cola, tintes y agua. Probablemente el ingrediente más importante es la pasta de madera, que se introdujo a mediados del s. XIX. El último paso de la producción suele ser el acabado que se da a la superficie de papel. Existen muchas posibilidades: se puede calandrar las superficies es decir, pasarla entre cilindros de metal que comprimen y alisan la superficie, cubrirla con caolín (papeles estucados y esmaltados), o darles cientos de texturas diferentes.

El papel a evolucionado a través del tiempo de acuerdo a las necesidades de hombre. Pero sin embargo las materias primas para su elaboración son sin duda casi totalmente los vegetales y productos que contengan fibras de celulosa en la práctica su utilización esta limitada a diferentes factores naturales. En México se utiliza el bagazo de la caña de azúcar. Todo esto repercute de acuerdo al tipo de papel que se desea fabricar, el papel más barato se hace de troncos descortezados sin eliminar impurezas usando generalmente para periódicos, los papeles más caros son los que tienen un contenido 100% de trapo el cual es virtualmente imperecedero pero por su precio y uso es limitado.

Características del papel

- 1 - Blancura. La blancura del papel está relacionada con su opacidad. Este se mide por la mayor o menor transparencia que presenta una imagen vista desde el reverso de

la hoja y depende de los productos químicos agregados. Con frecuencia cuanto más blanco es el papel menor es su opacidad.

- ② - **Grano.** El grano de papel es la dirección en que se orienta predominantemente las fibras. El grano puede determinarse rasgando el papel por ejemplo: si uno trata de rasgar un periódico, se observará que el papel rasgado en el sentido del grano lo hace en líneas quebradas. Así mismo el papel delgado a favor del grano forma un pliegue más liso que el papel doblado contra el grano.
- ③ - **Resistencia.** La resistencia de papel depende de la naturaleza de la fibra y de su longitud. Las fibras largas confieren mayor resistencia al desgaste que las fibras cortas.
- ④ - **Superficie.** Esta dependerá del estucado o del calandrado del papel. El estucado es una mezcla de caolín, yeso y otras materias aplicadas a la superficie de papel a fin de obtener un acabado más liso. Las láminas de papel se forman durante la fabricación cuando la pulpa pasa por unos rodillos, esto recibe el nombre de calandrado y la cantidad de éste dependerá del grado deseado de la suavidad de la superficie.

El papel con un mínimo de calandrado recibe el nombre de antiguo o cascarón y se usa ampliamente para libros y folletos. Un calandrado muy extenso produce una superficie más suave para el papel llamado maquinado, utilizado generalmente en REVISTAS.

El papel super calandrado ha sido procesado hasta que su superficie se encuentra lo bastante pulida como para recibir todo menos los grados de medio tono de impresión tipográfica directa. Los fabricantes de papel al enfrentarse al problema de encontrar una superficie foránea para los medios de tramas finas crearon los papeles recubiertos que son costosos pero accesibles para la mejor calidad de la reproducción fotográfica.

El diseñador gráfico requiere una gran variedad de tipos de papel y para la elección adecuada del papel es necesario conocer el peso, gramaje, costo y la medida de la hoja lo que llamamos "formato", y conocimiento de las principales clases de papel esta clasificación se dará de acuerdo para lo que se requiere hacer.

Cada tipo de papel suele fabricarse no sólo en formatos diferentes sino también en varios gruesos dentro de una misma medida o formato, lo cual determina lógicamente, su peso. Este peso puede expresarse en kilogramos / resma y también por el "gramaje" o peso en gramos por metro cuadrado. El costo o precio del papel se calcula a tanto el kilo, o tanto la

resma, siendo el precio de ésta el resultado de multiplicar el precio por kilo, por el número de kilos que tiene la resma.

A continuación una clasificación somera de los papeles y utilización de los mismos.

Para escritura: usado para correspondencia postal y privada, circulares, copias para tipografía, offset, estampado en seco, termograbado y serigrafía.

Para impresos: tipo couché, estucados, supercalandrados y satinados que es el que ha sufrido la operación del calandro, que lo hace liso y se distinguen 3 clases de este papel: el papel cícero, papel satinado y prensado, pero sin cola, adecuado para la impresión de obras con ilustraciones a pluma, el más apto para la impresión. Y el papel estucado (couché o mate), inadecuado para la escritura, debido a la capa de yeso que lo recubre, pero que se utiliza para imprimir reproducciones directas a uno o varios colores; y se fabrica en diferentes gruesos su peso varía desde 45 hasta 170 gr/m, y a una cara o a dos caras esto es, presentando solo una cara couché o bien las dos. Hay para tipografía rotativa, grabado, offset y serigrafía y otros tipos de impresión. La cartulina es un papel grueso, fabricado con las mismas pastas y características que los demás papeles. La cartulina de inferior calidad se llama bristol, la de superior marfil; la que presenta una superficie que imita el tejido se llama tela; otras clases de cartulinas son: la opalina, pergamino, couché, mate y gamuza. (Argos Enciclopedia Temática. Técnicas y oficios Vol. 21, pág. 189-190)

El estucado llamado también "couché" puede ser brillante o mate, y es un papel preparado especialmente con una capa de blanco de caolín, carbonato de calcio, óxido de titanio, aglutinados con caseína o resinas sintéticas y otros productos originando así una superficie absolutamente lisa, blanca y brillante (o mate, de un mate, muy fino, ayesado) ideal para impresos de gran calidad.

Tipos especiales: papel engomado indicado para la impresión de etiquetas, papel copia (llamados también "cebolla), secantes de calca, manila, kraft y papeles recios para envolver y con forros de tela, tienen escasa aceptación por parte de tipógrafos y diseñadores por ser su impresión clara por debajo de la normal, escaso cuerpo y difícil manejo. Sin embargo su utilización es importante y un ejemplo claro lo es el papel biblia que se trata de un papel muy delgado y opaco, que por ser de buena calidad permite imprimir obras muy extensas, tal como la Sagrada Biblia de la cual deriva el nombre del papel.

Papeles para dibujo: papel estraza, viene en rollos de 90cm. de ancho, es barato y resistente, se utiliza para grandes dibujos con tinta, carbón y lápices de mina blanda y gouche. El típico papel "ingres" que se fabrica en blanco y otros colores usado para dibujar al carbón, a la sanguina y para pintar al pastel además de ser empleado en las artes gráficas en impresos de gran categoría. El newsprint, se fabrica para las industrias periódicas a base de pasta de madera, es barato, suave, frágil, blando y absorbente, su uso para bocetos realizados al carbón.

3.10 Métodos de impresión

Aunque la imprenta se inventó en China hace más de 3,300 años, tuvo su mayor desarrollo con el alemán Juan Gutenberg, cuando introdujo el tipo-móvil, convirtiéndolo en la forma más poderosa de difusión del pensamiento.

Las innovaciones técnicas se van sucediendo, dando lugar en los siglos siguientes a espectaculares avances. La litografía en color nacida de los experimentos realizados por Jules Cheret en París y Londres hacia la década de 1860, llevó el color a las revistas por vez primera y proporcionó una libertad artística sobre la que se basaron muchas de las innovaciones aportadas por el movimiento moderno en el Diseño gráfico. Esta fue utilizada de hecho, en una amplia variedad de revistas de corta tirada, impresas a dos colores colocando sobre las piedras (una para cada color) las hojas de papel -prensa y aplicando presión; llegando a imprimir de 5000 a 8000 impresiones por hora. El color había dejado de ser un lujo.

La composición con planchas de metal caliente se introdujo en 1896, las nuevas prensas rotativas de elevada velocidad eran capaces de producir millones de copias diarias y ya en 1890 Karel Klic había demostrado la aplicación industrial del rotograbado esta técnica ofrecía una elevada calidad de reproducción de tipografía y fotografía, a partir de la impresión de una sola placa. El grabado, utilizado a menudo en combinación con la impresión tipográfica, se convirtió en el método principal de producir revistas en color y su predominio se mantuvo hasta la década de 1960, en que fue reemplazado por la impresión litográfica offset a cuatro colores (Diseño de revistas. G.G. pág. 17-19).

- * 1719 el grabado a color
- * 1727 la estereografía (grabado en yeso)
- * 1750 la flexografía
- * 1798 la litografía
- * 1820 la electrotipia
- * 1845 la rotativa
- * 1852 el fotograbado
- * 1870-79 el huecograbado
- * 1880 linotipia (linotipo)
- * 1886 el genotipo (quien hace las líneas en metal)
- * 1885-87 se da el monotipo y se desarrolla a partir de 1897
- * 1894 se da el rotograbado
- * 1907 se da la serigrafía
- * 1939 la fotocomponedor
- * 1940 la xelografía con la fotocopia
- * 1950 el termograbado y termografía
- * 1960 la computadora
- * 1970 la colotipia, impresión a chorro, electrostática

Clasificación de técnicas de impresión

Manuales

prensa plana o tipografía

grabados punta seca
 aguafuerte
 xilografía, etc.

serigrafía

Mecánicos

prensa plana

serigrafía

huecograbado o rotograbado

termografía

litografía u offset

rotativa

xelografía

colotipia

imp. a chorro

electrostática

mimeógrafo

Clasificación de velocidad

offset
 xelografía
 prensa plana

Clasificación de tipo de tinta

tintas grasas
 offset
 grabado
 serigrafía
 prensa plana
 litografía

tintas con bases líquidas

sello

tintas pulverizadas

electrostática
 xelografía
 imp. a chorro
 colotipia

Clasificación de costos y tiraje

Tirajes cortos 500 hacia abajo
 prensa plana con cliché
 el grabado
 serigrafía
 xelografía
 colotipia

Trabajos de mil impresiones a 5000
 prensa plana con grabado
 rotograbado o huecograbado (hasta
 2 millones)
 rotativa
 offset
 flexografía

Offset

Es un proceso químico que imprime imágenes en el papel con base en el fenómeno que grasa y agua no se mezclan, una placa plana en la actualidad fotográficamente es expuesta y tratada de forma que la zona de la imagen recibe tinta que es grasosa y las zonas sin imágenes recibe el agua y repele la tinta en la máquina de offset, esta lámina nunca toca el papel el proceso tiene este nombre porque la tinta de la placa primeramente es calcada (offset) sobre una superficie de caucho que imprime la tinta sobre el papel la placa recubre un cilindro que se pone en contacto con otro cilindro cubierto con una mantilla de caucho que a su vez transmite la imagen al papel cuando este pasa por un cilindro de impresión, a cada impresión se aplica más agua a las zonas sin imágenes y más tinta a la zona de imágenes únicamente.

Las prensas de uso común para offset son tanto la prensa alimentada por hojas como la alimentada por bobinas. El offset es actualmente un sistema básico de impresión porque tiene algunas ventajas características sobre sus otros competidores estas ventajas incluyen:

1.- la capacidad para emplear toda clase de métodos de composición en frío con lo cual reduce los costos al mínimo.

2.- la capacidad para reproducir la tipografía clara e inteligible una de las formas de identificar el offset es mirar la tipografía bajo cuenta hilos, otros sistemas producen una imagen menos precisa de la letra.

3.- la capacidad para reproducir con calidad en una variedad más amplia de superficies de papel la flexibilidad de la mantilla de caucho hace penetrar la tinta en las hendiduras del papel burdo mejor que otros procesos.

4.- la reproducción sin costos adicionales de las ilustraciones de línea y la reproducción a bajo costo de fotografías y otras ilustraciones de tonalidades continuas dado que imprime con una superficie plana el offset no requiere del tratamiento con ácido de los grabados para las ilustraciones.

5.- una operación eficaz en lo que a prensa se refiere las prensas rotativas son más rápidas que otras y por lo tanto las placas planas de offset son ideales para estas. Algunos procesos requieren de una preparación especial o de adaptaciones de tipo y de plata para poder usar prensas rotativas.

6.- el fácil almacenamiento de placas, montajes y mecánicos; los materiales previamente impresos para otros procesos son a medida demasiado voluminosos para ser posible su fácil almacenamiento.

7.- la adaptabilidad a la computación, la composición en frío y lo pasos fotográficos han permitido que los impresos en offset incorporen la ayuda de computación más rápidamente y en más pasos de la producción que otros sistemas.

Estas ventajas del offset lo han hecho el método más común para producir periódicos, REVISTAS, libros ilustrados y diversos folletos de todos tipos. Los casos en la selección de offset incluyen:

- a) los tirajes cortos hasta mil piezas que incluyen tipografía pequeña e ilustraciones
- b) cualquier número de ejemplares si se requiere de la reproducción de muchas fotografías sobre papel áspero y se desea una reproducción de buena calidad
- c) cualquier pieza de impresión compuesta principalmente por dibujos como gráficas, diagramas y caricaturas
- d) cualquier impresión cuyo tiraje vaya de moderado a mediano y requieran de buena reproducción fotográfica y de tamaño.

CAPITULO CUARTO

..... La funcionalidad de la
revista en la danza.



INTRODUCCION

La funcionalidad de la revista en la danza, es una lógica funcional respecto a su valor de uso, la parte leible del contenido, los artículos, temas, entrevistas, reportajes, novedades, eventos, noticias entre otros e implícito lo anterior, la función del signo, el cual a su vez va a comunicar las ideas por medio del mensaje dentro del cual existe un objeto, un algo del que se habla o se hace referencia y de las varias funciones que cumple el mensaje para ser comunicado. Así también, la manera en que beneficia o perjudica al receptor.

Se indicarán además la gran variedad de anuncios que página a página forman parte de las revistas de danza y otras. No se dejará pasar por alto a nuestro lector que características lo hacen interesarse por dicha publicación, asimismo una remembranza de lo que es lector y lectura y cómo ser conducido a ésta, la diferencia con respecto al consumidor potencial y obviamente los estudios de campo que involucren al trabajo.

4.1 Contenido

La revista debe tener reportajes sobre temas de gran interés. El reportaje participa de las calidades del artículo, la crónica, el relato, la información; es una manera periodística y hábil de presentar con todo su colorido trozos de vida y de ambiente.

Si ha sido escrito por un enviado especial que tomó sus apuntes y las fotografías sobre el terreno, el reportaje cobra más valor. El periodista se entrevista con el personaje de relieve o con la persona que tiene interés para la curiosidad pública. El juego de preguntas y respuestas en cada una de las conversaciones con las personas de notoriedad ha de tener interés, amenidad, intención y hondura humana. Sin un despliegue de fotografías del entrevistado, o por lo menos del momento de la charla, el reportaje no sirve para la revista. Algunas revistas han pagado sumas muy cuantiosas por la primicia fotográfica de un acontecimiento. Aunque las principales manifestaciones modernas cuentan cada una cosa con su publicación especializada. Dentro de las revistas especializadas como las de arte, danza, de pintura, de modas, de agricultura, de cine, de algún deporte, esta clase de publicaciones puede decirse, que haciendo honor a su nombre, pasan revista a la fisonomía heterogénea de su tiempo. Por ejemplo las de arqueología o economía, tendrán material exclusivamente de sus especialidades; así también las dedicadas a la danza (Enciclopedia Ilustrada CUMBRE, tomo 12, pág. 49-51).

La importancia de la forma o diseño puede ser primordial o secundaria, dependiendo de las circunstancias. En general, su importancia se reduce a medida que aumenta el interés del lector en el contenido de las palabras (la palabra escrita es una extensión de la palabra hablada). Los lectores salvarán formidables obstáculos gráficos para obtener la información que deseen con vehemencia. El interés en el contenido es tan grande que la forma gráfica pasa a un segundo plano (Com. gráfica. Trillas, pág. 15).

En la revista general deben figurar páginas o espacios para el teatro, el cinematógrafo, la radio, la televisión, la bibliografía, las artes plásticas, etc. En lo cinematográfico y teatral suelen abundarse más por la popularidad de las figuras y la vistosidad de las fotografías. También reclaman gran espacio los deportes de todo género, en los cuales es preciso estar verdaderamente al día. En gran parte de las revistas se incluyen, novelas cortas y narraciones literarias, ilustradas por dibujantes. También se tratan temas históricos retrospectivos, casi siempre evocados y traídos a cuento por un suceso o una fecha. La sección humorística y caricatura no pueden faltar, tampoco pasatiempos y amenidades de diferentes géneros. Las revistas de divulgación científica han contribuido en gran manera a la cultura media y a la sana curiosidad de las gentes. Y el conjunto de la diversidad de esta clase de publicaciones periódicas nos pone ante los ojos la expresión gráfica y sintética del mundo vario en que vivimos.

El contenido es fundamentalmente lo que se está expresando, directa o indirectamente. La revista que, en un mundo donde todo cambia y evoluciona a un ritmo que da vértigo, ha de satisfacer las exigencias de un público que quiere saber y que pide tanto la instantaneidad como la exactitud. Para cumplir su misión, la revista informativa divide su cuerpo en secciones, un poco como una biblioteca distribuye sus libros en anaqueles o estanterías. Esto es para darnos la idea de lo que contiene como contenido.

Veámoslo en estos ejemplos con diferentes estilos de revistas:

- 1.- Belleza y moda (España): Editorial. maquillaje. cabello. cosmética. piel. perfume. vitaminas. cuidados. secciones fijas. horóscopo. próximo mes.
- 2.- Time (EE.UU.) Cartas de los lectores. carta del director. la nación. el mundo. el hemisferio. gente. música. ciencia. la prensa. medicina, educación. economía. arte. religión. vida moderna. deportes. obituario. los negocios en EE.UU. los negocios en el mundo. cine, libros.
- 3.- Sevilla flamenca (España): flamenco. documentación. conferencias. la copla. opinión. bibliografías ayer. guitarrero. libros.
- 4.- Tiempo libre (México): cine. televisión. espectáculos. teatro. danza. música. niños. educación y ciencia. libros. museos y galerías. restaurantes. toros. deportes. turismo. nortes.

4.2 Mensaje

Toda comunicación tiene alguna fuente, es decir, alguna persona, grupo de personas, medio impreso, radio, televisión, etc. con un objetivo y una razón para ponerse en comunicación. El propósito de la fuente tiene que ser expresado en forma de mensaje. Un mensaje se compone con un fin: es decir, expresar, explicar, dirigir, instigar, aceptar. El mensaje es un evento de la conducta referido al estado interno de las personas. Y que en la comunicación sólo se realiza mediante la producción, transmisión y recepción del mensaje, originales y/o consecuentes. Para producir o recibir los mensajes se requerirá de un código, pues al recibir dicho mensaje desciframos su código y lo traducimos a nuestro sistema nervioso central respectivo.

Cuando pintamos, la pintura es el mensaje; al emitir palabras, el habla es el mensaje; al escribir, la escritura lo es; nuestros ademanes, los movimientos de brazos, manos, cuerpo, los gestos de la cara son mensajes.

El mensaje consta de 3 factores:

CÓDIGO.

Los códigos son instrumentos que permiten transmitir en circunstancias particulares, de manera más favorable o más económica los mensajes. Para codificar estos debemos saber qué código usaremos, qué elementos del código utilizaremos y el método para estructurar los elementos del código escogido; la elección de éste será el factor de fidelidad y eficiencia para la comunicación.

CONTENIDO.

El contenido en un mensaje es el material seleccionado por el emisor para expresar su propósito. Muchas veces, a consecuencia de una deficiencia técnica de emisión el contenido real del mensaje difiere mucho del intentado por el emisor.

TRATAMIENTO.

Es el conjunto de criterios y decisiones que el emisor toma en relación al código y al contenido del mensaje. (El proceso de la Comunicación. David K. Berto pág. 38-40)

Para establecer una relación de comunicación es necesario que entre significado (la interpretación o interpretaciones de las conductas del receptor), y significante (el objeto en sí, estímulo que capta visualmente el receptor, la materialización concreta de un objeto), exista una lógica interna porqué juntos constituyen un signo, es decir, una connotación que obtenga por resultado una común denotación, es así como se dan las diversas modalidades expresivas (lengua, erótica, religiosa, política...) Esto es, en el esquema lingüístico, ya que se tiene la acertada decodificación de un mensaje; en otros planos como en el político, erótico, social, etc. se puede presentar un problema, que haya una percepción pero, no asimilación de un mensaje, Esto es, que a pesar de enviar un mensaje semántico y fonéticamente adecuado, encuentra en su mensaje obstáculos "transparentes". La imagen entrega de inmediato un primer mensaje cuya sustancia en lingüística; actualmente a nivel de las comunicaciones de masas parece evidente que el mensaje lingüístico esté presente en todas las imágenes: como título, como leyenda, como artículo de prensa, como diálogo de película, etc. y sus funciones son: de anclaje y de relevo.

En la publicidad el *anclaje* puede ser ideológico y su función principal: el texto el cual guía al lector entre los significados de la imagen, le hace evitar algunos y recibir otros siendo la función más frecuente del mensaje lingüístico: aparece por lo general en la fotografía de prensa y en la publicidad.

La función de *relevo* es menos frecuente (por lo menos en la imagen fija; se encuentra principalmente en los dibujo humorísticos y en historietas. Esta es importante en el cine, donde el diálogo no tiene una simple función de elucidación, sino que, al disponer en la secuencia de mensajes, sentidos que no se encuentran en la imagen, hace avanzar la acción en forma activa.

Por otro lado está el mensaje icónico el cual tiene los siguientes elementos para su codificación: soporte, sujeto y variante.

El *soporte* es todo el contexto que rodea al sujeto. El *sujeto* es el artículo o el producto, la persona, de la que se habla en la imagen. La *variante* es la forma en que está colocado el sujeto. Estos elementos nos permitirán describir un mensaje connotativo. La connotación de un mensaje es lo que la sociedad interpreta del mismo, es en cierta medida lo que piensa. Esto es un mensaje icónico codificado. En el mensaje icónico no codificado encontramos a la denotación que es lo que percibimos a simple vista; mensaje que todos leemos, percepción de formas, color, donde todos podemos describir lo mismo.

Por otra parte el mensaje publicitario pretende ser emitido con un fin mediano o inmediato de retroalimentación, es decir, de obtener una respuesta requerida de parte del receptor, en este caso particular, la adquisición de un servicio, producto o adopción de una idea. En forma general este se divide en dos elementos compositivos fundamentales: el mensaje escrito y el mensaje ilustrado.

El mensaje escrito.

Una de las funciones que se manejan en el mensaje es la de "anclaje", aquella que tiene como objetivo aportar el sentido que debe interpretarse por parte del receptor. el mensaje escrito en la publicidad; tiene como objetivo crear el interés del lector, llamar su atención y persuadirlos de modo que "compre" el producto anunciado, cualquiera que sea su naturaleza. Satisfacer un deseo, transmitir confianza (fe) repercutiendo todo esto a una acción.

El mensaje ilustrado.

El mensaje publicitario se compone del texto y las ilustraciones. Ambos elementos se conjugan en el anuncio de modo que causen una viva impresión en el lector y el mensaje sea transmitido de una forma inmediata.

4.3 Anuncios de revista

Existe un sin fin de material utilizable para la publicidad en revistas. Aquí nos referiremos a sus tipos de anuncios.

La buena interpretación es nuestra primera ley. Hay dos clases de interpretación: la descuidada y la inspirada. La interpretación perezosa es siempre el camino más fácil, el cumplimiento explícito de las instrucciones con el menor esfuerzo posible, la actitud que se resume en estas palabras: "Esto es lo que él pidió, esto por lo tanto lo que obtiene". Equivale a una completa subordinación de todo entusiasmo, inventiva o individualidad que poseemos, cualidades todas de fundamental importancia para nuestro éxito.

Estos veinticuatro anuncios nos darán idea de las distintas variaciones que dependerá de la presentación y composición. Los anuncios del archivo pueden servir como ideas generales para el aproche, aunque no deben ser copiados literalmente, ni usarse los mismos slogans, títulos o epígrafes.

1.- Predomina el "interés pictórico"

En este tipo de anuncios el cuadro lo es casi todo. Es donde el ilustrador tiene la responsabilidad de narrar la historia, llamar la atención y provocar una reacción.

2.- El interés está centrado en una cabeza de gran tamaño.

La caracterización, la expresión y la habilidad para retratar la personalidad desempeñan un papel importante. Una cabeza de gran tamaño, bien realizada, hace un buen anuncio.

3.- El "Eterno apetito" como foco de atracción.

La gente siempre tendrá apetito. Nuestra misión consiste en encaminarlo hacia lo productos que deseamos vender.

4.- El interés está centrado en el producto.

El propósito de este tipo de anuncio es grabar el producto en sí en la memoria del público. Origina siempre nuevas ideas.

5.- El romance.

El romance es tan eterno como el apetito, el cual está presente a diario.

6.- El hogar y la familia.

Tipos de anuncios que aparecerán siempre con una nueva forma de encararlo.

7.- Histórico-Biográfico.

Esos acontecimientos que siempre serán interesantes e importantes que podrán realizarse de varias maneras, técnicas resultando ser un placer para el ilustrador.

8.- Temas de "Antes y Después".

Aproche gastado, pero perfectamente sólido. En el caso del producto es interesante su utilización.

9.- Predicción del futuro.

Este tipo de anuncios, a veces fantásticos, garantiza casi siempre la atención y el interés del público.

10.- La caricatura.

Los anuncios de tipo historieta son buenos por lo general marcan el contraste con la seriedad, de los que los rodean. Es un cambio de actitud y llama la atención.

11.- El primer plano exagerado.

Es aplicable a cualquier caso desde una mosca casera hasta un par de pestañas.

12.- El "Grupo de cuadros"

Se trata de ilustrar diversos usos de un mismo producto.

13.- La serie.

Sacado de la historieta cómica.

14.- Tipo de "Acción".

La acción despierta siempre interés, y un gran movimiento. Está activo.

15.- Tipo "Sex Appeal".

Siempre conservará su eficacia.

16.- Tipo boceto.

Ofrecen positivos valores publicitarios, siendo un gran refuerzo en el trabajo terminado.

17.- Temas de terror.

No deben ser demasiado obvios ni grotescos. Muy eficaces en ciertos tipos de publicidad.

18.- Temas simbólicos.

Ilimitadas oportunidades de originalidad.

19.- El tema del "bebe".

Para toda la vida. Existirá en todo momento. Una vida nueva necesidades nuevas.

20.- Temas de "carácter".

Verdadera oportunidad. Intereses que describen la problemática de un país normalmente son en tiempos definidos.

21.- La "infancia" uno de los temas que más venden.

¿Quién puede olvidar la infancia? ¿A qué padre no le interesa? Este campo es prácticamente ilimitado. El atractivo de los niños reside más en la salud que en la belleza.

22.- Temas de "Madre e hijo".

La realización bien de estos, dependerán interés, ternura, amor.

23.- El "Lujo" como foco de atracción.

Cuando la calidad y el buen gusto tienen su oportunidad. A este atractivo básico podría llamársele también deseo de prestigio o distinción, o bien orgullo de la posesión.

24.- Lo puramente imaginativo.

Oportunidad de enloquecer un poco. De crear lo imaginativo en real. Siempre resulta loco.

Asimismo, estos se encuentran interrelacionados de alguna manera con los diversos **anhelos del ser**, los cuales son:

1.- Anhelos de preservación o supervivencia

2.- Anhelos de expresar

3.- Anhelos de seguridad

4.- Anhelos de lealtad

5.- Anhelos de poder

6.- Anhelos de conocimiento Experiencia

Razón

Revelación

7.- Anhelos de identidad

Compra de anuncios para revistas.

Cuando se va a comprar un espacio publicitario en revistas estos se venden en: plana completa, dos planas, 1/2 plana, un cuarto, en algunos casos en formatos más pequeños para lo cual la editorial pide las características del anuncio y de acuerdo a estas es el costo. Por ejemplo el anuncio en las páginas pares es mayor el precio; la medida de media hoja cuesta más que la de un cuarto; el de plana completa cuesta más que media, etc. También

varia el costo en cuanto a la cantidad de tintas en que se valla a imprimir y el tiraje de la revista. Sobre estas bases y las necesidades del cliente se diseña el anuncio buscando dentro de sus limitaciones el impacto hacia el destinatario.

Ejemplos:

14.3 cm.

מכננה לתחול ספורד
פלאנקו
 מהנהלת זליה לאו
 מלך ארמון
 סניפים ומחלקות (המקומות והקניונים)
 המרכז החדש
 פתוחים יום בודדים מלבד שבת (יום ראשון)
 002-6007-7000
דלקים ללאו

21cm.

Congratulations
 from

THE LYARD

a colony for performing
 artists ** Director -
 Patricia N. Nanon

WRITE FOR
 1988 15th Anniversary
 choreographers
 residency application

winter address	summer address
325 Spring St	Chimney, Mass
NYC NY 10013	01515
(212) 906-7000	(617) 643-0663

DANCEMAGAZINE June 1987

9.7 cm.

המרכז
 לתחול ספורד
 בחסות
 קרן רקדני ספורד
אנוניו
 מנהלת
סילביה דוראן
 רשמי המרכז האמריקני לבלט המודרני ע"ש ספורד
 בהמלצת משרד החינוך

1200 1100
 20 15 15 15

המרכז לתחול ספורד יום בודדים מלבד שבת (יום ראשון)
 002-6007-7000

13.7 cm.

RUTH FRENCH F.R.A.D.
 Examiner and Adjudicator
 CLASSES SATURDAY MORNING
 PRIVATE COACHING LESSONS FOR EXAMS
 Enquiries: 01-235 3474

4.4 El lector (perfil)

Muchos lectores esperan ansiosos su revista favorita, como si este fuera un gran amigo que llega de visita semanal o mensualmente a tomar el café y charlar.

El emisor u origen por lo menos sabe lo que desea decir, y transmitir, sabe algo sobre la forma de estructurar el mensaje esto es, conoce el significado que quiere comunicar, las ideas que el lector va a adquirir y sobre los lectores; cuando no es éste el caso, generalmente se busca mayor información pues se necesita saber sobre la forma en que lee el receptor, para una mayor afectividad y poder elegir y ordenar las imágenes visuales. El objeto de la información es reducir la incertidumbre en la mente del usuario. Y a medida que se adquiere más se puede conocer sobre la forma de estructurar el mensaje. Al buscar información se pretende algo que se desconocía anteriormente. El lector debe descifrar el significado. El papel del lector en el proceso no es pasivo. Las respuestas del lector a los elementos del vocabulario y a las sintaxis no son automáticas. En otras palabras, el lector se introduce en un proceso de toma de decisiones, decide cuáles son los significados que se le señalan. Si alguno de los elementos visuales o verbales son extraños para la experiencia del lector, la interpretación será difícil.

El lector tiene otras dos importantes desventajas. En primer lugar el origen puede formular el mensaje a su propio ritmo. Puede elaborar el mensaje una y otra vez sino está satisfecho con la forma original. El lector, por otra parte que busca comprender el mensaje debe leerlo, debe decidir sobre su significado cuando lo ve y generalmente no puede pedir una mayor aclaración; es decir, que entonces el lector no puede proporcionar retroalimentación. En segundo lugar la interpretación del mensaje implica el uso del sistema de memoria. Recuerde la información del mensaje debe caer dentro del campo de experiencia del lector. La gente tiene una extraordinaria capacidad para almacenar y recuperar información.

Lectura

La lectura es un proceso complejo, que puede definirse como la extracción de información a partir de imágenes visuales, lo que significa que se leen tanto imágenes como las palabras. Los lectores no se sientan y reciben pasivamente mensajes a través de sus ojos. De hecho los ojos juegan un papel menor en la comprensión de un mensaje. Este es redundante si contiene más información de la que necesita. Uno de los objetivos principales de la redundancia es ahorrar a los lectores tiempo y dificultad para comprender lo que leen mediante un incremento de la predictibilidad (Com. gráfica. trillas. pág. 33-35). El comunicador podría, por ejemplo, decir con imágenes (fotografías) lo que se dice en palabras.

Dirección de la lectura.

Para darle al lector un punto de arranque en la página de una revista es necesario que un elemento sobresalga de entre todos los demás y que sea colocado en un sitio razonable, normalmente la parte superior izquierdo teniendo en cuenta que en general la lectura se realiza de izquierda a derecha desde aquel día que el maestro nos enseñó a leer. Para ello la intervención de la sintaxis es de vital importancia debido a que es la ordenación de los elementos verbales y visuales para mostrar sus relaciones, a fin de que el lector interprete correctamente el significado pensado. Una vez que el lector ha sido dirigido a un punto de arranque, debe ser guiado a través de la parte restante del artículo de la revista hasta que haya recibido el mensaje completo. Proporcionando a intervalos otros elementos "sobresalientes". Esta orientación implica el uso y la colocación de elementos que crean un movimiento visual en las direcciones deseadas. Puede ser dirigido por medio de líneas, tanto implícitas como explícitas. Otros elementos deben seguir un movimiento hacia la derecha y/o hacia abajo (Com. gráfica. trillas pág. 309-312).

Los humanos y los animales vienen al mundo con cerebros "precableados" o programados para: 1) buscar información, 2) seleccionar entre el total y disponer en forma correcta lo que es potencialmente útil para abrirse camino en la vida, 3) organizar la información en un almacén de la memoria y 4) recuperar información de la memoria para usarla en la toma de decisiones. Esto forma parte del porqué leemos.

La teoría del procesamiento de la información, por otra parte, considera que los seres humanos son racionales, que toman decisiones con base en la información que tienen a la mano, en cuanto a la forma de responder ante las cosas y los sucesos. Muchos mensajes impresos son persuasivos y hacen un llamado a la naturaleza subjetiva o "emocional" de las

personas. Para decidir, el cerebro debe comparar la información con algo que ha aprendido y almacenado previamente en forma de códigos informacionales en la memoria. El cerebro es un instrumento de toma de decisiones que decide qué experimentar y aprender y cuáles serán nuestras actividades y motivaciones. Los psicólogos denominan procesos cognocitivos a estas actividades del cerebro (Com. gráfica. Trillas. pág 37-38). El aprendizaje perceptivo, que es el proceso mediante el cual: 1) determinamos cuáles son las cosas y sucesos del mundo que nos rodean y 2) los organizamos en nuestro concepto del mundo. El proceso sigue adelante durante toda la vida, lo que significa que nuestro entendimiento cambia. Por lo tanto, con base en la teoría de la información, la percepción es la reducción de la incertidumbre con respecto a lo que son las cosas y lo sucesos que confrontamos.

Tres subsistemas básicos caracterizan a cualquier

sistema de procesamiento de información:

1) entrada, 2) procesamiento de la información y 3) salida. A través de nuestros ojos recibimos información en la forma de ondas luminosas; esto es la entrada. La información es procesada en el cerebro. Las decisiones se toman comparando la información de entrada con la información almacenada; el paso siguiente es la salida y la esperada comprensión del mensaje. El término "comprensión" se refiere al entendimiento del contenido o significado del mensaje. "Significado", en función del procesamiento de información, como "la reducción de la incertidumbre al punto de que el receptor se siente satisfecho de que comprende".

La información almacenada en la memoria, ésta se adquiere pues se toma lo que se juzga como información de importancia.

Memoria

La Memoria es un proceso o subsistema dentro del sistema de procesamiento de información total (SPI). Por medio de ésta seleccionamos, adquirimos y conservamos información y la utilizamos para recibir y comprender el mundo en que vivimos. Al ingresar al (SPI) empieza un proceso de abstracción es decir, la información pertinente es abstraída por el cerebro que toma decisiones perceptuales.

El orden y la estructura de la información previamente adquirida que es la almacenada en la memoria se adquiere dado que se toma lo que se juzga como información de importancia,

que los teóricos designan memoria de larga duración. Contamos con dos tipos de memorias: la de corta duración y larga duración.

Las imágenes de las palabras se transforman en : 1) un código auditivo o semántico o bien en 2) un código visual o icónico. Cuando las palabras están en un código auditivo, las reglas del lenguaje, es decir, la semántica, la sintaxis y la ortografía, pueden aplicarse para reducir la incertidumbre y determinar así el significado. (Com. gráfica, Arthur T. Turnbull. Trillas, pág. 45-46).

Algunas situaciones son más fáciles de resolver si los símbolos de las palabras se transforman en un código icónico que permite al lector imaginar lo que se presenta verbalmente. Además se tiene una necesidad ante la cual se propone un diseño dándose ciertas posibles alternativas de entre las cuales se seleccionará uno. Esencialmente este diseño tiene una lógica funcional respecto a su valor de uso. Que será llevado a cabo por la persona o grupo de personas que se interesen por el mismo. Asimismo se crea un afán de investigación para satisfacer tal necesidad personal que se llama (receptor, lector, consumidor).

La identificación del prospecto principal nos ayuda a localizar y tener bien definido a nuestro lector y así determinar sus características que lo hacen interesarse por tal artículo, producto, bien o servicio, medio de difusión, etc. Las necesidades y deseos del lector deberán ser cubiertas por el producto, medio, servicio, etc. lográndose así una retroalimentación y el objetivo de satisfacer al lector.

Características del lector:

- interés por lo que se vende
- insatisfacción (a lo que tiene)
- gusto y agrado
- aprender y conocer
- estar al tanto de los cambios
- características a fines al producto o medio
- otros

4.4.1 Consumidor potencial

Individuo, grupo colectivo o institución que satisfecerá sus necesidades mediante la destrucción por el uso y/o utilización de la corriente de bienes y servicios generados en el proceso productivo. El consumidor elije y adquiere los bienes preferidos (que de una u otra forma tendrán una utilidad y funcionalidad) en el mercado y determina de este modo la composición adecuada de la producción u oferta de bienes. La necesidad de la planificación y control de la demanda por parte de las grandes empresas ha llevado a su manipulación por medio de la publicidad, diseño del producto, cambio de moldes, envases y presentación, etc. Estos y otros servirán de referencia para ese consumidor potencial que si bien no le interesa o esta estrechamente relacionado con el valor de uso de tal producto, bien o servicio; adquisición por el mismo vendrá hacer más bien con un fin no común.

La funcionalidad del mismo servirá para satisfacer una necesidad por un pequeño lapzo de tiempo. Este tipo de consumidor suele comprar tal producto por varias razones. Veámoslo en el caso de las revistas:

- por algún artículo en especial
- por las fotografías
- por el diseño en general
- por la información en general
- por colección
- por direcciones de academias e instituciones
- por referencia para otro trabajo
- por el acontecimiento y avance sobre tal tema
- notas
- por entrevista (sobre persona o algo de interés)
- simplemente por conocer dicha revista

CAPITULO QUINTO

..... Proyecto del diseño
de revista para baile flamenco.



.....

INTRODUCCION

Citar los pasos que se siguieron para la planeación y desarrollo del proyecto del diseño de revista para baile flamenco. Asimismo, se comentará sobre los formatos, originales mecánicos, los materiales y procedimientos de impresión. En síntesis, se presentará el proyecto terminado, su monto de tiraje y canales de distribución que se pretenden manejar, todo esto con el deseo profundo de que este trabajo represente una aportación más al Diseño Editorial y a toda aquella persona que tenga contacto con el DISEÑO GRÁFICO.

5.1 Planeación

Hace varios años empecé a practicar esta difícil disciplina llena de estampa, arte, tesón, interés y un enorme espíritu de sacrificio, a sentir la sensación de bailar y descubrir una pequeña parte de todo lo que encierra este modo de expresión **el baile flamenco**.

Está presente en mi mundo cotidiano, en mis sueños, mis alegrías entre otros; es como algo que forma parte y componente de la energía que todos llevamos dentro de esa chispa que necesita uno. A raíz de ese momento los estudios continuaron hasta llegar a mezclarlo junto con el diseño gráfico creador de formas y encargado de plasmarlas visualmente. Es así, como surge la primera idea, el principio de la planeación. El tema puede ser tratado o representado y lograr su difusión por cualesquiera de los medios de comunicación tanto básicos, complementarios y suplementarios.

Va creciendo cada vez más el gran interés del flamenco sobre el diseño, y entonces decido enfocarlo y desarrollarlo en el área del diseño editorial; una ocasión en una charla con amigas de clase del flamenco nace la idea de que una revista de este baile, sería un medio práctico, cómodo y agradable donde estudiantes, profesionales y público en general, se introdujeran y aprendieran algo más de este arte. Y la primera pregunta que surgiría ¿Por qué una revista de baile flamenco en México?. En primera el flamenco representa una libertad y desahogo del sufrimiento de todos esos pueblos gitanos que lo único que aspiran es ser respetados, además la riqueza del tema es una larga historia y compleja formación como se ha explicado.

Por otro lado actualmente ha cobrado un gran auge desde la aparición de la cinta cinematográfica CARMEN de Saura con Antonio Gades y Cristina Hoyos realizada en 1983, e incluso no nadamás en México sino hasta a nivel internacional de países como Suiza e

Israel. Y por último así como existen y aparecen cada día más publicaciones especializadas,

nunca estará de más el conocimiento; y, del que aparezca una nueva revista con un tema para el cual siempre habrá gente que se interese por el BAILE FLAMENCO y su entorno.

LA CARMEN

La creatividad empieza a desencadenar una serie de ideas significativas que surgen en esta etapa. La organización y búsqueda del contenido y de la forma se deciden en este momento, antes de que se escriban las palabras y de que se realicen las ilustraciones, se tomen las fotografías correspondientes o que se combinen éstas en un boceto. La visualización comienza a surgir siendo primordialmente un proceso del pensamiento: "se ven en la mente" diferentes posibilidades. Las primeras ideas se comienzan a escribir aunque siendo un tanto arbitrarias pueden ser de gran utilidad para el desarrollo del proyecto. Además se toma en cuenta los costos, técnicas de impresión y limitantes de ambos. Así con esto se podrá cumplir con un trabajo funcional y cubrir los objetivos trazados que son la razón para la elaboración del presente proyecto. Además de precisar que se va hacer que se desea y persigue para conformar un sólido proyecto. Es decir, definir lo que se quiere.

5.2 Desarrollo

La posibilidad de recopilar toda una serie de información, definiciones, términos, historias, orígenes, imágenes, música, etc. hacen de la investigación algo más completo y definido el tema para el diseño de la revista. Las pláticas con gente profesional de diseño, de baile flamenco, la convivencia de compañeras y amigas (os) dedicados también a aprender este baile, tener la oportunidad de ir a eventos de esta disciplina, introducirme en el medio para dar e impartir clases y contar con el apoyo de mi familia, son la base y fundamentos que desencadenan el desarrollo de este proyecto, además de la entereza y anhelos personales hacen este proyecto algo sólido y único.

Primeramente se definió cual sería el proyecto, de qué se trataría, el por qué y el objetivo del mismo, dándose inicio a la búsqueda y recopilación de la mayoría de la información posible; obteniéndola de manera muy general, pues el desglose de los capítulos con sus respectivos incisos va cobrando forma con respecto a dicha información y delimitando el material necesario. Los antiguos apuntes de clase, los actuales y recientes, pláticas, conferencias, proyecciones de videos, eventos, entrevistas son las principales fuentes de información así como el material de apoyo para el presente trabajo. Algunas con detalles desagradables, tristes y otras muy fructíferas. Sin embargo pese a estos enfrentamientos la solución y avances de la investigación siguió su curso, buscando una solución siempre para los problemas que se presentaran, sólo uno de ellos: el tiempo, no la tuvo pues él siguió su marcha por lo que alargó el periodo de trabajo, sin afectar la investigación. Una vez teniendo el material se comienza a preparar las palabras, posiblemente a visualizar algún tipo de ilustraciones (si las requiere) alternativas de solución y preparación del boceto. Se puede dar el caso en donde este orden puede variar. Se aplican los principios del diseño (tratados en el capítulo 3) para lograr las variantes en combinación de ilustraciones y palabras y el formato para tener una acertada composición y visualización de la revista.

5.2.1 Contenido de artículos

La elección de los artículos para la revista Jaleo fueron principalmente en base a las posibilidades de recopilación de material informativo y gráfico para cada uno de los mismos. Aunque previamente se realizaron preguntas a varias gentes que de alguna manera gustan del baile flamenco para tener una mejor y acertada elección de los temas de interés, y temas desconocidos para la elaboración de los artículos éste género se utiliza para expresar ideas, opiniones, juicios o puntos de vista sobre noticias o temas de interés público permanente.

Una de las grandes ventajas en la decisión de los temas es que como no se cuenta con ninguna publicación que trate al flamenco o una extensa bibliografía que se pueda adquirir para su conocimiento, implica que cualquier tema para la formación de cada artículo es de importancia ya que el mundo del flamenco en gran parte es desconocido. El contenido se organizo en 4 grandes secciones:

1.- HISTORIA

2.- REPORTAJES

3.- PERSONAJES

4.- NOTAS Y ESPACIOS

Cada una de estas secciones conjuga y mezcla uno o varios temas. En el primer apartado "Historia" tiene temas de carácter histórico donde fechas, geografía, lingüística, etnología y por supuesto historia forman parte de alguna manera de la información del (os) artículo (os).

1.- PUEBLOS GITANOS

En el segundo apartado "reportajes" éste tiene temas referentes al aprendizaje, pudiendo ser llevados a la práctica del baile flamenco.

2.- BAILE ESPAÑOL

3.- LAS PALMAS

4.- CONCURSO NACIONAL

DE ARTE FLAMENCO

En el tercer apartado "personajes" éste siempre tendrá biografías de todos aquellos personajes que vivieron, viven y vivirán para el baile flamenco. Así también de entrevistas con personajes del medio flamenco.

5.- "LA ARGENTINA" ANTONIA MERCÉ

6.- "FOSFORITO" ANTONIO FERNÁNDEZ

CRISTINA AGUIRRE TÉCNICA Y DUENDE

En el último apartado "Notas y Espacios" contempla pequeños comentarios de diferentes puntos del baile flamenco que aunque redactados en muy pocas líneas son de vital importancia.

Además cuenta con una pequeña sección dedicada al zapateado, donde primeramente se conocen las bases de este y que posteriormente se irán escribiendo diferentes zapateados para ser llevados a la práctica. Asimismo con una serie de artículos, medios e instituciones que servirán de apoyo para el conocimiento y aprendizaje del baile flamenco.

7.- LA PALABRA FLAMENCO (ORIGEN LINGÜÍSTICO). 8.- BAILE FLAMENCO.

9.- MUSICA EN LOS CAMPOS DE CONCENTRACION. 10.- BASES DEL ZAPATEADO.

11.- LA GUITARRA. 12.- La "TATI" Una breve visita a la Cd. de México. NOTA ESPECIAL

13.- LIBROS, VIDEOS, ARTICULOS, ACADEMIAS E INSTITUCIONES.

Así pues, en el caso del artículo Concurso Nacional de Arte Flamenco se pidió la colaboración del Gran teatro en Córdoba, España obteniendo de ellos una gran respuesta mandando el catálogo editado en 1992 referente al XIII Concurso Nacional de Arte

Flamenco Córdoba, siendo de gran utilidad, que junto con la información previamente adquirida en 1989 en España sirvieron para el armado de este principal artículo.

En el de Las Palmas la escritura de ellas fueron tomadas de una clase dedicada a las Palmas en donde estos ejercicios pueden ser aplicados al alumno de todos los niveles; son ejercicios básicos para el aprendizaje de los ritmos del flamenco. Asimismo, se tuvo contacto directo y personal con algunos grupos gitanos en el Estado de Veracruz donde se corroboraron ciertas costumbres y lenguaje para con los otros gitanos del mundo. Referente a la nota especial de la "TATI" se aprovecho que ella se encontraba en la Cd. de México y la revista estaba a tiempo para brindarle un espacio. Así también el haber tenido la oportunidad de conocer a Cristina Aguirre bailaora mexicana le realicé una pequeña entrevista, obteniendo conocimientos de gran valor pues no es fácil lograr el poder platicar y conocerlas ya que son personalidades con muchas actividades; por ejemplo, en el caso de la TATI, ella radica en Madrid y ésta es su tercera vez que venía a México, creo que fue una gran suerte.

5.2.2 Elección del nombre de la revista

El nombre de la revista es la entrada e invitación para el conocimiento de nuestra revista especializada. Había que pensar y definir un nombre que aparte de tener un significado fuera representativo de la especialidad a tratar en la revista. Que no fuera demasiado largo y difícil de grabar en la memoria. Asimismo que despertara interés por parte del lector, ya que si se desconoce el significado del mismo provocará curiosidad por saber de que trata la revista. La elección y decisión del mismo se presentó de manera accesible inventándose una serie de nombres para establecer al final el definitivo.

Tales como:

El flamenco y su mundo (baile flamenco y todo aquello que lo representa o hace ser único)

El baile flamenco es así (conocer como es y significado de esta disciplina)

Tablao (lugar o espacio donde todo el flamenco se funde es decir, cante, baile y toque)

Cante baile y palma (elementos que hacen del baile flamenco algo mágico)

Flamencos (simplemente un nombre que se les asigno a los gitanos)

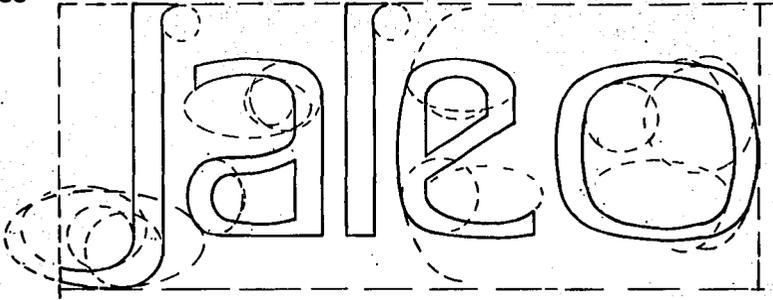
Cuadro flamenco (cante, guitarra, palmas bailaores y algo más el duende)

Flamenco y duende (expresión de vivir y misterio de toda imperfección formal el duende)

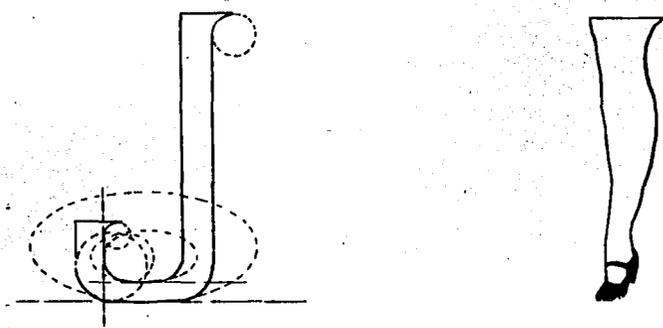
Gitanos (vida, historia y origen de todos los pueblos gitanos del mundo)

Juerga flamenco (la Juerga es holganza; diversión, una reacción contra el mismo dolor, un escape de los sentidos).

2.- Trazos



3.- Transformación de la "J" y la "l"



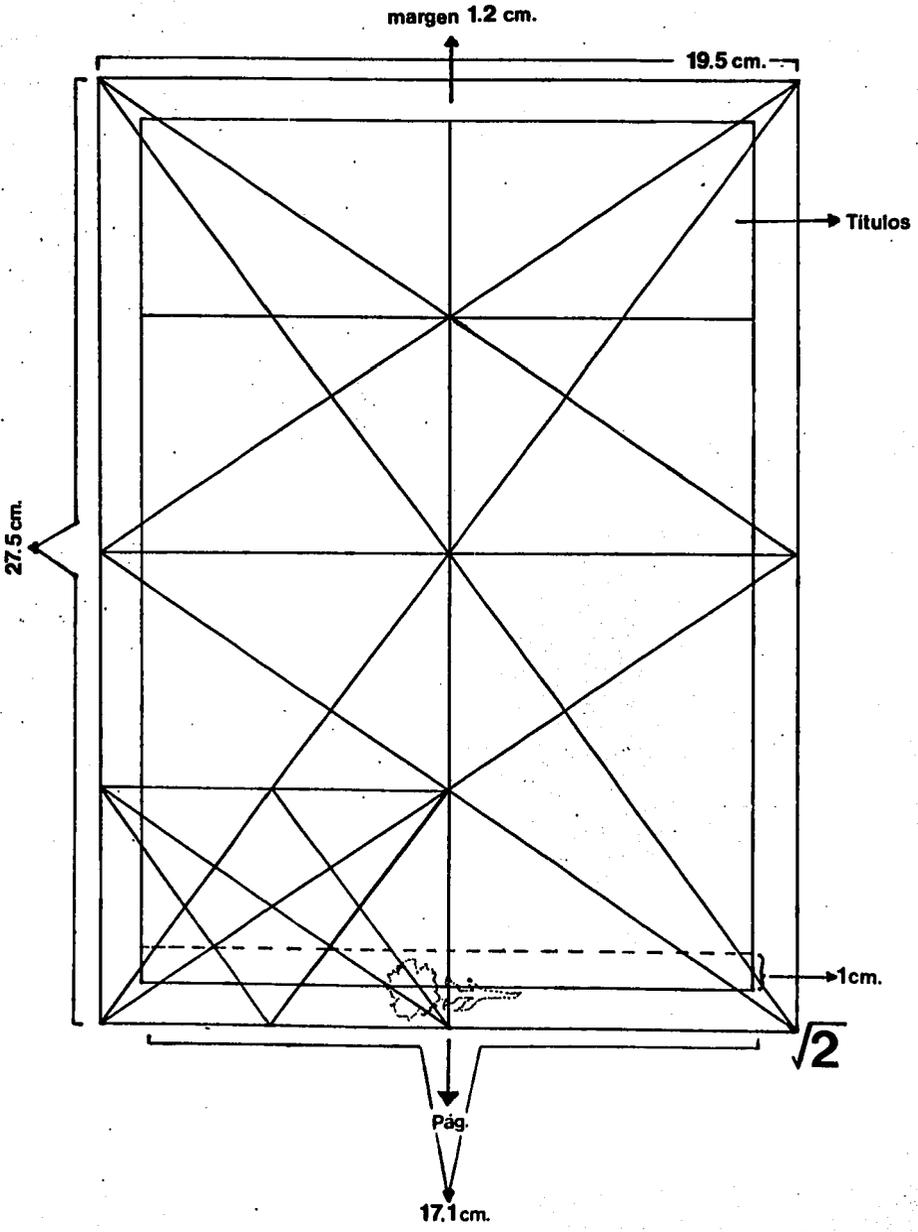
4.- Medida real con línea out line y datos del ejemplar



5.3 Formato

El formato es el tamaño de la revista resuelto y establecido bajo la utilización de raíz de 2. Siendo este una diferente alternativa para la solución del formato en base a este proceso geométrico se obtuvo sin mayor problema la retícula, cajas y columnas. Es decir, éstas resultan del crecimiento armonioso del rectángulo dinámico raíz de 2.

Este interesante formato fue diseñado de tal manera que no haya desperdicio de papel para no verse elevados los costos debido a que se acerca al formato más común usado en casi todo el mundo el tamaño carta. Nuestro formato es práctico de fácil y cómodo manejo pudiendo ser llevado a varios lugares además de permitir un fácil hojeador. El tamaño, como se puede apreciar en la figura es de forma vertical permitiendo que las fotografías por ejemplo en el caso de las portadas se vean alargadas donde se aparezca todo el cuerpo. Otra de las razones del formato es que por ser una revista de danza las expresiones, movimientos y poses del cuerpo nos dan más la sensación de altura, de estilización del cuerpo.



5.3.1 Reticula y columnas

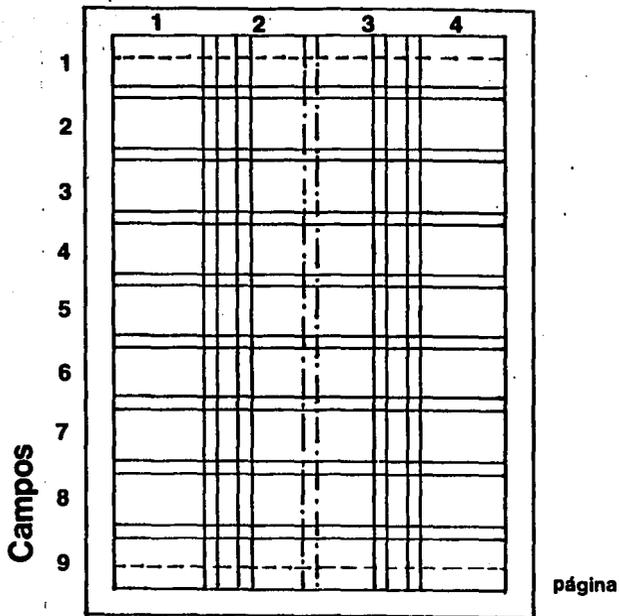
La retícula establecida para la revista está determinada y justificada por su formato y viene a formar parte del estilo y diseño de la misma. La utilización de esta retícula servirá para un juego variado de posibilidades y alternativas para una solución práctica y accesible para el lector.

La revista utiliza una retícula estándar de 3 columnas dadas por el espacio originado de las trazas del rectángulo raíz de 2.

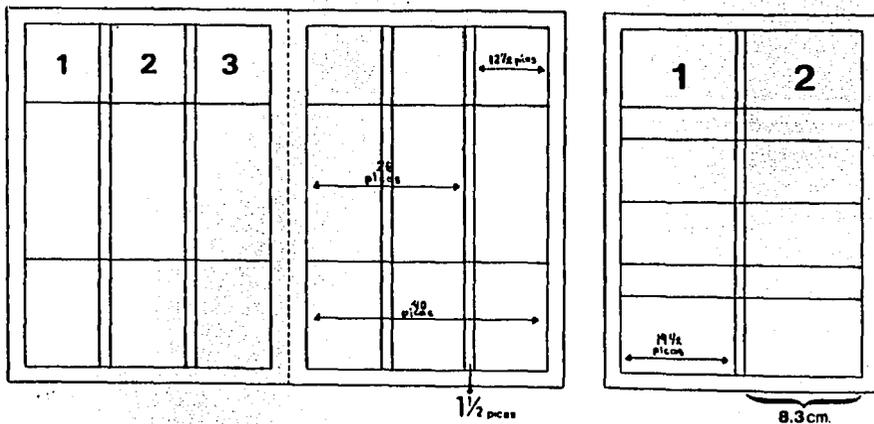
La utilización de 3 columnas es debido a que el texto en tipo de 8 y 9 puntos es el más pequeño de entre los legibles por el lector y la anchura óptima de la columna para este tamaño es de 12-14 picas, en este caso se usa de 12 1/2 picas. Estas columnas actúan como pilares de apoyo para las formas e ilustraciones, numeración de páginas, texto, asimismo todo tipo de fotografías; que darán como resultado varias composiciones. Además se pueden manipular de tal manera que se tiene la posibilidad de utilizar una gran variedad de tamaños para las fotografías y el texto con posibilidad de 3 variantes (éstas se muestran en los dibujos), lográndose un movimiento visual donde cada artículo utilizará el más adecuado según la cantidad de texto e imágenes a manejar y así variar uno de otro para no caer en algo plano y rígido. La base de todas estas variantes es la retícula universal donde se muestra la división de 9 campos a lo largo y 4 a lo ancho de nuestra mancha tipográfica, conservándose el ancho del medianil a 1 1/2 picas que equivale a 6 ml. Asimismo se conserva la marialuisa para todas.

1.- Reticula univesal

2.-Marialuisa y espacio para
núm. de página.



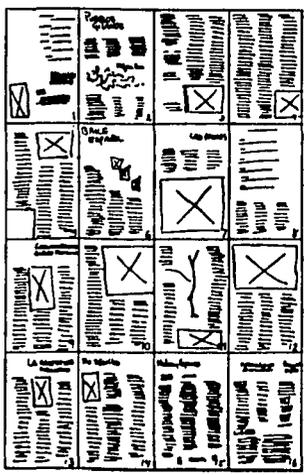
3.- Columnas



5.3.2 Dummy

El boceto o dummy de la revista se empezó con el trabajo editorial es decir, con el texto original, una tarea que implica la distribución del espacio total abarcando fotografías o ilustraciones que requieran los diferentes artículos y algún otro material editorial planeado. Así se elaboró un primer dummy.

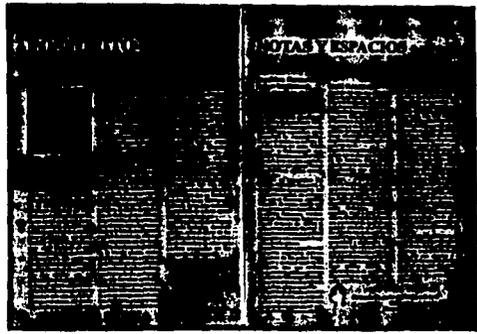
Sirviendo de gran utilidad para un primer presupuesto de la misma, en base a este se hicieron cambios para reducir costos además se definió con más exactitud el tipo de imágenes que iban a ser colocados en los espacios para cada artículo. El tamaño del tipo tanto en entradas de sección como en texto y otros elementos gráficos se determinaron gracias a este primer dummy.



Se partió de un boceto que contempla todos los pliegos y páginas de la revista, como idea del acomodo de texto e imagen.

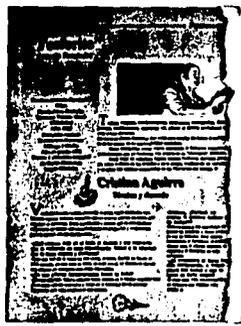
Primer Dummy

Representación de algunas páginas de la revista:



Así para un SEGUNDO dummy fueron hechos los cambios pertinentes, tomados en cuenta del anterior; algunas páginas no sufrieron grandes cambios veamos:

Segundo Dummy



5.4 Originales mecánicos

Son el paso de inicio para nuestra impresión y tiraje de la revista. Los originales mecánicos serán realizados en laser siendo 16 páginas el número de que se compone la revista "Jaleo". Estos pueden ser armados por imposición de páginas.

Imposición: colocación de las formas de página en la rama en su debido orden.

Tirada y reiteración (blanco y vuelta)

Reiteración: Impresión del reverso de una hoja ya impresa.

La portada, segunda, tercera y cuarta de foros son las páginas que llevaron color, estas fueron hechas en computadora y directamente se mandó la orden de impresión para obtenerse un original postscript a todo color. Los originales fueron realizados pliego x pliego; y para las páginas de en medio a la unión de éstas en el centro, se quito un milímetro de cada lado, para que a la hora de doblar y refina no quede un margen más corto de lo requerido.

La impresión en laser es un moderno y revolucionario sistema que constituye una grave amenaza para la composición convencional. Produce copias de excelente calidad, por ello la elección de esta para la elaboración de los originales mecánicos; siendo una gran alternativa que no debe descartarse.

5.4.1 Armado de textos

Los textos de que se compone la revista fueron armados con las fuentes Geneva y Optima estableciéndose desde 8 hasta 10pts. con un interlineado de 12,5 , 13 y 14.2 dependiendo de la cantidad de texto, artículo y la caja para la mayoría de estos, además de la palatino para algunos detalles como otra opción. Ambas carecen de remates y se ha justificado en ambos lados. Al inicio del texto de información se tiene una letra inicial o capitular elevada como punto de partida para la lectura. Esta se encuentra a 48 pts. y es de tipo Times en gris a 38%, al igual que el estilo tipográfico reservado para los títulos. Estos están en negritas (bold) y su tamaño es de 40 a 45pts., teniendo una sombra de 38% de gris. Estos están justificados tanto a la derecha como a la izquierda.

El texto es el tema de mayor prioridad en la revista Jaleo siendo su mayor interés de tipo informativo-cultural sin dejar de tener importancia las ilustraciones o fotografías. Al término de cada artículo se coloca un punto gris a 38% de gris. El número de página será puesto en el centro del clavel el cual se encuentra en forma horizontal colocándose en la parte inferior del formato de la revista. El tamaño de este número es de 12pts. en optima bold.

5.4.2 Propuesta del diseño para la portada.

La portada de la revista Jaleo está íntimamente relacionada con el tema global de la revista. Partiendo de una serie de bocetos para una mayor visualización y elección de la imagen; logrando una mejor visión para el acomodo del nombre, balazos, fecha y número de ejemplar. Esta cumple con varias restricciones las cuales dependen en gran medida de la retícula originada de la raíz de dos, dado que así se logrará un estilo definido y una uniformidad para la revista. La principal de ellas es la ubicación y tamaño del nombre, se encuentra en el extremo superior izquierdo aunque está permitido el cambio es decir a la derecha cuando la fotografía elegida requiera esta colocación respetando color, podrá hacerse una variante de tamaño, no siendo más pequeña de 8cm. y un máximo de 11.7cm.

El número de balazos será de un máximo de 6 sin rebazar de la mitad del formato verticalmente, y al inicio de cada uno se pondrá un punto de color rojo. Asimismo podrá incluirse una pleca de preferencia formas horizontales para escribir una información no común en todos los ejemplares; sin dejar de pasar por alto el código de barras.

Bocetos de portada



Portada con reticula



La portada elegida muestra una bailaora en full short donde cumple una función de anclaje hacia el cintillo de la publicación pues nos guía el brazo terminando con el abanico formando ambos una especie de curva. Es una ilustración en alto contraste la cual se encuentra sangrada o rebasada brindando un especial énfasis a la misma. Se dice que una foto con esta característica en este caso es cuando rebasa los límites, la orilla de la primera de forros. Son un gran recurso para la revista pues confieren más espacio a la página. Los elementos connotativos que la representan son: el vestido de cola o bata de cola, abanico, flores y zapato que nos denota un significado claro y evidente del baile flamenco. Se encuentra en el lado derecho delimitada por las trazas de la raíz de dos. Además del nombre que juntos forman una idea.

Jaleo

Núm. 1
Año 1995

Flamenco

- Pueblos Gitanos
- Baile Español
Los tres grandes apartados
- Las Palmas
- Concurso Nacional
De Arte Flamenco
Córdoba
- "La TATI" en México
Niña especial

Maria Alba



Aprender a leer es el primer paso para leer.
que la lectura sea una aventura.



5.4.3 Medios tonos

Los medios tonos requeridos para la revista variarán en tamaño y por ello fueron escaneados a una resolución aproximadamente no más de 300 dpi., e impresas en laser la imagen de mayor medida será de 27.5 X 19.5 cm. La utilización de los altos contrastes serán una buena opción para sustituir al medio tono en los casos que se requiera. En este caso se estableció para la portada.

.....

5.5 Materiales y procedimiento de impresión

Los materiales requeridos para la impresión de la revista "Jaleo" de 20 páginas son los siguientes:

- papel de interiores bond 44 kg. de 57 X 87
- papel portada couché 2c. 135 grs. 275 pliegos
- Negativos 5 medios tonos (variando en cada ejemplar). Requiriendo una impresión de portada a 4 tintas (rojo, morado, gris, negro con su respectivo No. de phantom), en cuarta de forros se incluye un degradado radial que va del blanco al verde es decir un bitono y dos tintas más. El acabado de la misma será a caballo 2 grapas, además de un terminado en plastificado para portada y 4ta. de forros.

Los materiales mencionados son requeridos para un proceso de impresión en offset de la revista. El proceso de impresión hablando de un tiraje muy corto la impresión en laser es una buena solución. Las múltiples posibilidades que ofrece este tipo de impresión suponen un beneficio que ningún diseñador debe ignorar.

En esta ocasión las páginas que tienen color (Portada, 2da. de forros, y 4ta. de forros) se realizaron en una CANON CLC 500 Efi FIERY impresora a chorro de tinta a una resolución de 2400 dpi. (puntos por pulgada).

5.5.1 Tiraje

Las características dadas anteriormente están determinadas para un tiraje de 1000 ejemplares en offset. Sin descartar la posibilidad en esta ocasión de la impresión en laser para un tiraje más corto. Sin embargo este se determina en función de la distribución requerida y el número de consumidores que se conocen o que conozcan de la publicación.

.....

5.6 Proyecto terminado

TESIS SIN PAGINACION

COMPLETA LA INFORMACION

5.7 Distribución

La acertada distribución de la revista Jaleo servirá en gran medida para el conocimiento de la misma, referencias, críticas y sugerencias. Siendo los principales lugares para dichos objetivos las academias e instituciones dedicadas a la enseñanza del baile flamenco así como también, de lugares donde aunque no se dé directamente este baile como clase sirva de apoyo o referencia para el estudiante y profesor dedicado a cualquier otro tipo de danza. Así también, a toda persona dedicada al baile flamenco de tipo profesional es decir, guitarristas, bailaores (as), coreógrafos, maestros de México y de otros países del mundo donde sea posible el envío y adquisición de la misma. Asimismo será dada a conocer en los lugares donde se baila flamenco (tablaos donde se realizan los *shows* flamencos).

Esta primera distribución de la revista Jaleo será el empuje para que en un futuro sin descartar cualquier forma de ayuda posible para su realización sirva para una comercialización más extensa abarcando un mayor número de consumidores en México y el extranjero.

5.8 Difusión

Determinada en función de la distribución de la revista. Los puntos de venta y exhibición en gran medida son las academias e instituciones dedicadas a la enseñanza del baile flamenco y a las de otro tipo de danza y baile. Asimismo la posibilidad del uso de los medios básicos y complementarios reafirmarán el conocimiento e interés de la gente interesada en la publicación. Aunque el mejor medio de difusión será el propio estudiante del baile flamenco, profesionales y maestros.

CONCLUSIONES

Los elementos gráficos y la información del presente proyecto de tesis son el principal fundamento que dieron forma y cuerpo al mismo tiempo lográndo así cumplir y cubrir el objetivo general como los diferentes objetivos de cada capítulo. Para servir especialmente como apoyo y referencia tanto para diseñadores como toda aquella persona inmerza en el baile flamenco. Donde para el diseñador gráfico fueron dedicados cuatro capítulos.

La revista diseñada indica que el proyecto de tesis ha sido cubierto y que pese a su poca distribución y difusión se tiene pensado que a futuro sea realmente una realidad comercial; actualmente debido a la escasas de contactos con casa editoriales, de algún editor particular interezado de alguna manera a esta especialidad o el poco financiamiento que se tiene para con ella no han permitido que el tiraje y distribución sea de la manera más fructifera deseada ya que se anhela una formación más solida para la revista Jaleo.

Sin embargo a los países y lugares del país donde sera enviada marcará un gran inicio para un gran futuro. Aunado a esto que las personas entrevistadas, colaboradores y quienes conocieron proceso e idea de la revista se mostraron interezados y felices por conocer este trabajo terminado con posibilidades de colaboración, interés u otro motivo tanto personal como colectivo por hacer de JALEO algo palpable sin descartar las posibilidades que va ofreciendo el mundo actual en tecnología para el diseño.

Personalmente ha sido una gran aventura recorrida pues me permitió conocer y estar más relacionada con el mundo del flamenco. De hacerme de grandes amigos tanto de este medio como de otros lugares de los cuales necesite su ayuda y colaboración.

BIBLIOGRAFIA**Revistas****Ballet Review**

Edinburgh, Gran Bretaña No. 1
Enero - Febrero 1947

Dance Magazine

Mensual, New York, Estados Unidos,
Junio 1987, Sept. 1992. 98 p.
Editor: Roslyne Paige.

Dance Theatre Journal

Londres, Verano 1987
Vol. 5 Núm. 3. 31 p.
Editada por el Centro Labal
para el movimiento y la danza.

Dance Pages

Trimestral, Estados Unidos
Invierno 1993 y 1988
Editor: Donna Gianell y Ken Romo.

Danzaria

Mensual, México, segunda época.
Marzo 1993 No. cero 7 p.
Editor: Roberto Aguilar

Israel dance

Anuario, Israel. 1984 Junio 1981

Editor: Giora Manor

El Correo de la Unesco

Los gitanos. Francia No. 10

1984, Mensual

El Pregonero

Revista de información municipal

Edita: Ayuntamiento de Córdoba

Córdoba, España, Mayo No. 78. 18 p.

Les Saisons de la Danse

Mensual, Marzo 1987, No. 191

Francia.

La caña

Música y flamenco

Madrid, invierno de 1993

edita: Asociación Cultural

España abierta No. 4, 91 p.

Sevilla flamenca

España. Mayo Junio 1991 No. 72

Año XII, Directores: Emilio Jiménez

Díaz y Manuel Herrera Rodas.

The Dancing Times

Mensual, Londres Inglaterra,

Marzo 1982 Núm. 858

Vol. LXXII 60 p.

Libros

CUMBRE

Enciclopedia ilustrada CUMBRE

Tomo 12. México. 1985

Reja-sionismo.

Danae

Dicc. Enciclopédico
Ediciones Banae, S.A. Quita Sol
Sacristana, Tomo 16, Barcelona

Félix Grande

Memorias del Flamenco
Espasa Calpe. Madrid 1980.

Fabris Germani

Fundamentos del Proyecto gráfico.

Humphrey, Doris

La composición en la danza.
México. Ed. UNAM, 1981

Keet Marina

The Spanish Dance.
U.C.T. Ballet school, 50 p.

Küppers, Harald

Fundamentos de la teoría de los colores.
Barcelona Ed. Gustavo Gili, 1980

Luca Pacioli

La divina Proporción.
Ed. Losada. Buenos Aires, 1946
343 p.

Meggs B. Philip

Historia del Diseño Gráfico.
Ed. Trillas

Michael Langford

Enciclopedia completa de la
Fotografía. Ed. Hermann Blume
Madrid. 432 p.

Muller Josef-Brockmann

Sistemas de retículas. Un manual
para diseñadores gráficos.
Tr. Angel Reparaz. Barcelona.
Ed. G.G. 1982 (c 1981) Colección GG Diseño. 179p.

Munari, Bruno

Diseño y comunicación visual.

México, Ed. G.G. 1985, 365 p.

Norman Sanders

William Bevington

Manual de producción del diseñador gráfico. Ed. G.G. España 5ta. edición.

1984.

Parramón Vilasaló José María

Artes Gráficas. Para dibujantes y técnicos publicitarios. 4ta. edición

Mayo 1976, colección: "Aprender haciendo, grafismo".

Ramón Menéndez Pidal

Gran Enciclopedia del mundo

Durvan, S.A. de ediciones Bibao

Ed. Marín, S.A. España Vol. 16

Química tec. a Santaella

Reja Sionismo

Enciclopedia Ilustrada.

Ed. Cumbre, Tomo 12

Roger Catarini

Argos Enciclopedia temática

Bellas Artes (II) Vol. 15, Barcelona 1970.

Argos Enciclopedia temática

Técnicas y oficios. Vol. 21, Barcelona 1970.

Roland Barthes

La semiología

Buenos Aires. Ed. Tiempo

Contemporáneo. 1976, 199p.

Salvat

Dicc. Enciclopédico Salvat Universal

Tomo 17 y tomo 9.

Satué, Enric

El diseño gráfico desde los orígenes hasta nuestros días. Madrid, Ed. Alianza
1988, 500p.

Scott, Gillam Robert

Fundamentos del diseño.
10 ed., Tr. de Marta del Castillo
Buenos Aires, ed. Victor Leru
1976, (c 1958) 195p.

Swann Alan

Como diseñar retículas.
Ed. G.G. colección: Manuales de
Diseño, Barcelona, 1990

Tosto, Pablo

La composición áurea en las artes plásticas. 2 ed. Buenos Aires, ed. Librería Hachete, 1969
315p.

Wong, Wucius

Fundamentos del diseño bi- y tri-dimensional. Barcelona, Ed. G.G.
1985.

William Owen

Diseño de revistas.
Barcelona, 1991. Gustavo Gili
240p.

Cursos

Taller de Tipografía

Exponente: Ing. Luis Carlos Herrera

G. de V. del 14 al 17 de Octubre, 1991

Pátzcuaro, Michoacán.

Sección áurea y rectángulos dinámicos**Prof. Arq. Raúl Oliva****Escuela de San Carlos, 1991****Entrevistas****Lucio Rodríguez Ybarra****Guitarrista Flamenco. Abril, 1994****Cristina Aguirre****Bailaora de Flamenco. Julio, 1995****Francisca Sodomil. "LA TATI"****Bailaora de Flamenco. Julio, 1995****Visitas****A los gitanos en Rinconada, Estado de Veracruz****México, 1994.****Inst. Mexicano de Flamencología. D.F. México****Biblioteca CENIDI "José Limón" I N B A. D.F. México.****Centro Nacional de las Artes****(Biblioteca de las artes) D.F. México****BibLioteca México D.F. México**

.....

GLOSARIO

Términos flamencos:

Ayes: Llamados jípios. Vocalización ultracromática, imposible de graficar sobre el pentagrama y, por lo mismo, supeditada a la inspiración improvisadora del cantaor; con fracciones de tono casi imperceptibles y modulaciones originales de un efecto tan bello como patético.

Bailaor (ra): Término genuino y más autodidacta dentro del flamenco. (persona que baila).

Baile flamenco: arte del folklore verdadero, inspiración del arte que funde música, trabajo de pies y un uso de la voz casi pagana en una forma tremendamente emocional. Este encierra una enorme dificultad que además de equilibrio, plasticidad, técnica y expresión imprescindiblemente debe poseer algo que ninguna otra danza tiene "el duende". Apareciendo en el primer café cantante en Sevilla, España hacia 1842.

Cante: Palabra eminentemente individual del flamenco. (SINÓN. canción). Se encuentra el cante jondo (HONDO), cante flamenco y cante caní que son sinónimos.

Duende: misterio que redimide de toda imperfección formal.

Flamenco: Palabra de origen árabe que se deriva del término "Felah Mengu" o "Felahengu" que significa "Labrador en vuelo o "trotamundos". También se encuentran los vocablos FALI-KUN (campero), o FLAHENCON (cancionero).

Jaleo: Término flamenco que significa la alegría que tiene el andaluz, es fiesta, euforia, un sentimiento festivo. Del verbo jalearse son palabras o conjunto de estas que se dicen al principio, en un corte, llamada, exactamente en un paso, etc. es decir hay jaleos al compás y sin compás.

Juerga: Es holganza; diversión, una reacción en contra del mismo dolor - fruto quizá de la pobreza o el sufrimiento de una raza - un escape de los sentimientos, que tiene como rito ancestral: el cante y baile flamencos.

Tablao: Lugar o espacio donde todo el flamenco se funde es decir, cante, baile y toque (guitarra).