



33
20j

UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA DE MÉXICO

ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLÁSTICAS

" Diseño de Medios Impresos para el
Instituto Nacional de Bellas Artes "



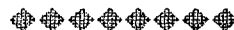
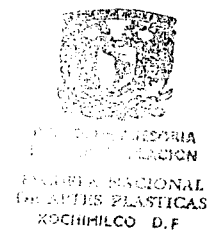
Tesis

Que para obtener el título de:

Licenciado en Comunicación Gráfica

Presenta

Oscar Hernández González



Director de Tesis: Lic. Mauricio Rivera Ferreiro

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

México, D.F.

1997



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

PAGINACION VARIA

COMPLETA LA INFORMACION

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN

Capítulo I Antecedentes

1. LA COMUNICACIÓN	1
La escritura	2
La imprenta	4
El diseño editorial: un intento de definición	5
Proceso de comunicación gráfica	8
Componentes y funciones del proceso de comunicación	8
El diseño editorial como proceso	9
2. MEDIOS IMPRESOS	11
Planeación y uso de los medios impresos.....	11
Técnicas de impresión.....	12

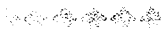
Capítulo II Edición

1. EL DISEÑO EDITORIAL EN EL INBA	15
Datos históricos del INBA	15
<i>Política cultural</i>	15
<i>Función en la actualidad</i>	16
Organización Institucional	17
<i>Organización del trabajo</i>	17
<i>Recepción de la información</i>	18
2. EVALUACIÓN DEL DISEÑO EDITORIAL EN EL INBA	20
Captura y revisión de los textos e imágenes	20
<i>Textos</i>	20
<i>Imágenes</i>	21
<i>Textos e imágenes en las maquetas</i>	22
El departamento de arte y diseño	23
<i>Autor o escritor de contenidos</i>	24
<i>El editor</i>	25
<i>El comunicador gráfico</i>	26



Capítulo III Producción

1. PROCESOS DE PRODUCCIÓN	31
Elementos para la formación	31
Aspectos prácticos de Diseño	31
Tipografía	32
<i>Elección de un tipo adecuado</i>	33
Especificaciones de color	34
<i>Utilización de color en los textos</i>	35
Ilustración y fotografía	36
<i>Imágenes combinadas con los tipos</i>	37
Presentación y propuestas gráficas	37
<i>Equipo</i>	38
<i>Formación de planas</i>	39
<i>Tamaño de planas</i>	39
<i>Composición</i>	39
<i>Márgenes y columnas</i>	40
<i>Selección de fuentes</i>	40
<i>Elementos complementarios de diseño</i>	41
<i>Los contenidos (textos)</i>	41
<i>Los gráficos</i>	41
<i>Imágenes digitalizadas</i>	42
<i>Consideraciones finales</i>	42
2. LOS ORIGINALES	43
Revisión de originales	43
Originales semi-digitales	43
Originales digitales	44
Envío de documentos en archivos	45
3. LOS SISTEMAS DE IMPRESIÓN	46
Función y tipo de impresión	46
<i>Litografía en offset</i>	46
<i>Impresión en serigrafía</i>	47
<i>Rotograbado</i>	47
<i>Fotocopinado, duplicadores digitales</i>	48
Acabados	48



Capítulo IV Proyecto Gráfico

1. INVITACIONES	54
Proyecto <i>Pasco de la Reforma (dúptico)</i>	55
Proyecto <i>Doménico Capello. De la tos y del olvido (dúptico)</i>	56
Proyecto <i>Vértigo. Safo en las alturas (dúptico, asimétrico)</i>	57
Proyecto <i>Carbone 14 (dúptico)</i>	58
2. PROGRAMAS DE MANO	59
Proyecto <i>Vértigo. Safo en las alturas</i>	60
Proyecto <i>La Nef. Música para Juana la Loca (dúptico)</i>	61
Proyecto <i>José María Velasco</i>	62
3. FOLLETOS	63
Proyecto <i>Arcángel (dúptico)</i>	64
Proyecto <i>XVI Festival de Música de Cámara 1994</i>	65
Proyecto <i>Visiones nocturnas</i>	66
CONCLUSIONES	67
BIBLIOGRAFÍA	69



INTRODUCCIÓN

Al realizar cualquier tarea de Comunicación Gráfica y en particular de diseño editorial es importante conocer las bases del diseño, los procesos de elaboración y producción para comunicar un mensaje, idea o concepto, eficientemente. Para ello los comunicadores, nos valemos de recursos tanto teóricos como prácticos en la elaboración de materiales impresos que complementan y apoyan todas las actividades del ser humano. Es aquí el punto de partida de este trabajo, donde al tener contacto en mi actividad profesional con las diversas manifestaciones artísticas y culturales que hay en nuestra sociedad, considero que el comunicador esta comprometido a realizar trabajos que ayuden a difundir y promocionar las actividades culturales, pretendiendo enriquecer el conocimiento por las Bellas Artes que han sido desatendidas por la problemática existente en nuestra vida social, que solicita y demanda profesionales de la Comunicación Gráfica.

El propósito de esta investigación es aportar un evaluación del diseño en los medios impresos, que permita comprender fácilmente cómo se elaboran diseños editoriales en el Instituto Nacional de Bellas Artes, mostrando los elementos teórico-prácticos, esenciales del diseño y que cumplan con el objetivo de comunicar el mensaje clara y eficazmente.

La investigación se centró en cuatro capítulos que permiten mostrar todo un proceso de diseño dentro de una Institución Gubernamental:

- ♦ Contempla aspectos introductorios, es decir, los antecedentes de la comunicación, diseño editorial, medios impresos y la historia del

Instituto Nacional de Bellas Artes.

- ♦ Tiene un enfoque del proceso de edición y producción que nos permite presentar como se produce un comunicado gráfico, partiendo de la recepción de la información, pasando por una etapa de diseño y revisión, hasta la impresión de una publicación.
- ♦ Se muestran y aplican los elementos del diseño (composición, formatos, tipografía, fotografías e ilustraciones, etc.) que nos permiten fundamentar y manipular la imagen de un comunicado.
- ♦ Finalmente se sustenta toda la investigación en trabajos reales hechos dentro del Instituto Nacional de Bellas Artes.

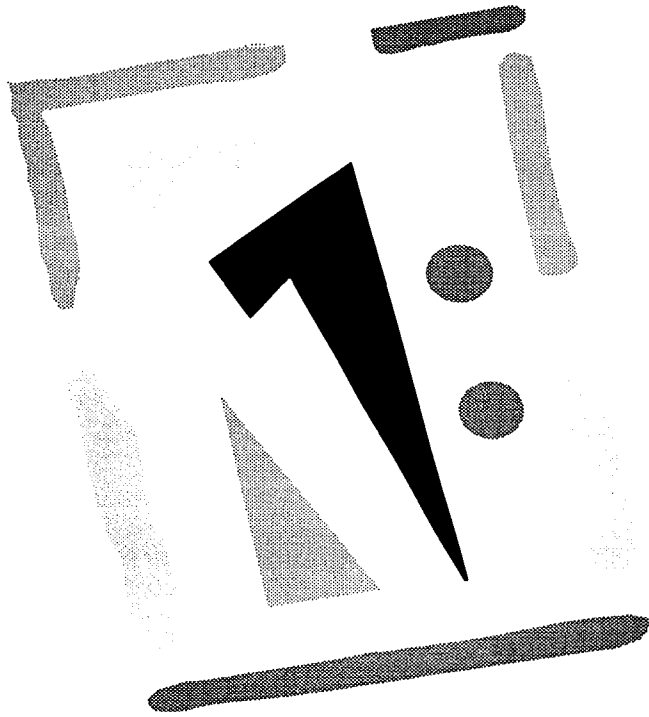
Considerando que uno de los principales problemas que existen en la comunicación gráfica y concretamente en el diseño editorial, es la falta de un proceso de diseño adecuado y fundamentado que nos permita tener un diseño funcional.

Como aportación a la comunicación gráfica y en particular al diseño editorial presento una investigación que propicie el desarrollo y conocimiento de los medios impresos que permitan al comunicador gráfico obtener mejores resultados en su actividad profesional.

El planteamiento de esta evaluación no es definitiva ya que se permitirán hacer ajustes para cada trabajo y necesidad específica, puesto que cada uno de los diseños tiene una identidad y características propias.







LA COMUNICACIÓN

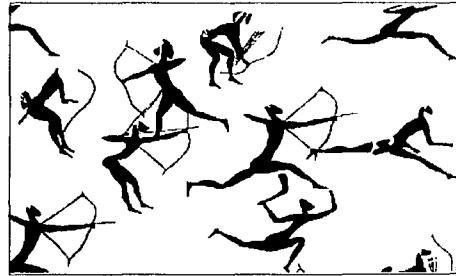
A partir de que el hombre es un ser social que no puede vivir aislado, y requiere de la compañía de otras personas con las que necesita establecer y mantener relaciones, surge la necesidad de comunicarse con sus semejantes y poder manifestar y universalizar sus pensamientos e ideas, buscando a través del tiempo los medios idóneos para realizar su más anhelado sueño, preservar la vida y el conocimiento.

La comunicación entre los seres vivos persigue un fin esencial: garantizar la continuidad de la especie. Es así como los animales (desde los menos desarrollados hasta los más evolucionados) se valen de una gran variedad de recursos (movimientos, colores, olores, etc.) para atraer a su pareja o repeler a un enemigo, por ejemplo. Sin embargo, en el caso de la especie humana la comunicación es una actividad que va mucho más allá.

La diferencia fundamental estriba en que los seres humanos son capaces de pensar, es decir, elaborar ideas, que son "representaciones conceptuales del mundo". La necesidad humana de comunicación ha conducido al desarrollo de las artes, las ciencias, la literatura. Pero, ¿cómo se inició todo esto?.

El importante avance intelectual en el desarrollo del hombre primitivo le proporcionó la capacidad de organizarse en comunidades, así como lograr, en cierta medida controlar su destino. Seguramente los hombres primitivos se comunicaban entre sí desde hace 2 millones de años de manera rudimentaria (gestos, movimientos, sonidos guturales), que fueron

refinándose poco a poco hasta conducir al desarrollo del lenguaje verbal. Sin embargo, el inconveniente de estas formas de comunicación es su limitación espacial y temporal, sólo sirven entre personas próximas y una vez emitida la comunicación, el signo desaparece. Por lo tanto, era necesario encontrar una forma de comunicación que permitiera preservar su contenido. Surgieron así las primeras manifestaciones de comunicación visual que remiten a las pinturas en las cavernas, con ello aparecen las primeras imágenes que eran símbolos gráficos que narraban y describían los sucesos ocurridos, o bien intentaban explicar o aplacar las fuerzas de la naturaleza. La pintura y la escritura tienen ese origen común.



Detalle de las pinturas rupestres.
8,000 años a. de J.C.
Escenas de carácter guerrero.

"El trazo" es el tronco común del que emergen sus dos formas como voluntad de comunicación: *el dibujo y la escritura*. Ambos se dividen de su tronco común (el trazo), separados en sus dos líneas que serán diferentes, no por su raíz antropológica que es la misma, sino por su vinculación al mundo visual y perceptual, *el dibujo*, y al mundo conceptual y mental, *la escritura*.



Para ello se utilizaron los materiales que permitieron la permanencia efectiva de estos mensajes, pigmentos mezclados con grasas sobre las paredes de las cuevas. Llegando a la evolución pictográfica y tomando dos vertientes:

❖ En primer lugar constituyeron el principio del arte pictórico, de esta manera la memoria de los acontecimientos se preservó.

❖ En segundo estas imágenes marcaron el inicio de la escritura convirtiéndose en símbolos e iconos gráficos.

Este empeño del hombre por expresarse conlleva un esfuerzo portentoso de abstracción que desemboca en la fijación mental de fragmentos de sus percepciones y experiencias sobre un soporte físico duradero. La gran evolución humana es haber establecido los códigos de comunicación y plasmar con ellos de manera estable en el tiempo, las percepciones, las experiencias y las ideas.



Cuevas de Lascaux Francia.
Pintura Policroma.
Paleolítico superior.

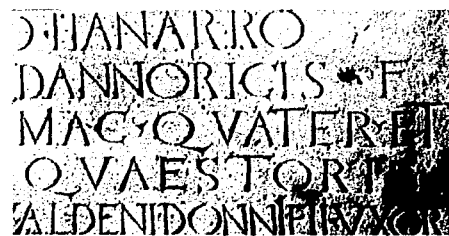
El hombre pudo referirse de este modo a cosas ausentes, lejanas en el espacio, pasadas y futuras, sin necesidad de que estas cosas estén ocurriendo aquí y ahora. Esta revolución, que

hizo transmisible de unos a otros lo visto, lo hecho y lo pasado, ha sido sin ninguna duda uno de los logros principales de progreso de comunicación de la especie humana.

La escritura

"Por medio de la palabra escrita se intentaría transcribir ya no solo las cosas físicas del entorno (pictografía) o las nociones y los conceptos (ideografía), o las palabras empleadas en el discurso (logografía), sino la materia física misma del habla: el lenguaje fónico, traducido visualmente en fonogramas."¹

Para fines prácticos, nuestro punto de partida será el nacimiento de la escritura, hace unos 5,000 años. Puede notarse cómo desde los manuscritos más antiguos la palabra escrita ya se hacía acompañar de dibujos explicativos (ilustraciones). Esta doble estrategia de comunicación prevalece hasta nuestros días, y ha sido llevada a un alto grado de sofisticación en la forma de los actuales medios impresos ilustrados: libro, revistas, periódicos. Así, nos acercamos al área de estudio de esta tesis, que es el diseño editorial.



Es una inscripción de St-Lizier del sur de Francia.
Data de los tiempos de Julio Cesar.

1. Blanchard Gérard, *La Letra*, Enciclopedia del Diseño, ed. CEAC, Barcelona 1988, pag. 28.



Con la escritura se pudieron llevar registros, creando sistemas para poner en orden una información, ya que los conocimientos exactos y continuos requerían de un registro, para poder transmitirlos, universalizarlos y preservarlos, lo que no sucedía con la narración oral.

Gracias a la evolución de la escritura se pudo llegar a consolidar el alfabeto, haciendo cada vez más abstractas las formas y en un número



Pintrura sobre seda encontrada en Jouen-Houang China.

mínimo de líneas. Los hebreos y los fenicios fueron los primeros en abandonar los símbolos picto-ideográficos para darse al alfabeto fonético. La escritura fenicia era una escritura silábica que había sido adaptada a

la escritura gramática de las lenguas. Los primeros en crear un verdadero alfabeto fueron los griegos.

Los escritos se empezaron a estructurar a manera de volúmenes, utilizando para ello materiales y soportes diversos, (las piedras, la corteza de los árboles, las telas, entre otras.) los caracteres se escribían por medio de puntas de piedras, madera, huesos, plumas de aves, etc. y las tintas se preparaban a base de pigmentos y sustancias vegetales y animales.

Estos primeros volúmenes o libros eran galeras largas semejando páginas que se guardaban en rollos, y que posteriormente se utilizarían

papiros y pergaminos de los cuales se pudieron usar ya en forma de cuadernos. Una vez escritos los libros se dejaban espacios en blanco para realizar ahí dibujos, ilustraciones y otros adornos, combinándolos entre sí para transmitir la información. Estos trabajos eran encuadernados con cuero y forrados con madera.

Con la invención del papel a base de fibras vegetales, hecho por los chinos en el año 105 d.c. Colaboró notablemente al desarrollo de los primeros libros propiamente dichos y la reproducción de estos la hacían los copistas profesionales que eran monjes al servicio del clero y de los estudiosos de las humanidades, escrituras sagradas y ciencias.



Portada para la vida de la Virgen. Alberto Dudero 1511.

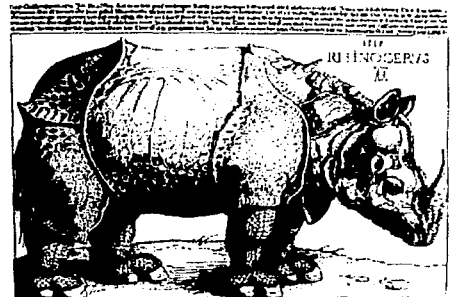


Ilustración en madera, texto editado a 5 líneas en tipo de metal. Alberto Dudero 1515.



Los primeros tipos de escritura los componen la gótica y la latina, los primeros tipógrafos adoptan ambos alfabetos, entre tanto, con el natural desarrollo de la escritura nace también la tipografía de caracteres romanos, itálicos y cursivos que predominan hasta nuestros días.

En la Revolución Industrial hay grandes nombres en la innovación tipográfica: Giambattista Bodoni, Claude Garamond, William Caxton, Cristophe Plantin, John Baskerville, William Caslon entre otros.

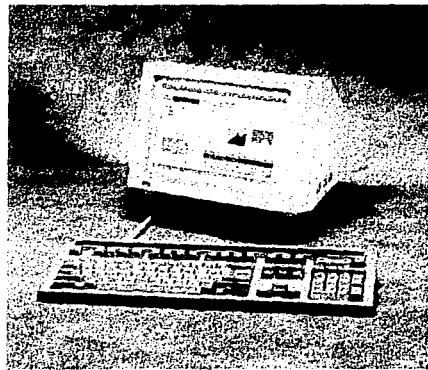
Después, el Art Nouveau y el funcionalismo tuvieron sus propios caracteres, adecuándolos a su estilo, aunado a esto surge la composición de bloques, el equilibrio de blancos, la simplicidad y combinación de los elementos decorativos. Los cambios constantes en la comunicación visual han influido para que el comunicador gráfico conceptualice y represente sus ideas alcanzando las exigencias de rapidez, calidad, y funcionalidad, para lograr mensajes útiles y eficaces que satisfagan las necesidades de comunicación que nuestra sociedad requiere.

La alta tecnología, mecanización y digitalización de los medios han permitido en la actualidad que se mejoren los sistemas tipográficos, de diseño e imprenta, dando lugar a una comunicación visual más funcional, apoyada de tecnología y herramientas modernas como la computadora.

Hoy se dispone de computadoras personales y equipo de impresión, con las funciones necesarias para producir impresos de una calidad cercana o mejor a la de fotocomposición

y que es fácil diferenciar de los producidos por las casas editoras. Si se producen publicaciones, manuales, folletos o libros, el comunicador gráfico, diseñador o editor controla desde su equipo de cómputo, todo el proceso de diseño y formación desde la redacción y la composición hasta la impresión.

La revolución de la edición por computadora es posible gracias al procesamiento de textos e imágenes en las computadoras personales, el uso de impresoras láser y digitalizadores (*scanners*). Creando áreas de especialización dentro de la comunicación gráfica entre ellas el diseño editorial, la ilustración, la fotografía, etc.



Computadora Personal (PC).
Exposición de cómputo 1993.

El diseño editorial: Un intento de definición

La definición propiamente de diseño editorial es una definición relativamente moderna. Pero esta actividad se ha manifestado desde la



aparición de la tipografía y de los talleres de imprenta donde se preparaban las obras literarias para reproducirlas y publicarlas. La diferencia con los tiempos anteriores estriba en que con Gutenberg aparece un elemento verdaderamente original: la mecanización de este trabajo, el uso de elementos técnicos auxiliares que reducen el grado de manualidad y artesanía de los documentos antiguos. De este modo, hay una línea evolutiva franca que llega desde Gutenberg hasta la computadora.

El diseño editorial en la actualidad es una de las ramas del diseño gráfico que se relaciona con los medios de comunicación impresa, donde su principal exponente es el libro, en torno a el aparecen en importancia los periódicos o diarios y las revistas seguido por trabajos de menores dimensiones como los boletines, catálogos, manuales, folletos, invitaciones, etc.

Figura 1. Esquema de los Medios Impresos



Se caracteriza el diseño editorial por la búsqueda de la organización de la información que va a contener una publicación, es decir, la importancia y jerarquía que debe llevar los textos y las imágenes de manera tal que, el contenido de la información y del mensaje sean claros para el lector.

La función primordial del diseño es comunicar un mensaje, una idea, un concepto, combinando tipografía e imágenes de un modo eficaz y original. La mayor parte del trabajo editorial aparece alrededor de la venta, la promoción y la información de productos o servicios.

El campo editorial ha sufrido una evolución constante, el cual nos a permitido como diseñadores y comunicadores gráficos, conocer y manejar métodos y sistemas gráficos, los cuales han sido de suma utilidad para resolver mas rápidamente los trabajos de diseño y edición, por medio de programas o *softwares* de cómputo, dejando atrás los procesos manuales tradicionales para la elaboración de una publicación.

Ejemplo de ello era que anteriormente se realizaba de la siguiente manera:

- 1.-La recepción de los textos mecanografiados en hojas.
- 2.-Definir las dimensiones y el formato de la obra.
- 3.-Realizar el diseño. (estilo, selección de los elementos gráficos, cajas tipográficas, títulos, pies de foto, etc.).
- 4.-Hacer la diagramación (cajas tipográficas, márgenes, columnas, espacios para encabezados, fotografías, ilustraciones, etc.)
- 5.-Cálculo tipográfico del texto corregido y contemplando los aspectos anteriores.
- 6.-Mandar parar la tipografía



perfectamente indicada.

- 7.-Realizar ampliaciones o reducciones de logotipos, viñetas, ilustraciones y fotografías, así como mandar sacar los medios tonos o selecciones de color.
- 8.-Preparar los originales mecánicos, recibir y corregir si es necesario las galeras de texto.
- 9.-Armar los originales y hacer las debidas indicaciones de color sobre las camisas, etc.

Por otra parte, algunos aspectos del diseño por computadora son:

- Un ahorro de tiempo en la elaboración de los impresos, gracias a los flexibles manejos de las tipografías e imágenes en la pantalla de la computadora.
- Diversidad de herramientas, tipografías, almacenamientos de memoria, captura, importación y exportación de información.
- Elaboración simultánea de diseño y originales mecánicos, (edición y producción) listos para ser digitalizados.
- Ahorro de costos de producción, (parar tipografía, uso del fotolito, *paste-ups*, reducciones y ampliaciones, mensajerías, etc.)

Con todo esto podemos apreciar que el diseño editorial cuenta ya con una gama de herramientas que permiten hacer un diseño cada vez más rápido y funcional, de acuerdo a las exigencias que nuestra sociedad y tiempos

requieren.

Existe una gran variedad de géneros editoriales que se distinguen según el fin a que se obedece y al objetivo de comunicación que se pretende, de los cuales solo mencionaré algunos de ellos:

Ediciones publicitarias o comerciales: Presentan las cualidades de persuadir al público, buscando el impacto y el efecto de fascinación por medio de los recursos retóricos del discurso verbal y textual, seduciendo visual y psicológicamente al espectador, provocando un consumo material.

Ediciones informativas: El contenido de estas ediciones se caracteriza como, la palabra lo dice, informar un suceso o un acontecimiento, buscando la veracidad de las cosas y que el receptor conozca y acepte los mensajes de esta índole.

Ediciones educativas o didácticas: Estas pretenden la transmisión de conocimientos que sirven para instruir o enseñar al receptor, los conceptos y valores para que sean parte de su educación y aprendizaje en todas las ramas del saber.

Ediciones culturales: Su finalidad es la de invitar, difundir y promocionar actividades culturales como: las exposiciones, cursos, conferencias, conciertos y todo tipo de eventos artísticos, pretendiendo enriquecer el conocimiento en las bellas artes, (pintura, literatura, música, danza, etc.) siendo este un punto importante en la investigación de esta tesis.



Proceso de comunicación gráfica

Nuestro enfoque comunicacional del diseño pone de relieve la existencia de tres núcleos fundamentales: la empresa, el comunicador y el público. Empresa y público constituyen los dos extremos comunicantes. La primera afectando al segundo en la relación producción-comunicación-consumo. El tercer elemento del circuito: el comunicador, situado en el punto central, ejerce desde este lugar el rol de intermediario. Como tal, enlaza la empresa y su público a través de los diferentes resultados de su tarea, que pueden clasificarse en estos dos grupos.

- Los productos y objetos técnicos: bienes de uso, de consumo, de equipamiento, etc.
- Los mensajes gráficos, que constituyen el conjunto de las comunicaciones funcionales: institucional, comercial, publicitaria, informativa, didáctica, señalética y de la identidad.

La relación entre el usuario del diseño (las empresas), el profesional (comunicador) y el destinatario (público consumidor), constituyen un sistema interdependiente. Y, por lo tanto, un proceso de comunicación y de interacción, donde no sabríamos privilegiar ninguno de sus componentes en detrimento de los otros que lo integran. Quien utiliza el diseño; quien lo establece como se materializa en objetos y mensajes, como se introduce en el sistema social; quien lo recibe y lo consume finalmente, constituyen los eslabones sucesivos de una verdadera cadena de comunicación.

Cada uno de los componentes de esta cadena:

- a) Tienen una posición determinada en relación con los demás componentes
- b) Desarrolla un rol preciso
- c) Ejerce una función iterativa

Hay pues un sistema retroactivo, una interacción permanente entre los elementos. Esta interacción es la misma dinámica que impulsa y mantiene la comunicación, y sostienen así la integridad del sistema.

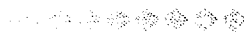
Componentes y funciones del proceso de comunicación

La naturaleza y la acción de los diferentes componentes del proceso comunicativo son: Emisor-Codificador-Mensaje-Transmisor-Receptor.

1. El emisor o usuario del diseño confirma en primer lugar la utilidad y la necesidad de recurrir al diseño en sus formas variadas: de los productos, de los planes de producción, la comunicación, la formalización de los mensajes.

Es a través de la función del diseño gráfico y audiovisual como las empresas se integran con sus mercados, intercambian información con sus públicos externos, con las instituciones, la administración, los medios de comunicación social, etc. Y de un modo más general con el conjunto diverso de capas de sociales que constituyen lo que llamamos la audiencia.

2. El diseñador es en término de comunicación, el codificador de los mensajes. Es quien ejerce





la interpretación creativa de los datos de base, relativo a un propósito definido. Las relaciones entre empresa y diseñador conocen diferentes formas de dependencia. El diseñador se integra a un departamento de estudio agregado a menudo a la dirección técnica de publicidad, y otras veces directamente a la dirección general.

3. El mensaje es el resultado material del diseño gráfico. Un mensaje gráfico es un conjunto de signos extraídos de un código visual determinado que son ensamblados según un criterio de orden. Por medio de estos signos y sus reglas combinatorias, se constituye y emerge el significado, la información, esto es, el mensaje propiamente dicho.

El diseño gráfico trabaja, en síntesis con unos elementos simples que son los signos correspondientes, estos a sus códigos. Letras y textos, en tanto que signos caligráficos, tipográficos, mecanográficos, etc., pertenecen a códigos lingüísticos. Por otro lado, las figuras e imágenes corresponden a códigos icónicos.

El resultado del diseño sea producto o mensaje es la conjugación de unos objetivos de la empresa que se definen a partir de un plan, de las expectativas y motivaciones del público, y de una interconexión precisa de comunicación.

4. El medio difusor es el canal por el cual circulan los mensajes gráficos: prensa escrita, libro, revista, cartel, etc. Los medios técnicos de difusión (medio impreso, filmico o televisivo). Los medios difusores son un medio técnico constitutivo del conjunto tecnológico de las comunicaciones de informaciones y

mensajes, ya sean impresos o filmados como un libro, los anuncios, etc.

5. El destinatario de las comunicaciones visuales de la empresa, es generalmente un segmento social, un grupo más o menos notable cuantitativamente, que ha sido definido previamente por sus características tipológicas: económicas, culturales, políticas y sociales.

El destinatario de los mensajes es de hecho el factor que realimenta el proceso de comunicación. Su capacidad de aceptar o rechazar la comunicación, de creerla o no, y su actitud por ser motivado o no por ella, constituye la energía retroactiva del circuito comunicacional.

El diseño editorial como proceso

La realización de un trabajo editorial, es labor de equipo, donde intervienen varios colaboradores y algunos de ellos son dependiendo de su estructura: el director o cliente, el editor, el diseñador, el impresor. De todos ellos depende el éxito o fracaso de cualquier trabajo impreso, puesto que cada uno debe efectuar un trabajo conjunto y de participación mutua.

El director o cliente es la persona que se encarga o selecciona un proyecto o comunicado específico, es decir, elabora y aporta el contenido temático de la obra a realizarse.

El editor es quien define y supervisa todos los criterios de la información y el tratamiento que se haga de ella. Y junto con el diseñador



determinarán y aportarán, las ideas en los aspectos gráficos, (selección de textos e imágenes, estilo, tipografía, color, logotipos, etc.). Él es quien analizará y considerará los parámetros de la producción de los impresos, (costos, materiales, acabados, tipo de impresión, etc.) con el apoyo del diseñador y del impresor.

El diseñador editorial se encarga de realizar la propuesta de diseño propiamente dicho, (diagramación, composición, imagen, tipografía, etc.) es quien aporta el carácter estético y comunicacional así como la elaboración y corrección de los originales para impresión. Siempre bajo la supervisión directa del encargado de la publicación, es decir, el editor.

El impresor es el que se encarga de realizar la reproducción de los originales de toda impresión gráfica, y supervisa que los materiales para la elaboración de las mismas impresiones este en óptimas condiciones para que una vez terminados se hagan llegar al lector o consumidor final.

Los elementos principales metodológicos a considerar en la planeación y proceso de un diseño se mencionan a continuación:

- Recopilación de textos e imágenes.
- Jerarquización de la información.
- Secuencia lógica de la información.
- Tratamiento gráfico.
- Relación de textos-imágenes (composición).
- Procesos de producción.



MEDIOS IMPRESOS

Para definir el término de medios impresos es necesario precisar el significado de estas dos palabras que componen el concepto:

"Medio es toda técnica de comunicación que hace posible que el mensaje llegue de un emisor a un receptor. En nuestro caso, nos referimos a cualquier técnica comunicativa que requiera de un sustrato para enviar un mensaje"³

Impreso es un soporte o superficie generalmente de papel que muestra textos o gráficos estampados a presión.

Existe una gama de medios de comunicación que se elaboran mediante el arte de la impresión. A diferencia de los tiempos anteriores a Gutenberg, hoy en día la mayoría de los objetos gráficos bidimensionales requiere de los medios impresos, ya que un gran número de información, actividades y necesidades que tiene el hombre, son comunicadas mediante las técnicas gráficas de impresión.

La importancia y características de los medios, obedece a los requerimientos específicos de un emisor o usuario hacia un receptor con necesidades también específicas.

Planeación y uso de los medios impresos

Para poder cumplir con el principal objetivo que tiene la comunicación impresa es indispensable la participación activa de un comunicador gráfico como intermediario de este proceso comunicativo, ya que él, es el

encargado de comunicar visualmente el significado del contenido del mensaje que necesita el emisor, sintetizando y concretando los elementos verbales e icónicos, de esta manera hace posible las representaciones gráficas bidimensionales, que capture la atención del público receptor para después informarlo.

En la realización de cualquier publicación es necesario conocer los aspectos de los cuales se deriva una planeación adecuada y específica del entorno de cualquier diseño editorial.

- Marco referencial (temática): "Llamamos marco de referencia a esa comprensión a esa referencia y a esa valoración general e inmediata de la realidad. Un mensaje es referencial si y sólo si aparece inserto en un marco de referencia previamente conocido, vivido y valorado"⁴

Sin embargo la temática considera la comprensión de los datos presentados por el mensaje, delimita y permite hacer más accesible determinada información a un público determinado.

- El perfil del lector o consumidor potencial se refiere a las características económicas, políticas e ideológicas que para lo gráfico esto es capital, ya que produce una adecuación del gusto de la gente y señala a los grupos sociales con características similares. (cultura, edad, posición social, costumbres, ideas, etc.)

- La tipografía y los elementos configurativos del diseño son factores que están determinados por los tipos e imágenes que aparecen en los comunicados y que surgen de cada necesidad específica.

3.- Tom Douglas. *Guía completa de la Publicidad*, ed. Herman Blume, Madrid 1986

4.- Daniel Prieto, *Diseño y comunicación*, ed. UAM-X, México 1982, p. 23



- Duración y vigencia de la publicación y el contenido a transmitir, es decir, la periodicidad, es la frecuencia con la cual se produce un diseño editorial específico, si es diaria, semanal, quincenal, mensual, única, etc.
- Cobertura, alcance, precio, tiraje, son características de distribución, difusión, valor, dimensiones de la producción.
- Calidad, implica el tipo de impresión que se realiza para terminar un diseño editorial. (limpieza del soporte, finura de papel y tintas, selección de color, acabados, etc.)

Estos elementos no pueden entenderse en forma aislada ya que todos en conjunto determinan los recursos materiales, las técnicas de reproducción y la presentación que se realice del medio impreso.

Es un error pensar que para producir los medios impresos solamente se requiere de la creatividad, ya que siempre es preciso conocer las técnicas de producción. Por ello es necesario plantear ciertas consideraciones que nos lleven a una adecuada selección y aplicación del medio.

Técnicas de impresión

Existe una diversidad de técnicas de impresión que debemos considerar siempre que realicemos cualquier impreso.

La impresión es el medio por el cual se reproducen las imágenes visuales para algunas aplicaciones en la comunicación gráfica, el estudio de los procesos de impresión abarcan un campo muy amplio y diverso, tomando en

cuenta los formatos, las tintas empleadas, la multitud de soportes, el tiraje, etc., han abierto el camino a una variedad tal de máquinas, tan diferentes entre sí que con frecuencia, el único vínculo que justifica su pertenencia a la gran familia de máquinas de imprimir, está constituido solo por la finalidad que tienen en común, es decir la de efectuar la impresión.

"La forma y la constitución física del Diseño condicionan las características del medio mecánico que han de utilizarse con el fin de efectuar la presión para obtener la impresión"⁵

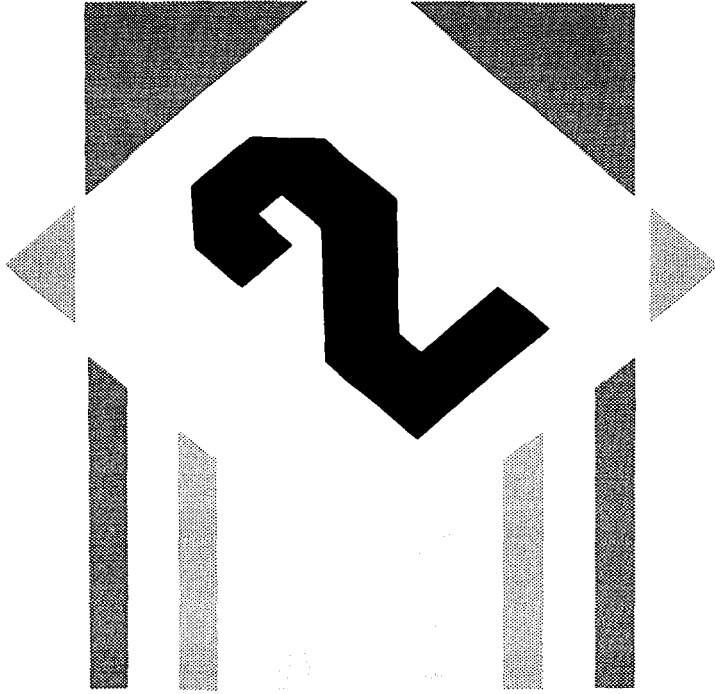
Las técnicas de reproducción son básicamente las siguientes:

- La Litografía.
- Impresión offset.
- El Grabado.
- La Serigrafía.
- Huecografía.
- Rotograbado.
- Fotocopiado.

Estos aspectos se abordarán más detenidamente en el capítulo III, en donde algunos de los sistemas de impresión no presentan interés alguno para la finalidad del objeto de estudio y solo mencionaré los más utilizados en mi práctica profesional dentro del Instituto Nacional de Bellas Artes.

De cualquier manera se precisarán y ampliarán estos principios a los que haré referencia cada vez que se presente la ocasión en este trabajo de investigación.

5. S. Marogna, *Impresión Tipográfica*, ed. Don Bosco, Barcelona 1975, pag. 15





EL DISEÑO EDITORIAL EN EL INBA

El propósito fundamental de este capítulo es proporcionar los elementos que permitan conocer el proceso de recopilación y selección de la información específica, que hace posible la edición del material gráfico editorial para la difusión de los eventos culturales que promueve el Instituto Nacional de Bellas Artes (INBA).

Datos históricos del INBA

Es a través de la comunicación visual que compartimos una memoria histórica, y es por medio de ella como podemos reconocer las contribuciones y las obras de los mexicanos de todas las épocas, la creación y difusión de la cultura.



El Instituto Nacional de Bellas Artes desde sus inicios se ha considerado como una institución que, con el pasar de los años ha dejado honda huella en el enriquecer de la vida cultural de nuestro país.

"La reforma de la Secretaría de Educación Pública (SEP) en materia cultural fue profunda y tiene dos momentos particularmente relevantes hacia la finalidad de los años treinta y principios de los cuarenta con la creación de dos grandes dependencias en materia de política cultural del estado mexicano: la creación del Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH) creado en 1939, y el Instituto Nacional de Bellas Artes (INBA) creado en 1946, para absorber las funciones del Departamento de Bellas Artes y

se abocó al desarrollo de la difusión de las artes y a la formación de nuevos artistas.[...]

"El INBA inició su actividad con la coordinación de las funciones pedagógicas del Conservatorio Nacional de Música y su Orquesta Sinfónica, los centros populares de iniciación artística y las escuelas de pintura y teatro. Quedó bajo su adscripción igualmente, el Palacio de Bellas Artes.[...]

"Las décadas de los cincuenta y sesenta enmarcan la consolidación y crecimiento del INBA: se constituye la Unidad Artística y Cultural del Bosque –se inaugura en 1964–, el Museo de Arte Moderno, se crea la Pinacoteca Virreinal y se restaura el Palacio de Buenavista, en donde quedó instalado en 1965 el Museo de San Carlos.[...]

"En 1979 en el campo de la promoción de las artes, se funda el Centro de Experimentación Teatral del INBA, durante estos años la política de fomento al libro y la lectura recibe un particular impulso: celebrándose la 1ª Feria del Libro Infantil y Juvenil (FILIJ) y se crea EDUCAL, Entidad de Servicio Institucional para el diseño, la producción y la comercialización de los materiales de lectura de la SEP."⁶

Política cultural

Con la necesidad de crear una institución capaz de coordinar la política cultural del estado y supervisar a las instituciones culturales del país –el INBA y el INAH– se crea en diciembre de 1988 por decreto presidencial el Consejo

6. Tovar y de Teresa R. Modernización y Política Cultural, ed. Fondo de cultura Económica, México 1994



Nacional para la Cultura y las Artes (CNCA). El CNCA es la Institución que otorga el presupuesto recibido del gobierno del estado a la protección del patrimonio cultural promoción y estímulo de la creatividad artística y difusión del artes y la cultura. En el decreto que le dio origen, se le transfirieron las unidades administrativas adscritas a la Subsecretaría de Cultura de la SEP. Pasaron a formar parte del Consejo las siguientes entidades:

- ♦ Instituto Nacional de Bellas Artes (órgano desconcentrado)
- ♦ Instituto Nacional de Antropología e Historia (órgano desconcentrado)
- ♦ Fondo de Cultura Económica (empresa de participación estatal mayoritaria)
- ♦ Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (órgano concentrado)
- ♦ Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanía (fideicomiso público)
- ♦ Festival Internacional Cervantino
- ♦ Educal S.A. de C.V.
- ♦ Centro Cultural Tijuana
- ♦ Biblioteca de México
- ♦ Radio Educación

Función en la actualidad



El INBA es hoy una Institución dedicada al apoyo, difusión y promoción de diversos eventos culturales y artísticos, como la

música, la danza, el teatro, la literatura, las artes plásticas, etc. Su finalidad primordial es proporcionar a la sociedad un enriquecimiento cultural y artístico por medio de aquellas manifestaciones que presentan los artistas para goce de la sociedad.

Cuenta con una diversidad de espacios para la presentación de los eventos culturales (foros, salas, galerías, teatros, etc.). Año con año el INBA publica una gran número de material gráfico que sustenta toda una serie de actividades. Constantemente recibe solicitudes de material promocional de diversas casas de cultura de los estados y el Distrito Federal, secretarías de estado, museos regionales y eventos internacionales.

Los recursos que se asignan, siempre irán en función de los alcances de cada proyecto. Es decir se tomará en cuenta la importancia y magnitud del evento cultural. Dejando claro varios niveles de importancia:

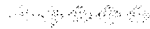
1. Eventos internacionales
2. Eventos nacionales
3. Eventos regionales o tradicionales
4. Eventos locales



Museo de Arte Moderno. Febrero de 1994. México, D.F.



Imágenes móviles. Palacio de Bellas Artes. Junio de 1994.



Por la gran cantidad de trabajos, es necesario encargar algunos proyectos por fuera del departamento de difusión y propiamente del área de Diseño a Agencias y Despachos de Diseño, muchas veces sometiendo a concurso los proyectos.

Organización Institucional

El Instituto Nacional de Bellas Artes tiene una infraestructura sólida que se sustenta en varias direcciones y subdirecciones, que hacen posible que el INBA tenga reconocimiento nacional e internacional por su labor en el fomento del arte y la cultura.

Una de las principales direcciones con las que cuenta el INBA y la que nos interesa para este trabajo es la Dirección de Difusión a la cual llegan por escrito las solicitudes provenientes de las diversas áreas culturales y posteriormente se turnan los trabajos a la subdirección correspondiente ya con la orden de trabajo.

Las subdirecciones tienen funciones específicas donde se desarrollan los proyectos y requerimientos de las áreas culturales y estas subdirecciones son: Prensa, Editorial, Administración, Difusión, Asuntos Internacionales y Relaciones Públicas; de todas ellas se desprenden varios departamentos que son los que dan forma a los proyectos, para ello presento el siguiente organigrama institucional (ver figura 2).

Posteriormente en los departamentos se realizan los trabajos, con una metodología que lleva varios procesos y que cada uno de ellos tiene una importancia fundamental en cada etapa de edición.

Organización del trabajo

La etapa de edición envuelve varias fases, partiendo de la recepción de la información, captura de los textos e imágenes, la idea original de diseño, hasta la impresión. La información

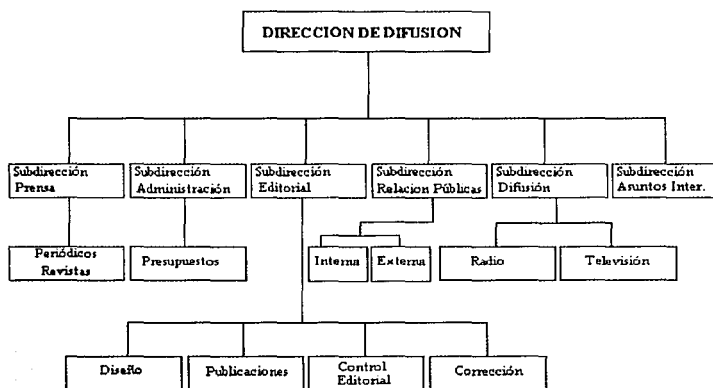


Figura 2. Diagrama de la Dirección de Difusión del INBA



que llevará una publicación proviene de las diversas áreas culturales. Presenta, en cada caso, características particulares. A partir de esto se elaboran las solicitudes de bienes y servicios que se envían a la Dirección de Publicaciones en donde se evalúan y se aprueban los proyectos, asignando para cada uno de ellos un presupuesto que otorga la subdirección administrativa.

Una vez aceptado el proyecto es enviado en un expediente a la subdirección que cubrirá la necesidad del proyecto.

Recepción de la información

El expediente que se recibe en la subdirección editorial tiene las siguientes características:

- ❖ Número de Proyecto
- ❖ Área solicitante/Dirección: En el se describe quien solicita el trabajo a realizar (danza, música, teatro, artes plásticas, etc...)
- ❖ Publicación solicitada: Se selecciona la o las publicaciones a realizar
- ❖ Programa de mano
- ❖ Invitación
- ❖ Invitación - catálogo
- ❖ Volante
- ❖ Diploma
- ❖ Catálogo
- ❖ Folleto
- ❖ Tríptico
- ❖ Cartel
- ❖ Cédulas
- ❖ Ampliaciones
- ❖ Tipografía
- ❖ Postal
- ❖ Hoja de sala
- ❖ Libro
- ❖ Evento: El título del proyecto una descripción del mismo
- ❖ Lugar: Donde se realizará el evento
- ❖ Fecha: Día, mes, año del evento
- ❖ Horario: A qué hora se realiza
- ❖ Créditos: Nombre o nombres de los artistas, autores o participantes del evento
- ❖ Fotografías: Si lleva o no fotografías y las características de las mismas (color, blanco/negro, cantidad, etc.)
- ❖ Fecha de recibido en Publicaciones: Es la fecha en que es entregado el trabajo en el departamento de publicaciones
- ❖ Corrección: Especificar las correcciones ortográficas, de estilo, etc.
- ❖ Fecha de tipografía: Es la fecha en que se debe entregar capturado todo el texto para formación
- ❖ Entrega de arte a corrección: Es la fecha en que el documento es revisado y entregado para alguna corrección.
- ❖ Entrega de corrección de arte: Es la fecha en que el documento es corregido y entregado para su edición
- ❖ Entrega final: Es la fecha de entrega del proyecto terminado, listo para imprimirse





- ❖ **Envío a imprenta:** Es la fecha en que se debe entregar el original para imprimir

En el margen derecho se anexan los datos de quien realizará el proyecto.

- ◆ **Diseñador:** El nombre de la persona que realizará la publicación
- ◆ **Fecha:** Es el tiempo en que el diseñador tiene para realizar la propuesta y entrega de edición
- ◆ **Tipografía:** Las características, si existen de los tipos que llevará la publicación
- ◆ **Papel:** Características del papel, nombre, medidas y grosor en portada e interiores
- ◆ **Color:** Cantidad de tintas que tendrá tanto la portada como los interiores
- ◆ **Cantidad:** Es el número de ejemplares
- ◆ **Medidas:** Especifica el formato de la publicación

Se anexa en el folder toda la información que lleva la publicación: cuartillas, fotos, presupuesto, fechas de entrega, etc. Esta información es supervisada de principio a fin por el jefe del departamento de Arte y Diseño (editor) ya que es el encargado de vigilar todo el proceso de la publicación. Él determina y aprueba los parámetros que contendrá cada proyecto a realizar.



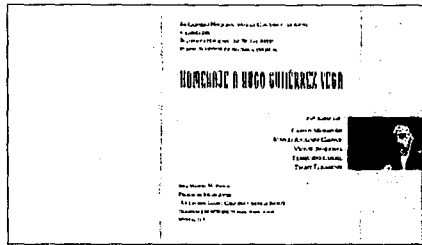


EVALUACIÓN DEL DISEÑO EDITORIAL EN EL INBA

En este apartado se darán a conocer los diferentes aspectos que hacen posible la evaluación del diseño editorial. Estos aspectos tienen la finalidad de mostrar al lector una crítica constructiva del desarrollo de diseño y comunicación gráfica en el INBA. Este proceso se lleva a cabo cuando los conocimientos, la experiencia y la intuición del diseñador interaccionan entre sí para producir un comunicado gráfico.

A su vez esta muestra de evaluación permitirá al o los interesados en el ramo editorial a detectar, apoyar, solucionar y registrar posibles problemas que se presenten en su actividad profesional.

Captura y revisión de los textos e imágenes



Homenaje a Hugo Guillerméz V.
Palacio de Bellas Artes.
Octubre de 1994.
Diseño: Oscar Hernández.

Textos

La mayor parte de el diseño editorial lo conforman las palabras que aparecen como títulos o textos. A partir de este punto comienzan a tener importancia la tipografía ya

que al realizar la captura aparecen líneas de texto con un orden jerárquico.

Los títulos se presentan con un tamaño mayor que el texto que lo acompañan.

Generalmente los textos de los proyectos son recibidos en cuartillas a máquina con la información específica así como anotaciones de índole gramatical (pies de página, nombres en otro idioma, terminología especializada, etc.) hechas por el autor (escritor de la obra literaria o coordinador del evento).

Esta información se captura en un procesador de texto en la computadora con una tipografía negra de 12 puntos aproximadamente y con un tipo monoespaciado (*courier*) similar a la escrita en máquina de escribir para facilitar la etapa de edición.

Una vez guardado el texto en archivo de disco se corrige y coteja junto con el autor los posibles errores ortográficos y de estilo para dar paso a la edición.

Es indispensable que revise el editor el texto en pantalla conjuntamente con el autor para que no existan diferencias del texto original y el texto capturado en la computadora.

La dinámica de trabajo que prevalece dentro del INBA es muy importante puesto que los diseñadores trabajan conjuntamente con los capturistas apoyando en cuestiones de detención de errores y ambos siempre son coordinados y supervisados en sus quehaceres por el editor.





La necesidad de acortar tiempos, errores y erratas en la edición son solucionados satisfactoriamente cuando los textos se reciben en discos flexibles y ya revisados por el autor evitando revisiones innecesarias.

Imágenes

Las imágenes o gráficos que lleva cualquier tipo de publicación son generalmente de dos tipos:

- ❖ Ilustraciones
- ❖ Fotografías

Cada una de ellas tiene características propias que hacen distinguirse una de otra. Estas imágenes son recibidas ya sea en su tamaño y formato original, en negativos, fragmentos o detalles, digitalizadas o esbozadas para su interpretación.

El material gráfico es entregado por las coordinaciones o en algunos casos por la dirección de difusión a la subdirección editorial.

A menudo, las imágenes pueden contener toda clase de informaciones que no son significativas para el tema central que se intenta establecer, y si no se tiene cuidado esta, información gráfica puede llevar a mensajes confusos.

En ocasiones es necesario recurrir a un fotógrafo o ilustrador contratado por el INBA en los casos que se requiera de imágenes y no se hayan presentado junto con el texto siempre y cuando sean solicitadas y aprobadas. La persona que vigila este proceso normalmente es el editor, que se responsabiliza que estas imágenes cumplan con su cometido: crear un concepto de comunicación global, integrado por el texto e imagen.



Una obra de arte cuidadosamente seleccionada puede constituir una magnífica ilustración siempre y cuando este bien fotografiada.





Es posible que se entregue un número indeterminado de imágenes para que se realice una buena selección de ellas y pueda crearse un diseño funcional.

El diseño depende del comunicador gráfico y de las sugerencias que haga el editor.

En torno a la calidad técnica y visual de las imágenes, existen algunas que son bastante aceptables pero el común de ellas es que son necesario editarlas, ajustarlas o retocarlas para poder crear una buena propuesta visual de diseño, que resulta limitada por la mala calidad de las imágenes.

Cuando nos encontramos con problemas de digitalización de las ilustraciones e incluso de las fotografías por motivos de definición, tamaño, color, extensión de archivos que ocupan mucha memoria en disco, se recurre a dejar espacios o ventanas para después insertar

las imágenes. En algunos casos se mandan a sacar copias sobre papel fotográfico, reducciones o ampliaciones según se requiera, esto se utiliza principalmente en fotografías en blanco y negro.

Textos e imágenes en las maquetas

El texto redactado se coloca a través de líneas justificadas -párrafos, bloques, títulos y columnas- junto con sus anexos -leyendas, insertos, pies de página, etc.-.

En primer lugar, el texto es compuesto de forma provisional en la maqueta, para comprobar sino se excede en número de páginas y su distribución en las planas es el adecuado para corregir los pequeños errores (corrección de pruebas), el segundo paso consiste en disponer las imágenes en los espacios destinados para ellas y así podemos observar la imagen global del diseño.

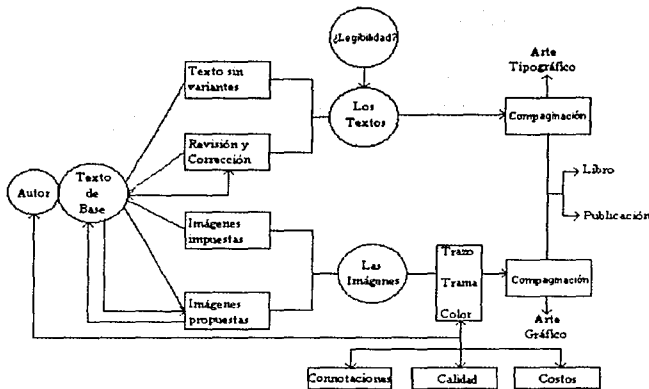


Figura 3. Diagrama del mensaje editorial de una publicación





La colaboración del autor de texto y el comunicador gráfico establecen un vínculo cuyos puntos principales y sus interrelaciones son presentados en este esquema. A partir del texto de base debidamente pulido y corregido, y de unas imágenes -que son impuestas por el discurso textual o que son propuestas como hipótesis- el comunicador gráfico establece la compaginación más adecuada (ver figura 3).

La edición de un documento, sin importar su volumen o a quien va dirigido, requiere de una planificación cuidadosa de cada etapa. Al igual que ocurre con cualquier nueva tarea, se requiere disciplina, conocimientos y previsión que aumentan con la experiencia. Para ello es preciso dedicar tiempo a familiarizarse con los detalles del proceso de edición, a fin de ahorrar tiempo, dinero y esfuerzo más adelante.

Ver impresa una publicación cuyo aspecto cumple con la necesidad de comunicación, diseño y calidad, proporciona gran satisfacción y ello implica cuidar y supervisar las numerosas transformaciones a lo largo del proceso de edición. Corresponde al editor o comunicador tomar las decisiones que afectan el resultado final. El proceso está bajo su control, es decir es él quien lo supervisa y establece normas de calidad y objetividad. El control eficaz de la producción de una publicación se logra responsabilizándose el editor de todas las etapas del proyecto.

Es frecuente que las características mismas del documento impongan fechas límite, las demoras que surjan durante la edición pueden hacer que se impriman menos ejemplares de

los planeados o incluso se cancela el proyecto.

La planeación cuidadosa y completa reduce los cambios innecesarios en el curso del proceso, que dan por resultado gastos adicionales, pérdidas de tiempo y repetición incluso de un trabajo ya efectuado.



Julio Cortázar,
desplegado de prensa.
Diseño: Oscar Hernández.

El departamento de arte y diseño

Existe una serie de obstáculos por los cuales atraviesa un comunicador gráfico antes de desarrollar el proceso de producción, estos obstáculos son factores que limitan, atrasan, entorpecen y cuestionan todo el proceso de diseño; y es aquí que aún con estos problemas o inconsciencias tenemos que abrirnos paso contra esta corriente de servilismo, poses, aferraciones y necesidades que frustran y perjudican el diseño editorial.

Para muchas personas el trabajo editorial es una actividad, aunque desconocida, fácil de ejecutar, ya que confunden el proceso con el resultado. Por eso es muy común suponer que no se necesita más que saber leer y escribir para ocuparse de ello, o bien, que cualquier persona cuya ocupación le exige estar en contacto con libros y publicaciones puede desempeñar alguna o varias de las labores editoriales.

Particularmente lo encontramos en el ámbito gubernamental donde alguna de estas funciones



significa reconocimiento, prestigio y puntos para obtener mejoras salariales, sin importar lo bien o mal que se haga el trabajo.

Es común encontrar en una oficina gubernamental como el Instituto Nacional de Bellas Artes, que produce considerables volúmenes de material editorial; presupuestos limitados para la promoción de sus eventos culturales y ello conlleva a tener en muchas

- ◆ Hay demasiados errores en los originales y es necesario hacer varias revisiones.
- ◆ El autor hace constantes cambios en su texto original.
- ◆ Las imágenes no son incluidas y se entregan en fechas posteriores.
- ◆ No son realizadas las traducciones en el tiempo establecido, o no hay quien las traduzca en el momento que son recibidas.



Desplegado de prensa.
Temporada de Ópera.
Diseño: Oscar Hernández.

ocasiones a producir trabajos con poca calidad; es decir, los recursos materiales como: papel, tintas, métodos de reproducción, suajes, etc. son afectados así como los recursos visuales: color, fotografías, espacios en blanco, etc.

Por mencionar un ejemplo, las restricciones económicas y los pocos recursos afectan de tal manera que la entrega del material a editar suele retrasarse por muchas razones, y estas razones reducen los tiempos y afectan la calidad, alguna de ellas son:

- ◆ Los permisos para otorgar el presupuesto a un evento es autorizado a última hora.
- ◆ El material no está preparado y el evento está próximo.

Al encontrarnos con este tipo de problemas no significa que no tengamos la capacidad de realizar diseños que cumplan con el mínimo de creatividad, concepto y calidad que merece una publicación. Solo hacemos referencia a algunos obstáculos que se pudieran evitar si nos concientizamos en todo lo que abarca este proceso, por ello, el comunicador gráfico debe hacer frente a las situaciones y dar respuesta profesional a ellas.

Autor o escritor de contenidos

El autor o escritor crea el contenido de un documento y es la autoridad respecto del mismo. Además, es su responsabilidad crear el mensaje textual del documento. Es muy común que los directores o responsables de las áreas o departamentos (danza, teatro, música, artes plásticas) sean los autores principales de la publicación, aunque también pueden ponerse en contacto con otras personas para que redacten los manuscritos originales de la publicación. Sin importar cual sea el tema, la investigación del mismo y la redacción de los artículos son responsabilidad del autor que





también esta sujeto a fechas límite de entrega. Hoy, los autores que utilizan procesadores de texto se encargan a sí mismo de la captura, la corrección y el formateo del documento para entregarlo en su presentación definitiva al editor. Las decisiones relativas a la elección de trabajos y temas por desarrollar y lo que se puede o no publicar corresponde directamente a la dirección de difusión. En esta dirección el autor entrega el escrito terminado. El director responsable desempeña funciones de control de calidad y jerarquiza los proyectos de acuerdo a la importancia.

El editor

El editor es el responsable de todas las actividades que implica la edición de un documento y su distribución a los lectores. Coordina todas las funciones del proceso cerciorándose que se terminen a tiempo, conforme a las normas que el mismo proyecto establece y con los costos estipulados. Algunas de estas funciones pueden recaer en otros (por ejemplo autores, dirección e impresores), pero la responsabilidad global del proyecto sigue siendo del editor. Lo más probable es que él se encargue de la mayor parte de las funciones desde la redacción hasta la impresión, en cuyo caso debe ampliar considerablemente sus conocimientos.

Un problema que encontramos cuando trabajamos con un editor inexperto, despreocupado y con pocos conocimientos en el proceso de diseño, hace que los tiempos para la elaboración de un diseño que en principio se contemplarán razonables, resultan

sumamente cortos; motivo por el cual, la calidad también se ve afectada, puesto que no existe una etapa de planeación y razonamiento eficaz al planeamiento del proyecto, simplemente se realiza un diseño empíricamente y no se piensa en una solución funcional y adecuada.

El editor debe poseer conocimientos literarios, artísticos, técnicos, de promoción y comerciales, o recurrir a quienes los tengan. El editor debe compenetrarse con la creatividad y los puntos de vista personales que se expresan en una publicación.

"El editor espera, incluso demanda, que se le presente no una sino varias soluciones a un problema. Esto puede incluir una cantidad de conceptos visuales, un surtido de bocetos, una variedad de esquemas de color y la oportunidad de selección de tipos de letras. Él necesita una seguridad basada en la cantidad y la oportunidad de ejercer gustos y preferencias personales sobre la imagen global de los diseños. Él es también quien más a menudo insiste en revisiones interminables con fechas de entrega urgentes, que configuran un ritual que solo consume tiempo."⁷

La actitud de los editores o jefes del departamento editorial, ejerce una presión constante al diseñador, a tal grado que cuando hay una falla en la planeación de los proyectos siempre hay culpables y nunca soluciones prácticas.

Los continuos cambios de funcionarios constituyen un impedimento adicional.

7. Paul Rand. «Los Negocios y el Diseño» apareció originalmente bajo el título «Politics of Design», como prefacio a la edición 1980-81 del Graphics Annual Publicado en suiza por Walter Herdeg, fue traducido por el prof. Mauricio Rivera.



Personas no calificadas para hacer juicios de diseño son colocadas con frecuencia en posición de intervenir en el proceso de diseño. Es aquí donde la situación de autoridad se encuentra usada como muestra de experiencia. Este uso equivocado del privilegio no enriquece al diseño, por lo contrario lo deteriora.

El comunicador gráfico

A fin de crear una publicación que resulta interesante al ver y leer, es necesario aprender los principios de diseño y también del arte editorial.

El comunicador define las especificaciones del espacio, tipografía, ilustraciones y cada uno de los elementos especiales de la propia comunicación. En algunos casos, las funciones del director de arte y comunicador gráfico corresponden a una misma persona.

Un diseño adecuado implica un equilibrio agradable entre los textos y las imágenes. El diseño debe ayudar al texto en la comunicación con el lector y es el comunicador gráfico quien lo hace posible.

El director de arte es responsable del uso de imágenes y arte de calidad en una publicación. Las fotografías e ilustraciones deben tener constantes en cuanto a estilo, calidad técnica, presentar puntos de interés y poseer claridad. El director de arte crea la imagen, el tono y el impacto visual de las publicaciones para provocar la impresión deseada en el lector.

El comunicador de un documento guarda

relación con la formación de páginas, la colocación de títulos, el uso de tipos de letra, el tamaño de márgenes, la numeración de páginas, etc. El diseño de un documento requiere conocimientos de los principios de forma, espacio, textura y color, así como experiencia en su uso.

El comunicador y el director de arte también deben tener conocimientos acerca de la fotocomposición y la impresión, a fin de prever que aspecto tendrá el documento impreso y garantizar que sea el adecuado.

Por otra parte el comunicador debe estar capacitado a solucionar o aprovechar las tendencias, normas y rutinas que fija la institución para crear una imagen corporativa en sus publicaciones.

Debe contemplar de que manera afectará esta normatividad al diseño y considerará que punto puede o no modificar.

Compenetrado a cada aspecto del proceso de diseño el comunicador a menudo debe enfrentarse a personal de edición y producción y a procedimientos administrativos que ahogan el entusiasmo, el instinto y la creatividad. Aunque estén periféricamente involucrados en la emisión de juicios estéticos (seleccionar imprentas, proveedores y otros abastecimientos) los encargados de las subdirecciones ignoran, en su mayoría, los principios básicos de diseño y son insensibles a las sutilezas de lo que significa la calidad. Siendo su función primaria la disección de los costos.





Y es aquí en donde tenemos que abrirnos paso a esta serie de afirmaciones y demostrar nuestras capacidades profesionales al solucionar los problemas que se nos presenten. Así como demostrar la existencia de nosotros como comunicadores gráficos.



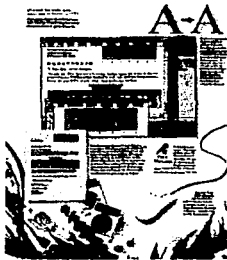




PROCESO DE PRODUCCIÓN

En este capítulo se examina el procedimiento de producción editorial donde una vez conocidas las bases de edición en el INBA, se conocerán los elementos que hacen posible la elaboración del original, las constantes de los textos e imágenes que se combinan constituyendo un mensaje, la presentación de los originales y finalmente los sistemas de impresión y acabados.

Elementos para la formación



Folleto diseñado en el programa Corel Draw 1992
Autor: Anónimo.

El diseño es el proceso en que se conjuntan el soporte, los textos e imágenes y la persona que los hace atractivos y funcionales es el comunicador gráfico. Un diseñador que trabaja en el área

editorial debe de estar plenamente familiarizado con los elementos básicos del diseño (equilibrio, estructura, unidad, forma, etc.) y capacitado en ellos para brindar los mejores resultados. Para obtener un buen comunicado es necesario la libertad de propuesta que el editor otorga al diseñador.

El diseñador debe prestar atención particular a que la solución de diseño responda a corto plazo a las necesidades que el cliente requiere; en otras palabras, el objetivo no debe ser simplemente crear un diseño por «amor al diseño», sino, más bien, crear un diseño que

cumpla un objetivo y además que lo cumpla bien.

Aspectos prácticos de diseño

Al comenzar la elaboración del diseño una vez que se recibe el proyecto capturado en los archivos de disco y con las especificaciones en el orden de trabajo, las primeras decisiones que hay que tomar, deben referirse a la forma, el tamaño y las proporciones del diseño.

El factor financiero rige la forma, de tal manera que deben adecuarse a estándares de tamaño, de lo contrario la división poco económica de los pliegos de papel puede resultar costosa, pues supone un desperdicio. Inicialmente hay que considerar la naturaleza del proyecto y cuáles serían las proporciones del diseño más creativas y relevantes para el trabajo, para esto se efectúan y estudian diversas posibilidades.

Una vez seleccionado el formato se hace la composición, es decir, se efectúa una disposición de los elementos para crear un todo satisfactorio que presente un equilibrio, un peso y una colocación de los elementos con los que contará el diseño.

"Las retículas compositivas son parte sustancial de esta fase ya que pueden trazarse una serie de líneas que nos lleva a obtener una disposición de espacios para títulos, columnas de texto, imágenes y blancos. [...]"

"Es muy importante meditar en profundidad acerca de la retícula, antes de que se empiece el largo proceso de diseño, para ello hay que tener



en cuenta la longitud del texto que hay que incluir en el proyecto y decidir prioridades que se concedan al texto y la imagen.[...]

"Estas retículas deben contemplarse como útiles de creación flexible que ayuden a resolver la mayor parte del problema de diseño"⁸

El punto de partida del diseñador para realizar publicaciones (fóletos, catálogos, invitaciones, etc.) es la formación de una estructura básica cuadrículada, la retícula es el comienzo ideal para resolver muchos problemas, pero si se aplica con demasiada rigidez, puede resultar contraproducente.

Por ejemplo, si la estructura aconseja el seguimiento de un formato rígido en cada página con ilustraciones de tamaño y posición fijos, se pierde libertad para introducir en el texto párrafos adicionales a petición del editor. Al emplear retículas conviene dar flexibilidad al diseño. Tomándose libertad de poder variar los tamaños y proporción de las imágenes, sin olvidar los espacios en blanco.

Usando con habilidad los espacios en blanco (zonas de tensión) se desahoga el diseño, generalmente se calcula de 20 a un 25% del total de la página, para espacios en blanco, mismos que ayudarán a dar naturalidad y solucionarán problemas de anexar a última hora textos e imágenes, pero lo más importante mejorarán la legibilidad.

Tipografía

Al definir la idea de cómo se va a estructurar el

escrito no solo es necesario saber comunicar el mensaje, también es indispensable una presentación atractiva. Ello es posible mediante los tamaños, las fuentes y los estilos diferentes de letras que hay gracias a los tipos de imprenta y los tipos modernos de computadora.

Las características de la mayor parte de los caracteres tipográficos caben en seis categorías básicas.

"Los seis tipos básicos son: romano antiguo, romano moderno, egipcio, palo seco, caracteres de escritura o caligráficos y caracteres de fantasía."⁹

Con la excepción de algunos ejemplos de estos seis grupos, los demás incluyen alguna o algunas variaciones; normal, negrita, condensada, itálica, etc.

En realidad no se puede hablar de tipos adecuados o inadecuados dado que el tamaño, grosor, interlineado separación entre palabras y el color pueden modificar substancialmente la legibilidad de los textos en las publicaciones.

La destreza tipográfica es la habilidad más importante que debe poseer un diseñador editorial. Aún sin ser un excelente dibujante debe ser capaz de utilizar convincentemente la tipografía, conocer los distintos tipos y familias. Debe hacerse sensible a la belleza tipográfica para lograr sus objetivos, es decir, que al diseñar una página es como hacer un buen dibujo, donde se sienta una secuencia lógica y armónica entre los elementos que la componen.

8. Alan Swann, Como Diseñar Reticulas, ed. Gustavo Gili, Barcelona 1990

9. Beaumont Michael, Tipo y Color, ed. Hermann Blume, Madrid 1988, pag 24.



El diseñador tiene que prever el alcance de los posibles problemas de encaje. Conociendo estos problemas de antemano se puede ofrecer diversas soluciones para poner las cosas en orden.

Los que dedican habitualmente a maquetear tiene que ajustar gran cantidad de texto en multitud de formatos diferentes.

¿Por dónde debe comenzar el tipógrafo cuando se encuentra frente a una enorme cantidad de texto?

En cualquier problema de diseño, incluido el texto, surgen dos cuestiones estrechamente ligadas que hay que plantearse y resolver antes de comenzar el trabajo. Escuetamente nos hayamos ante la disyuntiva de:

- I) Realizar el diseño en función del texto; o
- II) Redactar el texto para que se adapte al diseño.

Saber qué es antes, si el diseño o el texto, depende mucho de las características del trabajo que se esta realizando. Por ejemplo *la literatura técnica* requerirá siempre una cantidad de texto determinada, independientemente de los deseos del diseñador. Esto da a entender que el texto tiene preferencia sobre el diseño que deberá realizarse a la medida de aquél. Por el contrario, en los casos de anuncios sencillos con frases escuetas y directas, puede realizarse primero el diseño y luego solicitar del redactor un número "x" de palabras para complementar la maqueta.

Para dar énfasis o resaltar determinados aspectos de un trabajo editorial se pueden incluir de manera creativa letras *cursivas*, **negritas** o MAYÚSCULAS, subrayando, utilizando letras capitulares de la misma familia u otros caracteres que contrasten con el texto principal y sean a la vez compatibles con éste.

El uso de la cursiva es un método fácil para diferenciar una palabra o frase corta dentro del bloque de texto corrido. Se trata de una forma sencilla de distinguir la palabra sin alterar el color tonal del texto.

Si se requiere un énfasis mayor se pueden utilizar negritas o mayúsculas, aunque en este último caso con frecuencia se altera el equilibrio y la legibilidad cuando la frase es demasiado larga como para leerla de un solo golpe de vista.

Por otra parte, el uso de las VERSALITAS puede ofrecer una buena alternativa a las mayúsculas, que son más agresivas. Las versalitas son ideales para membretes, nombres, citas de numerosos títulos o competencias, etc.

Cuando se utilizan versalitas es preferible que la fuente tipográfica utilizada en el texto disponga de esta alternativa, aunque desafortunadamente esto es poco frecuente.

Elección de un tipo adecuado

Sabemos ahora que los estilos de tipografía utilizados hoy en día en los diseños son muchos y variados.



En el momento de elegir los tipos adecuados para un diseño hay que establecer cuidadosamente la imagen que deseamos transmitir a través de los tipos. Para comprender esto comparemos un diseño que presente una idea nostálgica o anticuada, en el que el tipo utilizado debe crear un vínculo con el pasado y proyectar una imagen confortable y clásica. Con otro diseño que presente un enfoque moderno, posiblemente informal, en cuyo caso, el tipo estaría provisto de una imagen contemporánea y fresca.



Utilización de tipografía en Page Maker, para una invitación 1994.
Diseño: Oscar Hernández.

"Es importante recordar que los tipos del pasado son tan accesibles y utilizados como los de hoy. Los buenos tipos no se descartan nunca, al tiempo que aparecen regularmente tipos nuevos. Hay con todo, fases y modas distintas, y los tipos viejos reviven y se convierten en imágenes cotidianas y populares. De modo alternativo, un tipo recién diseñado puede lograr en seguida una gran popularidad. Hay que cobrar conciencia de las corrientes actuales."¹⁰

Especificación de color

El diseñador debe ser capaz no sólo de seleccionar el color y las combinaciones de color sino también asegurarse de que el color que se desea sea el que finalmente figure en el diseño cuando salga de la imprenta.

Podemos especificar el color principalmente de dos modos ambos aceptados en el medio de las artes gráficas. El primer sistema es la gama PANTONE que utiliza unos 15 colores básicos además del negro, para crear una guía de colores numerosos que permite comunicar al impresor exactamente el color que desea con tan sólo citar el número de referencia. Las tintas PANTONE se mezclan directamente antes de colocarlas en el tintero de la máquina.

El segundo sistema basado en el proceso de cuatro colores, es el método básico utilizado para reproducciones a todo color (fotografías, ilustraciones, impresiones en selección, etc.) se basa en los cuatro colores de impresión básicos: cian (azul), magenta, amarillo y negro (CMYK). Utilizados prácticamente para obtener cualquier color. En este caso, puesto que las tintas son transparentes, se mezclan al aparecer ante nuestros ojos aunque se imprimen por separado.

La promoción, difusión de espectáculos y el arte tiene que crear un determinado ambiente. Las imágenes combinadas con el esquema de color son de gran importancia y deben llegar directamente a los sentidos, provocar expectación y prometer una nueva experiencia.

10. Alan Swann, Bases del Diseño Gráfico, ed. Gustavo Gili, Barcelona 1990, pag. 94



Por ejemplo el color que se debe emplear para la comunicación de mensajes culturales de obras de teatro necesita sugerir la historia visual, ya se trate de un drama, una comedia, una tragedia o una farsa, modernas o tradicionales. Lo mismo ocurre con la danza y la música; es preciso utilizar los colores adecuados: fuertes, vibrantes, sedantes, discordantes, vanguardistas o tradicionales.

Hay miles y miles de publicaciones y del adecuado uso del color también se destina a el grupo social, como tarea del diseñador sugerir las sensaciones correctas y crear las asociaciones de color adecuadas para cada publicación en particular.

Utilización de color en los textos

No hay restricciones creativas para los métodos de combinar colores en el texto y en los títulos pero la naturaleza del proyecto que se intenta comunicar puede limitar las opciones.



Diseño de cartel,
ópera de San Francisco.
Autor: Primo Angeli, Inc.

La utilización de color en la tipografía, es una de nuestras herramientas más importantes y más versátiles, dado que las variaciones y combinaciones pueden emplearse para modificar nuestra percepción del material visual.

El color, igual que los diferentes tipos y cuerpos, puede utilizarse para distinguir niveles o bloques de información. Puede resultar útil cuando la información que debe leerse es compleja, como las tablas, informes anuales, catálogos detallados o ciertos libros de consulta.

El empleo de color en los caracteres de las publicaciones puede ser funcional, pero hay que tener presente que la legibilidad puede disminuir si el fondo o el espacio circundante están también en color, puesto que pueden competir con el tipo.

En términos generales, los tipos negros sobre fondo blanco presentan una legibilidad máxima; mientras que los tipos blancos sobre el fondo negro no son fácilmente legibles. El blanco sobre negro puede tener una gran fuerza visual, pero sólo cuando se utiliza el tipo de letra correcto, tomando en cuenta su trazo terminal, tamaño y si la impresión es de calidad.

Las situaciones en las que no conviene manejar color en la tipografía es cuando utilizamos tipos de un tamaño inferior a los 12 puntos y que pertenecen a familias de cuerpo delgado y de remates finos, ya que por un mínimo movimiento del registro de color, al momento de imprimir produce un efecto borroso (doble punto) y de mala calidad en la tipografía. Lo recomendable en este caso es utilizar un color puro (cían, magenta, amarillo o negro) en alguno de sus porcentajes.

El uso de los tipos en color pueden dar buenos resultados, siempre y cuando la familia utilizada



sea lo suficientemente fuerte para ofrecer una buena legibilidad y que la extensión del texto se reduzca antes de que la vista llegue a fatigarse. Por supuesto, esto sólo puede ser evaluado por el comunicador gráfico en el contexto del trabajo en cuestión.

Ilustración y fotografía

La ilustración y la fotografía son parte integrante del diseño editorial y al combinarse con la tipografía proporcionan las tres herramientas principales de comunicación que dispone el diseñador.



Técnica computarizada de realizar gráficos en un diseño.

A menudo las imágenes fotográficas pueden tener toda una información que comunica con mucha rapidez y efectividad de forma que la elección del estilo de imagen (color, blanco/negro, solarización, alto contraste, etc.) tanto pueden reforzar como desmerecer el proceso de comunicación.

La mayoría de los diseñadores no son ilustradores diestros, aunque a menudo son capaces de realizar esbozos adecuados. Gran parte del trabajo de ilustración se subcontrata en consecuencia a ilustradores especializados que trabajan con una gran variedad de técnicas: lápiz, guache, óleo, acrílicos, grabado, acuarela. Ahora se dispone de técnicas computarizadas

muy sofisticadas e incluso copiadoras e impresoras a color son fuente útil para el diseñador.

Contamos también con una gama de imágenes *clip art*, donde el diseñador puede hacer uso de estas aplicaciones con toda libertad. Estos gráficos los obtenemos dentro de los mismos paquetes o en CD's especializados. Pero el uso desmedido de esta utilería frecuentemente cae en lo trivial y de mal gusto puesto que recurrimos a ellas cuando tenemos una urgencia por sacar un trabajo y no contamos con imágenes propias de la publicación o con el presupuesto para pagar un fotógrafo o ilustrador.

Muchas veces las utilizamos sin darle un tratamiento (edición) que las haga verse diferentes. No por ello dejan de ser un recurso adicional a la solución de los problemas gráficos.



Imagen clip art, obtenida de un banco de imágenes. Autor: Anónimo.

Para asegurarnos de obtener un buen trabajo le debe quedar claro al ilustrador nuestros conceptos y necesidades es de lo que queremos para el proyecto terminado, su estilo, tamaño y colores. Hay que acordar la fecha de entrega, discutir el precio antes de encargar el trabajo y determinar si el trabajo justifica las imágenes costosas.





Las imágenes combinadas con los textos

La libertad de combinar ilustraciones y textos se basa en la capacidad de controlar aspectos visuales de ambas cosas, permitiendo que se desenvuelvan juntos de modo complementario.

Es magnífico que en las primeras fases del diseño, puedan definirse el estilo, la forma, los colores y el tamaño no sólo de la ilustración, sino también del texto. Las ilustraciones pueden integrarse al texto, controlando su forma irregular y color o puede planificarse para que el texto se superponga o se incorpore a ella.

Cuando se realiza un diseño con fotografías hay que adoptar un enfoque un tanto distinto del utilizado con las ilustraciones. Las fotografías nos ofrecen otro medio de expresión creativa, pero antes hay que saber que puede hacerse con ellas. Visualmente las fotografías son rectángulos a color o en escala de grises, independientemente de su contenido.

Con todo, hay algunas alternativas creativas en la utilización de fotografías estas pueden recortarse alrededor del tema, resaltar algún detalle, editarse por medio de un *software* de retoque fotográfico (photoshop, illustrator, photopaint, etc.) para corregir errores y defectos o para mejorar contrastes, crear diferentes fuentes luminosas, quitar o poner más color, etc.

El texto y los títulos se manipulan del mismo modo que las ilustraciones. Sin embargo, a menudo alguna de las combinaciones más

atractivas de tipos y fotografías son aquellas que se mantienen sobrias y son más bien formales, para los requerimientos de la institución (INBA).

Presentación y propuestas gráficas

Definidas no sólo las ideas, sino la manera en que quedarán presentadas, se compone el diseño completo en un boceto preliminar, en el que es posible modificar algún detalle con la posibilidad de estar satisfecho por completo, antes de realizar el trabajo definitivo.

Al presentar el diseño se debe demostrar que se ha comprendido lo que se requiere transmitir, justificar la solución o soluciones, aconsejar la mejor alternativa y ejecutar el diseño final.

Hay que estar preparados para las eventualidades, casi seguras, de que existan cambios de última hora y se modifique la idea original, por ejemplo: cambios de fecha, lugar, color, tipografía, agregar información o eliminar algún texto o imagen, etc., pero siempre especificando que pueden no solucionarse de la mejor manera posible y más cuando ya se mandó a la imprenta.

Una vez planificado y aprobado el contenido del documento y el boceto previo, se puede determinar la manera de mostrarlo en planas. Tradicionalmente este es el dominio del diseñador, cuyo objetivo es producir un trabajo que sea atractivo y fácil de leer. Para conseguir esto se debe tener en cuenta los elementos antes mencionados así como también elementos



como el número y el tamaño de las columnas, el uso y situación de los elementos del diseño (logos, viñetas, etc.) y el aspecto de los títulos, encabezados, subtítulos se deben considerar.

En esta fase se determinan las restricciones presupuestales y de diseño que vienen provocadas principalmente por el equipo que se utilice para producir las publicaciones, estas determinaciones son básicamente iguales para el diseño tradicional como para el diseño asistido por computadora. Por ejemplo, la prensa o la impresora láser utilizadas para imprimir el original están limitadas tanto en el tamaño de papel que pueden manejar como el área del papel sobre la que se puede imprimir (denominada el área de caja), así como en su resolución.

Los alcances del equipo informático (*hardware*), y programas de diseño (*software*) a utilizar también determinan las opciones de diseño. Si se usó una impresora láser tanto para las pruebas como para la impresión final, se tiene un conjunto de restricciones sobre las fuentes, tamaño del papel y área de impresión. Si se usa una filmadora y una imprenta *offset* comercial, se tendrá un conjunto diferente de restricciones. En cualquier caso, se deben contemplar estos requisitos a la hora de realizar el diseño.

Establecer las restricciones del equipo de producción a utilizar es un primer paso obligatorio en el diseño de cualquier trabajo. Estas restricciones determinan los límites en los que se diseña el original. Es necesario conocer estos límites antes de continuar.

Equipo

La formación de planas en la oficina del INBA se realiza en una computadora con las siguientes características:

- ♦ Equipo (*hardware*)
- ♦ Microprocesador: Intel 80486
- ♦ Memoria: 4 MB
- ♦ Disco duro: 350 MB
- ♦ Disco flexible: 3½ pulgadas de 1.44 MB
- ♦ Monitor: Color y tarjeta VGA estándar
- ♦ Ratón
- ♦ Teclado: En español estándar
- ♦ Impresora: Láser Jet 300 DPI B/N
- ♦ Digitalizador de cama plana (*scanner*)
- ♦ Aplicaciones (*software*)
- ♦ Sistema Operativo: MS-DOS versión 3.3
- ♦ Windows 3.1
- ♦ Write (captura)
- ♦ Page Maker 5 (formación)
- ♦ Corel Draw 4 (gráficos)

Las limitaciones de memoria son de suma consideración ya que para la realización de los trabajos y la navegación en las aplicaciones, la velocidad de respuesta puede ser una gran diferencia en el ahorro de tiempo y esfuerzo, por lo que es necesario incrementar la memoria cuando se hace uso de varias aplicaciones a la vez.

Es recomendable que para la realización de los trabajos de diseño se cuente con una gran





capacidad de almacenamiento en disco, puesto que se manejan grandes volúmenes de información y si se tiene un espacio reducido estos no podrán ser manipulados de manera rápida y eficiente.

Formación de planas

La mayor parte de las funciones de los costosos procesos de composición y montaje actuales, son resueltos hoy gracias a los métodos modernos de trabajo para la formación de planas por medio de la computadora. A cambio de costos más elevados se obtiene mayor control sobre las matrices para impresión y, por lo tanto, sobre la calidad. También se obtiene un ahorro de tiempo.

La preparación de páginas (composición tipográfica más composición gráfica), hechas en una computadora personal (PC) reduce considerablemente los tiempos en la formación ya que se tiene la capacidad de realizar en la propia mesa de trabajo lo que antes era necesario mandar a servicios de tipografía y fotolito, que a veces ni siquiera se llegaba a imprimir debido a su elevado costo.

Gracias al programa de edición de Page Maker para Windows, se ha convertido en la herramienta elegida para producir hojas informativas, folletos, catálogos y muchos otros documentos o publicaciones que normalmente se mandan a un servicio de composición.

Tamaño de Planas

La primera decisión a la hora de la formación es determinar el tamaño de las páginas. Es importante establecer los límites exteriores y dentro de estos límites, se debe definir el tamaño de página definitivo. El tamaño estándar utilizado en el INBA es el carta (21.5 por 28 centímetros) o el oficio (21.5 por 34 centímetros); ambos tamaños son utilizados para formar folletos, catálogos, invitaciones, programas de mano, desplegados para prensa y publicaciones pequeñas. Para páginas mayores a estos formatos se puede utilizar otros tamaños dependiendo de la publicación y de la manera de reproducirla. Se puede pegar varias páginas para crear una única página (técnica denominada mosaico) o se puede meter varias páginas en una sola hoja o pliego.

Composición

La composición se realiza en base a una serie de líneas no imprimibles, sobre la imagen en pantalla de una página que sirve para alinear el texto e imágenes. Los márgenes y los bordes de las columnas forman la parte de la composición en pantalla.

Es importante recordar que una buena composición sustentará siempre al diseño que realicemos para cualquier publicación pequeña o grande con presupuesto cómodo o sin él.

El diagrama compositivo de un diseño no garantiza por sí solo buenos resultados sino que éste depende en gran medida del ritmo y espacio equiparados con la intuición y la



sensibilidad que tenga el comunicador gráfico al momento de manipular todos sus elementos en base a su composición.

El ritmo y el sentido del espacio son elementos que apoyan una composición armoniosa ya que nos permiten realizar una lectura integral donde todas las partes que aparecen en una plana participan formando una imagen global a la vista del lector.

Márgenes y columnas

Una vez que se define la composición y el tamaño de la página, se determina el área o caja de la imagen. Esta es el área comprendida dentro de los márgenes de una página donde se sitúan los elementos que van a imprimirse. Para determinar el área de la imagen se deben decidir las medidas de los márgenes: superior, inferior, interior y exterior.

De nuevo, las restricciones del equipo y de los programas influyen en los márgenes. También influyen otros factores, como por ejemplo, el tipo de encuadernación influencia al margen interior o suñidero. También se pueden usar los márgenes superior e inferior particularmente grandes, para dar un estilo personal a la publicación.

La mayoría de los diseños editoriales tienen múltiples columnas en cada página por que la gente encuentra una columna estrecha más fácil de leer. Por ello es importante determinar el número de columnas que aparecen en una página. Sin embargo en algunos trabajos con especificaciones concretas o con poca

manipulación de información, no se suele usar más de una o dos columnas.

También en esta parte hay que definir la cantidad de espacio en blanco entre las columnas. Un espacio de 5 milímetros es lo habitual, pero no existen reglas fijas. Finalmente, las columnas pueden tener el mismo o diferente tamaño según las necesidades y consideraciones de estilo.

Selección de fuentes

Al realizar la edición y la producción de forma tradicional o mediante la computadora, es preciso seleccionar la tipografía o fuente a utilizar, su tamaño, estilo, espaciado y justificación. Las fuentes disponibles dependen del equipo que se utilice. Se pueden determinar al establecer la formación de planas.

La selección de fuentes consiste en determinar la tipografía, tamaño y estilo a utilizar en cada diseño. Trabajar con una amplia variedad de fuentes normalmente incluyen una amplia variedad de estilos y tamaños.

Muchas fuentes y estilos se almacenan en discos que se conectan o cargan a la impresora, estas se suelen denominar fuentes software y se pueden transferir a las computadoras e impresoras de forma manual o automática. Las fuentes software no escalables ocupan gran cantidad de espacio en disco y, si se cargan en el momento de hacer el trabajo se puede alargar significativamente el tiempo, lo conveniente es cargar únicamente las fuentes a utilizar.





Elementos complementarios de diseño

Algunos de los elementos complementarios de diseño son las líneas, cuadros, viñetas y balas que separan y resaltan el texto en la formación tradicional, los elementos se dibujan a mano o se transfieren a copias listas para positar. En la actualidad, la mayoría de los elementos se crean con la computadora sobre la composición de las planas.



Estos elementos se deben de manejar con cuidado, unas líneas o balas, por ejemplo usadas de forma apropiada son muy efectivos a la hora de mejorar la legibilidad y el aspecto de una publicación. Sin embargo, un uso exagerado o erróneo distrae al lector y puede arruinar un buen diseño.

Los contenidos (textos)

Casi todo el texto que se produce se recibe primero en un procesador de texto. Este el momento adecuado para la primera revisión, donde resultan de gran utilidad los correctores ortográficos que incorporan la mayoría de los procesadores de texto. Sin embargo, no hay que confiarse, por que hay algunos errores que sólo puede detectar la persona adecuada.

A continuación se transfieren los archivos del procesador para tratarlos en Page Maker. Pero también se puede introducir texto directamente desde el teclado al programa.

Para publicaciones de pequeñas dimensiones, la introducción directa del texto mediante el teclado es más sencilla que usar un procesador de texto. Además al usar la captura directa en Page Maker se puede colocar el texto en el lugar exacto que se desea.

Los gráficos

Los gráficos se crean aparte del texto y se incluyen en la preparación final de las planas. La manera tradicional de obtener estos gráficos era mediante ilustraciones y fotografías. En la actualidad se emplean los mismos elementos pero además, se pueden crear dibujos e ilustraciones en la computadora mediante programas como: Corel Draw, Photopaint, Paintbrush, etc., y transferirlos directamente a la aplicación de Page Maker.

Las fotografías y material similar también se pueden usar de esta manera gracias al empleo de digitalizadores (máquinas que convierten la imagen en un formato utilizable por la computadora) y crear efectos diferentes a los normales, ampliando más las posibilidades gráficas.



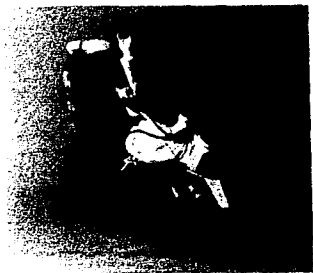
Verso Graphic Medievale.
Ilustración digital,
Silicon Graphics.



La mayor parte de los gráficos llegan del tamaño en el que se crearon. Una vez en Page Maker, se pueden condensar o estirar para que se ajusten al espacio designado. Sin embargo, si se hace un cambio drástico del tamaño, se puede ver afectada la nitidez de la imagen final (las imágenes de mapas de bits son independientes de la resolución, no así las vectoriales). Aunque no se pueden borrar partes del gráfico, se puede tapar o enmascarar con sombreados del color del fondo o del papel. También se pueden usar las herramientas de dibujo para mejorar la imagen, pero los resultados no siempre son los mejores, para ello es preferible usar un programa de retoque fotográfico (photopaint, photoshop, etc.).

Imágenes digitalizadas

Las imágenes digitalizadas se crean utilizando un digitalizador o *scanner*, que es un dispositivo periférico en el que se introduce una imagen en papel o transparencia que se transfiere a la computadora. Con un digitalizador se pueden importar ilustraciones, dibujos, así como fotografías en blanco y negro o color a la computadora.



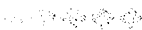
Fotografía digitalizada.
En scanner de cama plana.

La imagen digitalizada es el primer paso de una cadena que termina en el papel; por lo tanto hay que controlar cada eslabón. Se puede usar la imagen para crear un borrador en baja resolución que permita decidir el tamaño y la situación de la imagen en el trabajo, y para la impresión final, hacer que la imprenta utilice la fotografía original, o bien que digitalice la imagen en un *scanner* de tambor en alta resolución.

Consideraciones finales

Después de colocar los textos y las imágenes, es preciso realizar correcciones en la composición final. En esta fase, se deben localizar los posibles errores antes de entregar los originales para ello es necesario detectar textos o gráficos desalineados, líneas por encima o por debajo de algún elemento y en general, corregir cualquier aspecto no satisfactorio.

A lo largo del proceso de autoedición, es conveniente imprimir pruebas del trabajo a menudo para ver el aspecto que va tomando el diseño. Cuando se están añadiendo los últimos retoques, esto pasa a tener aún más importancia.





LOS ORIGINALES

El tiempo empleado y la calidad en la ejecución de un trabajo editorial son factores económicos importantes que hay que tener muy en cuenta. Para llegar verdaderamente a ganar tiempo, no basta aprender a coordinar racionalmente las diferentes operaciones sino facilitar la continuación de la siguiente fase.

Por ejemplo: al término de nuestro diseño en Page Maker, debemos hacer algunas pruebas antes de entregar el trabajo a fotocomposición y de ahí al impresor. Estas pruebas nos darán la opción final de corregir y supervisar cada una de las partes que integran nuestro comunicado gráfico (textos, gráficos, fondos, ornamentos, etc.). Si utilizamos demasiado tiempo en esta etapa, en las etapas posteriores se verá reflejado la necesidad de mayor tiempo y por lo tanto los costos se podrán elevar.

Revisión de Originales

La realización de los originales, textos compuestos e imágenes que han sido combinadas, constituyendo el mensaje, estos originales, anteriormente conocidos como originales mecánicos siguen teniendo la misma función hoy en día; la de ser parte intermedia entre la formación del diseño final y la producción del impreso, sin embargo su proceso de elaboración a tenido cambios significativos que han permitido una optimización de los tiempos, costos, etc. y además la calidad se ha visto superada notablemente en el producto final (impreso).

Primeramente se realiza la prueba en blanco y negro de todo el documento, siguiendo los pasos habituales para imprimir. Es necesario configurar la impresora en la que se piensa imprimir y delimitar la resolución que en estos momentos consideremos apropiada para nuestra prueba.

En los casos que se necesite hacer una prueba de color del diseño en cuatricromía se siguen los mismos pasos para imprimir las pruebas en blanco y negro, excepto que se debe seleccionar la impresora de color. Es muy importante saber que los colores con que imprimen estas impresoras son aproximados pero no reales de nuestro futuro impreso ya que las tintas de imprenta son diferentes a la de las impresoras láser y solo en algunas ocasiones hay variación en el color seleccionado.

El procedimiento que se lleva a cabo para los originales en el Instituto Nacional de Bellas Artes es básicamente de dos tipos:

- ❖ Semi-digitales
- ❖ Digitales

Estos dos procesos se desarrollan a continuación presentando sus características de cada uno.

Originales semi-digitales

Los originales se realizan formando las matrices directamente de la computadora e imprimiéndolas en una impresora láser blanco y negro. Estas matrices solo contienen los



textos, los dibujos y viñetas a línea y en los casos donde se trata de reproducir gráficos en medios tonos que abarcan desde el negro más oscuro al blanco puro, pasando por toda la gama de grises, o gráficos a todo color se dejan las ventanas o recuadros donde se inserta la imagen.

El lugar donde se realizan estas inserciones es en la fotocomposición, en donde se entregan los originales montados sobre una cartulina rígida y se entregan las especificaciones en las camisas de color.

Este procedimiento se conoce como originales semi-digitales, ya que en su elaboración se utiliza la parte digital para formar el original en computadora, imprimirlo y después continuar el método tradicional con el montaje de las matrices impresas en soportes rígidos para después llevarlos a la fotocomponedora y obtener los negativos o positivos para la impresión.

El tiempo para la elaboración de estos originales es más tardada que si trabajáramos con todo el proceso digital ya que intervienen métodos manuales y a su vez las posibilidades de error aumentan. Por ejemplo, sino compaginamos bien podrían quedar páginas opuestas. Si las ventanas de inserción de imagen no están al tamaño y en el lugar que deseamos podrían afectar la imagen del diseño.

Si alineamos o pegamos mal las matrices en el soporte quedarán mal registrados los negativos. La limpieza con la que se debe manejar el material es importante ya que evita posteriores

retoques en los negativos. Tomando en cuenta estos inconvenientes que pueden surgir, es preferible utilizar un proceso que nos lleve a obtener mejores resultados como el proceso de los originales digitales.

Originales digitales

La función prioritaria de los originales digitales es disminuir de manera importante los errores para la obtención y limpieza de negativos o positivos para la impresión. En la actualidad estos métodos no son más que el proporcionar las matrices u originales en archivos de disco a las oficinas de servicio para que ahí, con una filmadora (dispositivos periférico) que se adapta a una computadora de igual manera que una impresora, se obtienen los negativos o positivos según se requieran.

Crear negativos para imprimir -incluyendo la generación de medios tonos, separaciones de color, sobre capas o cualquier elemento individual de los negativos de la página final- se llama preimpresión o pre prensa digital.

Esto acompaña todas las actividades entre el diseño y la impresión, incluyendo la exploración y la creación de los negativos.

Los negativos finales se fotografian sobre una placa, que puede ser de metal, papel u otro material. Hay placas para cada color CMYK o plastas. Las placas se montan en una prensa y se aplica la tinta del color para cada placa.

Las oficinas o buros de servicio son muy importantes en nuestro medio: tienen el equipo





necesario para la obtención de trabajos con mucha calidad. Conocen las entradas y salidas de los softwares y los requerimientos del diseño que necesita de su servicio, además de realizar los trabajos con rapidez.

La comunicación constante entre comunicador gráfico y oficinas de servicio es necesaria para obtener rapidez y buen servicio, asegurando que ambos entienden los estándares y necesidades que el trabajo requiere, pero debemos cuidar que las oficinas de servicio no deben imponer requerimientos que no sean del todo razonable, sólo por factores de limitación de equipo.

Envío de documentos en archivos

Primero se debe entregar a la oficina de servicio los archivos originales del trabajo y la respuesta dependerá de varios puntos:

- Un archivo de texto, si se copia con el archivo de gráficos resulta demasiado extenso y ocupa mayor espacio en disco, si no tenemos una unidad de disco móvil con capacidad para almacenar la suficiente información ocuparemos muchos discos y el proceso para copiar los archivos será más lento al procesarlo en la filmadora.
- La mayoría de las oficinas de servicio prefieren recibir archivos del texto y gráficos por separado, cada uno con sus especificaciones ya que así se consume menos tiempo al copiar los archivos para filmar el negativo y se les facilita el trabajo.

- Un archivo de texto puede cambiarse sino se le da la salida correcta, por ello se debe especificar el nombre y la extensión, es decir la aplicación en la que se ha hecho el documento y la versión de la misma, no hay que olvidar definir los parámetros de tamaño, tipo, color, etc.

- Las oficinas de servicio quizá no tengan el mismo tipo de letra que se este utilizando; si es así, no se podrá imprimir el documento desde el archivo, a menos que se le proporcione la fuente.

- No pueden editar un archivo sino se les da la autorización previa por lo tanto se deben cuidar todo tipo de errores, por ejemplo el olvidar imprimir las marcas de registro.

Es necesario entregar una prueba con todas las imágenes colocadas en el documento, indicar la resolución, las sombras y los colores marcados (incluyendo información acerca de si son colores de separación o selección) así mismo se debe incluir estos datos como herramienta para determinar si todo el conjunto alcanza las expectativas que el comunicador quiere.



LOS SISTEMAS DE IMPRESIÓN

La estructura básica en el arte de imprimir requiere de los siguientes principios de funcionamiento:

"El diseño de toda obra gráfica condiciona - y esta a su vez condicionado por - el procedimiento que se emplea para la producción industrial del impreso"¹¹

Original. Implica todas las características e indicaciones de tipografía, los espacios para imágenes, los elementos ornamentales, los señalamientos de medida de página y del refine, así como incluir los porcentajes de color, textos calados y en general la información necesaria para la impresión, puede estar en forma de soporte rígido y camisa de color o en archivo en disco de computadora. Los originales mecánicos pueden ser de tres tipos:

- ❖ De línea, que solo contienen textos.
- ❖ Medios tonos, que se elaboran para textos e imágenes en blanco y negro con sus respectivos tonos intermedios.
- ❖ De selección de color, que como su nombre lo indica se refiere a imágenes formadas por la combinación, en distintos porcentajes de las cuatro tintas básicas de impresión (cían, magenta, amarillo y negro).

Función y tipos de impresión

Los sistemas de impresión. Su función es importante ya que su operación pone en contacto por presión directa o indirecta, las

formas entintadas sobre el soporte. Es decir, que necesitamos conocer como funcionan las máquinas para saber cual de ellas es la que cumple con nuestra necesidad de impresión. (velocidad, número de colores, número de operaciones, tiempo de secado, costo de materias primas, etc.). Los sistemas de impresión más utilizados son los siguientes:

Litografía en offset

Es un proceso por el cual el área de la imagen (lámina) es tratada con productos químicos para que acepte la tinta y rechace el agua. El fondo es tratado para que acepte el agua y repela la tinta. Tan solo el área de la imagen conservará la tinta y se imprimirá el papel. La tinta es transferida por la plancha a un revestimiento de caucho envuelto al rededor de un cilindro metálico; la tinta se transfiere de ese revestimiento al papel.

Ventajas y desventajas: La ventaja de este método es que la delicada superficie metálica no corre el riesgo de sufrir daños por el contacto repetido con la superficie abrasiva del papel además de ser un proceso muy rápido y con una muy buena calidad.

Papeles: Casi todos los papeles pueden ser impresos en este procedimiento, el único requisito es una superficie que absorba fácilmente la tinta y no este previamente recubierta. Las medidas del pliego dependen del tamaño de la máquina. Hay máquinas que aceptan desde ocho oficios u ocho cartas y máquinas pequeñas que aceptan dos oficios o dos cartas.

Tiraje: Este procedimiento es muy apropiado para tirajes medios de 1,000 a 50,000

11. Gerard Blanchard, La Letra, ed. ceac, Barcelona 1988, pag.191





ejemplares y los trabajos pueden ir desde textos a un solo color hasta obras ilustradas a todo color.

Costos: Su costo es relativamente bajo y va a proporción con el número de tirajes (entre más ejemplares disminuye el costo a menor tiraje mayor costo).

Impresión en serigrafía

Es una técnica relativamente antigua; las primeras pantallas eran de seda y se tensaban en un marco de madera o de metal, pero las pantallas modernas son de tejido sintético, anteriormente era todo un trabajo artesanal. Consiste en colocar el papel bajo un marco sujeto sobre una mesa y hacer pasar la tinta por la pantalla con un rasero de goma.

Ventajas y desventajas: Las ventajas que presenta la serigrafía es que se pueden crear algunos efectos especiales que son imposibles con otras técnicas, permite imprimir con buena calidad. Hoy en día ya existen máquinas que operan completamente automáticas. Su desventaja es que es un proceso tardado y prácticamente hay que aplicar color por color y esto implica un mayor gasto de materia prima y de tiempo en su impresión. No es posible imprimir documentos como libros, revista, catálogos. Por que sus costos serían sumamente caros.

Papeles: Permite imprimir prácticamente en cualquier superficie: madera, papel, metal, vidrio, cuero, acetato, cartulina, etc.

Tiraje: Por el procedimiento que lleva la serigrafía es para cantidades de 1,000 a 10,000 ejemplares.

Costo: El precio de los trabajos hechos en este método son más baratos que los producidos

es offset, pero entre más tintas se utilicen mayor es el gasto y entre más complejo sea el diseño más difícil y tardado se vuelve el proceso y por consiguiente aumentan los costos.

Rotograbado

Es un proceso de identificación; la imagen es ahuecada en una plancha, las áreas ahuecadas se llenan con una tinta de secado rápido. Durante la impresión, el papel es comprimido contra la plancha por un cilindro recubierto de caucho, y la tinta impregna el hueco para realizar la impresión.

Ventajas y desventajas: Las ventajas del rotograbado es que tienen una calidad muy buena, permite manejar grandes volúmenes de trabajo con excelente presentación, es sumamente rápido, proporciona espléndidas reproducciones en color y acabado. Sus desventajas, es caro este proceso y casi imposible corregir errores provenientes de originales y negativos.

Papeles: Si son pliegos puede imprimir sobre papeles finos de algodón y los tradicionales como bond, couche, etc.. Las bobinas son rollos enteros de papel que sirven para tirajes muy largos y de gran velocidad los utilizados para prensa, papel revolución, periódico, couche, bond, etc.

Tiraje: Es casi ilimitado, imprime con facilidad de 10,000 a 100,000 ejemplares y puede combinarse cuatro o cinco unidades para imprimir en color.

Costos: Es incosteable para tirajes medios y cortos, existen pocas máquinas de este tipo y hay mucha demanda, los costos se elevan enormemente.



Fotocopiado, duplicadores digitales

Consiste como su nombre lo indica en máquinas de copiado digital que por medio de un polvo (*tonner*) se entinta la superficie de papel donde la imagen es leída por medio de un lector óptico, recibe impulsos eléctricos que permiten fijar por calor el *tonner*.

Es un proceso relativamente nuevo y que ha permitido utilizar la tecnología computacional en las artes gráficas.

Ventajas y desventajas: Es un proceso muy rápido que permite sacar trabajos de mediana calidad en poco tiempo, es ideal para informes, documentos, volantes, programas, invitaciones, etc.. Sus desventajas no es funcional para trabajos a todo color, no acepta gran variedad de formatos y papeles.

Papeles: Los más utilizados son los couches y bonds de diferentes pesos y textura, mates y semibrillantes, los tamaños permitidos son: el máximo pliegos cuatro cartas u oficios y mínimos carta y oficio.

Tiraje: Son los sistemas ideales para menos de 5,000 ejemplares o trabajos de urgencia.

Costos: Estos sistemas son económicos, sin embargo debemos recordar que su calidad es solo aceptable y si nuestro trabajo requiere de ella no es conveniente este proceso.

Estos son algunos de los procesos de impresión que considero primordiales o mayormente utilizados en la gran variedad que existen de ellos.

La clase de soporte o material que debe recibir la impresión abarca los diferentes aspectos bajo los cuales se puede o no presentar el soporte:

textura, dureza, flexibilidad, absorción, tamaño.

Sin embargo la tendencia a alimentar las máquinas de impresión se deben de calcular si se trata de cintas continuas (rollos de papel en bobinas) pliegos cortados a un tamaño determinado, hojas carta u oficio, etc.

Combinando entre si todas las características citadas, resulta una gran variedad de máquinas que intervienen en el proceso de impresión.

Acabados

Los acabados es la parte final en la producción de un impreso donde al salir de la prensa pasa por algunas de las siguientes etapas, dependiendo del terminado que se le pretenda dar antes de ser entregado o distribuido al público final.

- ♦ **Suaje.-** Cortar los pliegos con cuchillas aprensión
- ♦ **Montaje.-** Encimar sobre cartones o bastidores rígidos los impresos
- ♦ **Foliado.-** Cuando un impreso necesita llevar una numeración consecutiva, se utilizan máquinas foliadoras.
- ♦ **Barnizado.-** Cuando un impreso requiere terminado especial se aplica una capa de barniz que puede ser mate o brillante.
- ♦ **Laminado plástico.-** Consiste en aplicar una capa de polipropileno o polietileno, a través de color o bien con adhesivos.





- ◆ **Perforación.**- Es cuando el impreso requiere de insertarse en carpetas o debe ser colgado.
- ◆ **Doblado.**- Este acabado se usa en folletos, revistas, libros, empaques, etc. se realiza mediante máquinas dobladoras o manualmente.
- ◆ **Alzado.**- Consiste en ordenar los pliegos de modo que queden bien compaginados.
- ◆ **Refine.**- Durante este proceso se corta el sobrante de papel en los bordes para dar al impreso sus dimensiones finales.
- ◆ **Encuadernado o empastado.**- Cuando se realiza el cocido o pegado de todo el documento por uno de sus lados.









PROYECTO GRÁFICO

En este capítulo presentaré algunos proyectos típicos de diseño editorial realizados para el Instituto Nacional de Bellas Artes. Estos trabajos los realicé conforme a solicitud de los autores o responsables de las respectivas publicaciones y supervisados por el editor o jefe del departamento de arte y diseño, pasando por cada una de las etapas expuestas en los capítulos II y III.

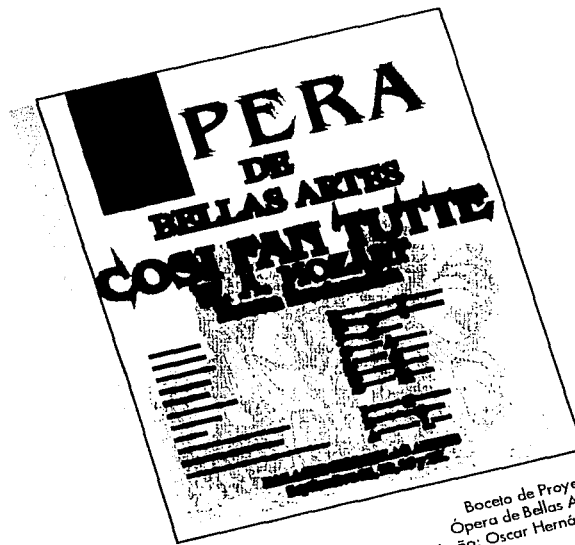
El planteamiento de estos proyectos se realizaron conforme a una agenda de trabajo tal como se especifica en las etapas de edición y producción.

Para demostrar la actividad y función del Comunicador Gráfico en el campo profesional y sustentar con trabajos reales esta

investigación, mostrare proyectos gráficos realizados mediante un proceso de diseño aprendido en el INBA y fundamentado con los conocimientos adquiridos durante mi formación universitaria.

Cada trabajo recibió un tratamiento propio a sus necesidades de comunicación, pero todos ellos siguieron las normas, fases y etapas que el INBA sigue en sus publicaciones.

Daré una definición de los 3 medios impresos que presenté como proyecto gráfico (invitación, programa de mano y folleto) seguido de esto comentaré de forma breve algunos de los problemas, errores y aciertos en el tratamiento de cada uno de los diseños.



Boceto de Proyecto,
Ópera de Bellas Artes.
Diseño: Oscar Hernández.



INVITACIONES

Una invitación es una publicación de pequeño formato, de tiro corto y con información breve sobre la promoción y celebración de un evento, cultural, social o político, donde se convoca a un público específico a participar en la apertura de un evento determinado.

Es una de las publicaciones donde se puede presentar gran creatividad por parte del comunicador ya que en su mayoría hay una libertad de expresión. El cliente espera que su mensaje sea comunicado por medio de la forma más simple y directa, pero con una imagen impactante.

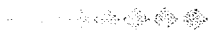
Generalmente las invitaciones deben estar muy estrechamente ligadas en cuanto a su imagen con otro tipo de publicaciones (programas de mano, catálogos, carteles, desplegados para prensa) creando una imagen global del evento que se pretende comunicar.

El texto y los títulos, a menudo, son los factores más importantes en la preparación de una invitación. Con todo, el comunicador desempeña un papel crucial en la presentación, dentro de un espacio predeterminado generalmente de pequeñas dimensiones y de los elementos que se utilizan en una invitación: textos, título, imágenes, fecha, lugar, etc.

La esencia de una invitación es el impacto visual con una presentación clara e impecable. La utilización de tipos bien estudiados es extremadamente importante y si hay que incluir fotografías e ilustraciones deben ser relevantes y claras, así como estar en armonía con el tema.

Al recibir la información en el folder de la solicitud de bienes y servicios comienza la tarea del comunicador. Esta solicitud contiene los textos y gráficos del proyecto así como las fechas de recepción, corrección, entrega y envío a la imprenta y en la mayoría de los casos el presupuesto para la invitación.

Un aspecto importante es que se contemplen los tiempos de elaboración y posibles imprevistos que se puedan presentar en la tarea de diseño.





Proyecto Paseo de la Reforma (diptico)

Este trabajo fue interesante ya que se combinó la impresión en *offset* con ensamblado manual de una fotografía impresa por separado. Se manejó un diseño donde utilizaba tres elementos:

- ♦ Una fotografía antigua en blanco y negro del monumento a Cuauhtémoc tomada por Juan Rulfo (1952).
- ♦ Los logotipos del Palacio de Bellas Artes y del 60 aniversario del Palacio.

- ♦ El texto correspondiente a la exposición fotográfica de los Monumentos del Paseo de la Reforma organizada por el Museo Nacional de Arquitectura.

Este trabajo es un ejemplo de cómo la diversidad de tamaños y espacios pueden crear un contraste tonal así como dar jerarquías a la información contenida. La producción se hizo de una forma semi-digital donde el texto una vez formado se imprimió en láser y se incluyó la ventana de foto para después mandar el original a la prensa. La imagen se realizó por separado en medio tono y posteriormente se pegó manualmente a la invitación.



Portada



Interior



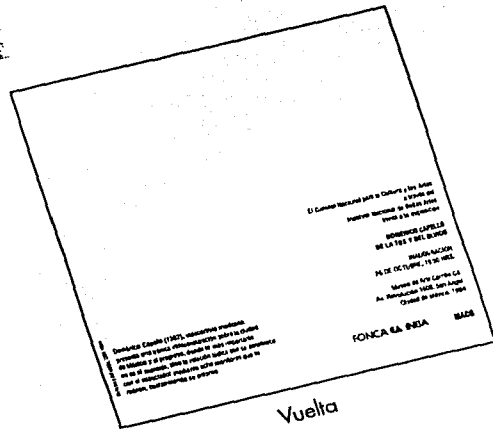
Proyecto *Doménico Capello. De la tos y del olvido (díptico)*

Las imágenes obtenidas de video es una alternativa que tiene el comunicador en sus posibilidades de diseño para crear nuevas soluciones gráficas. Por ello se capturó esta imagen por medio de una filmadora conectada a la computadora, que es parte integrante de la obra del video artista **Doménico Capello**. Fue importante la utilización de la parte frontal de la invitación para dar al mensaje una máxima fuerza impactante. Esta imagen se copió a todo

color en formato TIFF de 20 x 22 cm. y retocada ligeramente en *Photo Paint*, para integrarla directamente al tamaño real de la invitación. El diseño tipográfico fue sencillo, utilizando sólo dos bloques de texto y manejando una gran cantidad de espacio en blanco creando un contraste armónico entre los textos interiores con la imagen del video en el exterior.



Frente



Vuelta





Proyecto *Vértigo*. *Safo en las alturas* (dúptico)

La elaboración de esta invitación fue un proyecto interdisciplinario que contempla una muestra de dibujos de José Antonio Platas y la obra teatral *Vértigo*. *Safo en las alturas* de José E. Gorlero planeado para presentarse simultáneamente en el teatro el Galeón.

El tratamiento gráfico se realizó en un formato de 26 x 10 cm. pensado para obtener dos ejemplares de una página tamaño carta, impresa en *offset* frente y vuelta.

Los textos fueron proporcionados por el encargado de la Compañía Nacional de Teatro

del INBA e incorporada en el folder de la solicitud una fotografía blanco y negro de mala calidad, misma que se le realizó un tratamiento especial de retoque para rescatar la imagen ya que estaba demasiado oscura y se perdían los detalles.

La tipografía resultó un elemento primordial para realizar un juego visual. Se permitió cierta libertad de manejo y selección de fuentes. Una vez terminado y revisado el diseño se le dió salida semi-digital con texto e imagen en un original láser y mandados a la imprenta.



Frente



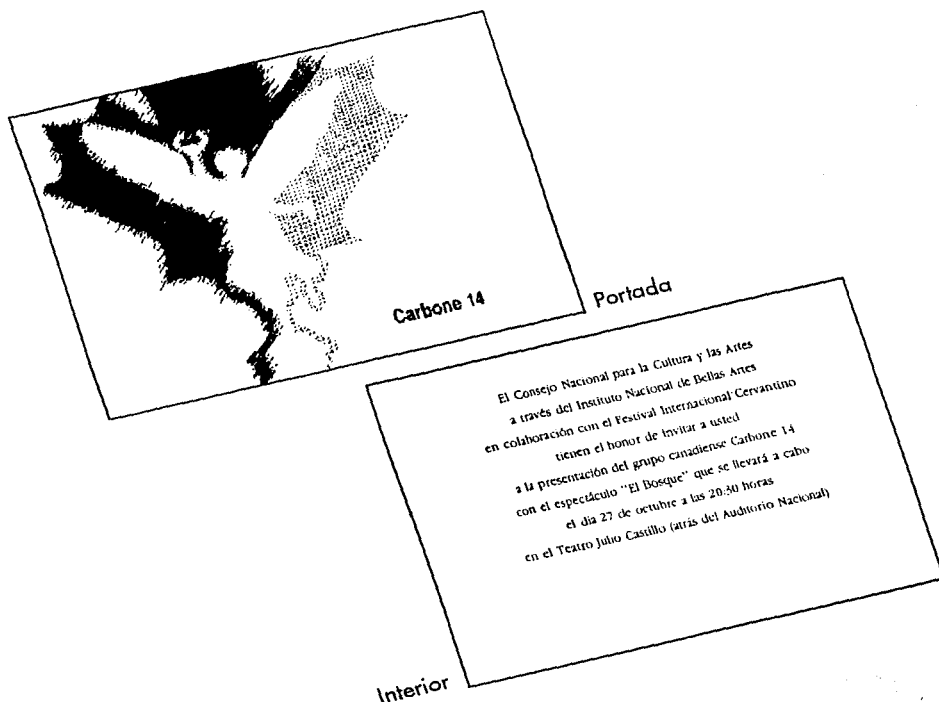
Proyecto *Carbone 14* (díptico)

Recibido el proyecto de invitación **Carbone 14**. Se elaboró primeramente, una imagen de este evento con motivo de las actividades paralelas del Festival Internacional Cervantino 1994, donde participaron el gobierno de México y Canadá.

La primera idea fue integrar algún elemento representativo de cada país, se bocetaron varias soluciones gráficas y se terminó por elegir el ángel de la independencia y el escudo de Canadá, fusionados en superposición y tratados con pantallas así como un rayado gráfico.

El texto es corto y fue capturado directamente en *Corel Draw*, con una tipografía Times de 12 puntos, centrada y a una sola columna. El formato se hizo de 18.5 x 28 cm. horizontal en papel couche brillante e impreso a dos tintas negra y verde.

Este trabajo fue solucionado satisfactoriamente ya que el corto tiempo que se le otorgó para su elaboración limitó posibilidades pero aún así cumplió con los requerimientos solicitados.





PROGRAMAS DE MANO

El programa de mano es un medio impreso que se utiliza en las conferencias, seminarios, eventos culturales y artísticos, describen las actividades propias del evento. El programa aporta información relevante y detallada al público asistente a la actividad en la cual se encuentra.

El cliente recurre a estos programas por que puede resumirse una obra y al mismo tiempo el público esta enterado de qué, quién y cuándo aparece en el evento.

Las dimensiones de programa de mano dependen de limitaciones presupuestales y de la cantidad de información disponible. Generalmente solo disponemos de un color para el contenido general del programa, aunque en algunos casos se utilizó un segundo color en títulos o para resaltar algún elemento. Solo en trabajos especiales se utiliza cuatricomía.

El diseño de un programa para la difusión de un acto cultural ofrece una inmensa libertad visual, aunque como siempre, existen algunas limitaciones. El interés de esta clase de trabajos reside en la construcción del programa y en la libertad que ésta concede para explorar imágenes visuales dinámicas mediante la utilización del diseño, tipografía, ilustraciones y fotografías.

ESTA TESIS NO DEBE
 SER PRESTADA
 NI COTIZADA
 EN LA BIBLIOTECA



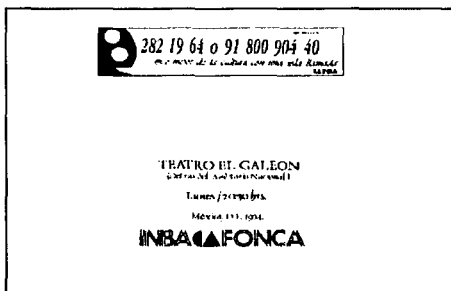
Proyecto *Vértigo*. *Safo en las alturas*

Este programa de mano se elaboró con las características que se habían definido en la invitación, es decir se utilizó la misma imagen en la portada y la misma tipografía permitiendo una continuidad gráfica del evento.

Consta de 8 páginas, además de portada y contraportada. El texto se entregó en disco, corregido y revisado. Se utilizó una columna para los comentarios de prensa y dos columnas para los créditos de la obra y la planta técnica. *Page Maker* sirvió para la formación de esta publicación y los originales se hicieron semi-

digitales debido al presupuesto, primeramente se imprimió con sus registros en láser blanco y negro, a 300 dpi's y montados en cartulina para llevarlos a la imprenta.

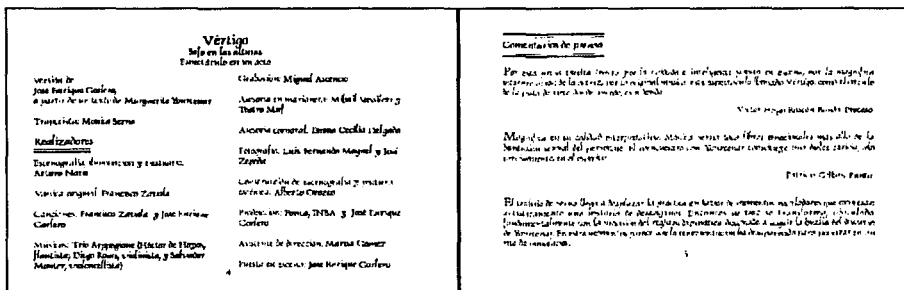
El problema que tuve en la formación de este diseño fue el de jerarquizar la información contenida de tal forma que destacaran sólo algunos elementos dentro del todo el texto, para esto manejé las negritas para dar énfasis en algunas palabras, así como para utilizar plecas en las cabezas de texto.



Contraportada



Portada



Interiores





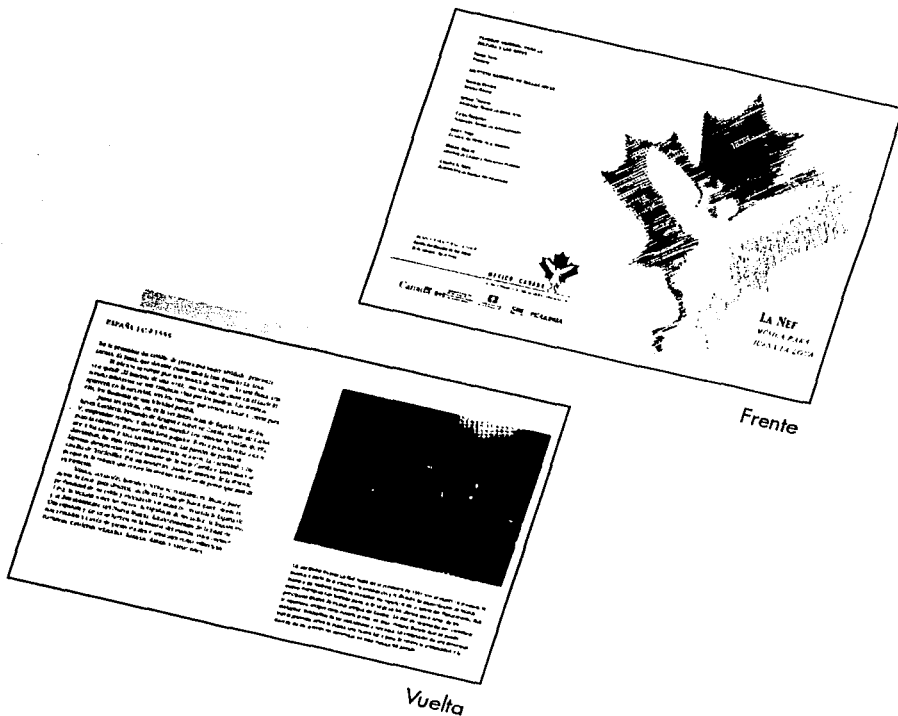
Proyecto *La Nef. Música para Juana la loca (diptico)*

El diseño realizado para el programa La Nef compañía musical, *Música para Juana la loca*. Se construyó de manera similar a la de la invitación Carbone 14, siguiendo la misma imagen fusionada de México-Canadá con motivo de la celebración del 50 aniversario de relaciones diplomáticas.

Su formato es un diptico de 20 x 41 cm. horizontal, donde el diseño tipográfico se maneja de manera sobria y elegante utilizando

una sola familia tipográfica con sus variantes y disponiendo del espacio con toda libertad pero respetando el diseño clásico.

Esta es una muestra de un trabajo donde el responsable del proyecto y el comunicador cumplen cada uno con su papel y colaboran estrechamente para la obtención de un buen comunicado. La integración de una buena fotografía siempre enriquece y apoya al texto y por consiguiente al propio diseño.





Proyecto *José María Velasco* (díptico)

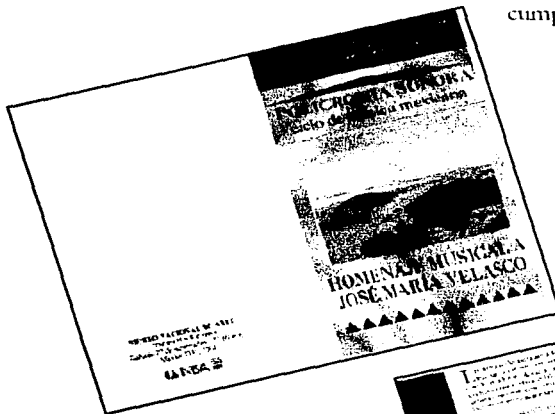
Año tras año es un evento que realiza el INBA en homenaje a *José María Velasco*, motivo por el cual hace una serie de actos culturales con el apoyo de artistas mexicanos de varias disciplinas.

Para esta celebración se elaboraron programas de actividades para diferentes salas y eventos, por lo que realicé un diseño donde se presentara obra del pintor y además se explicara el evento que se realizó en el Museo Nacional de Arte. Se utilizaron dos fotografías de pinturas de Velasco y la información contenida en el

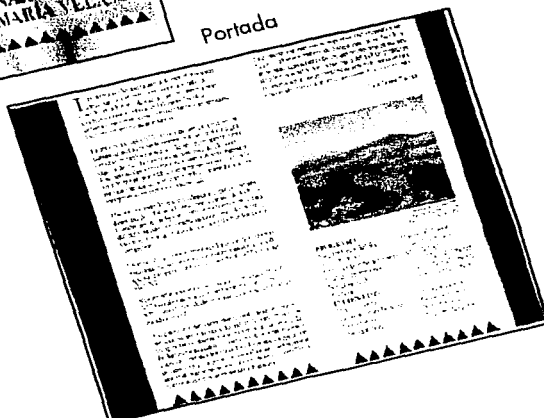
programa describe un recital de música mexicana.

El diseño consiste en integrar armoniosamente las imágenes y el texto, considerando que para este trabajo se podría reproducir en una impresora láser a color.

El tiempo para su elaboración fue bastante anticipado por lo que se pudieron realizar varias propuestas y la impresión se efectuó con buenos resultados, ya que se tenía que realizar varios proyectos simultáneamente. Los resultados cumplieron con las expectativas.



Portada



Interiores





FOLLETOS

El folleto es un documento que describe o promueve un servicio o un producto y es el medio por el cual se presentan sus características. Adicionalmente debe transmitir la impresión de calidad y atraer al receptor.

Al preparar un folleto para un cliente, habrá que identificar sus necesidades y obtener una descripción lo más amplia posible de ella. Lo primero a considerar es como se distribuirá el folleto entre público potencial. Por ejemplo, si se ha de figurar junto con otros eventos culturales ya existentes o que se encuentran por salir al mercado, deberá diferenciarse de ellos (aunque manteniendo la fidelidad al tema cultural) para que atraiga la atención.

Una vez que se ha determinado cómo ha de presentarse el folleto podemos elaborarlo, y el primer paso consiste en diseñar la cubierta. Examinando la forma y experimentando con tipos, colores y calidades de papeles si nuestro presupuesto y los requerimientos del cliente nos lo permiten. Preparamos conceptos alternativos, desde una solución sencilla hasta diseños más elaborados, definir este concepto nos ayudará a presentar toda la imagen global de nuestro folleto.

Una vez decidido el estilo a utilizar en la cubierta habrá que hallar el diseño de las planas interiores, que deben contemplar los efectos visuales establecidos en las fases iniciales. Estaremos influidos por la cantidad de texto y por la información visual (gráficos) que se va a incluir.

Una vez más, habrá que decidir una disposición eficaz de la tipografía sustentada obviamente por una diagramación apropiada para el diseño. Preparamos diversas retículas y seleccionamos una que nos proporcione espacio suficiente para situar los elementos que conforman el folleto, así como un panorama lo bastante amplio de blancos para lograr un estilo y un carácter propio del diseño.



Proyecto *Arcángel* (tríptico)

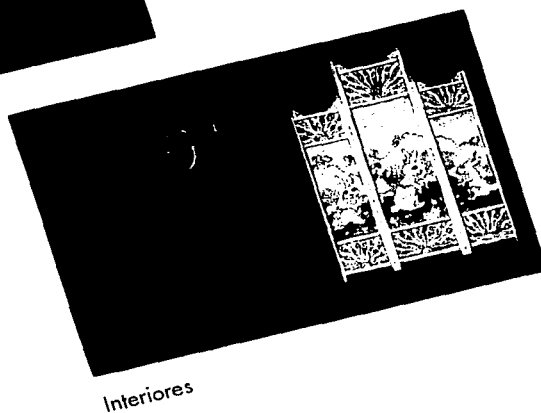
Es un folleto donde se integran los elementos visuales en una composición y distribución armoniosa, manejando una sensibilidad para obtener los resultados solicitados.

Arcángel es una obra de teatro que se presentó con un comentario redactado por el director Tito Vasconcelos. Las ilustraciones del artista Chac encajaron perfectamente con el texto y con la imagen global del folleto. La inspiración de esta cubierta deriva de la obra que se incluyó en el folleto.

El contraste del texto en blanco y la página en negro presentan una gran fuerza visual, así

mismo, la calidad del mismo folleto facilitan la comprensión gráfica, en caso contrario con un texto largo la legibilidad y la fatiga se incrementa con los tipos blancos sobre fondo negro y la mala calidad de impresión o un tiraje grande pueden afectar substancialmente el diseño.

Cada columna presentó un problema diferente debido a los elementos gráficos, pero fueron solucionados gracias a la composición, ritmo y sentido del espacio. El tamaño determinado del folleto es de 15.5 x 35.5 cm. en horizontal impreso en serigrafía a tres tintas negra, roja y dorada.





Proyecto XVI Festival de Música de Cámara 1994

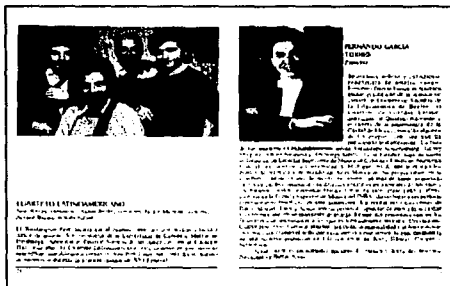
Fue mi primer folleto de más de 10 páginas y fue aquí donde comenzaron mis problemas en un trabajo real de compaginación. Para solucionarlo tuve el apoyo de mi editor, quien siguió todo el proceso de edición y producción.

Los textos se proporcionaron en cuartillas a máquina y fue necesario capturarlos, revisarlos y cotejarlos con el documento original, así como supervisados por el responsable, 20 fotografías fueron las utilizadas para el folleto. El 80% de ellas eran de buena calidad, el 20% restante cumplían con el mínimo necesario. Se buscó siempre un equilibrio entre las imágenes

y los textos mediante la colocación de bloques de texto adecuándolos a las fotografías.

La formación del original se llevó a cabo con el armado de las planas de manera tradicional pegando las planas en láser en un soporte rígido y enviándolas con las ventanas de foto a la imprenta. Se imprimieron a dos tintas los interiores y la portada se realizó con una imagen en selección de color.

Existió un retraso en la entrega del folleto, debido a la inserción de las fotografías en blanco y negro ya que se tenía que hacer una reducción en negativos a su tamaño real.



Interiores



Portada



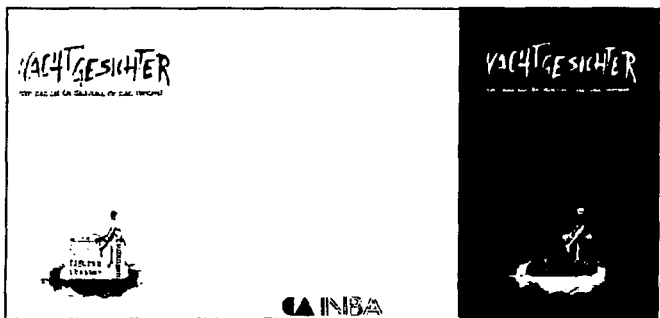
Proyecto Visiones nocturnas (tríptico)

Con motivo del 8º Festival Internacional de Teatro de Títeres se elaboró un folleto promocional de la obra **Visiones nocturnas**.

El proyecto se diseñó en base al material proporcionado por la compañía de teatro de figuras de Tubinge. Las imágenes extraídas de folletos anteriores se digitalizaron para utilizarlas nuevamente por decisión del editor,

y fue necesaria la traducción de los textos al español ya que venían en su idioma original (alemán).

Se creó un ambiente de misterio, elemento que recurre enteramente a las imágenes visuales de la representación escénica. Este toque final resalta la imagen sobre los demás componentes del diseño haciéndolo más eficaz y dinámico.



Frente

	<p>En un momento de la noche, una persona levanta un objeto que parece ser una máscara o un objeto que puede ser un instrumento musical. El objeto que levanta es un instrumento musical que puede ser un instrumento musical.</p> <p>La luz que ilumina el objeto que levanta es una luz que puede ser una luz que ilumina el objeto que levanta.</p> <p>El objeto que levanta es un instrumento musical que puede ser un instrumento musical.</p> <p>La luz que ilumina el objeto que levanta es una luz que puede ser una luz que ilumina el objeto que levanta.</p> <p>El objeto que levanta es un instrumento musical que puede ser un instrumento musical.</p> <p>La luz que ilumina el objeto que levanta es una luz que puede ser una luz que ilumina el objeto que levanta.</p>	
<p>Max Jacob, payaso y místico.</p> <p>Más allá de lo que se ve, el objeto que levanta es un instrumento musical que puede ser un instrumento musical.</p> <p>El objeto que levanta es un instrumento musical que puede ser un instrumento musical.</p>	<p>Tras el objeto que levanta.</p> <p>El objeto que levanta es un instrumento musical que puede ser un instrumento musical.</p> <p>La luz que ilumina el objeto que levanta es una luz que puede ser una luz que ilumina el objeto que levanta.</p> <p>El objeto que levanta es un instrumento musical que puede ser un instrumento musical.</p> <p>La luz que ilumina el objeto que levanta es una luz que puede ser una luz que ilumina el objeto que levanta.</p>	<p>CARAS DE LA NOCHE</p> <p>La luz que ilumina el objeto que levanta es una luz que puede ser una luz que ilumina el objeto que levanta.</p> <p>El objeto que levanta es un instrumento musical que puede ser un instrumento musical.</p> <p>La luz que ilumina el objeto que levanta es una luz que puede ser una luz que ilumina el objeto que levanta.</p>

Vuelta



CONCLUSIONES

Gran parte del interés en realizar esta investigación documental y gráfica, fue con la finalidad de evaluar las capacidades del egresado de la carrera de Comunicación Gráfica en el medio profesional.

Al evaluar la actividad de mi profesión, como comunicador dentro del Instituto Nacional de Bellas Artes, concluyo dentro de esta tesis lo siguiente:

- ✓ Existe una necesidad de conocer y manejar ampliamente las características, definiciones y procesos del diseño editorial, mismos que se investigaron, aprendieron y aplicaron para la realización de este trabajo.
- ✓ Es importante conocer más sobre los requerimientos y características que deberían llevar los trabajos editoriales y situarlos dentro de la serie de trabajos que establecen los principios básicos en el conocimiento y manejo de composición, tipografía, color, márgenes, columnas, formatos, textos e imágenes.
- ✓ La realización de diseños editoriales funcionales, no se debe, a la eficacia en la utilización de los modernos equipos tecnológicos aplicados al diseño gráfico, sino al estudio, creatividad, disciplina, iniciativa y experiencia del comunicador en la solución de problemas, pero sin olvidar que estamos obligados y comprometidos a actualizarnos, conforme a las exigencias de nuestro tiempo.
- ✓ Nuestra época reclama nuevas posibilidades y expresiones al diseño, y es aquí donde se utiliza la computadora, que esta presente en todas las áreas de la actividad humana, por lo que su uso, como herramienta, no debe de estar ausente en el desarrollo profesional del Comunicador Gráfico.
- ✓ Por otra parte es necesario destacar que para la elaboración de esta tesis fue importante la investigación bibliográfica y documental ya que ellas proporcionaron la información y conocimientos de los temas y conceptos que no se tenían, para que cumplieran con el objetivo planteado.
- ✓ Desafortunadamente en mi estancia, como alumno en la Escuela Nacional de Artes Plásticas se tuvieron carencias en cuanto al tipo del plan de estudio, mismos que se manifestaron al egresar de la carrera y al enfrentarse con problemas reales particularmente en el área de diseño editorial. Este tipo de problemas fueron debido a la falta y manejo de conceptos, terminología y tecnología utilizada hoy en las artes gráficas.

- ✓ La mayoría de los egresados de las carreras de comunicación y diseño gráfico de la ENAR, no obtuvimos todos los conocimientos teóricos-prácticos sobre el diseño editorial. Esta investigación pretende apoyar y fomentar la búsqueda de fuentes, métodos y procesos que permitan elaborar comunicados editoriales de acuerdo a las exigencias en el campo profesional.

Cuando se ha visto este trabajo, es consideración de cada comunicador desarrollar sobre estos trabajos de investigación un método personal de trabajo editorial, con la finalidad de abordar los problemas de diseño, agudizando la intuición, sensibilidad al lenguaje visual y apoyado por la teoría y el vivo sentido de la experimentación.

Para finalizar es importante decir que no existe una fórmula precisa que nos lleve a la solución de los problemas de diseño, sin embargo los proyectos expuestos y la investigación solo pueden delinear una aproximación a las posibles soluciones. En el plano profesional es ahí donde se demuestra, aplican, reafirman y aprenden los conocimientos que el diseño brinda a nuestra sociedad.

El mejor método, el más acertado y a decir verdad para resolver los problemas de diseño, es la práctica, la determinación y la exploración personal del comunicador gráfico en su quehacer profesional.



BIBLIOGRAFÍA

Acha, Juan*Introducción a la teoría de los diseños*

México, 1991.

Editorial Trillas. p.169.

Arnheim, Rudolf*El pensamiento visual*

Paidós estética: 7, 1a ed.

Barcelona, 1986

Ediciones Paidós Ibérica. p.363.

Blackwell, Lewis*La tipografía del siglo XX*

México, 1992

Editorial Gustavo Gili. p.256.

Blanchard, Gérard*La Letra*

Enciclopedia del Diseño

Barcelona, 1988

Ediciones CEAC, S.A. p.295.

Collier, David*Diseño para la autoedición*

Colección Manuales de Diseño

2a ed. México, 1991

Editorial Gustavo Gili. p.145.

Costa, Joan*Imagen global*

Enciclopedia del Diseño,

1a ed. Barcelona, 1989

Ediciones CEAC S.A. p.263.

Douglas, Torin*Guía completa de la Publicidad*

Madrid, 1986

Editorial Herman Blume. p.224.

Eco, Umberto*Como se hace una tesis*

Colección Libertad y Cambio

Barcelona, 1993

Editorial GEDISA. p.267.

Grout, Bill*Autoedición*

Edición por computadora

México D.F., 1987

Editorial MacGraw Hill. p.203.

Hick, Eva**Carmen, Malpica***Métodos de investigación*

México, 1986

COSNET. p.387.

Marogna, S.*Impresión Tipográfica*

Serie Biblioteca Profesional EPS

Barcelona, 1975

Editorial Don Bosco. p.477.

Martínez, Juan*Diccionario de tipografía y el libro*

México, 1974

Editorial Labor. p.545.

Moles, Abraham*Grafismo funcional*

Enciclopedia del Diseño

Barcelona, 1990

Ediciones CEAC, S.A. p.284.

Moles, Abraham*La imagen: Comunicación funcional*

1a ed. México D.F., 1991

Editorial Trillas. p.265.

Meggs, Philip*Historia del diseño gráfico*

México, 1991

Editorial Trillas. p.562.

Swann, Alan*Bases del diseño gráfico*

Colección Manuales de Diseño

2a ed. México, 1992

Editorial Gustavo Gili. p.144.