

872731

2

7

# DISEÑO EDITORIAL DE REVISTAS

Por:

LETICIA ALEJANDRA CARDENAS CORONA

1998

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

259118



Universidad Nacional  
Autónoma de México



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

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

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

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

PAGINACION

DISCONTINUA.

PAGINAS EN

BLANCO

## AGRADECIMIENTOS

### **A Dios:**

Por haberme permitido finalizar una etapa más de mi vida.

### **A mis Padres:**

Gracias por haberme dado todo su apoyo, tanto moral como económico para mi formación.

### **A mis Hermanos:**

Mi agradecimiento por su comprensión y apoyo.

### **A mis Maestros:**

Por su enseñanza y dedicación.

### **A mis Compañeros:**

Por su amistad y apoyo, muchas gracias.

*"Quiero dedicar todo mi esfuerzo y trabajo a mi madre, con un especial agradecimiento por sus sacrificios y el amor que me ha brindado durante toda mi vida"*

Mil Gracias:

Leticia Alejandra Cárdenas Corona.



4

# INDICE

	pág.
<b>INTRODUCCION</b>	7
<b>CAPITULO 1</b>	
Problemática y Objetivos	10
<b>CAPITULO 2</b>	
Surge una Nueva Necesidad	14
"Integración y Superación"	20
La Escuela de Diseño Gráfico	24
<b>CAPITULO 3</b>	
Diseño Gráfico y Publicitario	30
Antecedentes de la Revista	34
Diseño de Revista	38
Reproducción de Revistas	56
<b>CONCLUSIONES</b>	63
<b>GLOSARIO</b>	64
<b>BIBLIOGRAFIA</b>	66

5



# INTRODUCCION

El hombre siempre ha tenido la necesidad de comunicarse; miles de años atrás la comunicación entre los hombres se lograba a base de símbolos y señas, con el paso del tiempo surge la escritura y mucho más tarde la imprenta, que vino a agilizar éste proceso y a incrementar la inquietud del hombre por crear mejores y más perfectos medios de comunicación, hoy en día se cuenta con un considerable número de estos que van desde los más sencillos hasta los más sofisticados, entre los que destacan, las publicaciones que surgen precisamente por esa necesidad del hombre por difundir sus ideas y conocimientos.

El objetivo principal de toda publicación, es el de comunicar algo, ya sea por medio de libros, folletos, prensa, revistas, etc., siendo ésta última la más recomendable y eficaz para transmitir una información que además es reforzada por una gran variedad de imágenes que la hacen aún más atractiva.

La revista es considerada como el medio más factible de comunicación por poseer un alto grado de contenido visual, ya que se ha comprobado que los lectores asimilan de un 75% a un 95% de conocimiento de la información que ésta transmite.

El diseñador gráfico es la persona encargada de lograr que la composición de imágenes e información textual que integran éste medio, sea de la manera más llamativa e impactante, volcando toda su creatividad y conocimiento con el fin de atraer la atención del lector.

La realización de una publicación semestral la cuál contendrá una selección de los trabajos más sobresaliente de los alumnos de la escuela de Diseño Gráfico de la Universidad Don Vasco, que es una institución que carece de este medio de comunicación tan necesario, dará a conocer a la comunidad de Uruapan la labor que se realiza en dicha disciplina, proporcionándonos la oportunidad de promover el Diseño Gráfico que es una carrera notablemente creativa y de mucha aportación.





# ***CAPITULO 1***

# PROBLEMÁTICA Y OBJETIVOS



La Universidad Don Vasco es una institución que surge por la carencia de escuelas de educación superior en la ciudad de Uruapan, Michoacán; con el fin de desarrollar estudiantes universitarios no solo con una sólida preparación académica, sino también, con una formación completa en el más amplio sentido intelectual y humano. Este proyecto se logra gracias a donativos por parte de la sociedad local y regional y a la tenacidad y lucha de sus fundadores. Con el paso del tiempo la Universidad crece, brindando más y mejores servicios y superándose en el medio educativo con la aparición de nuevas Escuelas.

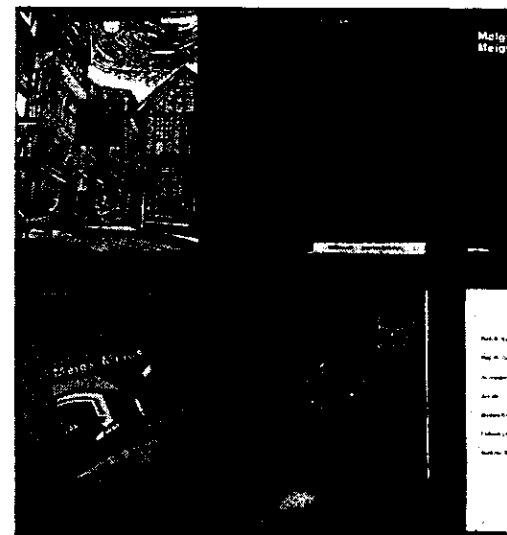
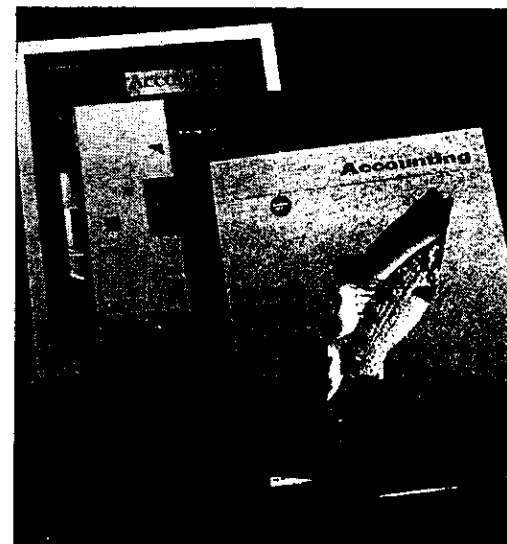
Tal es el caso de la Escuela de Diseño Gráfico creada con el fin de atraer a la juventud a desarrollar su inquietud creativa; en éste tiempo en que la comunicación juega un papel decisivo en la vida de los pueblos. Esta disciplina pretende promover más que nada en el estudiante, la capacidad para comunicarse de forma gráfica, dentro de un giro distinto al de otras carreras.

Hoy en día, los alumnos de ésta Escuela realizan trabajos muy importantes e innovadores gráficamente, ésta labor no es dada a conocer a la comunidad uruapense que posee muy poco conocimiento sobre el Diseño Gráfico y su campo de aplicación, por la falta de un medio de difusión que muestre los nuevos y amplios horizontes de la expresión gráfica y el trabajo creativo de dichos estudiantes, lo cual es muy lamentable para estos futuros profesionales del diseño ya que dentro de éste numeroso grupo de personas se encuentran sus posibles clientes.

La propuesta de una revista como el medio más eficaz para lograr despertar el interés y la sensibilidad de la sociedad hacia el Diseño Gráfico, pretende dar solución a dicho problema, ya que en el ámbito de la comunicación, la revista juega un papel muy importante, pues el lector ve satisfecha su necesidad de información.

Es por eso que la realización de éste proyecto destaca por la riqueza de su contenido y el deseo de crear nuevas imágenes que estimulen el interés cognocitivo de las personas que integran nuestra comunidad y de los mismos estudiantes.

Esta publicación propone establecer contacto entre el lector y el Diseño Gráfico, conteniendo artículos que lo mantendrán informado sobre los avances e inovaciones en ésta área, su amplio campo de acción y el trabajo de destacados profesionales del diseño, lo cual será muy útil para los alumnos de la Escuela, ya que existen pocas revistas con ésta información en español, y primordialmente presentará una sección fija que muestre la labor que se realiza dentro de ésta escuela, con el fin de dar oportunidad a sus integrantes de ver trabajos publicados y de manifestar sus experiencias en la realización de estos





# ***CAPITULO 2***

# ***SURGE UNA NUEVA NECESIDAD***

**L**a ciudad de Uruapan se localiza al noroeste del Estado de Michoacán formando parte de los 113 municipios en que este se encuentra dividido. Uruapan población que ya existía desde antes de la llegada de los españoles, era dominada por el Imperio Tarasco, posteriormente la conquista espiritual es iniciada por los Franciscanos; y a fines de 1533 el franciscano Fray Juan de San Miguel funda esta ciudad.

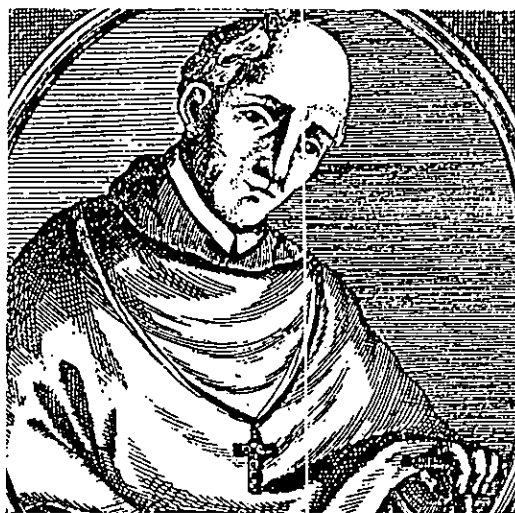
Uruapan, ciudad situada entre la tierra caliente y la sierra Purépecha, de gran importancia comercial en el campo de la fruticultura; su clima, vegetación y riquezas naturales la han llevado a considerarse uno de los lugares más bellos del estado. Su nombre es de origen Tarasco o Purépecha, deriva de la palabra "uruapani" que significa el florecer y fructificar de una planta al mismo tiempo.

En 1960, se transformó en un lugar de comercio de los frutos de la tierra caliente, y también en una fuente de riqueza natural, consecuencia de sus atributos geográficos, esto atrajo a hombres de negocios y familias que deseaban mejorar su nivel de vida. Como resultado de dicho crecimiento inesperado, surgieron nuevas necesidades, entre ellas la formación de instituciones educativas.



## NACIMIENTO DE LA UNIVERSIDAD DON VASCO

La Universidad toma su nombre en memoria a Vasco de Quiroga, invaluable promotor del bienestar espiritual y material del indígena michoacano.



Hace casi tres décadas el Señor Cura José Luis Sahagún de la Parra y Pbro. Gonzalo Gutiérrez Guzman, amigos desde su época de seminaristas en la ciudad de Zamora, al reencontrarse en 1962 en esta ciudad de Uruapan, idearon un extraordinario proyecto: crear una

comunidad educativa diferente a las ya existentes e innovadora en varios aspectos. Sin saber que proyectaban lo que hoy en día se ha establecido como la institución particular de estudios superiores más antigua de Michoacán y la séptima del interior del país: la Universidad Don Vasco.



Así es como estos dos hombres entusiastas y de gran bondad platicaron acerca de la necesidad de crear una institución educativa con un nuevo enfoque en la formación de los jóvenes. Estudiando varias situaciones que los invitaban a la reflexión y que exigían una sabia y pronta solución. Observaron que existía una fuga de los muchachos uruapenses hacia las capitales, con el propósito de continuar sus estudios medios y superiores, trayendo esto como consecuencia el desarraigo familiar a una edad muy temprana.

Por otra parte era realmente doloroso ver como muchos jóvenes renunciaban a sus anhelos de proseguir sus estudios debido a limitaciones económicas. Percatándose de la separación que existía entre las escuelas para gente de posición desahogada y las instituciones para personas de escasos recursos, comprobaron que esto favorecía enormemente la distinción de clases sociales.

Además, ambos pensaron que pronto llegarían a la ciudad los estudiantes del Seminario Menor de Zamora -hallándose el Pbro. Gonzalo Gutiérrez al frente de la construcción de éste en Uruapan y su educación encontraría grandes problemas ya que esta se enfocaría exclusivamente al orden



eclesiástico, no tendrían oportunidad de convivencia con otros muchachos de su edad y sus estudios no serían reconocidos oficialmente. Y si por alguna razón el seminarista decidía dejarlos, saldría con un desconocimiento total del medio práctico en que habría que desenvolverse.

Así fué como en el transcurso del año 1962, ambos hombres estudiaron arduamente las posibles soluciones a tales problemas, que los llevó a concebir este gran proyecto y definir cada una de las características que debía poseer la institución que llevaría por nombre " Don Vasco ".

El "Don Vasco" sería para servicio de todos con un ambiente académico que propiciaría la interrelación de las distintas clases sociales. El instituto tendría como fin, la convivencia armoniosa y pacífica, donde el joven aprendería a vivir con sencillez, sin complejos, ni desprecios y odios, adquiriendo conciencia de que todos somos iguales y por lo tanto no existen razones para hacer distinción entre los hombres.

A las aulas de ésta institución acudirían jóvenes de ambos sexos, a pesar de que descubrieron que las escuelas particulares que existían en la localidad eran exclusivamente para varones o sólo para mujeres pues la tradición no

concebía una escuela mixta, ya que pensaron que ésta innovación sería enriquecedora y estimulante para el alumnado: "el hombre al convivir con la mujer, dejará su aspereza; y la mujer por lo tanto se formará un carácter más audaz y constante, porque el hombre y la mujer son seres que se complementan y no hay razón para separarlos", (Lic. Rafael Anaya).

Se pensó también que a pesar de su cercanía a gente religiosa el "Don Vasco" tendría apertura a las diversas ideas que sobre el hombre se han tenido y en cuanto a su profesorado se acogería a toda persona culta y noble, con distintas

maneras de pensar pero con el espíritu universal del mensaje cristiano.

Esta comunidad educativa iniciaría ofreciendo estudios de secundaria, después de preparatoria y más tarde daría apertura a estudios profesionales. Todo esto sucedería de manera paulatina, evitando por tanto, la necesidad de que emigren tantos estudiantes a las grandes ciudades.

El 24 de febrero de 1964 se dió el primer paso: se constituyó una Asociación Civil, logrando dar vida legal al " Don Vasco ", cumpliéndose así el requisito previo para dar origen material a la Institución.



Esta Asociación rápidamente trató de estimular a los paterfamilias a colaborar en ésta obra de la comunidad, enviando cartas y celebrando reuniones. Pero a pesar de su entusiasta labor, la respuesta de la sociedad no fue suficiente, ya que por un lado los trujapenses habían aportado mucho en la reciente construcción del Seminario Menor de Zamora y por tanto no contaban con recursos económicos para ayudar en el nuevo proyecto. Y por otra parte existía cierta desconfianza hacia este por los propósitos tan ambiciosos e innovadores que le rodeaban.

El 7 de Marzo de 1964, con todas estas limitaciones económicas, nace el instituto en una humilde casona localizada donde actualmente se encuentra situado el hotel " El Tarasco ": "Realizados los indispensables trámites legales, el instituto Don Vasco nació, rodeado de pobrezas, en una vieja casa del centro de la ciudad, se comenzó con dos grupos de primero de secundaria, integrados en su mayoría por jóvenes que no habían encontrado lugar en otras escuelas, o que fueron expulsados de ellas por indisciplinados", (Rafael Anaya González).

A pesar del acondicionamiento de la vieja casa, esta resulto inadecuada para escuela, y pronto surgió la necesidad de

buscar un lugar en donde construir si fuera posible, varias escuelas Por este motivo la Asociación Civil solicitó nuevamente el apoyo moral y económico de la comunidad, logrando reunir una suma con la que se inició la construcción del primer edificio, el cual se edificó en terrenos que se habían adquirido para el

Seminario Menor, en lo cuales había espacio suficiente para una escuela de beneficio social como lo era el Don Vasco. Se tuvo que acudir a la solicitud de un préstamo con el aval de algunos de los miembros de la Asociación para concluir ese primer módulo ya que la suma recaudada había sido insuficiente.



En ese mismo año de 1964 se integró al equipo humano de trabajo el Lic. Rafael Anaya González, que se consolidó, desde su llegada como un verdadero gúfa espiritual y pilar de la naciente institución.

Para regocijo de sus iniciadores en noviembre de 1966, la institución daba su primer fruto: la primera generación de estudiantes de secundaria. Pero el problema surgía nuevamente, ya que los muchachos iniciarían sus estudios de preparatoria y no existían instalaciones físicas donde proseguir, ésto se debía a la falta de recursos económicos para continuar la construcción de los edificios que conformarían el Campus Universitario, y el único con el que se contaba sería ocupado por la secundaria.

Afortunadamente por disposición del Sr. Obispo, se tomaron las instalaciones del Seminario Menor para que la preparatoria iniciara sus labores en 1967, ya que los seminaristas aún no se trasladarían de Zamora a la ciudad de Uruapan; fué así que en 1969 se obtuvo la primera generación de bachilleres vasquenses.

En el año de 1970 se decidió dar apertura a la primera carrera profesional: la "Escuela Superior de Administración". Sin embargo la institución no creció



Lic. Rafael Anaya

materialmente había pobreza económica y desaliento en la Asociación, ésta situación llegó hasta el punto de que hubo que desprenderse de la secundaria. Por consiguiente en 1976 la escuela que había llegado a constituirse como una secundaria preocupada por el desarrollo integral de los jóvenes uruapenses, cerró sus puertas definitivamente.

En 1977 con muchas deudas el Don Vasco se inmovilizó, sin la posibilidad de seguir adelante. Fué entonces que el Lic. Rafael Anaya con ayuda de la Srita. Esther Angeles Galván realizó importantes cambios en la administración del instituto, recuperando éste su vitalidad.

El futuro de el Don Vasco se tomó claro y exitoso, mejoró en el aspecto material y fué posible ya la construcción de los nuevos módulos, el número de aulas se incrementó al igual que aumentaron sus integrantes.

Con nuevos ánimos la joven institución iniciaba su período de consolidación, como elemento cultural y educativo en 1977 se integró la segunda carrera profesional: Contaduría Pública y cuatro años más tarde ofrece la licenciatura de Arquitectura.

En 1985, felizmente se da apertura a las carreras de Trabajo Social y

Planificación para el Desarrollo Agropecuario. La comunidad Uruapense sintió entonces al "Don Vasco" como realmente lo era: hecho por y para la comunidad y los padres de familia empezaron a confiarle la formación de sus hijos.

Tres años más tarde, en el verano de 1988, el "Instituto Don Vasco" se consolida como "Universidad Don Vasco" y ese mismo año como respuesta a las necesidades de la ciudad de Uruapan, la "nueva" Universidad abre las escuelas de Pedagogía y Diseño Gráfico.

Actualmente la Universidad recibe



a jóvenes con deseos de estudiar la licenciatura de Ingeniería Civil, y además abre nuevamente su secundaria con una población estudiantil de casi 2500 alumnos, que pone a su disposición departamentos de investigación Social, de Informática y de Psicopedagogía. Y una biblioteca con más de 10,000 ejemplares que se encuentra conectada al banco de información bibliográfica y hemorográfica de Consejo Nacional para la Ciencia y Tecnología una compañía teatral y además, un prometedor grupo coral.

A la tenaz lucha y apoyo tanto de sus iniciadores como de los uruapenses,



debe su consolidación la Universidad Don Vasco, como un centro educativo donde los estudiantes encuentran un excelente ambiente académico además de un espacio para la realización de deportes y actividades recreativas.



# "INTEGRACION Y SUPERACION"

La Universidad Don Vasco ligada a la tradición humanista, manifiesta la idea que afirma que el objetivo de la educación es el perfeccionamiento y realización del hombre, logrando esto a base del desarrollo de todas sus capacidades y habilidades, humanizando su mundo y produciendo cultura.

Dando a los jóvenes los recursos para que manifiesten y pulan sus capacidades fundamentales, el Don Vasco asegura que el hombre obtiene su auténtica realización y verdadera felicidad: "si el Don Vasco dejara de interesarse en los asuntos humanos o se volviera incapaz de apoyar a los estudiantes para que cumplan con su obligación de investigar quiénes son y de que manera pueden ser felices, perdería la razón de su existencia", (Discurso en el 25 Aniversario de la Universidad).

La Universidad consagra su existencia a ayudar al hombre a superar con grandeza de espíritu y ánimo las adversidades en la vida, para ella el hombre es valioso por los valores que posee y no por los bienes materiales con que cuenta ya que las verdaderas necesidades y deseos de este se llevan en el alma y en la mente; obteniendo con esto la formación de individuos con una actitud sana desde el punto de vista intelectual y moral.

Esta institución anuncia las profundas aspiraciones que posee mediante su lema "INTEGRACION Y SUPERACION", estas aspiraciones revelan su filosofía y su auténtica vocación humanista. Ya que "INTEGRACION", implica la unión de todas las clases sociales sin distinción alguna en la comunidad estudiantil, además también se refiere a la búsqueda permanente de la Universidad por la relación de los avances científicos y filosóficos con los valores cristianos; aún más el significado de esta palabra se extiende hasta los padres de familia, que con su confianza y participación contribuyen a la realización de las tareas universitarias.

A su vez, es primordial para la institución la "SUPERACION", ya que esta se interesa por preparar profesionistas cada vez más competentes, con mejores y avanzadas técnicas y conocimientos; promover en los alumnos la necesidad de investigar y comunicar la verdad con la finalidad de ponerla al servicio del hombre y sobre un profundo deseo de superación de espíritu, alentado por el amor al trabajo y el progreso social.

## LA UNIVERSIDAD Y SUS PRINCIPIOS

Como un lugar de formación moral e intelectual, el Don Vasco se cimienta en diez principios fundamentales en los cuales basa su desarrollo y existencial:

- 1.- Inculcar el amor y el respeto a Dios, a la Patria, al prójimo y a nosotros mismos, y la expresión sincera de este afecto en la práctica permanente de la verdad y de la justicia.
- 2.- Conservar y transmitir con dedicación y esmero los conocimientos y la sabiduría que los sabios de todos los tiempos han enseñado y ofrecido al ser humano para un mejor modo de vida.
- 3.- Producir ciencia y virtudes de la más pura y elevada calidad y ser foco de irradiación de estos valores.
- 4.- Invitar constantemente a los jóvenes, de la mejor manera, a que escuchen el auténtico llamado de su naturaleza y a convertir en realidad el haz de hermosas posibilidades que anidan en su ser.



5.- Cultivar con el mismo empeño y entusiasmo la semilla del entendimiento y del corazón, alentando así a que se forman hombres sabios y bondadosos.

6.- Jamás renunciar a la abundante riqueza moral y espiritual que se genera en la convivencia amistosa y fraternal de los que tienen más, en aspecto social e económico, con los que tienen menos.

7.- La autenticidad en el deseo de integración y de superación, y la verdad de nuestro común origen y destino, exigen la radical exclusión

de privilegios. Por lo tanto, en el Don Vasco todos los alumnos tendrán los mismos derechos y obligaciones, sin tomar en consideración niveles de procedencia.

8.- Esforzarse por hacer de cada uno de los miembros de nuestra comunidad universitaria un valiente y decidido defensor de los derechos del hombre. Mantener vivo y encausar con tino el anhelo de libertad y su ejercicio, en alumnos y profesores.

9.- Ver a México y al mundo con grandes y receptivos ojos; pero desde un panorama uruapense y

michoacano; es decir con arraigo y particular afecto a nuestra región.

10.-La Universidad Don Vasco pertenece a la comunidad de Uruapan y a la región, y está representada moral y legalmente por una Asociación Civil. Por ninguna razón lo que nació del altruismo y desinterés deberá convertirse en negocio particular.<sup>(3)</sup>

## LA JERARQUIZACION DE LA UNIVERSIDAD

La Universidad Don Vasco como toda institución legalmente establecida



posee representantes en cada una de sus divisiones, estas son ejecutadas por: (4)

- I.- La Asociación Civil, integrada por ciudadanos de excelente calidad humana y moral; tiene como responsabilidades básicas: la representación legal y moral de la comunidad de Uruapan; el nombramiento del Rector en conformidad con los estatutos universitarios, así como el apoyo a este y a su equipo de trabajo en la tarea de hacer realidad la superación académica y moral de los estudiantes universitarios y además de atender las necesidades materiales y morales; de estos de acuerdo a sus posibilidades.
- II.- El Rector, máxima autoridad y representante legal de la Universidad, tiene a su cargo el mejoramiento cultural y patrimonial de esta, además de ser inspirador de la filosofía universitaria.
- III.- El Director General, toma responsabilidad del manejo administrativo y financiero de la institución y también del mejoramiento académico y docente de la misma, coordinando las acciones realizadas por los distintos funcionarios universitarios y sus

nombramientos.

- IV.- El Secretario General, desempeña la actividad de relaciones públicas con la comunidad en general; estimula y eleva las labores de los directores técnicos y jefes de los diferentes departamentos de la institución, colaborando con el Director General en el seguimiento de políticas y acuerdos tomados, además de resolver los problemas que surgen en esta.
- V.- El Consejo Consultivo, este a su vez integrado por el Rector, Director, Secretario General, Directores Técnicos de las diversas escuelas, Jefe del Departamento escolar y Prefecto, tiene como función el mejoramiento de los mecanismos educativos, las normas pedagógicas y las bases específicas para la administración del proceso enseñanza-aprendizaje de la Universidad.
- VI.- Directores Técnicos, su labor se refiere a la representación de la escuela a su cargo ante la Dirección General de Incorporación y Revalidación de Estudios de la UNAM, además de coordinar el trabajo académico de docentes y alumnos, siendo los responsables de

la actualización y cumplimiento de los planes de estudio y uso de técnicas pedagógicas efectivas.





# LA ESCUELA DE DISEÑO GRAFICO



La escuela de Diseño Gráfico se introdujo a la Universidad Don Vasco pensando en la necesidad que se tenía en la comunidad de Uruapan sobre todo por parte de las empresas, industrias, organizaciones y comercios, por contar con profesionales del diseño para resolver los problemas de comunicación relativos al mejoramiento de la presentación de sus productos, elaboración de promociones comerciales, culturales y turísticas, el control del funcionamiento de la ciudad y edificios mediante un buen diseño de señalamientos, y también considerando que el manejo adecuado y racional en el uso de carteles, señalamientos y anuncios urbanos evitarían la contaminación visual, que es un gran problema de esta ciudad.

Analizando todos estos motivos y como una solución a esta problemática, la dirección de la Universidad, llegó a la conclusión de que la institución podría ofrecer la licenciatura en Diseño Gráfico a los jóvenes uruapenses, ya que ésta se consideraba apta para ello tomando en cuenta, que no se requería un equipamiento muy costoso y por tanto sus posibilidades económicas cubrirían este aspecto, lo cual, no sucedió ya que en los inicios de esta carrera existieron muchas carencias referentes al equipo necesario para ésta.

Por otra parte también se pensó en el desarrollo integral del individuo, desde el punto de vista humano que es la tarea primordial de la Universidad Don Vasco, y es por eso que se consideró que la apertura de esta escuela proporcionaría a los jóvenes una opción más para el desarrollo de sus habilidades e inquietudes creativas.

Fué así como la Universidad solicitó el apoyo del Arq. Javier Gutiérrez Cendejas como Director Técnico de la nueva escuela, que aunque no estaba relacionado directamente con la disciplina de Diseño Gráfico, mostró gran entusiasmo y comenzó rápidamente su labor. El primer problema que surgió fué al conformar la planta inicial de maestros, ya que en la ciudad se contaba con muy pocos profesionistas del Diseño, después la autorización por parte de la Universidad Nacional no se había dado definitivamente lo cual mantuvo en gran incertidumbre a la Institución, pero en 1988 superando todos estos problemas, la escuela de Diseño Gráfico abre sus puertas con un ingreso total de cincuenta alumnos. Felizmente en 1992 se obtiene la primera generación de la Licenciatura. Actualmente esta escuela cuenta con 108 estudiantes, talleres de serigrafía, fotografía, cine, audiovisual y televisión que vienen a satisfacer las carencias de su inicio.

## DEFINICIÓN DEL DISEÑO GRÁFICO Y SU APLICACION

El Diseño Gráfico es la disciplina que pretende satisfacer necesidades específicas de comunicación visual, mediante la configuración, estructuración y sistematización de mensajes significativos para un medio social.

En la Comunicación interviene el aspecto visual que se realiza por medio de imágenes, símbolos y signos, es por eso que la Comunicación Gráfica visual se convierte en un lenguaje completo y variado sobre todo en el siglo XX,



correspondiendo a sistemas sociales específicos. La efectividad de ésta depende de lo objetiva que pueda ser, en cuanto al conocimiento que tengan emisores y receptores del código empleado. El comunicador o Diseñador Gráfico es una arma ideológica importante y eficaz, además de ser una de las pocas profesiones en las que lo que se ejecuta puede permanecer en el tiempo como un idioma que todos entiendan y manifieste el poder de creatividad de la cultura que la origina. Es una actividad profesional propia de nuestros tiempos, considerada como una especialidad dentro de los mejores sistemas de comunicación visual.

Podemos considerar entonces que el Diseño Gráfico es el "arte de la comunicación a través de las imágenes". Su campo de acción es muy extenso, teniendo como aplicación primordial todos los medios de comunicación impresa: libros, folletos, revistas, carteles, envases, etc.



En el cine existe un campo amplio para el diseñador, y de éste la animación es el más importante: de carácter informativo, especulativo, crítico, ilustrativo o didáctico; completa el campo del cine la realización de títulos y créditos del tema expuesto en el filme. La televisión ofrece un campo similar al

anterior pero mucho más amplio por ser más variados los temas, además que los conceptos de formato proporción, composición, jerarquización, legibilidad y color son diferentes por las variaciones en la técnica y proporción de su presentación.

En todos estos aspectos que conforman el Diseño Gráfico, se manifiesta una característica que condiciona la funcionalidad de la disciplina y se refiere a la identificación de la imagen propuesta con la que esta representa.

## APTITUDES DEL ESTUDIANTE DE DISEÑO GRAFICO

- Tener capacidad de observación y una conciencia social, debiendo contar con cierto desarrollo de la percepción visual.
- Capacidad de representación y creatividad.
- Habilidad mental para la fijación visual de lo observado.
- Capacidad de abstracción y de expresión.
- Tener una actitud social de integración interdisciplinaria y de equipo.

- Interés hacia la función de los objetivos y su optimización, así como del mensaje visual y su transformación.
- Ser disciplinado, constante y organizado para sostener la carga de trabajo que implica el estudio de esta especialidad.
- Manejo correcto del idioma y capacidad persuasiva.

instrumentar la comunicación visual planificada para satisfacer las demandas sociales: ubicando al alumno política y socialmente en la realidad, enseñarlo a utilizar adecuadamente las técnicas y medios de comunicación, fomentar una actividad crítica y autocrítica responsable y creativa para transformar su medio de trabajo, en fin desarrollar la investigación teórica y práctica del Diseño Gráfico en particular.

## PLAN DE ESTUDIOS

La licenciatura en Diseño Gráfico procura formar profesionales en un marco teórico-práctico, capaces de

Esta carrera se cursa en ocho semestres académicos que constan de conocimientos teóricos y la relación de estos con laboratorios y talleres técnicos:



### I SEMESTRE

- Historia del Arte I
- Teoría del Conocimiento I
- Taller de Redacción I
- Principios de Orden Geométrico I
- Dibujo I
- Factores Humanos del Diseño I
- Taller de Diseño I
- Taller de Serigrafía I

### II SEMESTRE

- Teoría del Conocimiento II
- Historia del Arte II
- Taller de Redacción II
- Principios de Orden Geométrico II
- Dibujo II
- Factores Humanos del Diseño II
- Taller de Serigrafía II
- Taller de Diseño II

### III SEMESTRE

- Historia del Arte y Diseño I
- Factores Económicos para el Diseño I
- Teoría de la Comunicación I
- Psicología del Diseño I
- Dibujo III
- Técnicas de Representación Gráfica I
- Laboratorio de Fotografía I
- Taller de Diseño III

### IV SEMESTRE

- Historia del Arte y del Diseño II
- Factores Económicos para el Diseño II
- Teoría de la Comunicación II
- Psicología del Diseño II

- Dibujo IV
- Técnicas de Representación Gráfica II
- Laboratorio de Fotografía II
- Taller de Diseño IV

### V SEMESTRE

- Teoría de Arte y del Diseño I
- Seminario de Análisis de la Realidad Nacional I
- Semiótica I
- Génesis I
- Técnicas de Representación Gráfica III
- Laboratorio de fotografía III
- Técnicas de Impresión I
- Taller de Diseño V

### VI SEMESTRE

- Teoría del Arte y del Diseño II
- Seminario de Análisis de la Realidad Nacional II
- Semiótica II
- Génesis II
- Técnicas de Representación Gráfica IV
- Laboratorio de Fotografía IV
- Técnicas de Impresión II
- Taller de Diseño VI

### VII SEMESTRE

- Investigación del Campo Profesional I
- Seminario de Tesis I
- Tecnología para el Diseño I
- Laboratorio de Audiovisual I
- Laboratorio de Cine I
- Laboratorio de Televisión I
- Taller de Diseño VII

### VIII SEMESTRE

- Investigación del Campo Profesional II
- Seminario de Tesis II
- Tecnología para el Diseño II
- Laboratorio de Audiovisual II
- Laboratorio de Cine II
- Laboratorio de Televisión II
- Taller de Diseño VIII

Al concluir el curriculum de materias y previa presentación de examen profesional, el estudiante de esta carrera recibe el título de Licenciado en Diseño Gráfico.

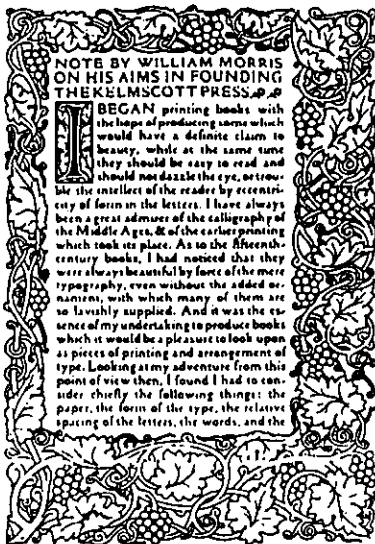




# ***CAPITULO 3***

# DISEÑO GRAFICO Y PUBLICITARIO

30



Se denomina diseño gráfico a la transformación de ideas y conceptos en una forma de orden estructural y visual. El término diseñador gráfico no se utilizó hasta 1922 y fue dado por el norteamericano William Addison Dwiggins, aunque pueden encontrarse ejemplos de diseño entre los fenicios, que presentaron gráficamente un alfabeto para representar el lenguaje hablado. Conforme fue extendiéndose el uso de la palabra escrita aumentó la necesidad de organizar correctamente el material creado, que dio pie al surgimiento del diseño.

En el siglo XX con la revolución industrial y la aparición de la litografía se originó el punto de partida del diseño moderno. El artista y escritor William Morris en 1890, fundó la Kelmscott Press, una imprenta dedicada a la impresión de libros de buena calidad, inspirándose en la ornamentación medieval y en las formas vegetales creando diseños naturistas y formales. Aubrey Beardsley sintetizó las ideas de la Kelmscott Press y las combinó con el estilo de las estampas xilográficas japonesas, trabajando en blanco y negro con el fin de subrayar el contraste entre lo natural y lo geométrico.

El movimiento modernista que nació en Francia a finales del siglo XIX como una síntesis del arte europeo y de las estampas japonesas tuvo entre sus primeros seguidores al pintor francés Henri Toulouse-Lautrec, famoso por sus carteles sobre la vida nocturna de París. Sin embargo, fue Alphonse Mucha un pintor checo quien llevo el arte del cartel modernista a la perfección máxima.

La mayor parte de los movimientos artísticos de principios del siglo XX rechazaron la fluidez de las formas orgánicas y los motivos ondulantes del modernismo. Influenciados por la violencia que asoló Europa durante las dos primeras décadas del siglo, el cubismo, el futurismo, dadá y surrealismo, y el constructivismo ruso dejaron una huella profunda en el lenguaje del diseño gráfico.

En 1919 la escuela de la Bauhaus introdujo muchas ideas innovadoras en el diseño gráfico y en otras áreas de la creatividad, su influencia aún se detecta en muchas prácticas tipográficas en uso. En los años treinta el tipógrafo alemán Jan Tschichold adoptó las ideas de la Bauhaus y creó a partir de ellas un estilo propio más refinado, incluyendo fotografías en diseños en lo que hasta entonces solo se había utilizado ilustraciones; rechazando el decorativismo y concentrándose en lo puramente funcional. Sin embargo, en los años cuarenta se orientó por un tratamiento más humanista con tipos tradicionales.

En los cincuentas, los diseñadores suizos desarrollaron lo que se llamó Estilo Tipográfico Internacional, sus aspiraciones eran la legibilidad y el orden, para crear sus tipos sin pie de letra recurrieron al uso de gráficos matemáticos, reproducciones y fotografías. Una innovación muy influyente fue la alineación de texto a un solo lado.

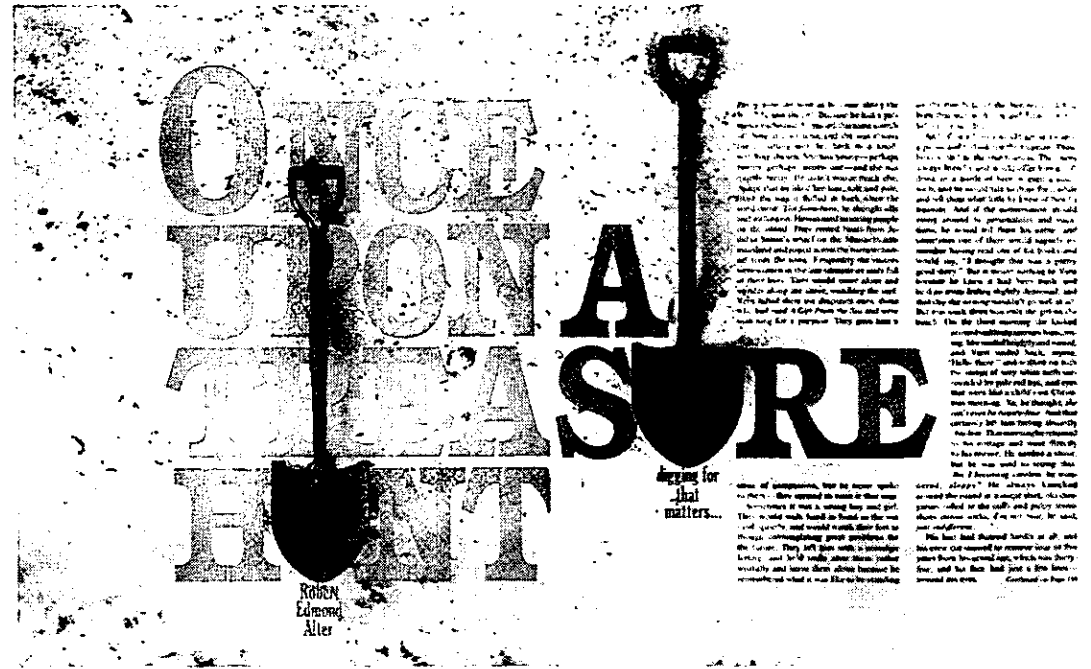
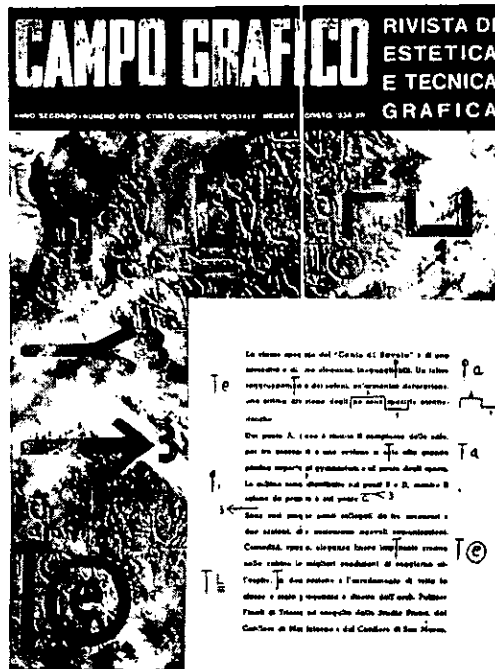
La vanguardia de la creación artística se desplazó de Europa a Estados

Unidos, donde los diseñadores trataban de presentar la información de manera directa y abierta, pero expresando sus propias ideas. Los seguidores de lo que acabaría por llamarse expresionismo gráfico, combinaban collage, fotomontaje, caligrafía, símbolos y otros elementos.

Los años sesentas se caracterizaron por una mayor insistencia en los elementos simbólicos y una conciencia más universal del diseño, en Suiza

floreció un movimiento postmoderno que abandonó el inicial del párrafo, permitiéndose cambiar de cuerpo a medias de un texto, aumentaron la separación entre letras y diseñaron nuevos tipos en respuesta a la innovación tecnológica.

Desde la segunda guerra mundial, los límites del diseño gráfico se han ampliado para cubrir las necesidades de las grandes compañías industriales y las agencias de publicidad. Las imágenes





publicitarias y las firmas comerciales tienen una importante función en el arte gráfico y actualmente en plena era electrónica.

La clave para la composición y el diseño publicitario es la influencia de una determinada moda o tendencia. Los diseños están fuertemente influidos por algunas agencias de diseño altamente progresistas y creativas, que tienen renombre por lanzar estilos de comunicación publicitaria. El reto de la competencia masiva, existe tras cada uno de los anuncios publicitarios, vuelca sobre el diseñador la tarea de llegar a diseños adecuados y con estilo propio, que se basan, como cualquier otro diseño, en una buena inventiva compositiva. Por lo tanto, estos diseños son unos excelentes temas de investigación, pues algunos se han ideado con mucho ingenio. Existen diversas composiciones publicitarias que se estudian desde sus inicios, como conceptos originarios del diseño, hasta las afinadas sutilizas que se llevan a la imprenta.

El diseño publicitario se divide en muchas áreas. La principal fuente del trabajo del diseño gira entorno a los anuncios impresos, en la mayoría de los cuales las imágenes son dinámicas y poderosas. El método de trabajo es renovador, aunque a veces carezca de

**Parker's Law**

As Parker has a laboratory where scientists delight in torturing our pens...

1. What if a pen is flung forward suddenly, as when a car stops abruptly or your bag gets thrown across a road?

2. What if the owner, in any traffic accident, takes her pen out of her pocket and between times a day can the clip take it?

3. What if someone leaves the cap off one of our five-tip pens overnight?

4. What happens if a man has a nervous twitch as in the Crime Mystery as it clicks his ball-pen all day long? They make a machine that does everyone's nuts by doing just that.

5. Here's a crazy one. What if some stage traveller should suddenly retreat from ground level to 7,000 feet (uninsured)? Or from 60°F to 90°F?

6. What if you lose your Parker?

7. What if you lose your Parker?

8. Here's a crazy one. What if some stage traveller should suddenly retreat from ground level to 7,000 feet (uninsured)? Or from 60°F to 90°F?

9. You might say he deserves it. He gets. But one thing he won't get is a pocketful of ink.

10. Parker's Law is a free insurance scheme on our more expensive models.

11. We think this makes us the only pen manufacturer who guarantees that your pen will write and go on writing even if you lose it.

**PARKER**

**Parker's Law**

As Parker has a laboratory where scientists delight in torturing our pens...

1. What if a pen is flung forward suddenly, as when a car stops abruptly or your bag gets thrown across a road?

2. What if the owner, in any traffic accident, takes her pen out of her pocket and between times a day can the clip take it?

3. What if someone leaves the cap off one of our five-tip pens overnight?

4. What happens if a man has a nervous twitch as in the Crime Mystery as it clicks his ball-pen all day long? They make a machine that does everyone's nuts by doing just that.

5. Here's a crazy one. What if some stage traveller should suddenly retreat from ground level to 7,000 feet (uninsured)? Or from 60°F to 90°F?

6. What if you lose your Parker?

7. What if you lose your Parker?

8. Here's a crazy one. What if some stage traveller should suddenly retreat from ground level to 7,000 feet (uninsured)? Or from 60°F to 90°F?

9. You might say he deserves it. He gets. But one thing he won't get is a pocketful of ink.

10. Parker's Law is a free insurance scheme on our more expensive models.

11. We think this makes us the only pen manufacturer who guarantees that your pen will write and go on writing even if you lose it.

**PARKER**

sutileza. Estos anuncios, y los miles que se han producido, requieren toda la habilidad e ingenio del diseñador para dar un nuevo giro visual a este aspecto tan familiar de anuncios de ventas. Los diseñadores que producen este tipo de imágenes son creativos y altamente experimentados en este campo particular.

De entre todos los vehículos para la transmisión del diseño gráfico, la revista es indudablemente una de las fuentes más ricas y apreciadas por lectores y

diseñadores para la difusión de ideas innovadoras y estimulantes.

Las revistas cultivan el diseño para mantener las cualidades que su público espera de ellas, es muy importante que sus diseños tengan una fuerza deliberada que, a la vez ponga de manifiesto la intención del proyecto, mostrando un sello personal característico.

**PASTA. HOW OUR SAUCES MAKE A MEAL OF IT.**

**Knorr**

**WE REALLY MAKE A MEAL OF IT.**

*Knorr's pasta is made from the finest durum wheat semolina. It's made in a special way that gives it a unique texture. It's the only pasta that's made in a special way that gives it a unique texture. It's the only pasta that's made in a special way that gives it a unique texture.*

*Knorr's pasta is made from the finest durum wheat semolina. It's made in a special way that gives it a unique texture. It's the only pasta that's made in a special way that gives it a unique texture. It's the only pasta that's made in a special way that gives it a unique texture.*

*Knorr's pasta is made from the finest durum wheat semolina. It's made in a special way that gives it a unique texture. It's the only pasta that's made in a special way that gives it a unique texture. It's the only pasta that's made in a special way that gives it a unique texture.*

**ELLE**  
DECEMBER 1988  
\$2.50

**DRINKS EXTRA GET THE FESTIVE SPIRIT!**

**RAD BOYS**  
HELMUT  
NEWTON  
HOWARD  
BRENTON  
& DAVID HARE

**RAD HARTS**  
SUSE ORBACH ON  
OR

**RAD WH**

**NEW YEAR'S ISSUE**

**WOMEN IN MUSIC**  
THE NEW  
BATTLE CRY

**MARGARET ATWOOD**  
A POWERFUL  
NEW WORK

**MICKEY ROUSSE**  
A REAL  
PRIZE  
FIGHTER

**YEAR IN FOCUS**  
THE BEST AND  
THE REST OF '88

**Flory!**  
LENGTH  
OF FASHION

# ANTECEDENTES DE LA REVISTA

## LESLIE'S WEEKLY

Vol. XLV. No. 1149. New York, May 21, 1932. Price 10 Cents.



PRESIDENT ROOSEVELT WAVING A ROLLER-RIDER PHOTOGRAPH IN DENVER.—Lesley.

La revista no tiene auténticos precedentes en la imprenta preindustrial. Es un invento de la revolución Industrial y, como tal, ha madurado en una relación de mutua dependencia con el Movimiento Moderno en el diseño gráfico. La historia del diseño de revistas es la lucha por apartarse de la tipografía tradicional de libros y diarios, y por crear una nueva síntesis de texto y fotografía.

Hasta la última década del siglo XIX no empezaron a darse condiciones sociales y los procesos técnicos requeridos para la producción de revistas modernas de circulación masiva. La revista crecerá de un formato visual único; en consecuencia, se convirtió en un medio ideal para la exploración gráfica. Era un nuevo tipo de fuente de información aplicable a los requerimientos de una sociedad altamente estructurada, pero en curso de rápido cambio.

La revista moderna nació directamente de la invención de la reproducción fotográfica y de la automatización de la imprenta. Se asimilaron las nuevas tecnologías a través de la experimentación de nuevas formas de composición tipográfica y espacial; así, el diseño de revistas contemporáneo evolucionó en gran medida de forma paralela a la nueva estética desarrollada inmediatamente después de la Primera Guerra Mundial en Alemania, Unión Soviética y los Países Bajos. A mediados de la década de 1930, el formato moderno de elementos integrados en el que los componentes gráficos y escritos se amplificaban por medio de la combinación, se refinó y, aplicó comercialmente a las revistas populares en los gigantescos conglomerados editoriales de Estados Unidos.

Mientras el diseño de revistas se mantuvo como una actividad artesanal, resultaba inevitable que la composición tomase las formas tradicionales del libro. Muy pocas de las características gráficas individuales propias de la revista se establecieron antes de 1900. La revista sólo se distinguía del libro por su portada frágil y flexible; los titulares se parecían a los encabezamientos de los capítulos; la disposición de la tipografía era simétrica; el texto se desarrollaba de arriba abajo en columnas sencillas o dobles, a la manera de un libro; y las ilustraciones se colocaban ocupando la página entera opuesta al texto, o unidas a él sólo cuando la tipografía se colocaba rodeando las láminas. Muchos de estos rangos prosiguieron hasta bien entrado el nuevo siglo, y todavía hoy se les puede encontrar en revistas técnicas o literarias.

Mediante el tratamiento de la doble página ilustrada como una sola unidad, se rompieron las normas convencionales de la revista ilustrada, cuando a finales de los años veinte, los primeros directores de arte comerciales acabaron con el conservadurismo artesanal y aportaron una sensibilidad moderna al diseño de

revistas. Al principio, el impacto de los nuevos métodos de imprenta, fotografía y reproducción fotomecánica estuvo reducido a los ciclos de producción, impresión y distribución. Los editores utilizaban la nueva tecnología para incrementar la circulación, dar respuesta

más rápida a los acontecimientos e incorporar las ilustraciones, pero la presentación y la composición permanecieron casi idénticas. El estilo decorativo y simétrico persistió, el diseño, a excepción del tema de ilustración de la portada, todavía no tenía el reconocimiento de la actividad independiente.

412 A Lady of Comedy



comely rises with Mr. Drew, I had a brief ex- perience with "The Rangers," a play by Alvanista T. ...



Vivacious Vivian I "TOT" sure a ... I was born in ... Michigan. As far back as I can remember, my mother was never opposed to my going on the stage, rather the contrary. Best bet here!



August Cosmopolitan 15 Cents Here It Is! Rex Beach's new story with 20 other big features All in this issue of America's Greatest Magazine

## LAS REVISTAS ILUSTRADAS Y LA REVOLUCION FOTOGRAFICA

La revolución fotográfica se afianzó contra la voluntad de muchos editores de revistas de la época. A partir del invento del daguerrotipo se estableció una batalla entre fotografía e ilustración, en la cual, cada una de ellas tomó características de la otra. Los artesanos laboraron tales milagros con los sombreados de líneas entrecruzadas que las ilustraciones tomaron unas calidades realistas, rara vez superadas por las primeras fotografías, y los facsímiles fotográficos impresos en las revistas estaban tan retocados que parecían dibujos. Gran parte del material fotográfico publicado en los semanarios se trataba como ilustración.

Al principio, la fotografía en las revistas se empleaba para reproducir ilustración, para transferir dibujos a una superficie sensibilizada de una plancha de madera, según un sistema mecanizados de grabado.

En 1872 se inventó la cincografía, que creó grandes oportunidades de diseño nuevo, mediante la combinación de fotografía y el fotograbado de líneas.

Durante las décadas de 1850 se ensayaron diversas técnicas de fotograbado sin trama, pero existía la dificultad de que estos grabados requerían un papel especial y una prensa para imprimir la imagen; por lo tanto era imposible producir imágenes y texto en una sola prensa utilizando papel ordinario.

El grabado conjunto de fotografías en blanco y negro con texto se hizo

posible gracias al proceso de fotograbado de medio tono o tramado. Entre 1870 y 1900 mientras los impresores luchaban por perfeccionar el proceso de tramado, la ilustración de revistas gozaba de su era dorada. La litografía en color nacida de los experimentos realizados por Jules Cheret en 1860, llevó el color a las revistas por primera vez y proporcionó una libertad artística sobre la que se basaron muchas de las invocaciones



LES STATISTIQUES.

— Répétition, lorsque doit dériver la publication le nombre des techniques données transparentes.  
— Le tout sera le bon traitement le plus propre leur rendre!



LES PROFESSIONNELLES.

— C'est tout de même rigoureux de ce point de vue... (interrogés individuellement, par un seul de nous, dit-on, qu'il se...)

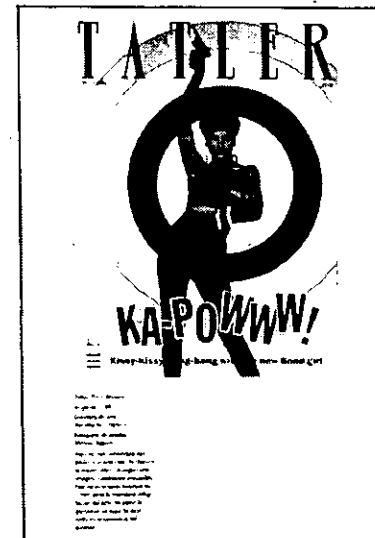
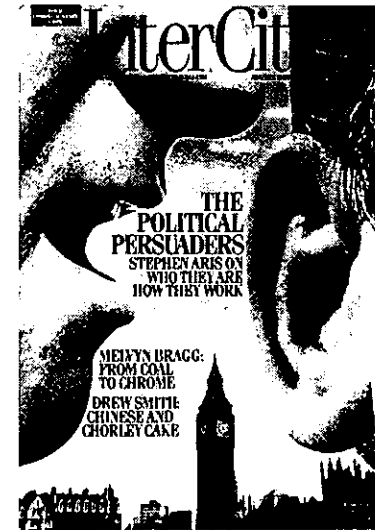
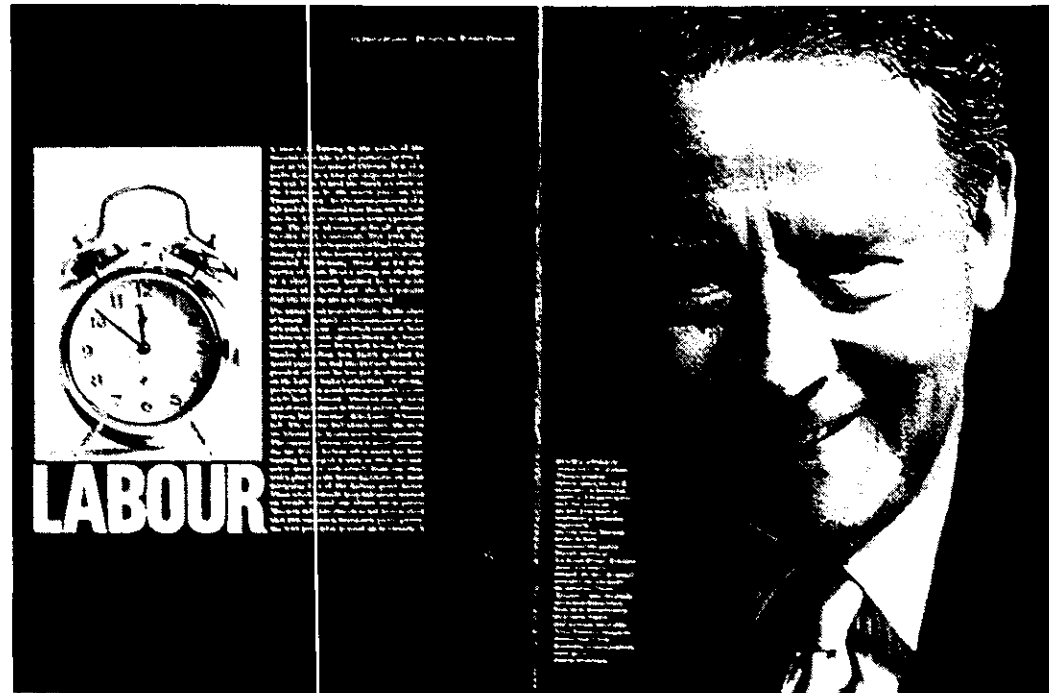
aportadas por el movimiento Moderno en el diseño Gráfico.

El desarrollo de la composición interna de la revista fue independiente del de las revistas artísticas ilustradas. La tecnología había creado el potencial para obtener revistas de masas de elevada calidad.

En la primera década del siglo XX se empezó a evidenciar que las nuevas

formas de composición de página en las editoriales comerciales se desarrollaban de forma bastante autónoma respecto a la vanguardia académica.

Hasta que no se dejó a un lado la definición preindustrial del arte, con la adecuada articulación del arte moderno, no se volvió a hacer uso de la fotografía de forma agresiva y desinhibida como acompañamiento de la letra impresa.



# DISEÑO DE REVISTAS



La revista es un medio impreso de circulación masiva, es un producto comercial y medio de venta a la vez; las revistas son consideradas como un medio permanente, pues tanto sus lectores primarios como secundarios, generalmente las conservan. Existen revistas especializadas en alguna disciplina: arquitectura, fotografía, medicina, diseño gráfico, etc. Es frecuente que éstas publiquen artículos serios, como cursos técnicos, investigaciones científicas, reportajes muy extensos, etc., que a los lectores les interesa conservar. Otras revistas, por la índole de su contenido, excelente presentación y por la belleza de su material gráfico, son coleccionables.

En muchas bibliotecas, gran parte del espacio está destinado a revistas especializadas. Abundan las librerías que venden gran cantidad de revistas con edición atrasada. Aunque algunos anuncios llegan al lector fuera de tiempo, el mensaje institucional es válido. Esta característica hace que la información llegue a mayor número de ellas y a cada una de ellas, repetidamente.

Otra de las características importantes de las revistas es que profundizan en los temas expuestos, por lo que los lectores acuden a ellas en momentos de tranquilidad y dedican más tiempo a su lectura que a otros medios impresos. Esta cualidad permite publicar anuncios con textos más largos, con la seguridad de que el lector tendrá tiempo y ánimo para leerlos.

En el ámbito de la comunicación, las revistas juegan un papel muy importante, pues todos los públicos ven satisfechas sus necesidades personales, ya que existen revistas para todos los gustos y de todos los tópicos.

La estructura periodística de las revistas se puede dividir en: editorial, que como en los periódicos está dedicada a difundir el pensamiento filosófico, social o político de sus editores. Los artículos de fondo generalmente son muy extensos casi siempre se publican en un lugar fijo; los reportajes pueden ir abundantemente ilustrados en ocasiones se les publica en uno o varios números; los artículos instructivos también van ilustrados.

La revista puede estar dividida en secciones fijas, en las que el lector asiduo encontrará la lectura de su predilección. Generalmente las revistas tienen un número determinado de páginas destinadas a la publicidad, pero hay otras que intercalan sus anuncios entre los artículos.

## FORMATO DE REVISTAS

El formato de las revistas es usualmente submúltiplo de un pliego; esto es, carta, media carta y cuarto de carta. Los diseñadores de revistas cuidan de que el tamaño de éstas resulte cómodo para el lector; de que ocupe poco espacio y que se pueda leer en cualquier lugar. Esto ha dado acasión para publicar los tamaños de "bolsillo" que son precisamente media carta, el cuarto de carta y el cuarto de oficio.

Los originales para la impresión de revistas, se arman sobre pliegos de papel, donde se colocan varias páginas de tal

manera que, al ser plegado de cierta forma las páginas queden automáticamente en el orden en que están foliadas y listas para encuadernarse; todo este proceso es conocido como "imposición".

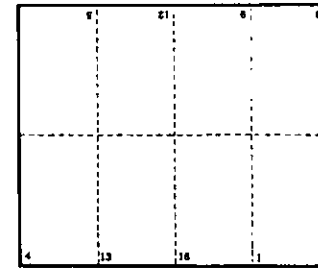
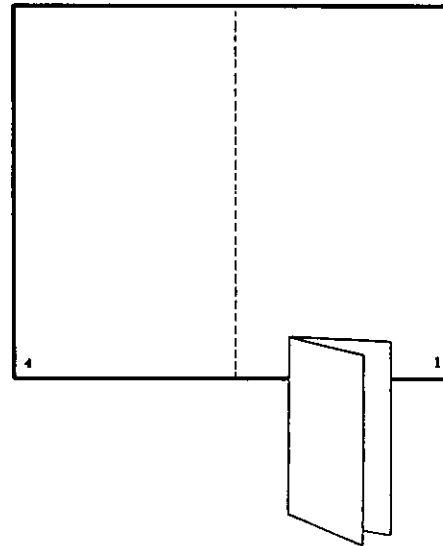
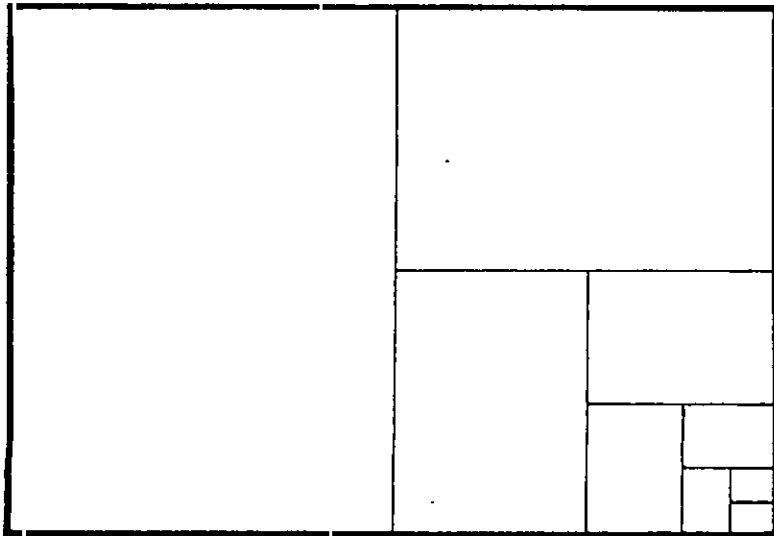
Además de colocar las páginas en el orden correcto, hay que preveer márgenes entre algunos bordes para luego cortar y doblar.

En el pliego que sale de la máquina hay impresas varias páginas, para esto se imprime primero éste por la cara, se retira, se le da vuelta y se vuelve a imprimir de manera que las páginas

queden respectivamente detrás de las que corresponden.

Por otra parte los pliegos se pasan por la máquina plegadora, que salen de ésta en grupos de páginas ordenadas, que se llaman cuadernillos; cabe mencionar que la imposición de las páginas depende de la máquina de plegar que se utilice.

El procedimiento comercial de plegado más común, consiste en pasar el pliego sobre un lecho plano en el que existe una ranura, a través de la que una cuchilla de borde redondo empuja el pliego, que posteriormente pasa entre un par de cilindros que doblan el papel por



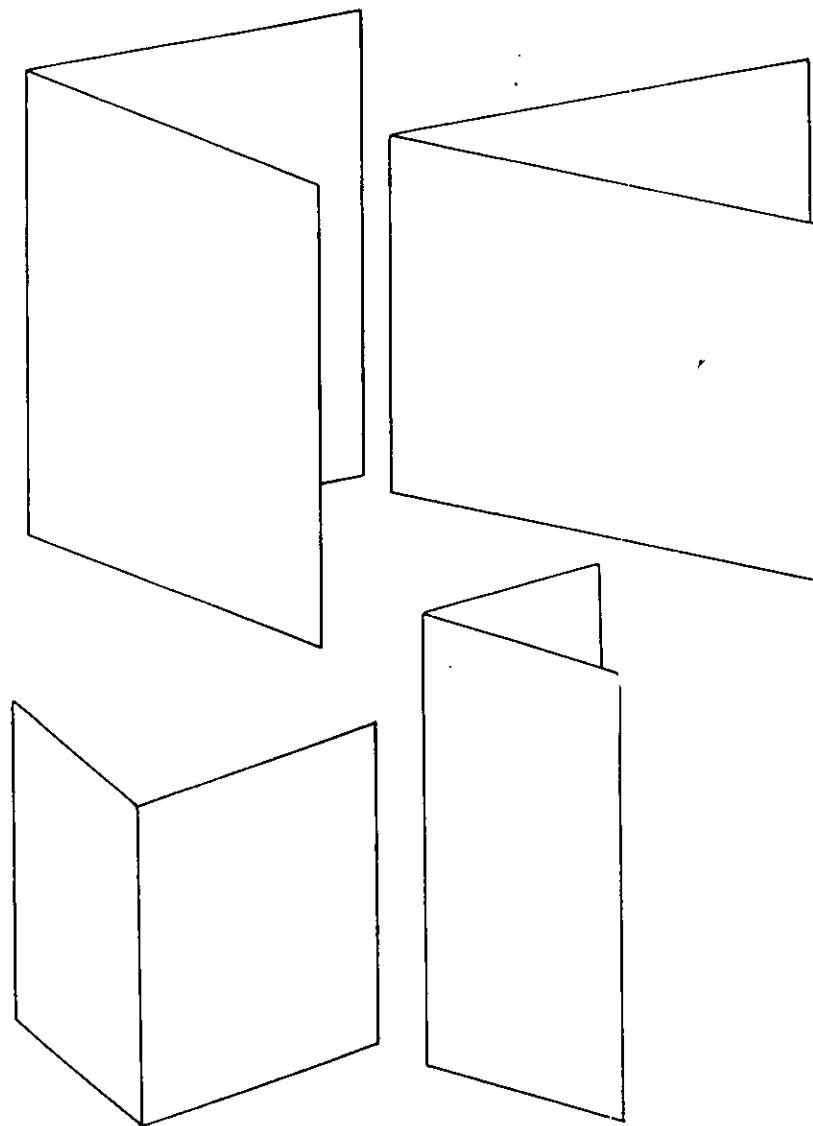


la línea exacta, el plegado que generalmente se utiliza para las revistas es el de un cuadernillo de 16 páginas, para esto es necesario doblar el pliego tres de la forma anteriormente descrita.

Cuando es necesario plegar un material más grueso, como el cartón, primero se raya a lo largo de la línea del pliegue para romper las fibras y facilitar la operación.

Antes de saber las formas de las retículas de las revistas, es necesario hacer algunas consideraciones sobre el papel en el que se va a imprimir el diseño. Es esencial el uso económico del papel, sobre todo en el utilizado en la impresión de revistas ya que el tiraje es muy extenso y es responsabilidad del diseñador tenerlo muy en cuenta. Existen medidas estándar que obedecen a las medidas que admite la máquina de impresión.

Una vez decidido el tamaño y forma del papel, se podrá desarrollar la composición de la retícula para el formato elegido, con el fin de determinar la idoneidad de la composición para el concepto concreto del diseño.



## RETICULAS

La disposición de los elementos del diseño dentro de un espacio dado, representa un problema para todos los diseñadores, esto ha conducido a la creación de ciertas reglas y fórmulas utilizando líneas guía para ordenar la información que se exhibe de una forma equilibrada aunque creativa.

La necesidad de equilibrio, estructura y unidad rige todas las formas de imágenes gráficas. En el diseño gráfico estas cualidades se obtienen a través del control cuidadoso de la

medición del espacio. El espacio, considerado como área de diseño, muchas veces puede ser controlado y utilizado de manera dinámica.

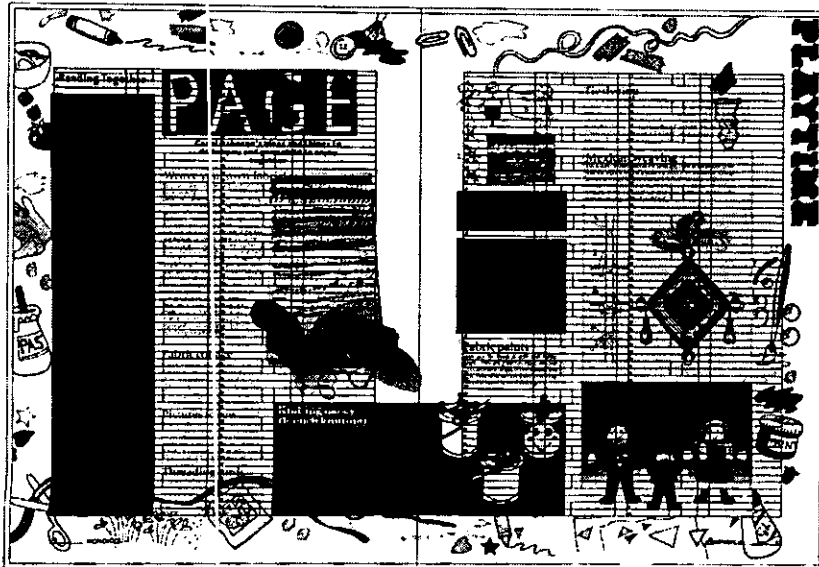
Para componer de manera eficaz y llamativa que atraiga la atención del público un extenso texto, títulos, subtítulos, fotografías, ilustraciones y todo tipo de recursos de apoyo, es necesario realizar una aproximación formal del rompecabezas. La solución a estos problemas se encuentra en el empleo de una retícula. La retícula, o pauta, es la división geométrica de un área en columnas, espacios y márgenes medidos

con precisión. Las columnas representan las zonas verticales en que se alineará el texto. Estas mismas divisiones influirán en la posición de otros elementos, tales como tipos de mayor tamaño, fotografías e ilustraciones.

La retícula es la forma más simple de conseguir un aspecto equilibrado; también se utiliza en la construcción de material de exhibición, como el utilizado en una revista, periódico o diario de publicación regular. Estos son los campos más característicos y obvios del uso de retículas para individualizar el aspecto de una publicación. Una vez establecido este estilo, el carácter de la publicación se hace inconfundible.

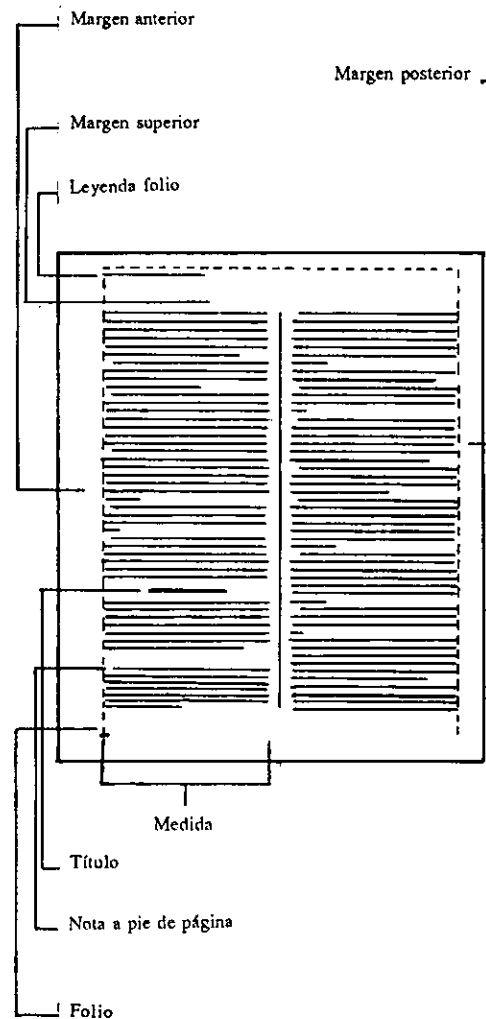
## ESTRUCTURA DE LA RETICULA

La estructura básica del diseño de la retícula contiene puntos de referencia como son el folio, que indica la posición del número de la página; las anchuras de las columnas opcionales, que son divisiones del espacio en forma de módulos lineales o laterales basados en magnitudes matemáticas y geométricas; los márgenes, márgenes interiores, divisiones de columnas e indicadores de encabezamientos o de recursos gráficos.



Otros rasgos de la retícula son el tamaño del exterior del área de diseño y las medidas del corte de la página o diseño terminado. Siempre se deja un margen adicional de 3mm. de ancho, con el objeto de que este pequeño espacio sirva para solapar áreas de color o de tema ilustrativo que salgan de la página y para usarlo como margen de seguridad cuando se recorta la página después de la impresión. La ilustración o color se imprimen también utilizando esta pequeña área, la cual se recortará para que no haya peligro de que aparezca un borde blanco en el papel que se ha dejado sin imprimir. Las marcas que se utilizan como guías para cortar son conocidas como "marcas de corte", y son líneas interiores del margen adicional.

La principal característica de una retícula debe ser su facilidad de uso, por lo cual, conviene reflejar las líneas para el texto, con su correspondiente numeración, ya que la retícula es usada para más de una medida de tipo, el tamaño alternativo puede reflejarse al margen adicional para facilitar la colocación y puesta en posición, y será mucho más fácil establecer rápidamente el espacio exacto de colocación del tipo, que a la vez, dará flexibilidad para desplazarlo libremente.

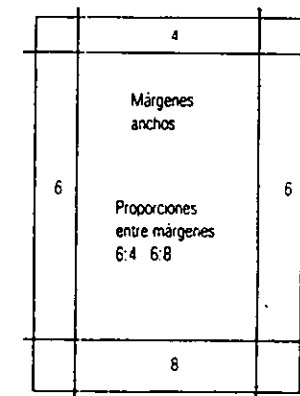


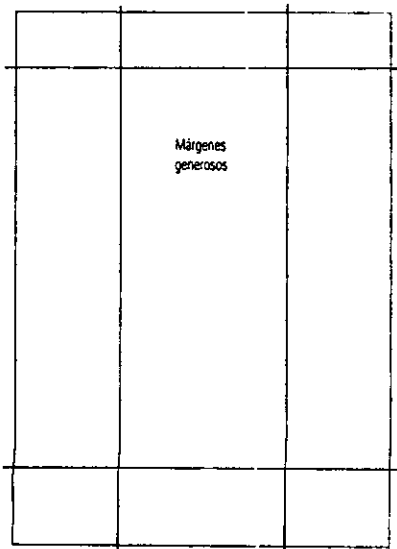
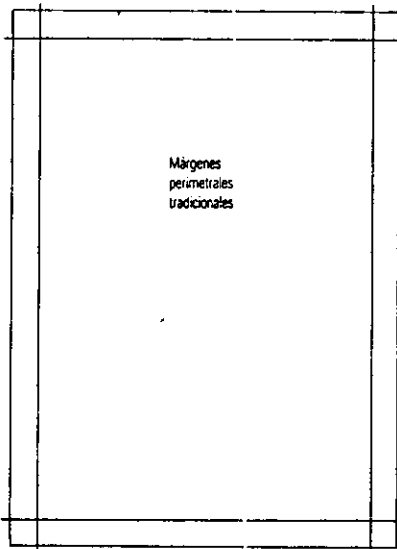
## VARIANTES DE RETICULAS

Existen varias opciones para el diseño de retículas, puesto que el área de diseño puede dividirse en tantas columnas como se quiera, tomando siempre en cuenta la funcionalidad de la anchura de las mismas.

### Retícula a una simple columna

El diseño de una retícula a una sola columna es la opción más simple y fácil colocando un margen perimetral en blanco, creando así una zona central para los elementos del diseño, este margen puede trazarse en cualquier anchura y longitud, según se pretenda incrementar o disminuir la zona del diseño en cuestión.

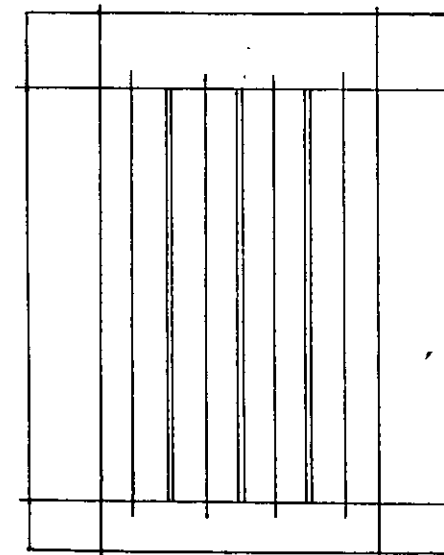
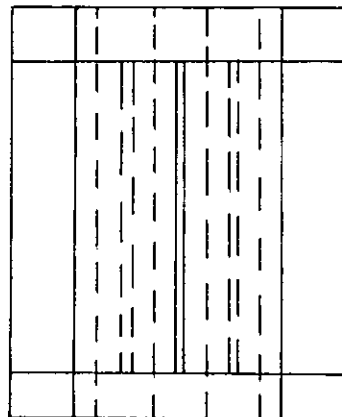




### Retículas de 2 a 4 columnas

Estas retículas permiten una considerable flexibilidad, pues la retícula de 2 columnas puede mantenerse para cualquier tamaño del espacio de diseño o subdividirse en 4 columnas. La flexibilidad de la división en 4 columnas se encuentra en la facilidad que se obtiene para dejar una de ellas sin utilizar para los elementos del diseño, lo cual dejará un amplio margen para contrapesar el texto.

Las retículas de 2 y de 4 columnas pueden emplearse con elegancia. La disposición estratégicamente equilibrada de los elementos del diseño y las ilustraciones, permite crear composiciones tanto formales como informales.



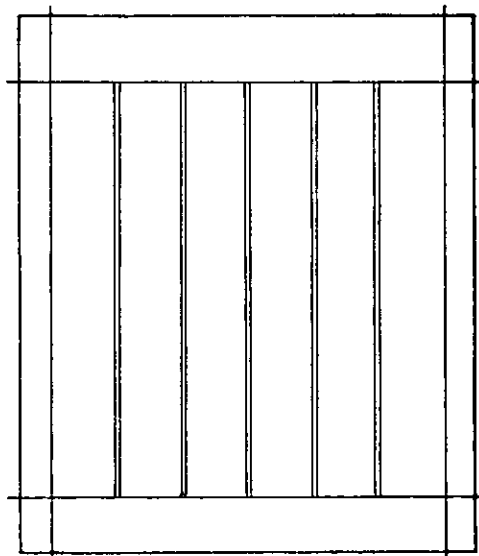
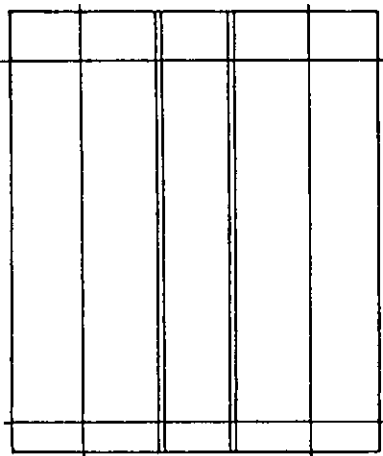
### Retículas de 3 y 6 columnas

Las retículas de 3 columnas frecuentemente son utilizadas en la composición de revistas, hojas informativas y cierto material publicitario. Es un formato corriente, seguro, pero poco audaz. Si sobre este formato se colocan imágenes rectangulares, su posición normal será ocupando la anchura de una columna sencilla, para acentuar el texto sin sobrecargar demasiado la página. Sin embargo, se puede romper la rigidez del código visual de esta.

Aunque la disposición de la retícula de 3 columnas pueda producir

composiciones extremadamente formales, no tiene porqué ser tediosa si se da un giro sutil a la estructura del diseño.

En la gama de las retículas basadas en 3 columnas, es posible crear 6 columnas. Esta disposición puede no ser la más idónea para el texto de un trabajo corriente de diseño, pues los caracteres de cada columna tendrían que ser demasiado pequeños para colocarlos en una forma agradable y legible. Sin embargo, esta división del texto en 6 columnas podría ser utilizada para una lista de nombres o catálogos en los que se utilizan pies para apoyar imágenes o cuando predomina el tema gráfico sobre el texto. La alternativa entre 3 y 6 columnas en páginas adyacentes, en ocasiones puede crear un interesante equilibrio visual.



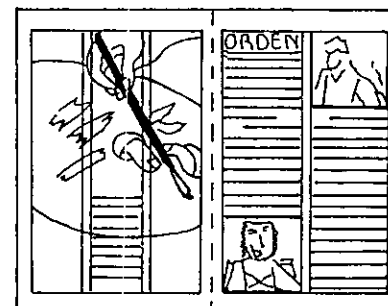
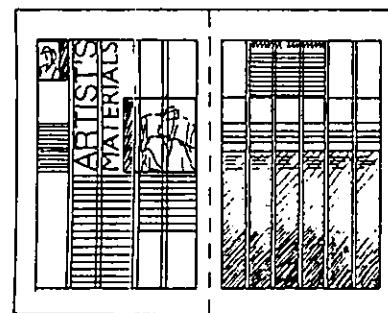
### Combinación de formatos de retículas

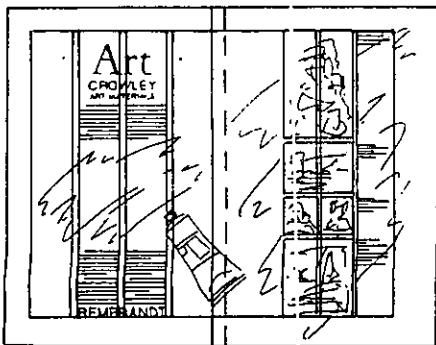
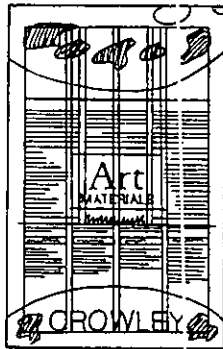
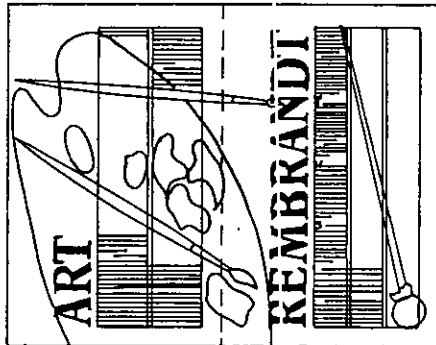
Existen muchas maneras de crear formatos de retículas, disponiendo los elementos de una forma que produzcan diversas composiciones de un diseño, ya sea reduciendo o ampliando estos componentes a través de diferentes equilibrios y desequilibrios de proporciones.

Un método para conseguir cierto juego dentro de una retícula creando equilibrio y énfasis inusuales, es provocar una situación en la que estos efectos se introduzcan dentro del área de diseño, lo cual permitirá situar a los elementos de

diseño dentro de la disposición de columnas con mayor libertad. Esta disposición podría ser de 5 columnas en un lado de la doble página y 4 en el otro, o bien 3 y 2 columnas, o 3 y 4 columnas, o, incluso 5 y 6.

El mezclar retículas dentro de una misma zona de diseño y hacer combinaciones variadas, no impone restricciones al diseño. La tecnología tipográfica moderna permite crear interesantes formas con los propios caracteres.



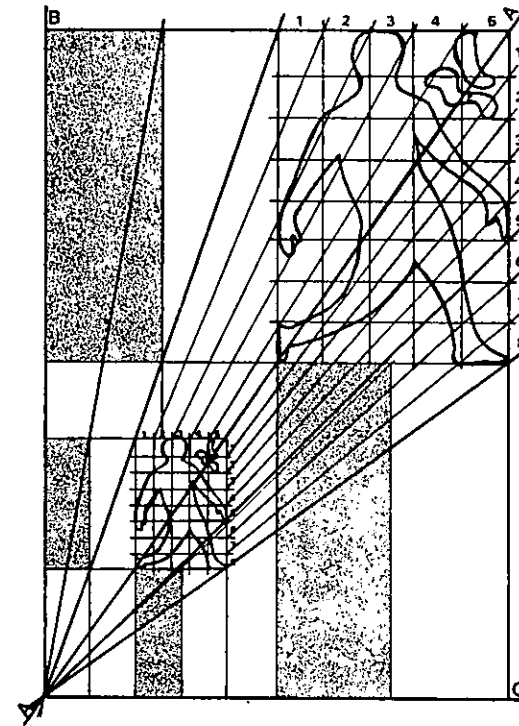


## AMPLIACION PROPORCIONAL DE UNA RETICULA

Una vez seleccionada la retícula es necesario dibujarla a escala real; la ampliación como interpretación idéntica de la composición esquemática, permite vislumbrar lo que será el boceto final. Existen muchas maneras de aumentar la escala del diseño de forma rápida y sencilla, para obtener proporciones y tamaños más acabados o para crear una ampliación perfecta de la forma original. En primer lugar hay que ampliar la estructura global. Trazando una diagonal a través del boceto, representado en la figura mediante la línea A, se podrá determinar un nuevo tamaño para la ampliación. Trazando dos líneas perpendiculares entre sí, B y C, y luego dos líneas perpendiculares a A y B, que se encuentren sobre la línea A, se obtendrá una ampliación proporcional de la forma original. Se pueden trazar líneas adicionales, que pasen por el punto inicial sobre la línea A y por cada una de las divisiones modulares. Los puntos de encuentro sobre la nueva forma dibujada representan las nuevas ubicaciones de los módulos.

Deben analizarse atentamente las proporciones de la reproducción de la

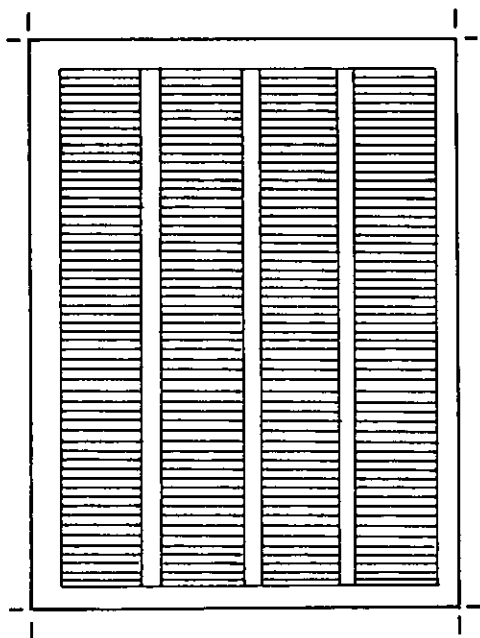
retícula a escala real, estudiándose con cuidado las divisiones entre columnas, márgenes y blancos de cabeza y pie de página, también el espacio formado por los dos márgenes interiores enfrentados y el equilibrio de esta área con los márgenes exteriores.



## RETICULAS Y ESTILO

Las retículas son el punto de partida de una obra de diseño. No se han creado para confundir o hacer el trabajo más difícil, sino para resolver las complejidades que subyacen bajo el concepto de diseño.

Establecida una retícula, ésta pasa automáticamente a ser un instrumento de trabajo para la evolución de un diseño.



Esta evolución, en su forma más desarrollada, es la actividad más creativa de todas; es una actividad en que pueden desarrollarse los elementos de diseño más allá de la propia retícula.

Por otra parte, la retícula puede usarse para resolver un problema de diseño. Esto ocurre con mayor frecuencia cuando muchos de los componentes permanecen constantes a lo largo del proceso de diseño. Se puede usar y trabajar con la retícula simultáneamente, sin que el diseño pierda consistencia visual.

## TIPOGRAFIA

En Gran Bretaña y en Norteamérica y su área de influencia, los tipos se miden con el sistema de puntos "pica", mientras que en el resto del mundo las mediciones se basan en el punto "Didot". Ambos sistemas son incompatibles y no pueden mezclarse.

Un punto "pica" equivale a 0.352mm., mientras que el punto "Didot" equivale a 0.376mm. En este último sistema, 12 puntos forman un "cícero", que constituye la medida básica del material tipográfico. Los tamaños de tipos más usuales oscilan entre los 6 puntos y las medidas que alcanzan los 96

y 150 puntos. Una especificación de un trabajo para una revista podría ser: -tipo de 9 puntos sobre 10 puntos, 9/10-, o bien 9 puntos más uno de interlínea que representaría un espacio vertical de 10 puntos. Se utiliza la palabra "interlínea" para designar el espacio entre líneas de caracteres.

Una vez establecido el tamaño en puntos del tipo que mejor se adapte a la realidad visual del boceto, es preciso conocer cuántos caracteres caben en la medida de línea, tomando en cuenta la separación de las palabras entre sí

Las cuatro formas más comunes de composición de texto son:

- 1.- En bandera derecha: texto alineado por la izquierda.
- 2.- En bandera izquierda: texto alineado por la derecha.
- 3.- Justificado: texto en bloque.
- 4.- Centrado: el texto obedece a un eje central.

Se puede sangrar al comienzo de los párrafos y utilizar letras mayúsculas grandes para caracterizar la tipografía.

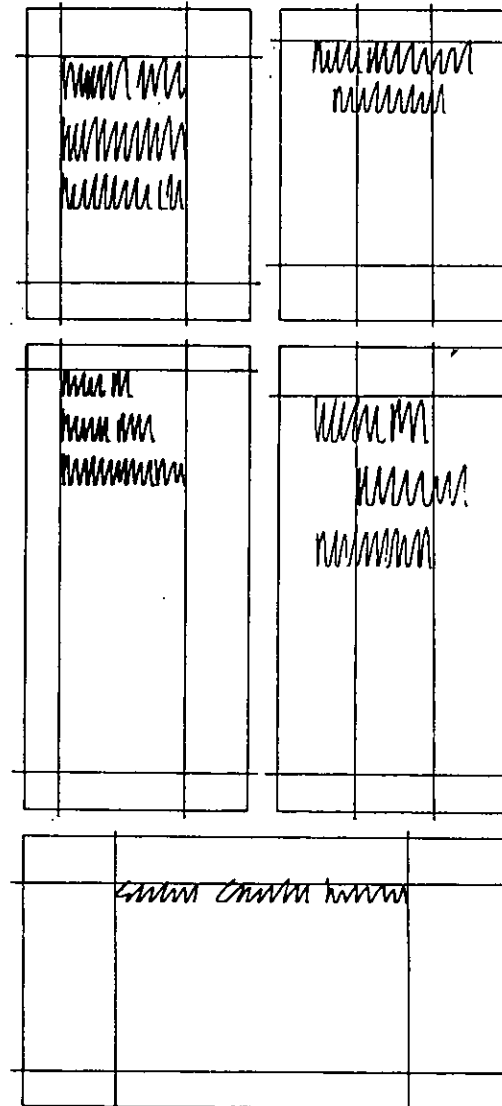
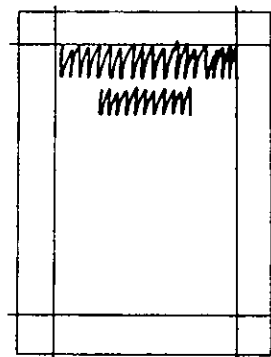
A4	10 1/2	11	11 1/2	12	12 1/2	13	13 1/2	14
	10 1/2 PTS	11 PTS	11 1/2 PTS	12 PTS	12 1/2 PTS	13 PTS	13 1/2 PTS	14 PTS
0	1	1	1	1	1	1	1	1
1	2	2	2	2	2	2	2	2
2	3	3	3	3	3	3	3	3
3	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	5	5	5	5	5	5	5
5	6	6	6	6	6	6	6	6
6	7	7	7	7	7	7	7	7
7	8	8	8	8	8	8	8	8
8	9	9	9	9	9	9	9	9
9	10	10	10	10	10	10	10	10
10	11	11	11	11	11	11	11	11
11	12	12	12	12	12	12	12	12
12	13	13	13	13	13	13	13	13
13	14	14	14	14	14	14	14	14
14	15	15	15	15	15	15	15	15
15	16	16	16	16	16	16	16	16
16	17	17	17	17	17	17	17	17
17	18	18	18	18	18	18	18	18
18	19	19	19	19	19	19	19	19
19	20	20	20	20	20	20	20	20
20	21	21	21	21	21	21	21	21
21	22	22	22	22	22	22	22	22
22	23	23	23	23	23	23	23	23
23	24	24	24	24	24	24	24	24
24	25	25	25	25	25	25	25	25
25	26	26	26	26	26	26	26	26
26	27	27	27	27	27	27	27	27
27	28	28	28	28	28	28	28	28
28	29	29	29	29	29	29	29	29
29	30	30	30	30	30	30	30	30
30	31	31	31	31	31	31	31	31
31	32	32	32	32	32	32	32	32
32	33	33	33	33	33	33	33	33
33	34	34	34	34	34	34	34	34
34	35	35	35	35	35	35	35	35
35	36	36	36	36	36	36	36	36
36	37	37	37	37	37	37	37	37
37	38	38	38	38	38	38	38	38
38	39	39	39	39	39	39	39	39
39	40	40	40	40	40	40	40	40
40	41	41	41	41	41	41	41	41
41	42	42	42	42	42	42	42	42
42	43	43	43	43	43	43	43	43
43	44	44	44	44	44	44	44	44
44	45	45	45	45	45	45	45	45
45	46	46	46	46	46	46	46	46
46	47	47	47	47	47	47	47	47
47	48	48	48	48	48	48	48	48
48	49	49	49	49	49	49	49	49
49	50	50	50	50	50	50	50	50
50	51	51	51	51	51	51	51	51
51	52	52	52	52	52	52	52	52
52	53	53	53	53	53	53	53	53
53	54	54	54	54	54	54	54	54
54	55	55	55	55	55	55	55	55
55	56	56	56	56	56	56	56	56
56	57	57	57	57	57	57	57	57
57	58	58	58	58	58	58	58	58
58	59	59	59	59	59	59	59	59
59	60	60	60	60	60	60	60	60
60	61	61	61	61	61	61	61	61
61	62	62	62	62	62	62	62	62
62	63	63	63	63	63	63	63	63
63	64	64	64	64	64	64	64	64
64	65	65	65	65	65	65	65	65
65	66	66	66	66	66	66	66	66
66	67	67	67	67	67	67	67	67
67	68	68	68	68	68	68	68	68
68	69	69	69	69	69	69	69	69
69	70	70	70	70	70	70	70	70
70	71	71	71	71	71	71	71	71
71	72	72	72	72	72	72	72	72
72	73	73	73	73	73	73	73	73
73	74	74	74	74	74	74	74	74
74	75	75	75	75	75	75	75	75
75	76	76	76	76	76	76	76	76
76	77	77	77	77	77	77	77	77
77	78	78	78	78	78	78	78	78
78	79	79	79	79	79	79	79	79
79	80	80	80	80	80	80	80	80

### Colocación de un título en una retícula simple

Gracias a la indicación de un título encuadrado en la retícula y a la experimentación con sus posibles proporciones y posiciones, se podrá empezar a establecer las formas de control del impacto que aquél deba tener.

Puede indicarse el rótulo, dibujando entre las líneas paralelas. Estas líneas representan la altura de la letra "x", que denota la altura de las letras de caja baja (minúsculas). Las letras mayúsculas y las astas ascendentes y descendentes de los caracteres, sobresalen por encima y por debajo de estas líneas.

Diversos ejemplos nos muestran un simple garabato para indicar el título en el marco de un formato de una retícula simple.



## TÍTULOS Y SUBTÍTULOS

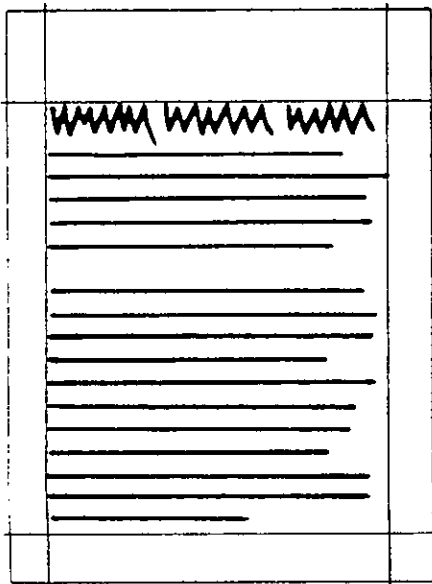
Las estructuras tipográficas convencionales determinan el estilo de los elementos de la página, los títulos introducen a la historia concreta y atraen la atención del lector hacia ella, a diferencia de los subtítulos que muestran una introducción más detallada, pero breve y concisa. Basándose en la función ojetiva de cada elemento de la página, se ha desarrollado una jerarquía particular del tipo, es por eso que el titular es más grande que el subtítulo.



## Títulos y texto

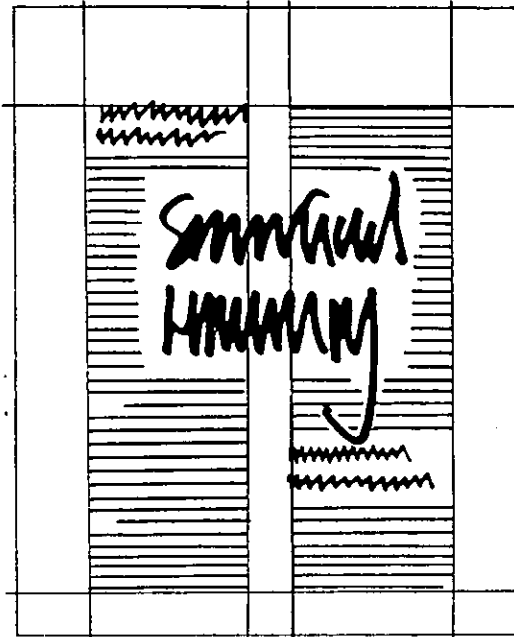
El elemento del diseño que lógicamente sigue a un título es el texto. El texto emplea la retícula para crear una uniformidad de composición mediante la forma en que se disponga.

La misión del diseñador es crear modelos interesantes con el texto, para realzar y dar significado al diseño. El tamaño de los caracteres es determinado por el diseño, consiguiendo un equilibrio visual agradable entre la posición, forma, peso del título y el aire general del texto insinuado.



## Subtítulos

Entre los títulos y el texto casi siempre se encontrará la necesidad de incluir otro elemento. Por lo general esta necesidad se resuelve con la inclusión de los subtítulos, cuyos pesos suelen estar comprendidos entre el título y el texto. Pueden utilizarse para alegrar el diseño y para dar más variedad al conjunto, para lograr esto es necesario estudiar con cuidado el peso de estos elementos y probarlos en diferentes posiciones dentro de la retícula compositiva.



## TITULOS, TEXTO E IMÁGENES

El diseño de una composición suele incluir el uso de algún tipo de imágenes que añaden una dimensión completamente nueva al trabajo. La dinámica de las imágenes abren campo para romper las restricciones formales creadas por los elementos tipográficos. Las imágenes pueden usarse de una forma más flexible y estimulante, pueden atravesar las columnas y saltarse los márgenes. Ciertas imágenes pueden representarse como siluetas y el texto puede disponerse conteniéndolas, para formar una figura a su alrededor.

La creación de composiciones con imágenes de distintos tamaños permiten descubrir como se relacionan las proporciones de los elementos entre sí y en el seno de la retícula. Pueden utilizarse títulos y subtítulos para contrarrestar el efecto visual de peso, y el texto puede considerarse como un contraste tonal en el diseño.

Reduciendo y ampliando la imagen o imágenes e incluso confrontando formatos de diferente forma con distintos tamaños de texto, se consiguen soluciones alternativas de diseño sin gran dificultad.



## FOTOGRAFIA E ILUSTRACION

La fotografía es la columna vertebral de las revistas ilustradas y su papel primario es el periodístico: debe colaborar con el texto y dentro de la composición general. Y también puede servir como textura de fondo o como un componente dinámico de la forma o, tipográficamente, como unidad de puntuación visual.

La fotografía y la ilustración en revistas son parte de un concepto unificado, y la veneración a una sola fotografía por lo general es un error, porque la fotografía está ahí para realizar una función y no para hacer una bonita página.

El diseñador no tiene por fuerza que preservar la imagen intacta. La relación entre diseñador y fotógrafo puede ser ambigua, es similar a la existente entre el editor y el autor. Con la fotografía el diseñador interpreta y altera en un grado considerable el original. El conocimiento de cuando debe aislarse una fotografía y cuándo transformarla con algún fin distinto, requiere la habilidad, instintiva en gran medida, de reconocer una buena fotografía, junto con la comprensión lógica de cómo va a

encajar dentro del contexto del contenido de fondo y el diseño.

En ocasiones, la necesidad ha de convertirse en el origen de la invención, cuando las imágenes son inapropiadas para la tarea o el presupuesto obliga a recurrir a las fotografías de archivo, es factible convertir una fotografía común en una imagen memorable, ya sea concentrándose en un detalle concreto, ampliandola a un tamaño o recortandola. Como alternativa también se puede recurrir al montaje o las recientes popularizadas fotografías pequeñas, la fotografía empleada como signo de puntuación y recursos de señalización.



La fotografía como medio de dirigir la respuesta del ojo, es un arma esencial en el arsenal gráfico: el método clásico consiste en usar la línea visual de un retrato para dirigir al lector hacia el texto.

Para todos los tipos de fotografía de acción, retrato, naturaleza muerta, moda, arquitectura, técnica, arte, etc., es un hecho que el contenido, forma valores de iluminación y textura de la imagen deben colaborar en armonizar sus cualidades periodísticas con la composición de la página. Sin embargo, el factor primordial en la posición de fotografías debe ser la necesidad de producir una interacción narrativa entre

imágenes, organizandolas de manera que creen significados en sus relaciones con el texto.

La supremacía de la fotografía en la ilustración de revistas reside principalmente en sus propiedades de reproducción mecánica, que facilitan la rapidez de producción y el ajuste y homogeneidad de los elementos compositivos de la página.

La fotografía proporciona información visual, pero sin embargo esto no significa que no pueda evocar, además emociones o adaptar formas figurativas.

La ilustración por su parte es una forma más individualizada y subjetiva, basada en la experiencia e interpretación personal su mensaje es por lo general, indirecto y retórico. En un principio, el empleo de la ilustración en revistas fue de tipo documental y, al ser superado por la fotografía la forma narrativa paso a ser la dominante.

La ilustración editorial, a diferencia de la pintura, tiene una conexión

## LE PREMIER HOMME DE LEUR VIE



# PAPA

*Pères fantasmes, pères séducteurs, pères copains, pères familiaux... Un livre retrace l'étonnante histoire d'amour du couple fille-père. Pour « VSD », Juliette Gréco, Annabelle Mouloudji, Charlotte Gainsbourg, Francine Gones racontent.*

**LE RÉCIT DE LEUR PREMIÈRE IDYLLE.**

**J**... (The text continues with a large initial 'J' and discusses the relationship between fathers and daughters, mentioning names like Juliette Gréco, Annabelle Mouloudji, and Charlotte Gainsbourg.)

**ICH BIN DAS JÜNGSTE GERICHT, UND DICH WILL RACHE**



*Foto: H. Debes. Ilustración: H. Debes.*



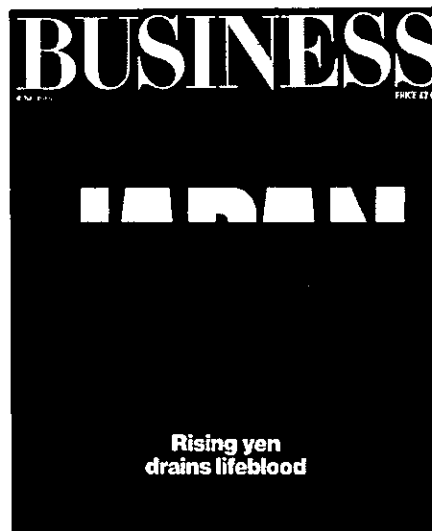
## ESTRUCTURA PUBLICITARIA

La estructura publicitaria de las revistas ofrece también preferencias, las cuales van de acuerdo con la eficiencia del lugar que se destina a la publicidad.

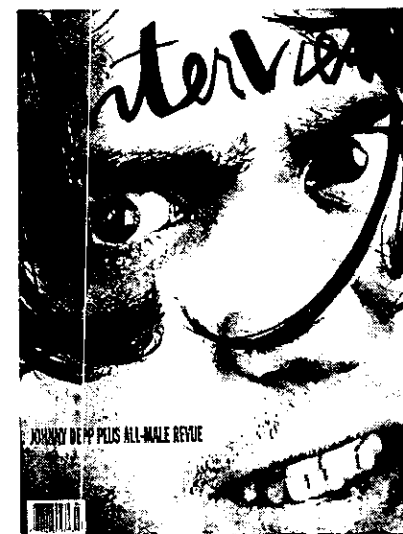
### La Portada

La mejor portada de una revista es la portada memorable, la que se recuerda, aunque el editor, por el contrario, opina que la mejor portada es la que vende. La portada es el área de diseño de revistas que está sometido a un control más estricto, y es la fuente más corriente de conflictos entre las ambiciones estéticas del diseñador y el objetivo básico del beneficio, puesto que de esta página, que debe señalar sin equívocos tanto el carácter editorial como el contenido, depende el destino de hasta un 40% de la tirada de la revista.

El diseño de portadas revela interesantes características nacionales. Los italianos no están sometidos a las convenciones y muestran un uso imaginativo de imágenes y logotipos; los franceses tiene una preferencia clara por las fotografías de modelos de cuerpo entero los norteamericanos y los ingleses, por los rostros y los japoneses por el torso o la cabeza en ocasiones de más de una modelo.



Las fotografías de rostros dominan en las portadas de los semanarios populares para la mujer y de las revistas mensuales de lujo, en la revistas para hombres, en las musicales, de artes populares y de cinematografía, y se están imponiendo cada vez más en las revistas comerciales y de negocios, sin duda por profundas razones comerciales. Las oportunidades disponibles en esos casos son por lo tanto bastante limitadas, lo que se requiere del diseñador es una imagen atractiva y dinámica, recortada para crear la máxima fuerza y equilibrio, un agudo sentido del color y la habilidad para combinar un amplio número de líneas de tipo en un espacio pequeño.



La portada conceptual, para la cual se requiere una imagen memorable tiene una relevancia absoluta, presenta un problema de diseño muy diferente. Requiere planificación, capacidad de sugerir indirectamente una redacción de texto inteligente y, sobre todo, una excelente ejecución, ya que una buena idea presentada torpemente en menos que inútil. La portada basada en el texto se realiza a base de construcciones tipográficas con las que se pueden lograr poderosos contrastes con las imágenes visuales de las demás revistas ordenadas sobre el estante.

Cuando las revistas no dependen de las ventas en los estantes, es decir, cuando se basan en suscripciones o son de circulación restringida, las posibilidades de experimentación en el diseño de portadas son ilimitadas. El logotipo por ejemplo, no precisa estar colocado en la parte superior de la página. Las abstracciones fotográficas e ilustrativas son perfectamente aceptables, y los letreros de las portadas pueden reducirse al mínimo, a modo de muestra del texto contenido en el interior.

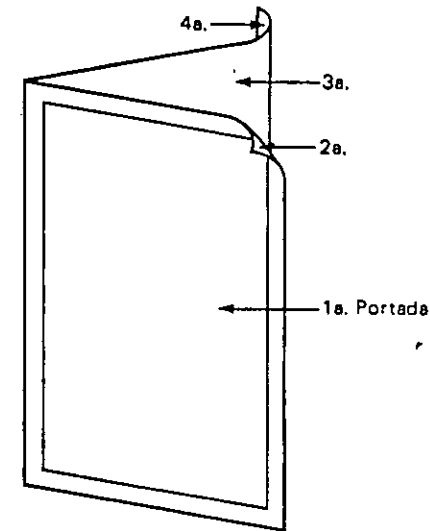
Podemos concluir que, lo que hace que una portada sea memorable, y el grado en que esta afecte directamente a las emociones y sensibilidades intelectuales y estéticas, son cuestiones que sólo pueden decidir la cifras de ventas.

### Tres páginas de forros

Los forros son muy importantes para la publicidad. La cuarta de forros o contraportada es la plana más importante por estar expuesta a la vista como la portada. Esta plana sólo se vende completa y generalmente está impresa a todo color, pues se aprovechan las entradas de color a la carátula.

Las que siguen en importancia son las planas interiores de los forros: la segunda de forros se ve al abrir la revista y toma especial importancia cuando en la primera página se publica el directorio de la revista y/o el índice. Los forros generalmente se imprimen en papel más grueso que el de las páginas interiores, y al hojear la revista éste queda separado del resto de la paginación, dejando al descubierto su cara interna.

La tercera de forros es tan solicitada por los publicistas como la segunda. En ocasiones muchas personas hojean las revistas de atrás para adelante, esto permite que el anuncio impreso en la tercera de forros se pueda observar antes que los anuncios anteriores, pero de cualquier manera, esta plana es importante porque necesariamente la revista se terminará de leer y se llegará a ella.



### Solapa

Es muy eficaz el anuncio colocado en la solapa, éste puede ser tan eficaz como el que se coloca en cualquier parte de los forros. Algunas revistas cortan el papel de los forros de tal manera que quede una prolongación lateral de 5 cm. en cada pasta, que queda doblada hacia adentro y se llama solapa. En ocasiones los lectores la utilizan como señalador para no perder la página en que suspenden la lectura o para localizar algún artículo en especial, lo que permite que el anuncio impreso en ella sea visto varias veces.

## El inserto

El inserto va añadido entre las páginas de una revista, impreso en un papel más grueso que el usado para la elaboración de esta, sin corresponder a los folios. Se puede imprimir en color y en cualquier sistema de impresión, aunque no sea el mismo que se utilice para la revista.

Los insertos deben sujetarse a las posibilidades técnicas de la encuadernación de la revista, y al reglamento de correos, que impide que los insertos sean de mayor tamaño que la revista y exige que el anuncio tenga relación con la especialidad de la revista.

Algunos insertos pueden ir cosidos a la revista junto con sus páginas y otros solamente van pegados en la base de determinada página. En ambos casos, este puede llevar una línea de perforaciones que permitan desprenderlo sin dañar a la revista.

Se estila otro tipo de inserto que no va cosido ni pegado a la revista, sino solamente se intercala dentro de ella quedando suelto como volante, pero sin rebasar los cortes de la revista. El correo recibe estas revistas con la condición de que se envíen ensobretadas.

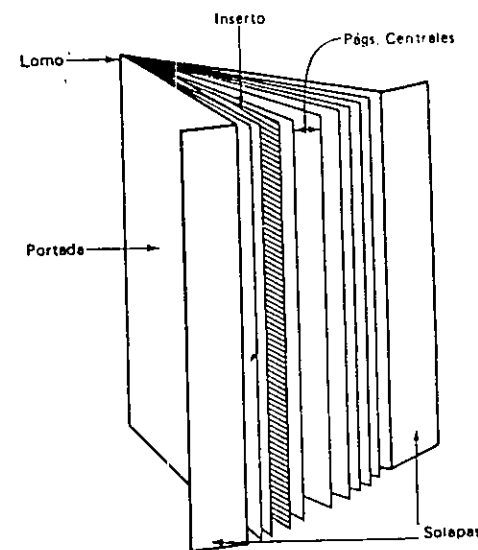
## Las páginas centrales, primeras y últimas

El papel resiste y soporta sin deformarse hasta ocho dobleces, pero tiende a recuperar su estado original. Esto provoca que las revistas cosidas a caballo, esto es cuando llevan grapas en el lomo, se abran un poco y dejen al descubierto las páginas centrales, sobre todo cuando la revista esta impresa en un papel de alto gramaje y se hojea con frecuencia. Esta cualidad es considerada como una cualidad que da alto valor publicitario a las páginas centrales.

Después de las páginas centrales, la primera y última páginas tienen la preferencia, por estar junto a las páginas interiores de forros, especialmente la primera, ya que se encuentra cerca del índice y del directorio de la revista.

## Páginas pares e impares

Las páginas impares tienen un mayor valor publicitario pero no por eso resultan despreciables las pares. Cuando se escoge la página adecuada para los propósitos publicitarios, se toma en cuenta el factor posición. Si el anuncio es de una plana entera, no hay mayor problema, pero si solamente ocupa una fracción de la página, es preciso escoger el ángulo más apropiado.



## Robaplanas y repetición

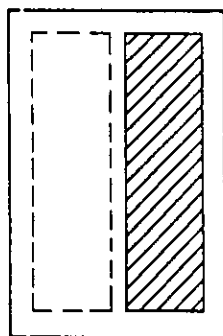
En las revistas el robaplana, también tiene una función específica: en la revista de tamaño media carta, el robaplana abarca una columna; en las de tamaño carta, dos y en el tamaño doble carta, tres. La llamada "media plana americana" es otra forma de robaplana para revistas de tamaño doble carta, que ocupa tres columnas por dos tercios o tres cuartos, de alto.

En las revistas se acostumbra tener mayor elasticidad en el uso de la interlínea y en el puntaje de las tipografías, dado que los anuncios de una

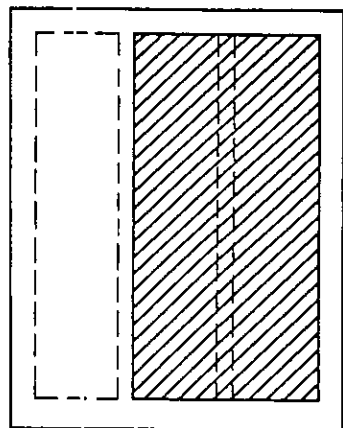
campaña publicitaria se publican en diferentes revistas para evitar confeccionar un original para cada una de ellas, se ha adoptado el centímetro como medida de altura, en tanto que el ancho se mide en cuadrículos. Esto permite al publicista montar originales pequeños, de más o menos 5 cm., que se

intercalan en las columnas a cualquier altura de ellas, lo que da lugar a mayor repetición.

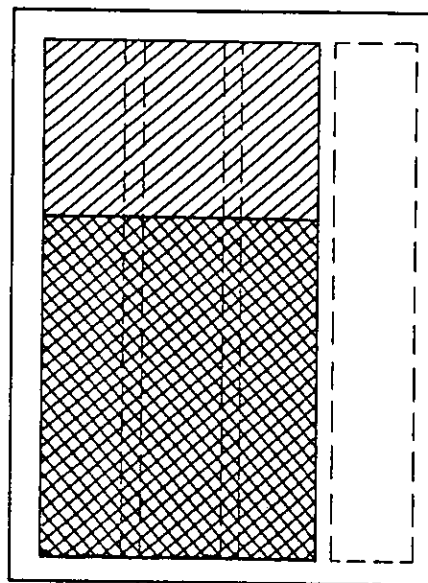
Existen otras formas de anunciarse en las revistas, sin tomar en cuenta el número de las columnas de su formato. Los anuncios conocidos como pie de



Media carta

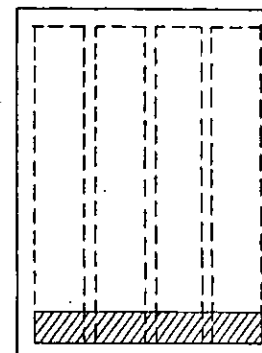
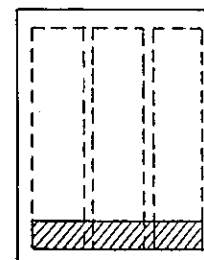
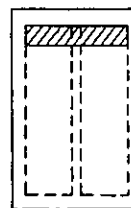


Carta



Doble carta

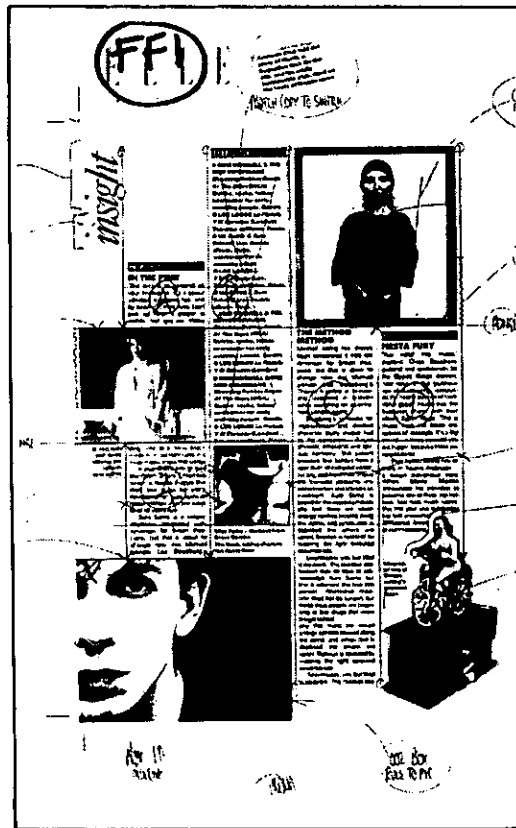
página, ocupan todo el ancho de la página; con dos o tres centímetros de alto y se ubican en la parte inferior de la página; otros se encuentran colocados en la parte superior de esta y tienen la misma medida, aunque no todas las publicaciones aceptan esta opción.





# REPRODUCCION DE REVISTAS

56



## INDICACIONES PARA IMPRENTA

Deben recibir instrucciones específicas sobre texto ilustraciones y el acabado final, el taller de composición y la imprenta a la cual se ha destinado el trabajo de impresión de la revista.

Las instrucciones, aclaraciones y correcciones, se marcan en los márgenes del texto mecanografiado, cuando este se va a mandar a taller de composición; este texto debe de tener el número de páginas, si son varias, con el fin de que no se pierda ninguna y de que la composición se haga en orden.

Son muy importantes las indicaciones del texto sobre: tipo y miembro de familia, cuerpo, interlineado en puntos, longitud de la línea, sangrado, espacios, variaciones del tipo, etc.

En la imprenta o fotomécanica se necesitan instrucciones sobre: posición de las ilustraciones, tamaño final, zona de la fotografía reproducida, instrucciones especiales, como una parte de perfil irregular o recorte, e instrucciones para imprenta; es necesario indicar colores, si las ilustraciones se tiran a líneas o en medios tonos, en este caso hay que especificar la medida de trama, en caso de utilizar más de dos colores se tiene que señalar bitonos y cuatricromía.

## SISTEMAS DE IMPRESION

Los métodos de impresión comunmente utilizados para la reproducción de revistas son:

### Offset o litografía

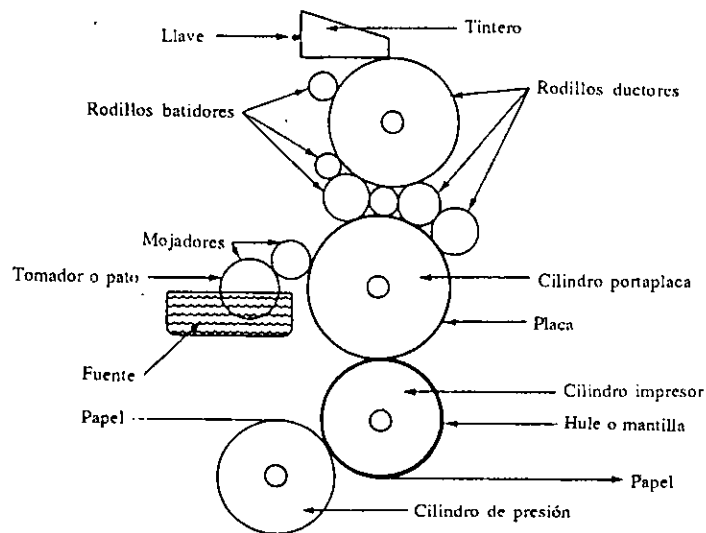
Este es un sistema que cuenta con los mejores recursos para lograr una verdadera reproducción. Los papeles litográficos son más duros y tersos, y las presiones a las que se imprime en la litografía u offset son inferiores a las de la tipografía.

Por otra parte la litografía no usa grabados ni relieve de ninguna clase, por lo que es posible obtener puntos muy finos, en retículas muy cerradas, sin peligro de emplastamiento ni mutilación de claro-oscuro. Estas cualidades permiten al offset la reproducción de medios tonos muy delicados, en gama de claro-oscuros muy extensa, y mayor nitidez en los más pequeños detalles, lo que ofrece al artista publicitario la oportunidad de emplear originales más ricos en luz y color.

Los originales para offset pueden ser fotografías, dibujos y pinturas realizados con cualquier técnica. La

condición es que lo que se obtenga del original en el primer paso del proceso de fotomecánica sea de excelente calidad, pero es muy importante que el artista gráfico cuide del balance del color, a fin de facilitar el control, de los negativos como de la máquina.

En cuanto a los textos, el offset no tiene problema, ya que este es capaz de imprimir puntos de retículas de 300 líneas. Por otro lado, el registro de colores es muy preciso, lo que permite la reproducción fiel de cualquier policromía si se usan tintas de colores bien balanceados.

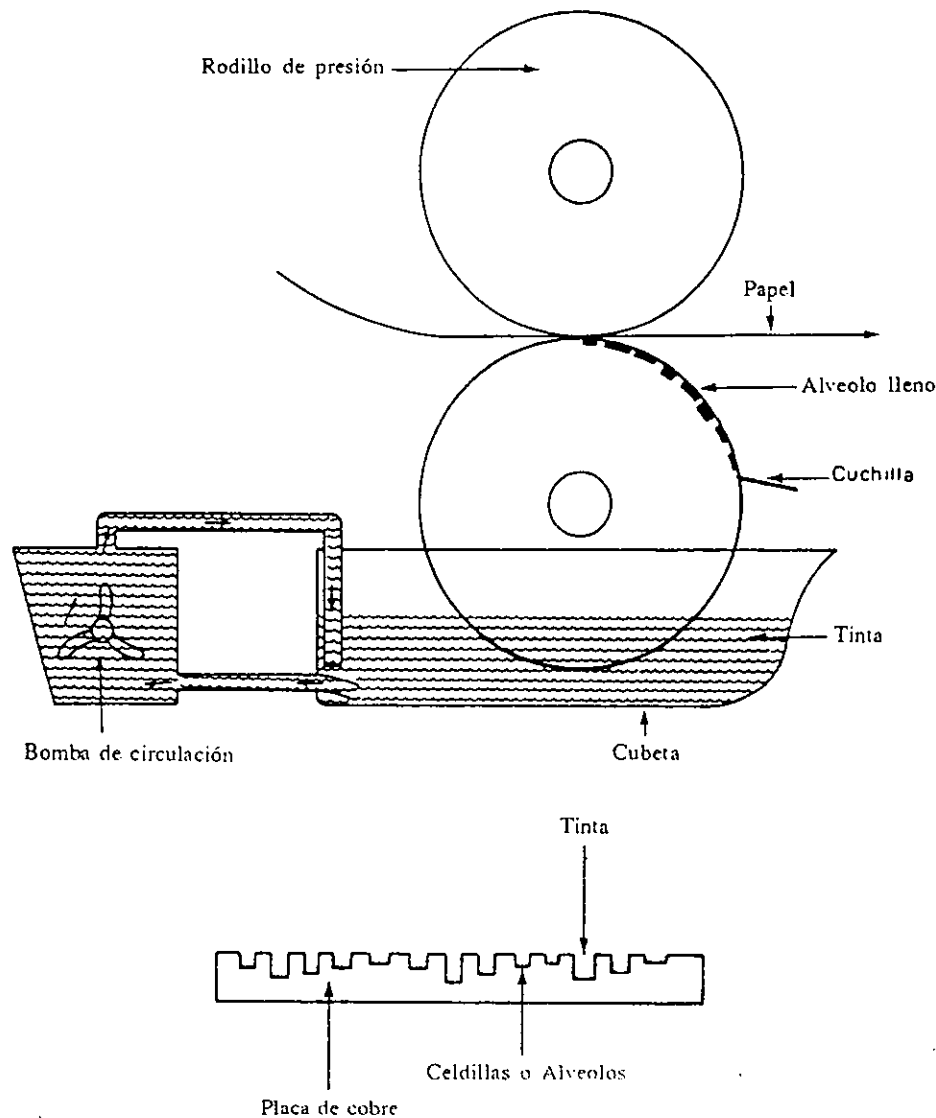


## Rotograbado o huecograbado

En los originales para anuncios en huecograbado se debe dar especial importancia a la ilustración, ya que esta técnica se presta para la impresión de tonos continuos.

La retícula del rotograbado o huecograbado está formada por pequeños cuadros armados con líneas paralelas, lo que da a las celdillas del cilindro la forma de pequeños recipientes (alveolos) de base cuadrada. Cada celdilla vierte en el papel cierta cantidad de tinta de acuerdo a su profundidad, lo que es proporcional a la intensidad de luz del negativo con que se transporta la imagen al cilindro. Las celdillas quedan alineadas a lo largo del cilindro impresor, si se imprime una línea diagonal a la longitud de este quedará impresa una línea quebrada. Esto, que es una limitación del huecograbado, dificulta la reproducción de dibujos lineales y de texto sobre todo cuando los caracteres son muy claros.

Es por esto que el huecograbado es el sistema ideal para para la impresión de revistas profusamente ilustradas, que aprovechan la suavidad, la profundidad y la textura de sus terminados y no requieren mucho texto.



## MÉTODOS DE ENCUADERNACION

El método de encuadernación depende sobre todo del número de hojas, es necesario conocerlo, porque los márgenes no siempre son iguales, y la encuadernación no debe pisar en absoluto la parte impresa de las páginas. Existen cuatro tipos fundamentales de encuadernación.

### Cosido o grapado

Se dobla el pliego para hacer un cuadernillo, este tiene normalmente 8, 16, 32 páginas dobladas a lo largo del lomo. Este se cose o se grapa para mantener las páginas unidas.

El cosido puede hacerse por el lomo o por el lado; generalmente, las páginas pares se cosen por el lomo, mientras que las impares pueden coserse por el lado.

El cosido permite abrir la publicación por completo y leerla sin necesidad de sujetarla para que no se cierre. Sin embargo, el número de páginas que pueden coserse o graparse de esta forma es limitado y depende sobre todo del gramaje del papel.

En el cosido por el lomo, sobre todo si se hace con grapas pueden encuadernarse páginas sueltas sin plegar,

pero una encuadernación de esta forma no suele durar más de un par de años, porque las grapas se oxidan, o bien las hojas se rasgan.

### Encuadernación mecánica

Básicamente consiste en taladrar el bloque de papel y pasar a través de los crificios un hilo de alambre o de plástico para sujetar las páginas. La forma del taladro depende del procedimiento usado; la encuadernación con gusanillo se hace a través de perforaciones alargadas, mientras que la encuadernación en espiral se sirve de pequeños taladros circulares.

Por lo general, este tipo de encuadernación obliga a dejar márgenes más anchos de lo normal.

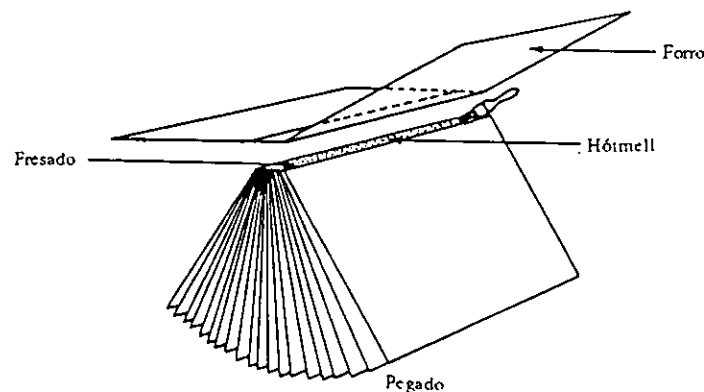
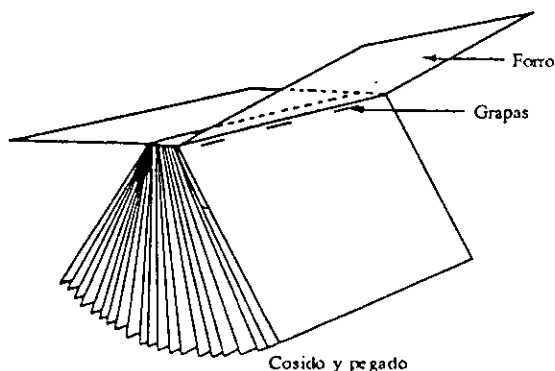
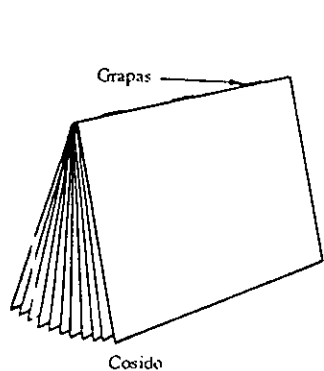
### Pegado

Es el método de encuadernación habitual de las ediciones de rústica. La publicación se guillotina por los cuatro lados, para igualar también el lomo, que a continuación se raspa para que la superficie áspera acepte la cola o el pegamento. Una vez encolado, se dobla la cubierta y se pega. Después se cortan los otros tres lados para igualarlos con la cubierta en el corte raramente se desperdician mas de 3 mm. de papel.

### Encuadernación de tapas duras

Los diversos cuadernillos que forman la publicación se cosen y se protegen con una cubierta rígida, que se sujeta a aquellos por medio de cintas cosidas a su vez al lomo. Dichas cintas se cubren con guardas, que son hojas pegadas al interior de la cubierta de cartón.

En la encuadernación con lomo redondo se cosen los cuadernillos y se colocan en una prensa que los ordena de manera que el lomo quede redondeado, en el mismo aparato se coloca la cubierta para que adopte también el perfil redondeado de la publicación.



## ACABADO

Los acabados son una serie de operaciones finales como: protección del material impreso, decoración del mismo, confección de cajas u otros elementos tridimensionales, etc. Las técnicas de acabado más frecuentes son:

- **Perfilado:** se llama así al recorte de formas complejas con una cuchilla metálica. Suele hacerse en las prensas tipográficas.
- **Encolado:** montaje con cola o pegamento de varias piezas.
- **Montaje:** fijación del papel a un soporte más firme de madera o de plástico,
- **Plastificado:** protección de la superficie impresa con una película transparente y brillante de plástico.
- **Barnizado:** aplicación de una sustancia líquida transparente a la superficie impresa.
- **Realce:** impresión seguida de elevación o rehundimiento de la imagen impresa, también el realce puede ir sin imprimir.
- **Relieve:** se imprime la imagen en la superficie en un molde caliente, el motivo tiene que ser sencillo y con líneas de no menos de 3 mm.
- **Metalizado:** se aplica a la superficie impresa una matriz caliente que deposita una lámina metálica.
- **Redondeamiento de cantos:** tiene función decorativa; se utiliza durante el

perfilado o después, con un cincel de filo cursivo.

## ALZADO

Se llama alzar a colocar las páginas en el orden que han de encuadernarse o leerse. Las modernas máquinas de alzar están completamente automatizadas y disponen de unas pinzas que extraen las páginas de las cajas en que están apiladas y las colocan unas sobre otras, en el orden correcto, en una cinta transportadora.

## PRESUPUESTOS Y PRECIOS

El presupuesto juega un papel muy importante en la elección del medio y el lugar de colocación del anuncio. El lugar fijo de todos los medios se paga con recargos y es claro que cada anuncio tiene un costo proporcional al espacio que ocupa. La selección de las dimensiones del anuncio y su emplazamiento, obedecen a varios factores: presupuesto, características técnicas y sociales de la revista, conocimiento del público, características del producto o servicio que se anuncia y frecuencia, cobertura del medio y de la compañía, etc. Todos estos factores deben ser tomados en cuenta en función de la

eficiencia: el intercambio de dinero invertido, por el beneficio recibido.

Por otra parte, las tarifas de las revistas son un asunto técnico. Los editores ajustan sus precios con base en los costos directos afectado por múltiples factores como: las medidas mecánicas, no cualquier original puede ser publicado en cualquier revista, pues no todas las publicaciones se imprimen en el mismo sistema, y no tienen las mismas dimensiones y proporciones. Por último



las revistas especializadas según el tema que traten, tienen diferente tirada, esto obedece a las preferencias de un grupo definido de lectores y que los materiales con que se imprime sean más o menos costosos, así como los diferentes sistemas gráficos, lo que afecta directamente el costo de la publicación.

Los costos de producción son iguales para la preparación de una tirada corta como para una tirada larga, por lo tanto, se puede establecer una regla: mayor tirada menor costo por ejemplar es por eso que las tarifas varían de una revista a otra, independientemente de la demanda de la publicación.

## EL PRODUCTO Y EL MEDIO

El valor del producto está íntimamente ligado con el medio socioeconómico del consumidor, existen productos de un precio elevado que se venden a personas de pocos recursos mediante planes de financiamiento especiales. En estos casos el publicista deberá conocer a que público llega cada publicación, pues hay revistas que solamente un público determinado compra y otras que las adquieren toda clase de personas.

En las revistas leídas por un público

específico se anuncian productos o servicios exclusivos. Las revistas se publican periódicamente, algunas en forma semanal, otras quincenal, mensual o bimestral.

## LA REVISTA Y EL LECTOR

Las revistas son un medio de comunicación permanente que selecciona a sus lectores y se adapta a la vida de éstos. Estas publicaciones cubren a toda clase de públicos, durante todos los días de la semana y son leídas repetidamente por sus compradores y por sus lectores secundarios. El formato de las revistas permite la lectura en cualquier lugar y a cualquier hora.

Todo esto da por resultado que la publicidad en revistas adquiera un interés especial para anunciantes y consumidores; ya que la vigencia del anuncio se puede considerar permanente y el hecho de que su lectura se repita, aumenta su fuerza publicitaria. Las revistas se distribuyen en forma primaria por medio de suscripción, o por venta directa en los puestos de periódicos.





# CONCLUSIONES

De entre todos los vehículos existentes para la transmisión del Diseño Gráfico, la revista es indudablemente una de las fuentes más ricas y apreciadas por los lectores y diseñadores para la difusión de ideas innovadoras y estimulantes.

A través de la investigación realizada, nos hemos dado cuenta de que las posibilidades de diseño de revistas son muchas y muy variadas y de que éste es el mejor medio para el cumplimiento de los objetivos de comunicación, ya sea por la riqueza de su contenido gráfico, o por la profundización de sus temas, cualidades que permiten considerar a la revista como un medio de observación y lectura de gran preferencia.

Concluimos que la parte más atractiva y de mayor impacto de una revista es la portada, ya que ésta refleja una imagen dinámica, que estimula en alto grado la sensibilidad emotiva e intelectual del espectador.

Por otra parte, aprendimos que la utilización de una retícula en el diseño de una revista, además de facilitar el trabajo de composición de una página, nos permite disponer de los elementos del diseño de una forma equilibrada y creativa, y que, los elementos más importantes que se colocan dentro de esta son el texto, títulos, subtítulos, fotografías e ilustraciones, y todo tipo de recursos gráficos de apoyo.

Comprobamos que la revista también es un medio de comunicación muy importante en cuanto a anuncios publicitarios se refiere, ya que éstos son leídos repetidas veces, por ser éste un medio coleccionable y su éxito depende en gran medida del lugar en que se encuentran.

A lo largo de esta investigación nos hemos percatado de que el sistema de impresión más recomendable para la reproducción de una revista es el offset, por la obtención de una excelente calidad en los más finos trazos y más variados matices con mayor nitidez.

Las revistas son un medio impreso de comunicación masiva, y un canal de venta a la vez, con una gran demanda por parte de su público, donde éste ve satisfechas sus necesidades personales, ya que existen revistas para todos los gustos.

En vista de todo lo que hemos elegido como mejor alternativa para el diseño de nuestra revista, esperamos que este proyecto sirva a la Universidad Don Vasco, como un medio de apoyo promocional para la Licenciatura de Diseño Gráfico y lo de acercar a la comunidad uapense.



# GLOSARIO

**Alineado:** Se dice que un texto esta alineado cuando está compuesto de forma que queden en una misma vertical los principios de las líneas (alineado a la izquierda) o los finales de las mismas (alineado a la derecha).

**Altura de la x:** Es la dimensión vertical de las letras de la caja baja, sin ascender ni descendentes.

**Astas ascendentes y descendentes:** Partes de las letras de caja baja que se asoman sobre el cuerpo principal de las mismas o por debajo de ellas.

**Bromuro:** Papel con una capa fotosensible utilizado para reproducir imágenes fotográficamente.

**Caja baja:** Letras pequeñas (minúsculas) de un tipo, por oposición de las letras mayúsculas o de caja alta.

**Cajista:** Persona que, en el proceso de impresión, componer, hoy en día, esta operación se introduce en un ordenador.

**Caracteres:** Palabra usada en tipografía para designar letras y signos de puntuación.

**Columna:** Cada una de las partes en que suele dividirse la página en sentido vertical.

**Composición esquemática:** Apunte inicial muy somero, de pequeño tamaño y ejecutado con rapidez que se utiliza para desarrollar una idea.

**Composición tipográfica:** Unión de tipos para imprimir manualmente, a máquina o con técnicas fotográficas.

**Cuadratín:** Unidad de medida de los cuadrados y espacios tipográficos que tienen tantos puntos de lado como el cuerpo a que pertenecen.

**Encuadernación:** Término utilizado para describir la acción de juntar y unir las páginas impresas en una sola unidad, protegiéndolas con una cubierta externa.

**Galeradas:** Columnas de texto sin cortar producidas por la maquinaria tipográfica. Se utiliza tanto para hacer comprobaciones y correcciones, como para crear ulteriores composiciones.

**Ilustración:** Término usado para describir una imagen dibujada, por oposición de una imagen fotografiada.

**Imagen:** Tema visual para una ilustración, diseño o fotografía.

**Interlínea:** Espacio, medido en puntos, existente entre dos líneas de texto.

**Justificado:** Término utilizado para describir el texto cuyas líneas se han espaciado y compuesto de forma que queden alineadas por ambos extremos.

**Lámina:** Todo tipo de imagen de un nivel suficiente como para ser reproducida.

**Marcas de coincidencia:** Marcas grafiadas en las láminas, "camisas" transparentes, películas, etc., para facilitar la correcta y precisa situación de las imágenes, y para lograr que cada pieza o película quede perfectamente alineada con las demás cuando se superpongan durante la reproducción.

**Marcas de corte:** Marcas grafiadas en una hoja para indicar el lugar de corte de la página impresa.

**Margen:** Area en blanco, en los bordes de la página, que rodea el tema impreso.

**Margen escolar:** Margen amplio en el borde exterior de la página que sirve para que el lector pueda hacer anotaciones relativas al texto.

**Margen interior:** Margen comprendido entre el área impresa y la zona de cosido de las hojas de un libro o revista.

**Margen de Seguridad:** Área de una imagen destinada a sobrepasar las marcas de corte. Su misión es evitar que al efectuar la impresión pueda aparecer un borde blanco, no deseado, del papel que se ha dejado sin imprimir, debido a alguna ligera imprecisión de encuadre.

**Mayúsculas:** Letras grandes o de caja alta por oposición a las letras minúsculas, o de caja baja.

**Pica:** Término usado para denotar la medida utilizada a menudo para determinar la anchura de las columnas de tipografía.

**Plantillas de enmascarar:** Son dos piezas de papel o cartón en forma de L que, entrelazadas, permiten al diseñador encuadrar o aislar una determinada zona de una fotografía o diapositiva. El diseñador coloca las dos "eles" sobre el tema ilustrativo, formando un marco de proporciones variable a voluntad, de manera que le facilite la decisión de por dónde recortarlo. También reciben el nombre de "eles" de encuadre.

**Proceso a cuatro Colores:** Proceso de reproducción a color mediante la separación de la imagen en tres colores primarios "cian, magenta y amarillo" más el color negro. Cada uno de ellos se separa en una placa distinta, y cuando se

imprimen uno sobre otro se reproduce el efecto de todos los colores del original.

**Proceso de inversión:** Estos términos describen el proceso por el cual una imagen aparece en blanco sobre fondo negro o de color continuo. Generalmente se consigue por medio de técnicas de transferencia fotomecánica.

**Punto:** Unidad de medida utilizada para describir tamaños de tipos y espaciados. Un punto pica equivale a 0.352 mm. Este sistema se usa, principalmente, en los países anglosajones. El sistema de puntos Didot es el más utilizado en el resto del mundo. Estos sistemas no son intercambiables.

**Retículas:** Hojas utilizadas en diseño para representar una página o área de diseño, en la que se han impreso todas las medidas relevantes: tamaño de página, márgenes, marcas de corte, etc., lo que permite al diseñador situar con precisión todos los componentes del diseño.

**Sin remate:** Término usado para describir las letras que no tienen pequeños rasgos terminales. También llamados caracteres sans serif o de palo seco.

**Subtítulo:** Título secundario utilizado para romper un capítulo o

página de una publicación.

**Texto:** Bloque principal de palabras de una publicación.

**Tipo:** Término general usado para designar todos los variados estilos de letras existentes en tipografía.

**Tipografía:** Arte, diseño general y aspecto de material impreso usando tipos.

**Tipómetro:** Es una regla en la que las divisiones están calculadas usando el sistema de puntos. Se usa para medir anchuras de columnas y especificaciones de tipo.

**Tonos:** Matices variados de un mismo color.

# BIBLIOGRAFIA

- ZALAPA RIOS HECTOR RAUL  
Universidad Don Vasco A.C.  
Uruapan, Mich., Verano de 1992.
- Album Conmemorativo del 25  
Aniversario de la Universidad  
Don Vasco 1989.
- Plan de Estudios en Diseño Gráfico  
UNAM.
- LANGAGNE EDUARDO  
Génesis e Historia del Diseño Gráfico e  
Industrial.
- OWEN WILLIAM  
Diseño de Revistas  
Ediciones G. Gili, México.
- SWANN ALAN  
Cómo Diseñar Retículas  
Ediciones G.Gili, México
- BELTRAN E. RAUL  
Publicidad en Medios Impresos  
Editorial Trillas
- Entrevista al Lic. Rafael Anaya  
González, Director General de la  
Universidad Don Vasco
- Entrevista al Arq. Javier Gutiérrez  
Cendejas, Director Técnico de la  
Escuela de Diseño Gráfico