



Universidad Nacional Autónoma de México
Escuela Nacional de Artes Plásticas

Propuesta de Diseño para la
Revista "Mundo Joven"

T E S I S

Que para obtener el título de:
Licenciada en Diseño Gráfico

Presenta:

Ivonn Sánchez Martínez

Director de Tesis:

Lic. Elisa Vargas Reyes



ESCUELA NACIONAL
DE ARTES PLÁSTICAS

ESCUELA NACIONAL
DE ARTES PLÁSTICAS
HOCHEMILCO D.F.

México, D. F., 2000.

DISEÑO EDITORIAL



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

El Diseño Editorial surge para dar respuesta a una demanda de comunicación en las sociedades modernas.

Las necesidades de expansión de la información entre sus diferentes estructuras persiguen fines masivos y efectos inmediatos sobre sus receptores.

Guillermo Cuevas

Dedicatoria

En Honor al Salvador

A Jesús:

A él, porque me ha dado la vida y me ha amado con sin igual solicitud, quién no dudo en entregarse así mismo por mí.

A él, que ha velado mi caminar diario por la tierra, cubriéndome con su amor de todo peligro.

A él, que me ha guardado cada noche y en mis sueños me ha arrullado con su paz y gozo, y en los momentos de angustia, de fracaso y dolor me ha sostenido en roca firme.

A él, cuya sonrisa me da esperanza.

A JESÚS A QUIEN AMO.

A mis Padres:

**María de Lourdes Martínez
y
Ernesto Martínez Roque**

Por todo su apoyo y esfuerzo en este logro.

Agradecimientos

A mi hermanita:

Zaira:

Gracias por tu apoyo incondicional, recuerdo siempre tu ayuda, siendo que no era tu obligación extenderme tu mano cuando mas necesité ayuda o cuando tropezaba.

Amis amigos:

Omar León López
Roberto M. Valseca Castillejos
Luz Ramos Velázquez

Gracias por su apoyo.

A Elisa:

Gracias por tu apoyo y dirección en este trabajo. Fuiste clave importante en mi formación académica, tu trabajo me inspira a valorar y a amar mi profesión.

Índice

Introducción

Capítulo 1- Revista Mundo Joven de la Iglesia Adventista del Séptimo Día

1.1	Antecedentes de la Iglesia Adventista del Séptimo Día	2
1.2	Revista Mundo Joven de la Iglesia Adventista	14
1.3	Objetivos de la Revista Mundo Joven	19
1.4	Público al que se dirige	20
1.5	Contenido	21

Capítulo 2 -La Revista en el Proceso de Diseño

2.1	Antecedentes del Diseño Editorial	25
2.2	Objetivos del Diseño Editorial	46
2.3	Breve Semblanza de la Revista	47
2.4	La Revista Ilustrada	49
2.5	Movimiento Moderno	51
2.6	Diseño de Revista	53
2.6.1	Identidad Gráfica en la Revista	59
2.6.2	Síntesis, Estructura y Significado.....	64
2.6.3	Fotografía e Ilustración	67
2.6.4	Retrícula	73
2.6.5	Elementos de la Página Editorial	77
2.6.6	La Portada	79
2.6.7	Tipografía	80
2.6.8	Imagen	92
2.6.9	Simbología	97
2.6.10	Color	100
2.7	Producción, Impresión y Encuadernación	107

Capítulo 3- Propuesta de Rediseño para la Revista Mundo Joven

3.1	Diseño del Imagotipo	121
3.2	Retrícula basada en trazas de Rectángulos Armónicos	124
3.3	Aplicación del Imagotipo según la Retícula	128
3.4	Aplicación del Cintillo en la Portada.....	129
3.5	Texto Base.....	130
3.6	Tipografía de Realce.....	132
3.7	Capitulares.....	133
3.8	Epígrafe.....	134
3.9	Segundas.....	135
3.10	Cornisa.....	136
3.11	Diseño de Encabezados.....	137
3.12	Balazo.....	139

3.13	Pie de Página.....	140
3.14	Folio.....	141
3.15	Reiterador	142
3.16	Finalizador	143
3.17	Pases.....	144
3.18	Portada.....	145
3.19	Interiores	147
3.20	Página de Contenido.....	151
3.21	Producción y Cotización.....	153

Conclusiones

Bibliografías

Introducción

El objetivo de este trabajo es crear una propuesta de re-diseño de los elementos estructurales básicos de la Revista "Mundo Joven" bajo los lineamientos del Diseño Editorial. Para ello ha sido necesario reunir bases teóricas con relación a la creación de la página, mismas que aportarán conocimientos y marcarán una pauta para su realización funcional e introducirán al lector a la materia del diseñador.

Lo anterior ofrecerá mejor comprensión de la esencia del quehacer gráfico como conjunto de elementos de un área determinada en la cual interactúan para transmitir un mensaje, ya que el Diseño desarrolla un proceso mediante imágenes. Por otra parte, resulta de interés lograr un Diseño Editorial objetivo, uniforme y funcional a "Mundo Joven" de acuerdo al ámbito que gira, siendo este el objetivo primordial del presente trabajo.

Para lograrlo se deben vencer problemáticas que enfrenta el Diseño Gráfico en esta época avanzada de tecnología, pues se ha considerado al Diseño sólo como una producción en serie de gráficos, sin unificación ni justificación; tomándose como un hecho de ornamentación.

Por otro lado, este trabajo muestra qué es el Diseño en forma global; sin embargo, no escapa el enfoque individual, cuyos elementos son signos de un lenguaje gráfico integrados a través de una función e influencia de un elemento sobre otro, así como la percepción humana.

El diseño editorial es un desarrollo global que avanza de forma paralela en la comunicación. El crear una propuesta de rediseño

para la revista "Mundo Joven" es con el propósito de proyectar gráficamente un mundo religioso y práctico para una juventud con deseos de encontrarse a sí misma, y principalmente con Dios, buscando el camino de la felicidad. La revista se desarrolla en una cultura religiosa que exige conocimientos y calidad en todo trabajo.

Crear una imagen que unifique estos conceptos y los transforme en un discurso gráfico fue la tarea principal en el desarrollo de este trabajo, para ello se requirió un marco teórico como respaldo y origen del lenguaje gráfico.

La Revista "Mundo Joven", pertenece a una cultura religiosa denominada Iglesia Adventista del Séptimo Día; es importante conocer el fundamento de esta religión ya que la imagen enfatizará conceptos básicos de su doctrina, así como la función y propósitos de la Revista en su entorno religioso.

La revista en el proceso de diseño ha generado un amplio y eficaz medio de desarrollo para el diseño gráfico, pero de manera prioritaria en la tarea de comunicar, se analizarán sus antecedentes editoriales, desarrollo y conceptualización general, siendo esta su base teórica para su producción; así como la interacción de cada elemento que interviene en la página editorial. La revista ofrece información actual como resultado de investigaciones, que como objetivo inicial busca informar, aconsejar y entretener, así como reforzar o ampliar nuestros conocimientos. Con los avances del siglo XX y las grandes innovaciones del siglo XXI, la revista se ha convertido en un medio eficaz de gran demanda por la sociedad, se ha introducido en todos los niveles y grupos sociales. Su corta periodicidad, la convierte en un medio temporal.

El diseño es un proceso difícil, en cual intervienen muchas mentes: la del cliente, el público y el diseñador, cada uno con experiencias y conocimientos distintos que el diseño consolidará en un contexto.

1

C A P Í T U L O

**La Revista
“Mundo Joven”
de la Iglesia
Adventista
del Séptimo Día**

1.1

Antecedentes de la Iglesia Adventista del Séptimo Día

La Iglesia ha existido desde la creación de la tierra; en el Edén, Dios instituyó un pueblo especial, único, el cual Dios ama. Este pueblo se inició con la creación de Adán y Eva, el cual se extiende hasta hoy. El fundamento de la Iglesia, de la tierra y del Universo son el Amor. La ley de Dios constituyó la regla de la vida de los primeros hombres. Su ley inquebrantable muestra el carácter de Dios. En la Biblia en 1 Juan 4:8 denota claramente que "Dios es Amor". Así su ley resguarda a sus hijos del mal. Se cree que fueron instituidos los 10 Mandamientos, registrados en Éxodo 20:1-17, en el Monte Sinaí los cuales fueron dados a Moisés. Y que a partir de ese momento se guarda la Ley. Sin embargo antes de esto, Abraham observaba los mandamientos y leyes de Dios (Génesis 26:5). Aún Adán y Eva reposaban el séptimo día, conforme al cuarto mandamiento. Al desobedecer esta ley. Adán y Eva, demostraron no tener confianza y lealtad en Dios y cayeron en pecado. En 1 Juan 3:4 dice "que... todo el que comete pecado, infringe la ley; pues el pecado es infracción de la ley." Adán y Eva pecaron influenciados por Satanás, quien con mentiras orilló a la primer pareja a dudar de ese amor tan grande de Dios para con los hombres, Satanás tacho a Dios de egoísta y mentiroso, atributos que él mismo poseía pues en la Biblia dice que Satanás es mentiroso y padre de mentira. Isaías 14:13 y 14 dice acerca de él, que quiso ser semejante a Dios; y en 2 Corintios 11:14 se menciona de Satanás que se disfraza como Ángel de Luz para engañar a las naciones.

La consecuencia de la transgresión de la ley de Dios registrada en Romanos 6:23 es muerte y en el capítulo 3, versículo 23 del mismo libro dice que todos pecaron y estamos separados de la Gloria de Dios. El futuro de

Adán y Eva y hoy el nuestro, es claro, la paga del pecado es muerte y como todos pecamos estamos separados de Dios y condenados a muerte. Ezequiel 18:4 menciona el objetivo de Dios para la raza caída y siempre fue manifestado por Dios de manera clara. En Génesis 1:28 se menciona cómo Dios colmó de bendiciones a Adán y Eva y les dio señorío sobre las aves del cielo, las bestias de la tierra y los peces de la mar. A pesar de esa separación Jehová (nombre con el cual se le reconoce a Dios en el Antiguo Testamento, el cual significa "Yo soy, el que soy" según Éxodo 3:14 y se relaciona con el verbo "hayah") buscó una manera de acercarse al hombre y en Éxodo 25:8 Dios mandó a hacer un Santuario, donde Él habitara y morara entre el hombre.

En 1 de Juan, Dios nos llama hijos, a pesar de que somos criaturas hechas por sus manos, al cual pertenecemos y tiene autoridad sobre nuestro ser, sin embargo el Señor en su infinito amor rompe con esos lazos, y nos une con lazos estrechos, con bendiciones, con derechos y responsabilidades. Ahora somos llamados hijos de Dios.

Pero esto no bastaba para solucionar esa separación y la condenación de muerte en la que Adán, Eva y toda la raza humana están sujetos. Era necesario que alguien pagara con su vida por nuestros pecados. Alguien quien saldara nuestra deuda, la cual nos libraría de la muerte eterna.

Nuevamente Dios mostró su gran Amor por el hombre. Y en San Juan 3:16 dice: "Por que de tal manera amo Dios al mundo, que dio a su Hijo unigénito para que todo aquel que en el crea, no se pierda más tenga vida eterna."

Jesús aceptó ser el sacrificio. El Cordero de Dios que quita el pecado del mundo (Juan 1:29) Jesús era aquel cordero que se sacrificaba en el Antiguo Testamento el cual simbolizaba el porvenir. En el Antiguo Testamento se sacrificaba un cordero puro, sin mancha para perdón de los pecados. ahora

Jesús era el sacrificio vivo. Todo aquel que se arrepiente y acepta a Jesús como su Salvador será librado de esa condena de muerte eterna.

El Pueblo de Dios a través de los siglos

El pueblo de Dios en el Antiguo Testamento estuvo dirigido por Dios en forma directa mediante sus profetas, hombres que recibían algún mensaje de Dios directamente, mediante sueños, visiones o escuchaban su voz. En esta época de la Iglesia o pueblo de Dios, fue manifestado el Amor y Poder de Jehová de manera sobrenatural. Muestra de ello, es el éxodo, cuando el pueblo de Israel peregrinó 40 años en el desierto, Dios estuvo con ellos en forma de nube en el día y en la noche en forma de columna de fuego; además los alimentó con Maná pan que descendía del cielo en forma de hojuela de maíz.

El profeta Isaías habla de forma inspirada por Dios, acerca del Mesías y su ministerio.

Isaías 53 dice "...despreciado y desechado entre los hombres, varón de dolores, experimentado en quebranto... Llevó Él nuestras enfermedades y sufrió nuestros dolores, y nosotros le tuvimos por azotado.... Mas Él herido fue por nuestras rebeliones, molido por nuestros pecados. Angustiado Él, y afligido, no abrió su boca. Como cordero fue llevado al matadero..."

Estas palabras fueron cumplidas en el Nuevo Testamento, en los Evangelios, narra claramente su ministerio de Jesús, el cual concuerda con Isaías 53, además Jesús en Lucas 4:16-21 confirmó su ministerio declarando que la profecía se había cumplido al venir a otorgar Buenas Nuevas a los menesterosos, a sanar a los quebrantados de corazón, a pregonar libertad a los cautivos y vista a los ciegos, a poner en libertad a los oprimidos y a predicar el año agradable del Señor.

Tal como la escritura habló de su nacimiento, vida, muerte y resurrección se cumplió al pie de la letra. Jesús murió para que nosotros tuviéramos vida y vida en abundancia. Jesús resucitó venciendo el pecado y la muerte al tercer día como lo dijera en Mateo 26:32. Y aún más Jesús subió con el Padre y se sentó a la diestra de Dios, pero prometió volver, en Juan 14:1-4 Jesús dijo: "No se turbe vuestro corazón, creéis en Dios creed también en mí, en la casa de mi Padre muchas moradas hay, voy pues a preparar lugar para vosotros y si me fuere, regresaré otra vez, y os tomaré conmigo mismo para que donde yo estoy vosotros también estéis." Esta es la Bienaventurada Promesa de la Iglesia Apostólica y de hoy día. Cristo Vendrá a restaurar el Edén y dar vida eterna y felicidad al hombre.

En el periodo de los Apóstoles se inició una persecución contra los seguidores de Cristo, los apóstoles fueron muertos por sus convicciones, surgió una época negra de persecución para exterminar la doctrina del Cristo Muerto y Resucitado. Pero toda artimaña no sirvió, sino para que se unieran más creyentes a la Iglesia Primitiva. Pronto se buscó otra forma de acabar con el cristianismo y la verdad de Jesucristo manifestada en las escrituras (Biblia), la verdad fue mezclada con tradiciones y leyes humanas.

En el año 476 d.C. tribus bárbaras del norte derribaron el Imperio Romano. El obispo de la Iglesia tomó el mando general de la Iglesia. Para ese entonces sólo se tenían copias de los libros de la Biblia y se prohibía por la Iglesia que la gente conociera las verdades Bíblicas. Las tradiciones se habían unido a la verdad y muchas normas y doctrinas entre las cuales son la inmortalidad del alma, la adoración a santos, el purgatorio y el día de reposo se cambiaron. Se instituyó un día de adoración falso el cual no estaba registrado en las Sagradas Escrituras, el domingo fue el día que se cambió, este día era el día del "Sol".

A pesar de estos cambios siempre hubo un grupo fiel a la verdad, un pequeño remanente.

Las iglesias cristianas fueron dirigidas con todo poder por los obispos en el siglo IV. Este gobierno eclesiástico se le conoció como el Papado. En 538 d.c. el poder Papal fue supremo y gobernó por 120 años y concluyó en 1798, cuando fue tomado prisionero el Papa de Roma. Este periodo fue llamado Edad Media, en el cual eran obligados los pueblos a seguir falsas doctrinas o ser torturados y finalmente muertos.

“Aunque sumida la tierra en Tinieblas durante el largo periodo de supremacía papal, la luz de la verdad no pudo apagarse por completo.”¹

Existieron grupos de hombres que no estuvieron bajo el gobierno papal, los cuales mantuvieron la verdad, los valdenses fue un grupo que sobresalió y fueron de los primeros Europeos que tuvieron traducciones de la Biblia. Estos hombres habitaban en los Alpes, las montañas eran su refugio.

Juan Wicleff, sobresalió como porta voz de la Reforma en Inglaterra y para todo el Cristianismo. Wicleff fue atraído por la escritura y se dedicó a escudriñar la verdad para pregonarla. Wicleff es considerado como uno de los grandes reformadores.

Juan Huss, convencido de los escritos de Wicleff, Huss era sacerdote de la Iglesia Católica, pero enseñó que muchas de la doctrinas católicas no estaban conforme a la Biblia, esto inquietó a mucha gente en Alemania. Huss murió en la hoguera, junto con Jerónimo compañero y seguidor de la verdad.

La confianza plena, su vigor, su valentía y su Fe, hicieron que Martín Lutero sobresaliera en la Reforma. Lutero fue un hombre que poseía conocimientos profundos. La primera Biblia que tuvo en sus manos estaba escrita en Latín, de la cual memorizó muchas porciones. Y una de las

conclusiones de sus fervorosos esfuerzos de escudriñar la Biblia fue que “el justo por su Fe vivirá”. Lutero encajó en la enorme puerta de madera de la Iglesia del Castillo de Wittenberg, en 1517, 95 razones de doctrinas basadas en la Biblia. No tardó en difundir esta información por Europa, el papado lo tomó preso obligándolo a retractarse de sus conjeturas. Lutero declaró imposible hablar en contra de su conciencia. Y sólo pidió la fuerza de Dios para mantenerse firme hasta la muerte.

La reforma se extendió por Europa, debido a la obra de Lutero y la traducción de la Biblia al alemán hecha por él.

Desde Génova hasta Suiza se expandió y fortaleció la reforma por Juan Calvino, francés.

En Suiza expandió la reforma Ulrico Zuinglio durante la época de Lutero. Suiza se convirtió en un centro protestante.

Los hermanos Petri, tradujeron la Biblia al sueco, con esta influencia prosperó la reforma en Suecia y se convirtió en un país protestante. Se realizó la traducción de la Biblia al danés por Pedersen y Dinamarca se hizo una nación protestante.

La reforma se expandió gracias a la traducción de la Biblia en varios idiomas. Guillermo Tyndale mediante la prensa difundió la Biblia en Inglaterra en su propio idioma. La Biblia se convirtió en una lámpara que eliminó las densas tinieblas de mentiras expuestas por la iglesia papal.

Aproximadamente 100 peregrinos, hombres y mujeres con una sólida convicción y Fe en las verdades bíblicas buscaron un lugar de paz, donde pudieran libremente vivir conforme a la Biblia, se embarcaron en *El Mayflower* con dirección a lo que hoy conocemos como Estados Unidos. Entre ellos se encontraba Roger Williams, con gran deseo de libertad religiosa y paz. Williams fue

1.- White Elena, *Conflicto de los Siglos*, pp. 66

fundador de Rhode Island una de las trece colonias norteamericanas. Ahí se estableció el primer grupo de Estados Unidos. Su gobierno fue republicano y de libertad religiosa.

Posteriormente surgieron las misiones, grupos de hombres con convicciones profundas que difundieron la reforma. Entre ellos se encontraba Guillermo Carey que fue el primer misionero con destino a la India.

Robert Morrison publicó la Biblia. Adoniram Judson tradujo la Biblia al Birmano. David Livingstone introdujo el cristianismo al Africa. John Williams trabajó en el Sur del Pacífico en un barco de vapor llamado *El Mensajero de la Paz*.

La promesa Bienaventurada de Juan 14:1-4, donde Jesús manifiesta claramente y promete volver ha inspirado y traído consuelo al hombre quién ha creído.

En el siglo XIX Guillermo Miller predicó fervorosamente de la Segunda Venida de Jesús, se dedicó a escudriñar las profecías y convencido de este suceso fue motivado a poner todo su entusiasmo y esfuerzo y aún todo sus bienes para difundir que Jesús pronto regresaría. Esta promesa motivó a la Iglesia de la Edad Media a soportar los martirios y persecuciones. Debido a esta promesa hubo un despertar religioso y se volvió el tema dominante de la Iglesia cristiana.

Miller fue un agricultor, el mayor de 16 hermanos, poseía valores y pensamientos rectos, en un principio dudo de la autoridad divina de las Escrituras, pero con un intenso deseo de conocer la verdad, Dios lo utilizó para pregonar a gran voz la Segunda Venida de Jesús. Miller sufrió en su juventud por la pobreza, sin embargo esto lo ayudó para aprender abnegación y la energía en sus convicciones. Su padre participó en la Guerra de Independencia de Norteamérica como capitán. Desde su infancia destacó por su inteligencia, poseía una "...ardiente sed del saber."²

No tuvo oportunidad de una preparación escolar debido a las circunstancias que lo rodearon pero poseía un hábito de reflexionar cuidadosamente, junto con un agudo criterio, esto hacia de él un hombre de sano juicio y de vasta comprensión. Era irreprochable, íntegro y benévolo, tenía un amor hacia el estudio. Realizó con gran éxito labores en cargos militares y civiles.

Su madre era una mujer piadosa e influenció desde la infancia a Miller a tener una inclinación religiosa. Profundos pensamientos de razonamiento sobre la muerte y después de la muerte lo aterraban y por más que lo razonaba, no concluía, sino en agonía, gemía sin esperanza. Así busco de manera total el conocimiento de la verdad y la halló en Dios, inspirado por el Espíritu de Dios.

Miller fue uno de los reformadores del Cristianismo, que promulgó que Jesús pronto volvería. Mucha gente de varias iglesias creyeron a las predicaciones de Miller y formaron un grupo inspirado en la promesa de que Jesús pronto volverá. Miller descifró una profecía en Daniel 8 y 9. Las cuales dicen "...setenta semanas están determinadas sobre tu pueblo y sobre tu santa ciudad, para terminar la prevaricación y poner fin al pecado y expiar la iniquidad, para traer la justicia perdurable y sellar la visión y la profecía." Llegó a la conclusión mediante un estudio concienzudo y bajo la dirección del Espíritu Santo de que cuando la Biblia dice que el Santuario sería purificado en Daniel 8:4 y en Apocalipsis 14:7, se refiere a la purificación de la Tierra y exterminio del pecado mediante la Venida de Jesús.

Al estudiar Daniel y Apocalipsis, libros proféticos que describen acontecimientos futuros, Miller dice que el 24 de Octubre de 1844 Cristo Volvería a la Tierra. Los creyentes de esta promesa, se prepararon para recibir a Jesús en la nube de los cielos, cuando regresara a la Tierra por Segunda Vez, según Mateo 24:30.*

2.- White Elena, *Conflicto de los Siglos*, pp. 301

*Para ver más detalles consultar *El Conflicto de los Siglos*, Capítulo 19
Autor: Elena White, Publicaciones Interamericanas Pacific Press,
Edición 1998

Vendieron sus propiedades, cerraron sus negocios, buscaron diseminar rencillas entre familiares y vecinos. Listos para recibir a Jesús quien venía en poder y gloria; el Norte de Estados Unidos se cimbró al ver terminar el día 24 de Octubre de 1844 y no ver a su Señor venir del cielo, esta gente sufrió el conocido "Chasco de 1844".

Mucha gente abandonó este grupo burlándose y sintiéndose defraudados, pero gente sincera buscó una explicación, Dios no miente, estas palabras retumbaban en su mente. Posteriormente entendieron bajo el estudio y dirección del Espíritu Santo que la fecha era correcta, pero el evento estaba equivocado, en Apocalipsis 14:7 dice que la hora de su Juicio ha llegado; según el estudio de Daniel y Apocalipsis el 24 de Octubre de 1844, inició el Juicio de Dios.

El grupo que esperó en 1844 a Jesús, se redujo, pero continuó en una mayor consagración a Dios y un profundo estudio de la Biblia. Así surgió el Movimiento Adventista del Séptimo Día.

A Miller se le reconoce como "La Estrella de la Mañana del Movimiento Adventista."³

Miller (1782-1849) proclamó el Evangelio con el mismo fervor de la Iglesia de los Apóstoles y por algún tiempo el Movimiento Adventista fue conocido como el Movimiento Millerista.

Continuaron con ésta Obra y siguieron promulgando que Cristo regresaría a la Tierra por Segunda Vez.

Josué V. Himes (1805-1895), reconocido como el segundo predicador destacado del Movimiento Adventista. En Estados Unidos Himes colaboró inspirado por los sermones de Miller en la proclamación de la Segunda Venida de Jesús. En Boston en 1840 comenzó una obra de publicar la Revista "Sings of the Times"

(Señales de los Tiempos) y "El Clamor de Media Noche". Su aportación fue el Editar el Primer Periódico sobre la Segunda Venida de Cristo.

Josías Litch, se interesó en las publicaciones de Miller y se unió a Miller y a Himes para predicar el Segundo Advenimiento de Jesús. Publicó un folleto de 48 páginas titulado "La Segunda Venida de Cristo". Fue un gran predicador en los Estados Unidos, ya que desde su juventud tuvo grandes tendencias hacia lo religioso. Muchos otros hombres proclamaron junto con Miller que Jesús regresaría por segunda vez.

Después de la muerte de Guillermo Miller, Hiram Edson, José Bataes, James White y Ellen Harmon formaron el núcleo del grupo Adventista.

En 1844 el grupo Adventista, aún no conocía la verdad del Sábado. Frederick Wheeler fue el primer ministro Adventista que aceptó la verdad del Sábado, en Washinton. Se realizaron 6 Congresos sobre la doctrina del Sábado como día de reposo, establecido por Dios en la Creación (Génesis 2:1) y recordado en el Monte Sinaí (Éxodo 20:8-11).

En 1847 Elena White recibió la visión de que se tiene que guardar el día Sábado como día de reposo, mandamiento de Dios. La Iglesia Adventista cree fielmente en el Día de Reposo y lo guarda (algunos piensan que este día fue dado a los Judíos, pero en Génesis 2:1 Dios manda reposarlo y lo santifica y bendice, para este momento no había ningún Judío, solo Adán y Eva, Posteriormente le recuerda reposar el séptimo día a su pueblo de Israel, y el pueblo estaba integrado por las doce Tribus de Israel, que incluía a los judíos). El reposo sabático es una de las doctrinas de los Adventistas y es integrado en el nombre oficial de la Iglesia, resaltando esta doctrina junto con la del Advenimiento de Jesús.

Y el Movimiento Adventista reconoció la obra de los profetas de Dios y en Apocalipsis

3.- *Nuestra Herencia*, pp.22, Publicaciones de la Iglesia Adventista del Séptimo Día.

19:10 dice que la Iglesia de Dios tiene el Testimonio de Jesucristo, el cual es el Espíritu de Profecía.

Ellen G. Harmon junto con su familia escucharon la doctrina de Guillermo Miller en 1840 y 1842 y creyeron fielmente en la Segunda Venida de Jesús, ella provenía de la Iglesia Metodista. Después del Chasco siguieron firmes en la promesa de Jesús de su próximo retorno.

Ellen Gould Harmon (Elena White) nació el 26 de Noviembre de 1827 en Gorham, Maine al oeste de Portland, E.U. Elena White fue la elegida por Dios para ser su mensajera (profeta). Antes de esto Dios dio algunas visiones a William Foy en 1842 y a Hazen Foss, sin embargo ellos rechazaron este Don. Algunos meses después de 1844 Dios dio una visión a Elena White, quien sólo tenía 17 años. Se le mostraron algunos acontecimientos del futuro de la Iglesia, tales como que la Segunda Venida de Jesús no era tan cercana como ellos pensaban, también se le mostró el viaje del pueblo de Dios hacia el Reino Celestial (Para más detalles consultar el Libro de "Primeros Escritos" Autora Elena White, Publicaciones Adventistas). Dio pruebas de ser una profeta de Dios con su vida y testimonio. Elena jamás contradijo los escritos de la Biblia, al contrario motivó a que ésta fuera la regla de Fe de la vida de todo hombre (consultar el libro "Profeta del Destino", publicaciones Adventistas).

Dios reveló a Elena muchas cosas que hoy día son una prueba de la autenticidad de su Don. En sus consejos sobre la Educación, Salud y muchos temas más arrojó grandes beneficios.

En 1848 Elena White predijo acerca del éxito de las Publicaciones Cristianas, estas se han convertido hoy como rayos de luz para mucha gente. Hoy hay más de 50 casas publicadoras.

La vida de Elena White estuvo dedicada a proclamar la Obra de Jesucristo y en julio de

1915 murió tranquilamente, fue enterrada en Battle Creek, Michigan. Muchos hombres más continuaron con la Obra Adventista, Jaime White (esposo de Elena de White) fue de los pioneros, siendo este un orador persuasivo y líder afanoso de la reciente Iglesia Adventista del Séptimo Día. Promovió el mensaje Adventista y la organización de un gobierno eclesiástico del movimiento. Fue presidente de la Asociación General de la Iglesia por 10 años.

José Bates, publicó un tratado sobre la observación del Sábado. Fue un buen consejero en los inicios de la Obra Adventista, hasta que en 1872 murió en Michigan.

Juan Nevis Andrews (1829-1883). Participó en el Chasco de 1844, pero siguió firme en la promesa. Destacó como escritor y promovió en 1860 que debía organizarse el movimiento. El sugirió el nombre de la Iglesia Adventista del Séptimo Día, para tal movimiento. Y en 1874 se dirigió a Europa como primer misionero adventista.

Juan Byington (1789-1887) Fue un ministro metodista y en 1853 se reunió la primera escuela sabática en su casa, en donde se edificó una Iglesia, Byington fue el primer presidente de la Iglesia Adventista.

En 1850 se publicó una revista titulada "Advent Review" (Revista Adventista), en esta revista se publicaba el avance de la obra. En 1852 se editó el "Youth Instructor", con lecciones doctrinales, en Rochester por Jaime White.

En 1860 se aceptó el nombre de la Iglesia Adventista, apoyando este nombre porque mostraba principios bíblicos eternos. El 13 de mayo de 1861 se inició una Asociación Legal, que se llamó Seventh-Day Adventist Publishing Association y se organizó la Primera Asociación en Michigan. En el siguiente año otras siete asociaciones se organizaron. En 1863, en Battle Creeck se reunió por primera vez de manera oficial la Iglesia Adventista del

Séptimo Día.

Después de recibir visiones Elena White y como resultado de una Reforma Pro-salud se establecieron Instituciones de Salud. En 1866 se abrió el Western Health Reform Institute, posteriormente Sanatorio de Battle Creeck el cual fue sostenido por donaciones.

Las escuelas jugaron y juegan un papel importante en la Obra Adventista. Es un medio de educar a los niños, jóvenes y adultos sobre un fundamento Cristocéntrico. La primera escuela Adventista oficial en el mundo se estableció en Battle Creeck en 1872 por Goodloe H. Bell. La iglesia adventista posee más escuelas que ninguna otra iglesia protestante. En la Ciudad de México hay 3 escuelas.

La Iglesia Adventista publica trimestralmente una lección, titulada "Escuela Sabática", cuyo objetivo es promover un conocimiento profundo de la Biblia. La primera lección apareció en el Youth Instructor en 1852, escrita por Jaime White. Hoy en todo el mundo se lee esta lección que unifica una iglesia y un pensamiento mundial.

Se creó un Departamento de Publicaciones y Agencia, con el objetivo de distribuir literatura. Stephen N. Haskell organizó esta obra. En todo el mundo se distribuye literatura adventista en su propio idioma.

Estructura interna de la Iglesia Adventista

La Iglesia posee una estructura interna bien delineada con el objetivo de trabajar ordenadamente y buscar un desarrollo pleno. La iglesia se organiza en departamentos, son los siguientes:

Sociedad de Jóvenes.-Es un departamento organizado en Hazelton, Michigan en 1879 por Harry Fenner de 17 años de edad y Luter Warren de 14 años. En Ohio en 1889, se organizó para

todo el territorio. En 1907 se organizó oficialmente el Departamento de Jóvenes. Su objetivo es que la juventud este preparada para recibir a Jesús y tener una vida conforme a la Biblia. El objetivo inicial es difundir el Evangelio a todo pueblo mandado por Jesús en Mateo 28:19 y 20.

En 1950 se organizó el Club de Conquistadores con el objetivo de desarrollar física, mental y espiritualmente a una juventud cristiana.

Departamento de Colportaje.- En 1879 se necesitó hacer circular literatura cristiana, George King inició la obra de vender libros con las publicaciones de Daniel y Apocalipsis.

Departamento de Escuela Sabática.- Este departamento vela por el crecimiento espiritual de los miembros de la iglesia, mediante el estudio profundo de la Biblia, la oración, la testificación y el ayuno. En 1901 el departamento de jóvenes dirigió a Escuela Sabática.

Actividades Laicas.- Este departamento representa el servicio y amor que Jesús mostró al hombre. Se estimula a predicar y a dar a conocer el amor de Dios.

Departamento de Comunicación.- En 1972 la Asociación organizó este departamento que incluye las Publicaciones, Radio y Televisión, como medios de difusión del Mensaje de Cristo. La Voz de la Esperanza es un programa transmitido por radio que se trasmite en la Ciudad de México, inició en Cuba por el Pastor Braulio Pérez Marcio y es conocido en América Latina.

Departamento de Educación.- Este departamento se preocupa por el aprendizaje de los miembros de la iglesia, desde un nivel Académico de Kinder hasta Nivel Superior y Posgrado. Este departamento enfatiza un desarrollo físico, mental y espiritual. La obra educativa inicio con los pioneros adventistas en 1872 en Battle Creeck, Michigan, E.U. El primer maestro fue G. H. Bell.

Departamento de Mayordomía.- Su función consiste en instruir a un pueblo para que aprenda a administrar todo lo que el Señor depositó en sus manos (tiempo, bienes materiales, salud, etc.). Para crear conciencia de la responsabilidad de devolver diezmos y ofrendas como muestra de fidelidad. En Malaquías 3:10 amonesta al pueblo a devolver los diezmos y ofrendas como muestra de fe. En 1878 se instituyó el diezmo y las ofrendas de manera sistemática, la cual permite financiar proyectos mundiales. Los ministros del Evangelio que promueven los adventista reciben su sueldo de los diezmos y están comprometidos a no dedicar tiempo para otra obra.

Departamento de Libertad Religiosa.- Cuida de las relaciones internacionales con los gobiernos. Su objetivo es preservar los derechos de libertad de culto. La Iglesia tiene la revista "Liberty", que presenta la libertad religiosa y el principio de común acuerdo de la separación de la Iglesia y el Estado.

Salud.- Su prioridad es educar a los miembros de la Iglesia para cuidar su cuerpo. Este principio se basa en 1 Corintios 6:19 y 20. De que nuestro cuerpo es Templo del Espíritu Santo y eso motiva a la membresía a cuidar su cuerpo donde more Dios y se prolongue nuestra vida, sin enfermedades. Este departamento se encarga de construir Centros de Salud y educa en una Reforma proSalud. Se publica una revista en Inglés que promueve este mensaje y se titula "Life and Health".

Servicios Mundial de Alimentos.- Se organizó en 1968 y coordina fábricas de alimentos. Promueve alimentos saludables y aporta fuentes de trabajo para sus miembros.

Recolección.- La Iglesia Adventista tiene un Plan de Recolección, que empezó en 1903 con la venta de la revista "Sings of Times" y recolectó dinero para las misiones mundiales el objetivo es reunir dinero, víveres, ropa y medicamentos para ayudar a la gente con escasos recursos económicos.

Es también un método de promover y compartir el Amor de Jesús para con el hombre y anunciar su pronta venida.

Departamento de Dorcas.- Todo departamento esta basado en principios Bíblicos, es decir en el Amor Eterno de Dios para con nosotros. En la Biblia se registra la historia de Tabita o Dorcas, era una mujer bondadosa que siempre proveía ropa y cosas que necesitaban los pobres, no era egoísta pues siempre pensaba en los demás, esta mujer murió y la gente la lloró mucho. En ese momento Jesús paso por ese lugar y se conmovió y la resucitó. Este departamento tomó el nombre de esta mujer y procuró seguir su ejemplo, ayudar a los menos favorecidos. Regala despensas, ropa, medicamento, todo lo que esté en sus manos para ayudar a la gente.

Departamento de Ministerio de la Mujer.- Este departamento es reciente y tiene el objetivo de atender las necesidades de las mujeres. Procura que cada mujer cristiana entienda el Plan tan importante que Dios designó a cada una de ellas. Y la gran responsabilidad de dirigir un hogar junto con su esposo. Que comprenda el gran valor que Dios les dio. Este departamento se encarga de dar seminarios de Autoestima, Sexualidad, Noviazgo y Respeto, Clases de cocina, tejido etc.

El objetivo central de cada departamento es promover el mensaje de Jesús y preparar a un pueblo para la Segunda Venida de Cristo. El trabajo que realiza cada departamento es de asesoría más que administrativo. Cada departamento opera de manera unificada con una directiva que organiza proyectos de desarrollo y avance.

En 1931, Leo B. Halliwell y su esposa Jessie, iniciaron un ministerio misionero en una lancha médica, la cual navegó por Arizona y por ríos del Sur de América.

En 1932 se organizó la Sociedad de Temperancia y en 1947 se internacionalizó.

Este departamento tiene como objetivo aprender a cuidar su salud, equilibrando su alimentación y eliminando todo lo nocivo a la salud. Este departamento trabaja junto con el departamento de salud.

En 1936 se organizó en Whashington D.C. El primer Seminario de Teología, para preparar obreros para promover el Evangelio y cuidar las altas normas bíblicas.

En 1920 el Pastor H. M. S. Richards, tuvo una idea sobre una trasmisión radial y en 1941 se adoptó como un proyecto denominacional. The Voice of Prophecy se transmitió de costa a costa del Norte de Estados Unidos, usando 800 estaciones radiales. Las trasmisiones radiales fueron un medio eficaz para proclamar el mensaje adventista.

El gran avance del Mensaje Adventista obligó a organizar el mundo en campos específicos para una mejor expansión del Mensaje Adventista y desarrollo de la obra. En 1926 la Asociación General ubicada en Florida, Estados Unidos, organizó el mundo en Divisiones, estas se dividen en Uniones y a su vez estas se dividen en Asociaciones y Misiones. Actualmente está dividido en las siguientes divisiones:

Afroceanoíndica.- Se organizó en 1980 en Dallas, Texas. Comprende los países de habla francesa de África e Islas del Océano Indico adyacentes a África.

Afromedioriental.- Fue organizada en 1970, comprende la Unión de África Oriental, Etiopia, Medio Oriente y Tanzania, la sede de esta división esta en Nicosia, Chipre.

Australiana.- Su sede esta en Wahrenonga en Sidney, comprende Australia, Nueva Zelandia y las Islas del sur del Pacífico.

Euroafricana.- Se organizó en 1971, comprende algunas partes del Centro de Europa, incluye Alemania, el Sur de Europa,

países Europeos, algunos de África Ecuatorial e Israel. La sede está en Berna, Suiza.

Interamericana.- En este territorio se hablan cuatro idiomas castellano, francés, holandés e inglés. Y comprende toda Interamérica.

Lejano Oriente.- En esta división participa Corea, Japón, Isla del Sur de China, Filipinas Norte, Central y Sur. El este de Indonesia y oeste. Su sede está en Singapore.

Noreuropea.- Comprende Islandia, Finlandia, Holanda, Nigeria, Suecia, Polonia. Árica del Oeste, su sede está en Santo Albans, Inglaterra, cerca de Londres.

Norteamericana.- Incluye Estados Unidos, Canadá y las Bermudas, esta dirigida directamente por la Asociación General.

Sudamericana.- Se organizó en 1916 y su sede está en Brasilia, Brasil y la compone toda Sudamérica.

Sudasiática.- Su sede esta en Poona, India. La componen la India, Pakistán y Sri. Lanka y Bangladesh.

Transafricana.- En 1900 iniciaron muchas misiones en este territorio.

La Obra Adventista en México

Después de la conquista por Hernán Cortés en 1521, los indígenas fueron sometidos bajo el credo católico. Pero en 1857 se declaró la separación de la Iglesia y el Estado. Y en 1917 las actividades religiosas fueron controladas y reguladas. La religión se enseñó sólo en las capillas, para entonces la educación era controlada por el gobierno.

A principios del siglo XIX. Manuel Lacunza (jesuita chileno) realizó una interpretación profética con relación a la Segunda Venida de Jesús, su obra fue

publicada por varios países hispanoamericanos, este libro atrajo la atención de José María Gutiérrez, un eminente abogado católico y en 1833 y 1834 realizó otra obra semejante a la de Lacunza con relación al Advenimiento de Jesús, titulado "Consulta de los Sabios sobre la Aproximación del Segundo Advenimiento de Nuestro Señor Jesucristo", el cual constaba de 235 páginas.

Los registros de la iglesia adventista más antiguos relatan que en 1891, S. Marchisio, cuya profesión era la de sastre, se dirigió a la ciudad de México para vender el libro "Conflicto de los Siglos"; este hecho marcó el principio de la obra adventista en México.

En 1893 un grupo misionero integrado por Dan T. Jones, el Dr. Lillis Wood, Ida Crawford, Ora Osborne y Alfred Cooper y su esposa llegaron a Guadalajara e iniciaron una clínica y escuela. La clínica prosperó hasta convertirse en el Sanatorio de Guadalajara.

Aproximadamente en 1893 y 1894 se organizó la primera Iglesia Adventista en Guadalajara. Y en 1896 según ediciones de la Revista "Review and Herald" en Guadalajara se imprimió un periódico llamado "El Amigo de la Verdad".

En 1897 la Asociación General envió a G. W. Caviness a Guadalajara, como representante de la Iglesia Adventista con el objetivo de traducir la Biblia. En 1899 se dirigió a la ciudad de México para iniciar la obra adventista, junto con Marchisio, M. Placencia y sus familias. Debido a que ellos provenían de Estados Unidos, su idioma les abrió fuentes de trabajo e iniciaron una escuela para enseñar inglés.

En 1904 el mensaje adventista se había extendido de Guadalajara a la Ciudad de México, San Luis Potosí, Torreón, Tuxtla, Ameca y el total de miembros bautizados era de 72. En 1903 se estableció una pequeña imprenta en Tacubaya, donde se publicó el periódico "Mensajero de la Verdad".

Para entonces cambió de nombre por el de "Las Señales de los Tiempos" y también se editó una revista infantil titulada "El Amigo de los Niños".

La Misión Adventista en México se organizó en 1903. En 1929, los médicos T. Gordon Reynolds y Eugene E. Gloor, iniciaron una clínica de sostén propio. En 1947 se estableció el Hospital y Sanatorio en Montemorelos N. L. y en 1976 el Hospital de Sureste en Villahermosa, Tabasco.

Una obra completa en el aspecto físico, mental y sobre todo espiritual ha sido llevada hasta hoy, en todo el territorio de México.

La Iglesia Adventista tiene una profunda vocación en el estudio de la Biblia. La Iglesia Adventista del Séptimo Día, surge de la evocación del escudriñar las Profecías Bíblicas, toma conocimiento reflexivo del mundo en que vive su historia final y en la pronta venida de Jesús.

Doctrinas Adventistas

*Basadas en el curso básico "La Fe de Jesús"
Autor Carlos E. Aeschliamabb H.
Publicaciones Adventistas 1970

Dios. - La Biblia enseña que existe un solo Dios (Efesios 4:6) y que su naturaleza es Espiritual (S. Juan 4:24). La Trinidad esta formada por Dios Padre, Dios Hijo y Dios Espíritu Santo (2 Corintios 13:3).

Dios es aparte de nuestro creador, es nuestro padre (1 Juan 3:1 y 2), quien se preocupa por nuestros problemas (Salmos 40:1-3).

La Biblia. - Dios reveló las Sagradas Escrituras (2 Timoteo 3:16) mediante profetas (Hebreos 1:1), la cual es como una antorcha que alumbra en lugar oscuro (Salmos 119:105), cuyo beneficio aporta ser sabios para la Salvación (2

Timoteo 3:15-17) y su durabilidad es para siempre (Isaías 40:8).

La Oración.-Es el medio para comunicarnos con Dios (Daniel 9:3) y es derramar el Alma (1 Samuel 1:9-15), para recibir poder de Dios (Santiago 5:16).

La Fe.- Es la confianza plena en Dios, es creer y esperar en las cosas que no se ven (Hebreos 11) y se desarrolla mediante el estudio de la Biblia (Romanos 10:17) y es además un Don de Dios.

Segunda Venida de Jesús.- En San Juan 14:1-3, Jesús promete regresar a la tierra, esta será visible (Mateo 24:30), todos los que viviremos en ese momento lo veremos (Apocalipsis 1:7), viene a pagar a cada quién conforme a sus obras (Mateo 16:27). Los muertos que vivieron confiando en Dios resucitarán (1 Tesalonicenses 4:13-16) y los justos que viven se levantarán de la tierra para recibir a Jesús en las nubes de los cielos (1 Tesalonicenses 4:17).

Señales de su Advenimiento.- Nadie sabe la fecha y la hora de su venida (Mateo 24:36), mas no se ignora la cercanía de esta promesa por las señales que acontecerán antes de su venida. En Mateo 24:6 y 7, habla que vendrán grandes guerras, terremotos, hambres, pestes, injusticias políticas, sociales y económicas (Santiago 5:1-5); hombres egoístas, amadores de si mismos antes que de Dios (2 Timoteo 3:1-5). La ciencia aumentará (Daniel 12:4); las estrellas caerán, se oscurecería el sol de una manera nunca antes vista (Mateo 24:29).

La Salvación.- En Romanos 5:12, dice que la paga del pecado es muerte, y todos somos pecadores. Más Jesús dijo venir a pagar nuestra deuda y a morir para que nosotros seamos salvos (Lucas 19:10). Su resurrección confirma esta promesa hecha desde que el hombre pecó por primera vez (1 Corintios 15:20-22), la Salvación es gratuita (Romanos 3:24).

El Pecado.-El pecado es nuestra trasgresión, mas el Señor Jesús promete limpiarnos (Isaías 1:18), al arrepentirnos (Hechos 2:37-38) y confesar nuestros pecado delante de Dios (Salmos 32:3 y 5); Dios borra todos nuestro pecados, se olvida de ellos y nos trata como justos, irreprochables sin mancha (Isaías 43:25).

El Juicio.- Hay un Juicio marcado en la Biblia, en el cual se juzgaran todos nuestros actos (Eclesiastés 12:14), en el cual todo ser humano tendrá que comparecer (2 Corintios 5:10). Pero nuestro amado Jesús será el Juez (Juan 5:22). En el cielo hay ciertos libros, en los cuales se anotan todos nuestros actos, pensamientos, todo (Apocalipsis 20:12; Mateo 18:10). Y bajo la Ley de Dios se juzgará al hombre (Santiago 2:12). La sentencia será de Vida Eterna o Muerte Eterna.

La Ley.- Dios escribió con su Dedo la Ley en dos tablas de piedra, símbolo de la eternidad de la Ley (Éxodo 31:18). La Ley hace resaltar el pecado en el hombre (1 Juan 3:4). Jesús observó la Ley, como ejemplo para nosotros (Juan 15:10), la Ley es inmutable (Eclesiastés 3:14). Más que nada los mandamientos son una mano protectora de Dios para con los hombres, su objetivo es librarnos del mal y que seamos felices.

El Sábado.- Es el día que Dios eligió para descansar desde la creación (Génesis 2:1-3) y según la Ley en Éxodo 20:8-11 hace hincapié a que recordemos ese día, Dios no reposó el séptimo día porque estuviera cansado, en el capítulo donde se describe la creación menciona que "Dios habló" y las cosas fueron hechas; así que no había motivo para descansar, además Dios es Omnipotente y no necesitaba un descanso, sin embargo apartó un día de reposo en el cual el hombre y Dios tuvieran una relación estrecha de manera especial, en Marcos 2:27 se dice que el día de reposo fue hecho a causa del hombre. Tenía que dejar a un lado el trabajo, las obligaciones domésticas (con preparativos previos), la escuela, a fin de que el hombre reposara y

renovar sus fuerzas, Jesús sabía que los afanes de la vida, los problemas agotan el alma y la enferman.

La Biblia registra que Jesús guardaba el Sábado, la Virgen María y los Apóstoles (Lucas 4:16; 23:56; Hechos 17:2). Aún más, en el cielo se reposará el Sábado (Isaías 66:22 y 23).

Es un día para dedicarlo a la familia, para hacer el bien al prójimo y buscar a Dios de manera especial. Eso no significa que el resto de la semana no se pueda hacer lo que se realiza en sábado, pero las diferentes actividades requieren de toda nuestra atención.

La Muerte.- En Génesis 1:27 y 2:7 Dios creó al hombre del polvo de la tierra y soplo en su nariz un soplo de vida, y fue el hombre un ser viviente. La muerte es volver al polvo de donde fuimos tomados (Eclesiastés 12:7) y el soplo de vida vuelve a Dios quién nos lo dio. La muerte según la Biblia es como un sueño, Jesús mismo lo dijo en Juan 11:11-13; hay inconciencia y por lo tanto no se puede uno comunicar con los muertos (Deuteronomio 18:10,11).

La Iglesia.- Cristo fundó la Iglesia (Mateo 16:16-18) quien es el fundamento o la Piedra Angular (Efesios 4:11,12). La Iglesia tiene una misión específica que según Mateo 4:23 es Enseñar, Predicar y Sanar.

Los Profetas.-Dios ha utilizado mensajeros a quién revela sus designios, estos son los profetas (Amós 3:7). Los sueños o visiones han sido los medios comúnmente usados por Dios (Números 12:6). La Iglesia del Antiguo Testamento estuvo favorecida con los hombres que Dios utilizó como mensajeros. Y en Apocalipsis 12:17 y 19:20 menciona que la Iglesia de los últimos días tendrá profetas.

Normas Cristianas.- En 1 Corintios 6:19 y 20 el Apóstol San Pablo hace hincapié de que nuestro cuerpo es Templo de Dios, y debe tenerse un cuidado especial para con él, en todo lo que se ingiere, se viste y todo su cuidado. Hay una

premisa en 1 Corintios 10:31, de que todo lo que vemos, comemos, oímos, leemos, absolutamente todo debe honrar a Dios. Dios siempre motiva al hombre a ser humilde, sabía que esto traería felicidad al hombre. Éstas se convierten en normas Cristianas, que el Señor Jesús exhorta al hombre para que tenga una vida feliz.

Bautismo.-Jesús estando en la tierra vivió como ejemplo para el hombre, Él mismo fue bautizado en el Río Jordán (Mateo 28:18 y 20) y la forma de como debía realizarse (Mateo 3:13-16). El Bautismo es necesario para la Salvación (Marcos 16:16). Cuando el hombre recibe a Dios en su corazón y se bautiza, recibe el perdón de sus pecados y el Espíritu Santo. Y es símbolo de una resurrección a una nueva vida (Romanos 6:4).

El Diezmo.-Ciertamente Dios no necesita nuestro dinero, en Hageo 2:8 dice que el oro y la plata, así como todo lo que hay en la tierra le pertenece, aún nosotros. Dios demanda el diezmo en Levíticos 27:30, 32 y en Malaquías 3:10 con un fin preciso, quitar el egoísmo arraigado en el hombre y no olvidar que todo lo que poseemos proviene de Dios. El empleo de estos diezmos en 1 Corintios 9:13 y 14 dice que es para el sustento de los que trabajan en su obra.

Vida Cristiana.-El cambio que experimenta el hombre al acercarse a Dios es radical, en una vida nueva (2 Corintios 5:17), se goza aún en medio de los problemas (1 Pedro 4:12,13). El alimento espiritual principal es la Biblia (Deuteronomio 17:19), la Oración nos comunica con Dios (1 Pedro 4:7), el reposo Sabatino nos fortalece y la relación con una hermandad cristiana nos motiva a seguir adelante. Y la promesa del Advenimiento de Jesús nos da esperanza y nos motiva a prepararnos para su Segunda Venida.

1.2

Revista Mundo Joven de la Iglesia Adventista

Los medios impresos tales como revistas, folletos, libros y periódicos fueron utilizados desde el principio de la Obra Adventista, antes de 1844 por Guillermo Miller y muchos hombres más para predicar la Segunda Venida de Jesús. Hoy la Iglesia Adventista incursiona plenamente en el diseño, producción y difusión de estos medios con el objetivo inicial de la Obra Adventista, Proclamar la Segunda Venida de Jesús y preparar a un pueblo para recibir al Señor Jesús.

En el libro Nuestra Herencia en la página 23 (Publicaciones Adventistas), se registra que una de las primeras revistas publicadas por los Adventistas fue en Boston en 1840 por Josué Himes, titulada "Sings of the Times" (Señales de los Tiempos); después de esta se publicó "The Midnight Cry" ("Clamor de Media Noche") cuyo éxito la llevó a publicar diariamente diez mil ejemplares y se difundió por todo Nueva York. "Señales de los Tiempos" posteriormente se convirtió en un periódico, debido a que Himes, de carácter enérgico, valiente y organizador fundó este periódico.

Josías Litch, editó un folleto de 48 páginas sobre la Segunda Venida de Jesús, y participó en la realización del periódico Adventista.

En 1849, un grupo pequeño publicó la revista "The Present Truth" (La Verdad Presente).

En 1850 se publicaron 6 ediciones de la revista "The Advent Review" (La Revista del Advenimiento). En ese mismo año se publicaron 2 nuevas revistas: "Second Advent Review and

Sabbath Herald" (Revista del Segundo Advenimiento y Heraldo del Sábado) hoy conocida como "Revista Adventista". Esta es la revista oficial de la Iglesia Adventista y su contenido se engrana en las actividades de la Iglesia a nivel mundial, devocionales y artículos de gran interés.

Ya con mucha anterioridad la Iglesia utilizó los medios masivos de comunicación, hoy se siguen explorando con el mismo objetivo inicial.

En 1852, en Rochester, Jaime White (esposo de Elena Harmon) publicó el Youth Instructor, folleto que contenía lecciones Bíblicas y se publicaban semanalmente.

En 1855 en Battle Creck, Michigan se inició la primera imprenta Adventista dirigida por los esposos White, se publicaba la revista "Review and Herald", el "Youths Instructor", tratados sobre salud y temperancia y sobre todo de Evangelismo.

En 1876 se organizó una imprenta en Basilea, Suiza y se edita "Sings of the Times" la primera revista Adventista en Europa en el idioma francés.

Además de utilizar los medios impresos para difundir la Segunda Venida de Jesús, los Adventistas incursionaron en otras áreas para perseguir este fin. H.M.S. Richards fue el pionero de la Obra Radial. En 1920 se le ocurrió la idea y en 1926 se realizó la primera transmisión radial Adventista. Sus oficinas eran sencillas, ubicadas en una pollería, hasta 1941 que se realizó un proyecto más grande, titulado "The Voice of Prophecy". Hoy se trasmite de costa a costa en Norteamérica y más de 1,000 estaciones fuera de Estados Unidos. Se utilizó el método de una escuela radio-postal para captar interesados de la verdad Bíblica.

W.A. Fogal, ministro de la iglesia adventista dirigió un programa de Televisión en Nueva York titulado "Faith for Today". Y en 1952

gracias a este programa se inició una escuela Bíblica.

"It is Written", es otro programa de la iglesia que dirigió George Vandeman en 1955. Hoy la iglesia patrocina programas Evangélicos, tales como "La Voz de la Esperanza", que se inició en Cuba por el Pastor Braulio Pérez M. y se trasmite en el 620 A.M. todos los domingos a las 9:00 AM.

La iglesia organizó la Asociación Hebrea de las Escrituras en 1955 y publicó una revista trimestral llamada "Israelite".

Actualmente la iglesia posee una imprenta en Montemorelos, N. L., donde se imprime material gráfico para distribuirlo en toda la República Mexicana y algunos materiales gráficos en los países de habla Hispana de la División Interamericana.

En la Ciudad de México circulan las siguientes revistas:

Revista Adventista. - Es una revista de edición mensual, abreviada de la revista general de la Iglesia Adventista del Séptimo Día Copyright: Review and Herald Publishing Assn. 125 Old Columbia Pike, Silver Spring, Md. 20904. Se publica en toda Interamérica.



Portada de la Revista
Adventista
México, 1999

Directiva de la Revista

Dir. General

Director Asociado

William G. Johnson

Roy Adams

Redactor de Noticias
Dir. De Arte
Consejeros

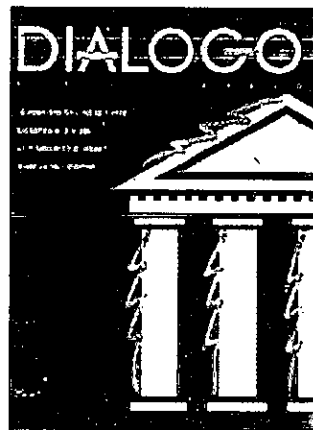
Carlos Medley
Bill Kirstein
Israel Leito
Agustín Galicia
Ramón Maury
Gordon O. M.
Pedro Farfán
Daniel Loredo C.

Corresponsales en México

Impresa por la Asociación Publicadora Interamericana, Asociación General de la Iglesia Adventista del Séptimo Día. División Interamericana. P.O. Box 340760, Coral Gables Florida, EE. UU. 33134.

Esta es la revista oficial y su contenido es de interés global, sobre las noticias y actividades de la iglesia a nivel mundial, tiene artículos de ciencia, salud, religión, testimonios inspiradores para vivir una vida fiel para con Dios. Posee 40 páginas.

Diálogo Universitario. - Esta revista tiene como objetivo reafirmar la fe de los Jóvenes Universitarios y Profesionistas Adventistas. "Es una revista internacional de Fe, Pensamiento y Acción".¹ Posee 36 páginas. Se publica 3 veces al año en 4 ediciones (español, francés, inglés y portugués), bajo la supervisión de la Comisión de Apoyo a Universitarios y Profesionistas Universitarios (CAUPA). 12501 Old Columbia Pike, Silver Spring, M.D. 20904-6600 EE. UU. de N.A.



Portada de la Revista
Diálogo
México, 1990

1.-Revista Diálogo Universitario
Volumen 8 No. 1 Pagina 2

Comisión del CAUPA

Presidente	Matthew Bediako
Vicepresidente	Baraka Muganda
Secretaria	Julieta Rasi
Vocales	Richard Barrón John Fowler

Junta Editorial

Director	John Fowler
Redactor	Humberto Rasi
Redactor en Español	Julieta Rasi

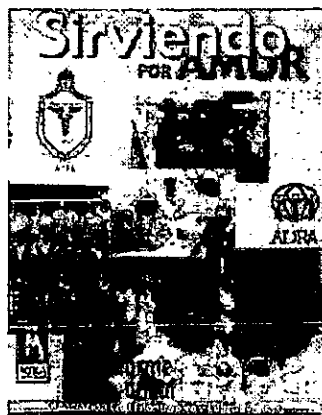
Suplemento de Vida Mejor.-Es la revista de la familia sana y feliz. Esta es un suplemento de las Cruzadas Pro-Salud. Anteriormente se ha mencionado que la iglesia adventista cree y promueve una reforma prosalud, este suplemento instruye a la membresía de la iglesia sobre el cuidado del cuerpo, la mente y el espíritu.

Este suplemento carece de periodicidad, se publica cuando se organizan cruzadas pro-salud, y algunas fechas especiales, por ejemplo se publica una revista del tabaquismo, el día mundial de No Fumar. También se publican números especiales de Diabetes, SIDA, Cáncer, Nutrición, etc.

Posee 32 páginas y su producción está bajo la dirección de la directiva de la revista Mundo Joven

ACFE.- Es una revista de publicación anual con carácter informativo, consta de 16 páginas y básicamente, por este medio se rinde un informe de las actividades realizadas durante el año. Esta organización pertenece a la Iglesia Adventista del Séptimo Día. Para poder cumplir con los objetivos de ACFE, el gobierno permite realizar una recolección también anual. Su lema es "Servir con Amor" y es un medio de proclamar el mensaje del Segundo Advenimiento de Jesús.

Esta organización tiene el objetivo de ayudar a personas que están en extrema pobreza, esa ayuda consta de proveer alimentos, ropa, medicamentos y en caso de siniestros provee unidades médicas de rescate.



Portada de la Revista
ACFE
México, 1999

Directiva de la Revista

Director General	M.S.P.H. José Hayasaka
Tesorero	C.P. Jaime Luna
Contador	C.P. Javier Domínguez
Secretaria	Sonia Rendón
Diseño	Centro de Producción
Consejeros	Lic. Sergio Balboa Lic. David Pérez Lic. Pedro León A.

Las oficinas se localizan en Uxmal 437 Col. Narvarte, México, D.F. C.P. 03020 Tel. 5669-44-92.

"Enfoque de Nuestro Tiempo".- Es la Revista Familiar Adventista. Su objetivo es el mismo que posee toda publicación adventista, Enfoque instruye a las familias cristianas en su vida práctica. Consta de 20 páginas, es publicada mensualmente y se produce en la Ciudad de México.



Portada de la Revista
Enfoque
México, 1999

Antecedentes de la Revista "Mundo Joven"

El crear una revista juvenil en un contexto y cultura religiosa surgió del análisis de las estadísticas de la membresía de la Iglesia Adventista del Séptimo Día, cuyo resultado fue que un gran porcentaje de la iglesia estaba integrada por jóvenes cuyas edades fluctúan entre 16 y 30 años.

Es necesario atender a este grupo numeroso con preparación académica diversa, por lo que sus necesidades y criterios difieren, principalmente por interrogantes sobre la veracidad de la religión.

Así que era indispensable crear un órgano informativo que pudiese satisfacer sus necesidades y orientarlos en ciertas cuestiones religiosas aplicadas a una vida práctica. Sobre todo, si consideramos la época en que vivimos, influenciados con los medios masivos de comunicación que no ejercen más que influencias negativas, agresividad, falta de moral y sobre todo de respeto y amor.

La junta de Publicaciones de la Unión Mexicana del Norte y Sur, nombró una Comisión que analizara la posibilidad de crear una revista juvenil.

El 2 de Junio de 1992 se celebró esta reunión por la Comisión, la cual presentó este informe:

***Propósito.**- Proveer un órgano informativo que ayude a su desarrollo espiritual y ayude a contrarrestar toda mala influencia de literatura nociva. La cual ayudará en su vida práctica.

***Nombre.**- El nombre de la revista se formó de sugerencias, mediante una convocatoria en toda la República Mexicana mediante el Ministerio Juvenil y la Revista Religiosa Adventista "Enfoque".

Junta Directiva

Director	César Maya Montes
Redacción	Alejandro Medina
Diseño	Julio Hernández
Consejeros	Lic. Sergio Balboa Lic. Israel Leito Samuel Meza

Domicilio Legal: Uxmal 431. Col. Narvarte, México, D.F. C.P. 03020

"Mundo Joven".- Es la Revista de los Jóvenes Adventistas, su publicación es mensual, posee 24 páginas, su domicilio fiscal es en Uxmal 431, Col. Narvarte, México, D.F. C.P. 03020. Impresa por Gráficas La Prensa, S.A. de C.V. En la Ciudad de México. Se difunde en América Latina. Su formato es oblongo, su altura es de 273 mm y 210 mm de ancho.

Junta Directiva

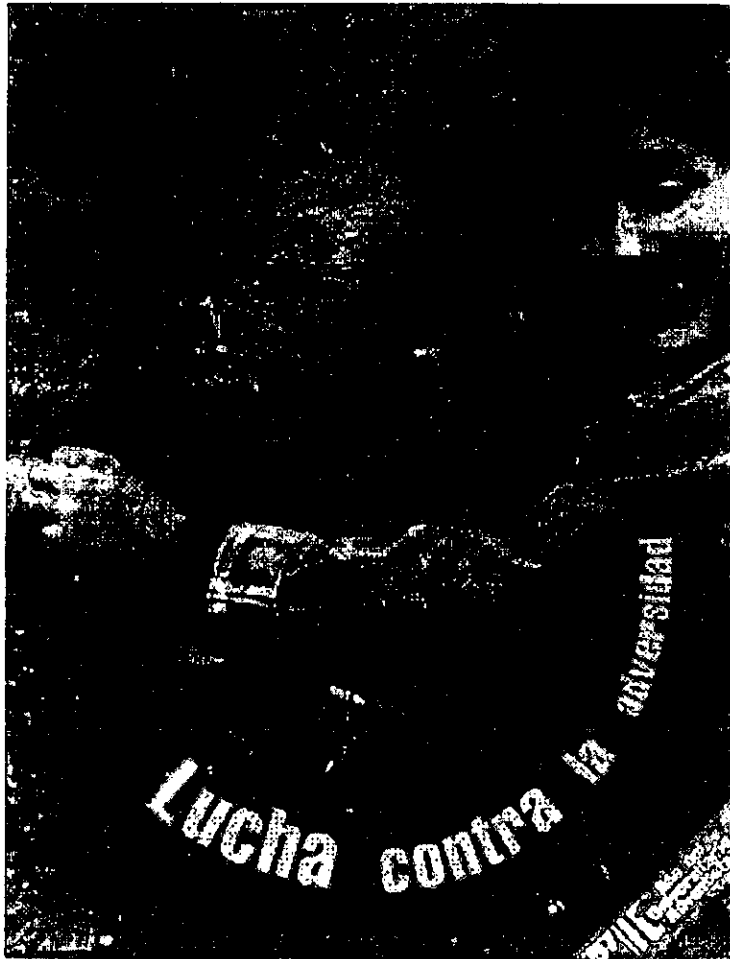
Director	César Maya Montes
Redacción	Alejandro Medina
Corrección	Luz María Aguilera
Diseño	Julio Hernández
Consejeros	Armando Miranda Sergio Balboa Héber García Luis Arturo King Israel Leito

***Inicio.**- Enero de 1993 fue la fecha que la Comisión sugirió para publicar el primer ejemplar.

***Personal.**- El personal tendrá que cubrir las siguientes características: deberá poseer un espíritu de servicio, así como, experiencia con los jóvenes.

***Distribución.**- La distribución de la revista estaría bajo el cuidado de la Agencia de Publicaciones y bajo la conducción de los Directores del Ministerio Juvenil.

***Directiva.**- La directiva de la revista estaría formada por un Director, Subdirector, Redactor, Diagramador y Secretaria.



Portada de la Revista
Mundo Joven
México, 1998

1.3

Objetivos de la Revista Mundo Joven

El objetivo principal de la Revista Adventista "Mundo Joven", es de acercar a la juventud ha Dios, mediante una relación estrecha de amor y confianza; y de preparar a los jóvenes para recibir a Jesucristo en las nubes de los cielos. "Mundo Joven", tiene como objetivo secundario el de ser un órgano de comunicación con fines de instrucción, orientación y educación en el transcurso de una restauración del hombre a la Imagen de Dios.

"Mundo Joven" concede a sus lectores una literatura cristiana, útil y práctica para sus vidas, basada en sólidos principios Bíblicos y en los Escritos de Espíritu de Profecía, aborda el aspecto físico, mental y espiritual del hombre.

Su estructura está dirigida a los jóvenes adventistas, pero posee características de forma y contenido para captar el interés de jóvenes lectores ajenos a la cultura adventista, mediante su profundo contenido que promueve valores morales o sea altas normas morales, como la fidelidad, el respeto, el amor, etc., Que finalmente son principios bíblicos.

La revista tiene propósitos definidos, en su estructura y difusión:

1.-La esencia de la revista es reforzar y vivificar la ideología de la existencia de Dios; enaltecer la obra creadora y la redención del hombre mediante la sangre expiatoria de Cristo.

2.-Los artículos de la revista dirigen a la juventud a proyectar en sus vidas principios morales, tal como los enseñó el Señor Jesucristo y promueve la Iglesia Adventista.

3.-Estimula un crecimiento espiritual, mediante el estudio de la Biblia, la Oración, el buen Testimonio y el Amor al prójimo.

4.-"Mundo Joven" motiva a los jóvenes a que desarrollen interés y esperanza en los aspectos espirituales.

5.-"Mundo Joven" pretende orientar a la juventud y prevenir contra los peligros de las drogas, el tabaco, el alcohol, prácticas sexuales ilícitas y todos aquellos factores que atenten contra la salud física, mental y espiritual.

6.-Proveer lecciones prácticas para la vida de los jóvenes mediante los testimonios de inspiración y orientación.

7.-Transmitir confianza y esperanza en Dios, la Biblia y Espíritu de Profecía.

8.-Promover el respeto de las autoridades de la Iglesia, quienes buscan el bienestar y progreso de los jóvenes adventistas en su vida presente y en la futura.

9.-Inducir a la Juventud Adventista a respetar sus raíces teológicas e históricas.

1.4

Público al que se dirige

Todo material editorial trabaja en función de un público, el cual busca proveer los medios para satisfacer sus necesidades. Por lo cual, es necesario limitar y definir el grupo al que nos dirigimos, es decir, mi producto editorial está dirigido a: hombres o mujeres, ¿qué edad tienen?, ¿qué preferencias poseen?, ¿qué aptitudes?, Preparación académica, nivel económico, social, etc., ¿por qué?, ¿por qué es necesario cuestionar y resolver estas interrogantes?, es sencillo, todo material editorial trabaja en función de un público, este determinará su estructura y resultado gráfico.

El público al cual se dirige "Mundo Joven", surgió de un análisis en la membresía de la Iglesia, los datos obtenidos detectan un porcentaje elevado de jóvenes de 16 a 30 años de edad. Y toda la temática así como su estructura fluye en función a las necesidades, tendencias y preferencias de este grupo; mismo que varía y podemos enmarcar en 2 grupos, en el primero se encuentran los adolescentes y el segundo jóvenes con expectativa más amplias y claras.

Los jóvenes de 16 a 30 años, experimentan cambios, actitudes y necesidades diferentes; ya que la organización religiosa no puede generar dos revistas para cubrir ambas necesidades, la revista cuida el equilibrio del contenido para proveer artículos de interés para ambos grupos.

Su estructura de la revista esta unificada en función de estos dos grupos por medio de su fe y cultura religiosa, la cual se espera de ellos así como se desea confirmar.

El lenguaje y contenido de la revista adventista esta diseñada para jóvenes, no limitado por su nivel económico, social, política; debido a que sus principios y fundamentos son los mismos basados en el concepto religioso de la cultura adventista y enfocado hacia el progreso y desarrollo espiritual.

Además "Mundo Joven" amplía sus expectativas por medio de sus artículos al ser un instrumento útil a todo joven.

La difusión de la revista adventista se extiende en países centroamericanos de habla hispana, esto ofrece una amplia gama en el contenido de la revista, ya que se tiene correspondencia de diferentes países, esto hace que la conceptualización, realización y producción de la revista tenga un trato cuidadoso y concienzudo en el contenido, redacción y estructura, y como tal en el resultado gráfico, ¿por qué?, Simplemente por que la diferencia de cultura puede generar conflictos en el contenido, por los tecnicismos y la cuestión gráfica puede generar errores al transmitir el mensaje. Sin embargo esto obliga a tener más cuidado en el trabajo.

Contenido

Para lograr su función y objetivos la revista hace uso de tópicos edificantes y artículos generales, una diversidad de temas considerándose las necesidades de las lectores, entre los cuales están:

Ciencia y Religión.- Hablar de ciencia y religión es hablar para el mundo de polos opuestos imposibles de unificar en un mismo criterio. Tal pareciera que cada comunidad tiene la intención de negarse la una a la otra.

Los adventistas creen fielmente en la Biblia y la anteponen como norma de vida, ya que cualquier conocimiento se analiza a la luz de las escrituras. Las aportaciones científicas corroboran la veracidad de la biblia, sin duda existen teorías que rechaza la iglesia. "Mundo Joven" ayuda a eliminar y esclarecer dudas ante estos dos conceptos.

Sexualidad.- La conducta de la sociedad con respecto a la sexualidad ha sido extremosa, en épocas anteriores surgió una ideología "puritana", que concibe la sexualidad como un mal necesario para la procreación. Esta ideología condenaba el acto sexual y buscaba tener amor sin caer en la sexualidad. Como extremo contrario encontramos el "liberalismo", el cual busca una relación sexual sin comprometer los sentimientos y reduce al hombre a un objeto. Además en la actualidad se produce material ilimitado y accesible a todo público, una literatura pornográfica que degenera el concepto y propósito de la sexualidad que como consecuencia pervierte la mente y produce insatisfacción sexual y desdicha.

La biblia se refiere a la sexualidad humana en forma positiva, se ve como un

proceso por cual dos llegan a ser una misma carne, lo cual implica conocerse mutuamente en lo más íntimo. Y en caso contrario de usar la sexualidad sin compromiso reduce a una persona en un objeto. El sexo sirve para la procreación como para la relación; y capacita al hombre y a la mujer para reflejar la misma imagen de Dios en una actitud creativa.

Adicciones.- Mediante sus artículos busca prevenir, orientar y ayudar a jóvenes contra las adicciones que perjudican el cuerpo, la mente y el espíritu; ya que el pueblo adventista reconoce que su cuerpo es templo del Espíritu Santo, el cual habita en el hombre.

Superación.- Motiva a la juventud a tener un elevado valor de sí mismo, ya que son joyas preciosas ante Dios, comprados por sangre y Dios los ve como nación santa. Sin olvidar la humildad que Cristo mostró.

Música.- Promueve la música que edifica el carácter y alaba a Dios. Las investigaciones denotan su profunda influencia en el carácter del hombre. La Iglesia Adventista cree que la música es un lenguaje y medio de comunicarse muy eficaz el cual agrada a Dios y así se pueden grabar las grandes bendiciones de manera más óptima en la mente del hombre.

Orientación Vocacional.- Para "Mundo Joven" su público es lo más importante y no se puede pasar por alto el ayudar y conducir a los estudiantes hacia una futura postura en la sociedad, se busca obtener la más correcta y óptima para la juventud como para la sociedad religiosa y el mundo que le rodea.

Reportajes.- "Mundo Joven" no sería lo que es, si no tomara importancia a los múltiples reportajes, los cuales varían; desde una entrevista a un personaje sobresaliente, hasta reportajes de la naturaleza, donde obviamente expertos en la materia aportan sus conocimientos y exponen a una vasta sociedad de manera amena, reconocen y resaltan el gran amor de Dios.

Secciones Fijas

Son artículos que se integran en la revista de manera sistemática, las cuales tienen el objetivo de reforzar constantemente la vida cristiana, ya que son de instrucción y formación para la vida práctica y cotidiana.

Los temas ya seleccionados y estudiados selectivamente por la Junta Directiva de "Mundo Joven", dirigida por el Lic. César Maya Montes constituyen las siguientes áreas:

Historia Denominacional. - Motivamos a los jóvenes a conocer su Iglesia hasta la organización actual que tiene a nivel mundial. Se refuerza su fe en las profecías que dieron origen a la Iglesia Adventista del Séptimo Día.

Consejería.-(Espacio Íntimo) Se pretende orientar a los jóvenes de manera profesional en circunstancias de la vida ya que por su inexperiencia pueden tomar decisiones inadecuadas con consecuencias irreversibles.

Religión.-(En Terreno Bíblico) En este espacio afirmar su fe con bases sólidas es nuestro objetivo, tanto como despejar tabues, dudas, cuestiones no muy claras con base en Teología, dirigida y asesorada por estudiosos y profesionistas de Teología.

Naturaleza.- (Nuestro Mundo y Ambiente) "Mundo Joven" hace énfasis en el cuidado y amor hacia la naturaleza debido a que es el segundo libro por el cual Dios se comunica con el hombre. También es muestra clara de la existencia y grandeza de Dios. Infundimos respeto y cuidado al medio ambiente que nos rodea; y contribuimos a la preservación ecológica.

Sección Adolescente.- (Rumbo Adolescente) Este espacio se asemeja a la sección de consejería, pero aquí se centra la atención en un grupo bien delineado por sus mismas características, las cuales son una falta de definición personal en el carácter,

lo que involucra el aspecto emocional, social y espiritual. Esa falta de equilibrio los puede inducir hacia vicios. "Mundo Joven" desea por medio de la ayuda de Dios y ayuda profesional orientar a los adolescentes.

Arte.- (poesía, canto, pintura, fotografía, dibujo, etc.) La Iglesia Adventista reconoce el plan de Dios y deseo para con el hombre y este es el desarrollo y aunque siempre se hace énfasis en la cuestión espiritual, Dios también dotó al hombre con una mente y un cuerpo, lo creo un ser pensante y social, deseoso de expresarse y como tal reconoce que el arte es una manifestación de expresión íntima que surge del espíritu.

Artículo del mes.- (Foro de la Juventud) Se otorga este espacio a estudiantes universitarios y profesionistas, quienes al profundizar en sus áreas aportan conocimientos nuevos o útiles que refuerzan la fe del hombre en Dios.

Correspondencia (Se Busca Eco).- El ser humano por naturaleza es un ser social, que busca identificarse en un medio y núcleo característico en sus concepciones similares "Mundo Joven" busca ser un medio de comunicación entre jóvenes de diferentes edades, nacionalidades, idioma y una misma fe.

Salud.- El mensaje Pro-Salud es una característica de la Iglesia Adventista, así que es un compromiso de "Mundo Joven" educar, instruir y orientar a los lectores hacia una salud óptima y necesaria para su desarrollo y adoración hacia Dios.

Secciones Transitorias

Las secciones transitorias son áreas de interés para los lectores pero para las cuestiones externas pueden modificarse con base a las necesidades prioritarias de "Mundo

Joven", seleccionadas y analizadas cuidadosamente por la Directiva de la Revista.

Las secciones transitorias son las siguientes:

Conociendo lugares de interés.- Por lo general son reportajes de zonas turísticas o lugares poco conocidos de gran belleza y sin duda de beneficios a la sociedad.

Juegos de inteligencia.- "Mundo Joven" se enfoca en el Plan de Dios para que el hombre siempre esté en constante desarrollo, Dios no creó al hombre un ser autómatas, sino un ser racional y por lo mismo proveemos juegos divertidos que obligan a los lectores a escudriñar profundamente.

Cultura.- "Mundo Joven" ha descubierto que es de gran interés el ligar diferentes culturas, idiomas, costumbres, tradiciones y aportaciones de la misma.

Noticias y promociones.- La Iglesia Adventista en su organización y desarrollo busca constantemente actividades para todo interés; además la Iglesia cuenta con una gran gama de literatura para todas las edades y necesidades desde luego con un enfoque cristiano, así "Mundo Joven" pretende ser un medio eficaz de comunicación.

Actividades Científicas.- De mucho tiempo atrás se ha creído que la Biblia es un libro discontinuado por su información poco científica, pero los estudiosos de la Biblia y de la ciencia han tratado de vincular estas áreas, logrando éxito en sus estudios; aún más se ha sobrepuesto la Biblia a estos conocimientos. La ciencia y la religión no están en pique, sólo existe escepticismo ante la palabra inspirada de Dios y debido a esto se acepta primero la ciencia; alentamos a los jóvenes a tener plena confianza en Dios y que la ciencia sólo estudia la obra del hombre.

Trabajos Manuales.-En sus escritos Dios ha declarado que el trabajo ayuda al hombre a desarrollarse y sentirse útil a la sociedad, dándole un lugar en la vida. Inducimos a utilizar todos sus medios para ese desarrollo y avance en la sociedad; además previene la delincuencia, vicios y malos hábitos, los cuales tristemente nuestra sociedad está siendo víctima de las consecuencias provocadas por ella misma.

2

C A P Í T U L O

**La Revista
en el Proceso
de Diseño**

21

Antecedentes del Diseño Editorial

Diseño Gráfico

Diseño.-“El diseño es la resolución del problema. Involucra un proceso cíclico aunque progresivo de evaluación, síntesis y refinamiento de ideas”.¹

El diseño es más profundo de lo que parece, no basta con recavar información y arrojar un gráfico. La base del diseño se centra en un proceso y una lucha creativa; es decir, se sustentan conceptos bien estructurados en los gráficos, los cuales están sólidamente justificados.

Gráfico.-Es el resultado visual de la conceptualización de un problema de diseño. Es la representación física del diseño.

La esencia del diseño gráfico es comunicar a un núcleo definido una idea de manera clara y efectiva.

“La base del Diseño Gráfico es la conjunción de diversos elementos en una misma área con el objetivo de lograr una interacción que transmitirá un mensaje dentro de un contexto determinado.”²

“La finalidad del diseño gráfico es transmitir ideas, mensajes, afirmaciones visuales y en ocasiones, estética pura. La mayor parte del trabajo del diseño se engrana específicamente alrededor de la venta o la promoción del producto o servicio que proyecta.”³

“Cada organización individual intenta establecer una imagen única y promocionar sus bienes o servicios de un modo original y eficaz

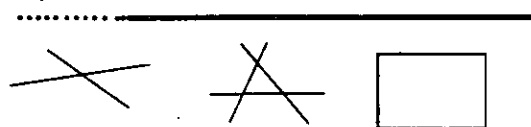
para comunicarse con su mercado potencial.”⁴

El diseño gráfico ha emergido como una disciplina independientes en los últimos treinta años...se puede definir en términos generales como la ordenación, composición y combinación de formas y figuras. El artista inglés del siglo XIX William Morris, artesano, ilustrador, diseñador y escritor puede ser considerado como uno de los padres fundadores del diseño moderno. Morris estuvo en contra de las producciones vulgares en masas, procuró de resaltar la importancia de la apariencia estética. Promovió la separación del arte y la industria, con un fin de producir un diseño *por la gente y para la gente*, como un placer a disfrutar. Después de las dos Guerras Mundiales estos conceptos se unificaron, haciendo énfasis en la relación del arte con la industria.

Elementos básicos de la Forma

Línea.-La línea es un punto con dirección y movimiento continuo; la forma del punto es irregular.”La línea se compone de muchos puntos que combinados crean líneas. Las líneas se combinan para crear planos de figuras, unidos se convierten en volúmenes de formas; el vacío restante se denomina espacio.”⁵

Ejemplos:



Estos elementos son fundamentales en la construcción de nuestro diseño, junto con el color, textura, etc. La línea “...posee una variedad de niveles de refinamiento y significado.”⁶

Ejemplos:

Longitud: distancia de la línea de un punto inicial a un punto final.



1.-Scott VanDyke, *De la línea al Diseño*, pp. 8
2.-Costa Joan, *Imagen Global*, pp. 11

3 y 4.-Costa Joan, *Imagen Global*, Página 63
5.-Scott VanDyke, *De la línea al Diseño*, Pág. 4
6.- Scott VanDyke, *De la línea al diseño*, Pág. 44

Grosor: es el ancho de la línea.



Terminación: es el final de la línea, las terminaciones pueden ser cuadradas, redondas o en punta.

Ejemplos:



Línea Recta. - Esta línea es sencilla, se da por un punto que tiene un movimiento constante en la misma dirección.

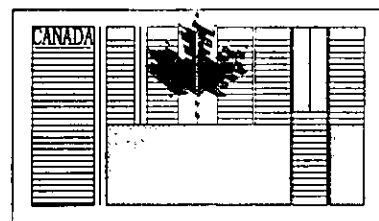
Ejemplos:

Línea horizontal _____

Línea vertical |

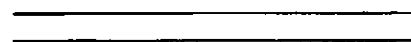
Línea diagonal /

Ejemplo en la página

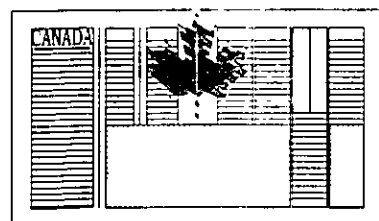


Línea Paralela. - Son líneas equidistantes con otra línea recta sin cruzarse en ningún punto de su trayectoria.

Ejemplo:



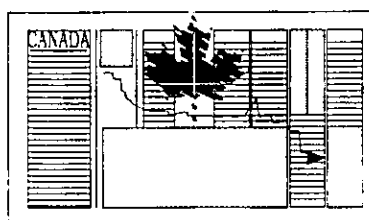
Ejemplo en la página



Línea Expresiva. - La estructura de estas líneas es suelta y con variaciones de dirección, peso y ángulo. Se utilizan frecuentemente al estructurar conceptos libres de emociones. Las líneas rectas tienen la connotación de rigidez, dureza, durabilidad, soporte; mientras que las líneas curvas sugieren lo espontáneo, sereno y suave. **Ejemplo:**



Ejemplo en la página

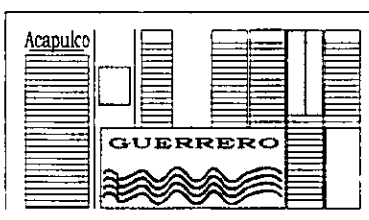


Línea Curva. - Esta línea tiene un cambio de dirección continuo y angular.

Ejemplos:



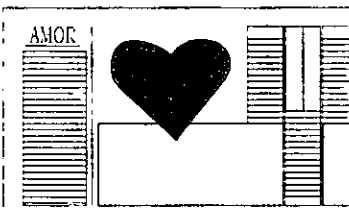
Ejemplo en la página



Línea Cerrada. - Esta línea no tiene fin. **Ejemplo:**



Ejemplo en la página



Línea Implícita.- Es otra forma que el ojo humano capta, y se compone de puntos u objetos continuos en una estrecha proximidad.
Ejemplo:



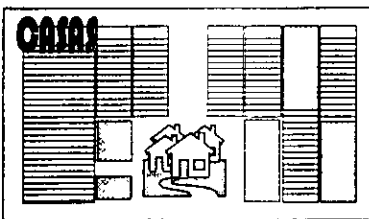
Ejemplo en la página



Línea de Contorno.- Es el conjunto de líneas que limitan una figura sin ocuparse de los detalles internos.
Ejemplo:



Ejemplo en la página



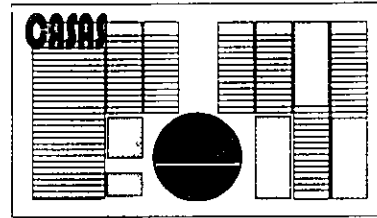
La línea es tan importante debido a que es el inicio de nuestras figuras que unidas formarán el diseño. A partir de la línea se forman otros elementos básicos para el diseño, entre los cuales están:

El círculo.- Es una figuras básica de uso común, algunos escritores como Frutigger le han asociado a este elemento una connotación de eternidad, ya que no tiene principio ni fin. Al captarlo el ojo humano lo percibe como un elemento suave.

Ejemplo:



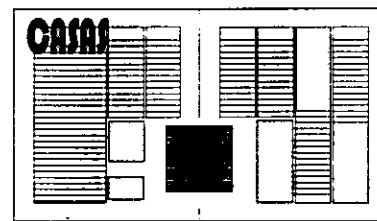
Ejemplo en la página



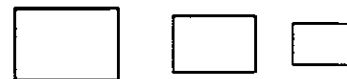
El cuadrado.- Es un elemento que por su estructura se le asocian los conceptos de madurez, rigidez, masculinidad y equilibrio.
Ejemplo:



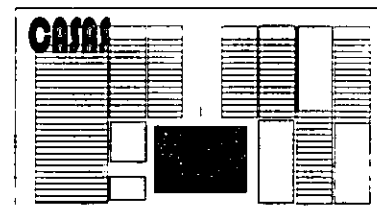
Ejemplo de la página



Los rectángulos.- Es un elemento similar al cuadrado y por ello se le atribuyen algunos conceptos del cuadrado, sin embargo el hecho de poseer un lado más largo le resta rigidez.
Ejemplo:

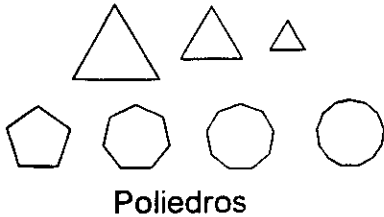


Ejemplo en la página

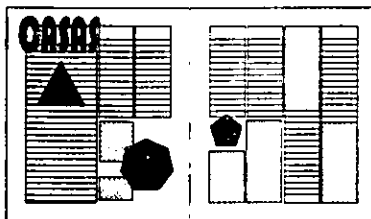


Triángulo.- El triángulo es otro elemento básico para la construcción de un diseño. Pertenece a la familia de los poliedros. Por sus características se le asocia como un elemento poco estable, y por su posición puede indicar dirección.

Ejemplo:



Ejemplo en la página

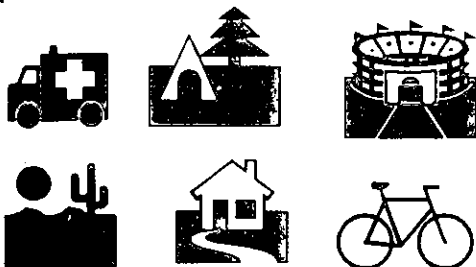


Figura

Al analizar los diferentes tipos de líneas en su unidad, estas adquieren una forma y una figura definida de objetos. Dentro de la figuras podemos obtener varios tipos debido a su construcción técnica.

Figura geométrica y orgánica.- Entre las figuras elementales del grafismo, se encuentra el cuadrado, el círculo, triángulo y rectángulo identificadas como formas geométricas, para obtener estas figuras se necesita un equipo de precisión. Estas figuras nos ayudan para crear nuestros diseños, imitando el mundo que nos rodea.

Ejemplos:



Las figuras encontradas en nuestro mundo natural, son irregulares, denominadas orgánicas; en ellas no hay círculos, cuadrados, rectángulos o triángulos geométricos; que son sólo simplificaciones del mundo natural. El hombre por querer comprender el mundo que le rodea de manera rápida y clara forma figuras simplificadas que el ojo perciba. Sine embargo el punto de partida es y siempre serán formas orgánicas. El ejemplo es todo lo nos rodea.

Figura Positiva.- Nuestro cerebro percibe el entorno y lo concibe como figuras positivas a los objetos físicos y el espacio que los rodea como figuras negativas.

Ejemplos:



Figura Positiva



Figura Negativa

Ejemplo en la página



Figuras implícitas.-Estas figuras son adquiridas por su ubicación en el espacio las cuales sugieren formas específicas. Son formas que sugieren figuras.

Ejemplo:



Ejemplo en la página



Forma

La forma es la representación del objeto con las características de ancho, alto y profundo. También se puede representar algún concepto o pensamiento con un previo significado.

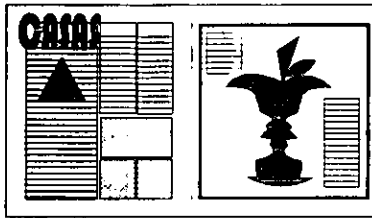
Espacio

Es el entorno de la forma, resulta muy importante considerarla en el diseño, debido a que puede crear confusión al percibirla, ya que puede crear una imagen implícita.

Ejemplo:



Ejemplo en la página



Textura

Nuestro entorno físico posee texturas táctiles, es decir elementos diminutos que componen a los objetos. En el diseño gráfico se sugiere visualmente una textura, que provoca sensaciones táctiles, las cuales se proyectan en el diseño editorial.

Color

El color es un elemento dentro del diseño, que actúa de manera instantánea ante la percepción humana emitiendo sensaciones, estados de ánimo o conceptos. Algunos escritores creen que es el ancla que atrae a los consumidores. Este tema será más ampliamente tratado más adelante.

A partir de estos elementos se han creado grandes obras artísticas, pero también funcionales para un mercado. Hay algunos otros elementos tales como la tipografía que también interactúan en una página, pero más adelante se hablará de ellos.

Principios del Diseño

Al estructurar los elementos del diseño, se deben tener bases, es decir fundamentos que ayuden a plasmar nuestras ideas.

Es necesario considerar estos aspectos en todo buen diseño. Ya que todo elemento que se encuentra en una página reforzará o confundirá el mensaje.

Unidad

La unidad es una base, que organiza a diversos elementos en una totalidad con un orden global que sugiere integridad y relación entre los mismos.

Ritmo

Es una relación que se da por la repetición de sus elementos, en un espacio definido y continuo.

Motivo

"Como mecanismo para desarrollar el diseño y mantener unidad... Es necesario crear un motivo principal o significado para el diseño."⁷

Equilibrio

El equilibrio en el diseño aumenta el orden y la unidad. El equilibrio es el resultado de la integración de una serie de elementos gráficos. Sin embargo la falta de equilibrio puede ser aceptada según convenga al propósito del diseño.

Simetría

"Es un ejemplo formal de equilibrio, dado que partes iguales se disponen alrededor de un eje."⁸ Por naturaleza el hombre busca siempre la simetría, ya que esta le proporcionará es-

7-Scott Vandyte, *De la Línea al Diseño*, pp. 28

8-Scott Vandyte, *De la Línea al Diseño*, pp. 30

tabilidad, seriedad y crea un ambiente estático; aunque según el objetivo del diseño será usada, algunos buscarán proyectar el dinamismo en sus diseños y utilizarán la asimetría que es lo contrario a la simetría, provocando movimiento visual.

Armonía

Es el resultado de la unidad y justificación de cada uno de los elementos que interactúan en la página.

Técnicas de Representación Visual

El libro *Sintaxis de la Imagen*, nos ofrece una clasificación de técnicas de representación visual que serán útiles para orientar al diseñador en la solución de su trabajo gráfico.

Reticencia

La reticencia busca impactar a un público utilizando en el diseño pocos elementos.

Profusión.- Es una técnica contraria a la reticencia pues usa exageradamente elementos que compongan su diseño.

Simetría y Asimetría

Se ha mencionado que la simetría es una necesidad para la percepción humana, por esta razón, encontrar el equilibrio que proporciona es una gran oportunidad para reforzar el mensaje según convenga. La asimetría emite inestabilidad pero es una herramienta útil al diseño.

Posición

Esta técnica proporciona una alternativa para representar ideas precisas. El disponer de un espacio y decidir la ubicación de un objeto dependerá del énfasis conceptual que se desee

transmitir.

Tamaño

El tamaño nos ofrece una jerarquización primaria, dependiendo de que orden se quiera dar a cierto elemento con base en su importancia.

Perspectiva

Crea un punto de fuga visual y surgen buenas composiciones con esta técnica.

Fragmentación

La fragmentación se da por la descomposición del diseño en elementos separados.

Economía

Es una técnica que presenta un mínimo de elementos visuales, es diferente que la reticencia debido a que esta busca un impacto visual, la técnica de economía sólo se basa en un ahorro de elementos.

Profusión

Se presenta como una técnica que busca enriquecer el diseño mediante la riqueza de los detalles.

Exageración

Expande su expresión al punto máximo de extravagancia en el diseño.

Espontaneidad

Se caracteriza por una falta aparente de plan. Es una técnica de gran carga emotiva, impulsiva y desbordante.

Predictibilidad

Es una técnica que busca un orden tradicional y obvio.

Pasividad

Es una técnica que sugiere lo estático.

Actividad

Es una actividad que sugiere movimiento mediante formas llenas de energía.

Sutileza

Esta técnica se opone a la obviedad y busca nuevas formas delicadas e ingeniosas para llevar al espectador a un punto definido.

Audacia

La audacia busca la identificación clara y rápida de una estructura que muestre obviedad.

Realismo

Surge esta técnica de presentar las formas de un objeto o elemento natural.

Distorsión

Esta técnica parte de las formas reales buscando desviar elementos que puedan proveer nuevas formas.

Transparencia

La técnica de la transparencia permite percibir las estructuras que están atrás de la que aparece en primer plano.

Opacidad

Esta técnica oculta elementos.

Coherencia

Esta técnica tiene una temática de diseño congruente, sin alteraciones.

Variación

Busca la diversidad, mediante las alteraciones en la construcción de la forma.

Singularidad

Posee una composición fría, pues no permite la interacción de otros elementos gráficos.

Yuxtaposición

Busca la comparación estructural mediante la activación de formas diferentes.

Repetición

Sirve esta técnica para repetir gráficamente un mensaje.

Acento

Esta técnica busca resaltar un mensaje u objeto, para reiterar el objetivo primario. El acento se puede dar por el color, el tamaño, la forma, el espacio y su ubicación.

Cada forma diseñada puede manipularse para lograr su fin. Para ello se requiere una buena composición con base en la relación y disposición de los elementos gráficos, los cuales se originan de una evaluación y planificación. Nos ayudarán ampliamente en nuestra composición elementos tales como: la rotación, la traslación y la reflexión.

André Ricard en su libro *Diseño ¿Por qué?* define al diseño como una aptitud natural del hombre por cambiar el entorno natural y crear un mundo artificial complementarios al natural; para qué, pues para controlar su entorno, renovando alternativas innovadoras y sofisticadas que la vida requiera. "Este entorno artificial en que se expresan los conocimientos adquiridos de una colectividad, configura su propia cultura."⁹

Otro factor que ha orillado al hombre a diseñar es buscar la perfección, dar una solución tangible a sus deficiencias. El hombre ha creado un sin fin de utensilios, los cuales han llegado a ser prótesis auxiliares del hombre. Ricard dice "...nuestro objetivo como individuos

9.- Ricard André, *Diseño ¿Por qué?*, pp. 20

es muy concreto: hemos de suministrar nuevas opciones que aporten algo diferente a lo ya existente, tanto en el mundo de las ideas abstractas, como en el de las cosas tangibles.”¹⁰

Por su propia esencia, el objeto ha de cumplir cierta función útil, ciertos servicios con la máxima economía de medios y esfuerzos.

“Los métodos son necesarios, para conocer, recopilar, ordenar y comparar. A modo de instrumentos, se utilizan en todas las actividades humanas y así también se necesita en el quehacer creativo.”¹¹

Proceso de Diseño

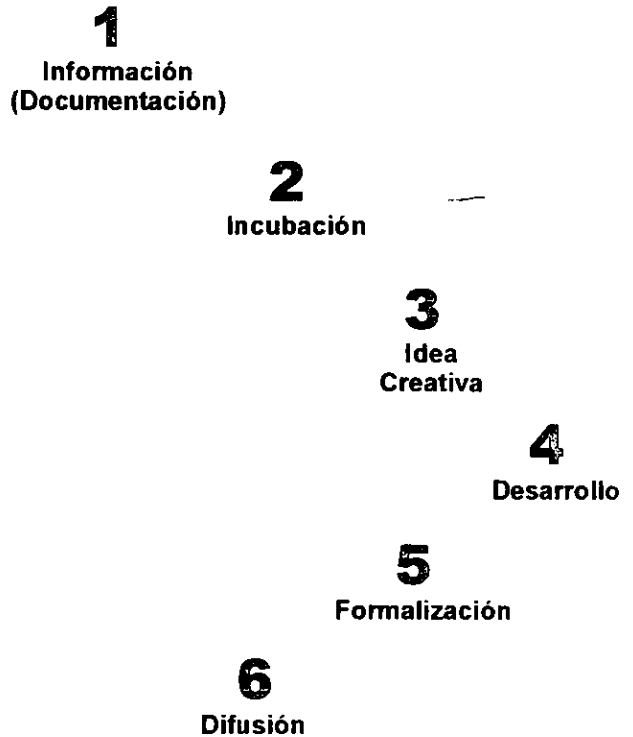
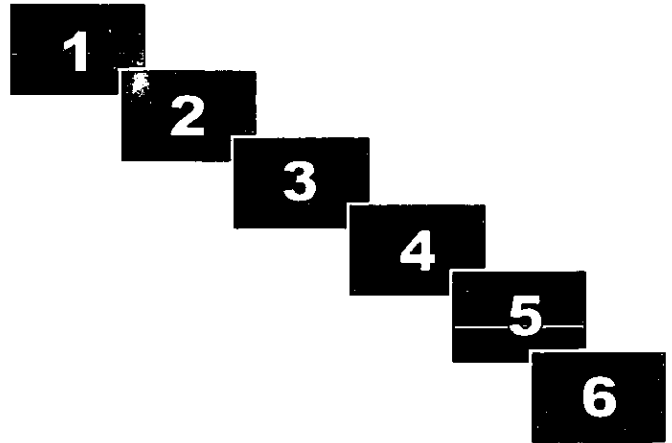
“El diseño no es un producto o el mensaje. No es la manifestación material de formas visuales, sino el proceso que conduce a la obtención del producto o mensaje.”¹²

“El diseño no es exclusivamente la expresión final de forma visible, sino la planificación y el proceso de creación y elaboración por medio del cual el diseñador industrial o el grafista traducen un propósito en un producto o en un mensaje. El diseño es el proceso, desde que se inicia la concepción del trabajo hasta su formulación final, pasando por las hipótesis tentativas del diseñador...que sucesivamente marcan los pasos internos y el desarrollo del proceso.”¹³

“Diseño, es pues, la expresión planificada de un propósito.”¹⁴

“Lo que define al diseño y comunicación es: 1) Existencia de un propósito, 2) Conocimiento de los datos de base y la posesión de las técnicas para realizarlo, 3) Disposición de los medios materiales necesarios, 4) El proceso temporal de planificación, creación y ejecución, por el cual se materializará finalmente el propósito en una forma.”¹⁵

Etapas del Proceso de Diseño



10.-Ricard André, *Diseño ¿Por qué?*, Pp. 27
 11.-Ricard André, *Diseño ¿Por qué?*, pp. 112
 12 y 13.-Costa Joan, *Imagen Global*, pp. 14
 14 y 15.-Costa Joan, *Imagen Global*, pp. 15

1.- Es toda la información recabada, la cual delinea y limitará el proyecto.

2.- Es digerir dicha información para madurar y lograr los propósitos del proyecto de manera tentativa.

3.- Aquí se buscan soluciones creativas y funcionales para hacer posible dicho propósito.

4.- En esta etapa se ponen en práctica las soluciones o alternativas.

5.- En esta etapa se elabora el mensaje de forma visual o como prototipo original, ya seleccionado y desarrollado, pasando por una elaboración técnica del mensaje o propósito.

6.- Seleccionar el medio de difusión según lo requiera nuestro propósito.

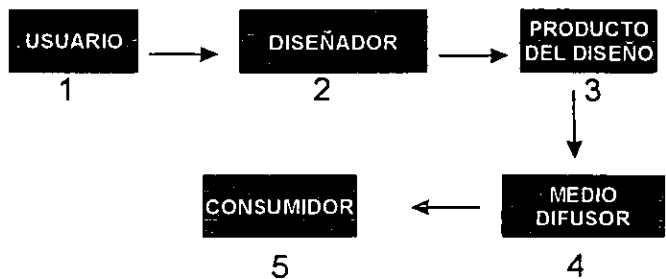
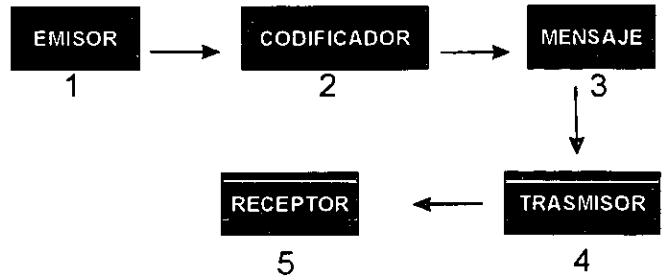
El diseño gráfico tiene 2 características, la funcional, con una "utilidad pública" en un núcleo determinado y definido, que responde a las necesidades y expectativas requeridas. Y el diseño es persuasivo debido a que mediante su impacto visual sobre las sensaciones, emite un discurso retórico que lleva al público de manera sutil a una seducción visual y psicológica. Para el éxito de cualquier diseñador es necesario analizar estos aspectos de ahí la importancia de conocer su actividad para relacionarse con un sector definido.

"El diseño es pues una actividad múltiple y compleja que no se limita a la forma externa, la solución de la forma externa no es más que la expresión visible de un proceso creador."¹⁶ y comunicacional.

Para lograr que estas características del diseño se cumplan es importante analizar la cadena comunicacional, en la cual el diseño se enrola directamente.

Componentes y Funciones de la Cadena Comunicacional

(Según Joan Costa, en su libro Imagen Global)



Para que un diseño logre el éxito deseado, se debe analizar los componentes y funciones de la cadena comunicacional, así como conocer su actividad para relacionarse con un sector definido.

Emisor o usuario.- Es todo aquel que necesite hacer uso del diseño para lograr difundir un mensaje, puede tratarse de una Empresa o una Institución.

Codificador o diseñador.- Se le llama así al diseñador gráfico, el cual será el intérprete creativo de un mensaje, o sea el mediador.

Mensaje o producto del diseño.- Es el resultado material del diseño gráfico. Se trata de un conjunto de signos extraídos de un código visual. Por medio de estos signos y sus reglas combinatorias, se construye un sentido y se obtiene un significado. "El mensaje, tiene una realidad material, lugar determinado, duración, sector social, producción y difusión."¹⁷

Medio difusor o trasmisor.- Es el medio por el cual viajan los mensajes gráficos: prensa escrita, cartel, libros, volantes, etc. Utilizado medios técnicos como la T.V. para ponerse en contacto con un público, mediante estrategias. Los medios técnicos para la difusión, son delimitados por la sociedad.

Receptor o consumido.- Es el sector social o grupo definido para quien se crea el mensaje.

Con la Revolución Industrial el diseño gráfico apareció como tal, por lo que debido al perfeccionamiento de las técnicas de impresión y fabricación del papel se desarrolló la posibilidad de adquirir simultáneamente copias impresas; quedando en el pasado el copiado manual, se sumó a este avance la manipulación y ornamentación de la página impresa.

Antecedentes del Diseño Editorial

Según Meggs Phillip la escritura es la materialización del pensamiento que complementa el habla, siendo esta una de las primeras habilidades que desarrolló el hombre en el proceso de intercambio de ideas, así que "toda escritura es almacenamiento de información, más no es la única..."¹⁸

La memoria cumple con este objetivo de almacenar información, transmitirla y difundirla; pero al difundirla se corre el riesgo de no quedar grabada correctamente y finalmente

distorsionar la información. "En el caso de la escritura la información es almacenada mecánicamente, sobre un soporte independiente y puede ser recuperada y utilizada en cualquier momento."¹⁹

Existen dos formas de escritura básica:

La escritura ideográfica que trasmite una idea.
Ejemplo:

Esta palmera
puede transmitir descanso,
frescura, verde, vida, etc.



La otra forma es la escritura alfabética o fonética. "Una idea tiene que ser traducida primero a los sonidos de una palabra u oración determinadas en un lenguaje concreto y luego hay que hacer visibles estos sonidos en forma de signos grabados, dibujados...signos que además no guardan relación con el contenido del pensamiento original."²⁰

La escritura cuyo objetivo es transmitir la idea que se gesta en el pensamiento es necesaria para la sociedad estructurada en todos sus ámbitos. Al transmitir una idea visualmente se pueden utilizar diferentes medios.

El material de reproducción de la escritura influye sobre su forma. La escritura sumeria parece ser pictográfica; en Mesopotamia el material utilizado fue la arcilla y el estilo de cuña, sin embargo esto no funcionó para las formas curvas.

La necesidad y el deseo de trascender hizo que el hombre buscara formas que lo hicieran perdurar, identificadas por un sector que transmitiera un pensamiento. La marca fue la primera señal o forma que se difundió y perduró.

En Uruk se encontraron los escritos más antiguos en los cuales se cree que son listas de artículos, números y nombres de personas.

17-Casta Joan, *Imagen Global*, pp. 13

18.-Gaur Albertine, *Historia de la Escritura*, pp. 15

19.- Gaur Albertine, *Historia de la Escritura*, pp. 15

20.-Gaur Albertine, *Historia de la Escritura*, pp. 16

Aproximadamente en el año 2050 a. C. en Su-meria, la arcilla era la materia más abundante y usada para soporte de la escritura con un tratamiento especial.

De acuerdo con las exigencias de cada época, el hombre ha buscado nuevas tecnologías para el desarrollo y progreso de la época; en la cultura antigua se utilizaba una retícula cuadrada o rectangular para asignar un signo en cada espacio, ejemplo de esto son los escritos Egipcios.

Una de las técnicas y sistemas que agilizó y facilitó la escritura, se dio en el Occidente, cuando la escritura dejó de ser como los Egipcios la manejaban. Actualmente es de izquierda a derecha y su avance es un signo de civilización y desarrollo de las comunidades. En el desarrollo de la cultura Sumeria en Mesopotamia, principalmente el comercio y los edificios cobraron una importancia arquitectónica; los oficios se perfeccionaron, todo este desarrollo impuso ..."la necesidad de establecer alguna memoria permanente de transacciones... Así se hizo patente la necesidad de la escritura."²¹

"En los fragmentos más antiguos que se conservan se hallan las dos caras de una tablilla de piedra de la ciudad de Kish (3500 a. C.) Y esto vino a confirmar que la escritura primitiva consistía en pictogramas o representaciones de los objetos. Esta forma de escritura se anticipó al sistema jeroglífico Egipcio"²²; mismo que "se transformó más tarde en una transcripción silábica basada en la diferenciación de signos en función de distintos sonidos representados por sílabas, para desembocar finalmente en la escritura alfabética."²³

La escritura comúnmente usada en la antigüedad fue la cuneiforme (en forma de cuña). Este sistema de escritura fue usada por los babilonios, asirios y persas; pero en el período clásico grecorromano fue desechado. En el siglo XIX fue redescubierto y descifrado por George Grotefend profesor en Alemania.

Por su parte Henry Rawlinson realizó la primera traducción completa del monumento de Darío en Behiston entregándola a la Royal Asiatic Society en 1846. La escritura cuneiforme se inscribía con un objeto en forma de cuña, usada sobre una tablilla de arcilla donde se solidificaba la escritura.

Posteriormente los fenicios tradujeron la complejidad de los signos sumerios a sencillos signos fonéticos.

Primeros Escritos Ilustrados

Del pueblo Egipcio se tienen los más antiguos escritos ilustrados, por lo que se cree que los egipcios fueron los primeros en mezclar las palabras con dibujos. El egiptólogo francés Champollion descifró los jeroglíficos egipcios y estudió el contenido de la piedra de Rosetta, la cual contenía signos jeroglíficos, griegos y demóticos. Este pueblo utilizó la planta de papiro para fabricar un papel fino blanco. El tallo de la planta se cortaba en pequeños pedazos que se aplastaban hasta formar finas láminas de papel.

El libro de los muertos es un conjunto de manuscritos de papiro que se ponían en las tumbas de los faraones, en este libro se registraban dibujos de exorcismos que tenían como objetivo ayudar a los muertos en su viaje al otro mundo.

Así que se cree que los egipcios fueron los primeros en utilizar las palabras combinadas con los dibujos.

Estos escritos funerarios regularmente poseían un formato rectangular. en la parte superior e inferior se introducían dos bandas coloreadas horizontales. Su escritura era vertical en columnas divididas por líneas verticales y se escribía de derecha a izquierda. Se insertaba en el texto las imágenes.

²¹⁻²³-Edición Nauta, Enciclopedia Áreas, Consultor, DiDáctico "Historia", pp.40

En la hoja de papiro, en la parte superior hay un registro horizontal que es semejante a un friso. Tradicionalmente se dividía la hoja en rectángulos para separar las ilustraciones del texto. Los jeroglíficos tenían una textura densa que producía una agradable composición al insertarlos en espacios grandes. Las ilustraciones poseían un cromatismo saturado, compensado también con los amplios espacios.

Los escribas adquirían un papel de diseñadores de los manuscritos, y para insertar ilustraciones, dejaban un espacio en blanco, oficio que necesitaba lo mejor del artista. Posteriormente las viñetas se realizaron con más cuidado y adquirieron un papel muy importante al grado que se hacían primero las ilustraciones y los espacios en blanco se dejaban para el texto.

La cultura egipcia tuvo vigencia por más de tres mil años. Los jeroglíficos, papiros y manuscritos ilustrados fueron una aportación para la comunidad gráfica.

Los chinos realizaron muchas contribuciones como: el papel, la caligrafía y la imprenta.

Caligrafía

Se le conoce también como "arte puramente visual" y cada símbolo está constituido por líneas libres y diferentes, en un cuadrado imaginario, adquieren formas abstractas. Los diseñadores crearon símbolos sencillos que remiten sustantivos para el desarrollo de la cultura, es necesario desarrollar símbolos con connotaciones específicas para manifestar sentimientos, acciones, colores, tamaños, etc.

El caligrama ha adquirido formas precisas hasta considerarse logogramas (representaciones de una palabra o acción). "La caligrafía es el arte de escribir a mano".²⁴

Los chinos también crearon los ideo-

gramas. En la escritura china en sus inicios no había alguna relación entre el lenguaje hablado y el escrito, es por ello que los ideogramas empezaron a tomar formas más reales. El primer ministro del Imperio de China Shih Twang T. unificó la escritura china con rasgos abstractos que caracterizan a la cultura china.

El Papel

Ts'ai Lun, oficial de renombre del Imperio Chino inventó el papel, reportándolo al emperador Ho en 105 d.C. Antes de este invento los escritos chinos se realizaban sobre planchas de bambú de 23 cm que se unían con correas de cuero o listones de seda para los mensajes largos. La fabricación del papel cambió el siglo XIX en Inglaterra, mecanizándose el proceso de producción.

Invencción de la Imprenta

La imprenta es el invento más importante después de la escritura, por su utilidad en la comunicación gráfica.

Impresión en Relieve

Se imprimía en una superficie plana una imagen, después se recortaban los espacios que rodeaban la imagen. Se entintaba la imagen y sobre ella se ponía una hoja y era presionada con el molde para transferirse la imagen. De ahí surgieron otros inventos similares.

*Los sirios inventaron los sellos

*En 165 d.C. las impresiones entintadas de inscripciones talladas en piedra

El Diamond Sutra es el manuscrito impreso más antiguo. Está constituido de 7 hojas de papel emplastado en forma de rollo que mide 4.9 m de largo y 30.5 cm de ancho. Las primeras 6 hojas contienen texto que comunica las revelaciones de Buda. Ese oficio alcanzó un alto nivel y calidad.

Tipo Móvil

Pi Sheng (1023-1063 d.c.) desarrolló la imprenta de tipos móviles y reutilizables. Estos caracteres eran independientes y se moldeaban con arcilla delgada para después hornearlos y obtener barro duro. En un molde de hierro se vaciaba un recubrimiento de cera, para que sobre éste se colocaran los tipos. El molde completo era expuesto al fuego a fin de que la cera se ablandara, sobre los caracteres se ponía una tablilla plana para asegurar que todos estuvieran a la misma altura, de ese modo, se imprimían exactamente iguales todos los bloques de madera. Después de la impresión, se volvía a calentar el molde para derretir la cera y almacenar los caracteres.

Este sistema se volvió complicado debido a la extensión de caracteres de los idiomas orientales, y fueron difíciles de recuperar y almacenar. Para facilitar este sistema, se inventó una mesa giratoria para buscar y clasificar los tipos de manera rápida.

El Alfabeto

La escritura es uno de los primeros signos de la civilización; es un alfabeto formado por un conjunto de símbolos visuales que tienen sonidos simples y elementales. Los símbolos se unen para formar sílabas, sonidos completos y finalmente palabras. La escritura cuneiforme y jeroglífica estaba constituida por una gran cantidad de símbolos, los cuales fueron reemplazados por 20 ó 30 signos elementales del alfabeto. El autor del alfabeto es desconocido.

Manuscrito Medieval

Después de la caída del Imperio Romano, Constantinopla surgió como una sociedad de grandes avances. Y en el oscurantismo (siglo IV-V) la mayoría de la sociedad se vio sumergida por la pobreza y como consecuencia de un radical analfabetismo. Tras

estos problemas el Imperio Romano y bárbaros, dieron origen a un vocabulario extenso en las artes y oficios.

La cultura clásica había quedado sumergida en la fe cristiana, la cual estaba presente en todos los escritos religiosos. Esta razón hizo que los monasterios fuesen centros educativos. Lugares donde se promovía la cultura, esto llevó a crear escritos decorados con plata y oro. En estos escritos se procuraba un aspecto estético para reforzar el mensaje.

Los elementos que empleaban en la formación de estos escritos eran tintas hechas de minerales, tapas de madera y pieles de ovejas. En su realización participaban:

*El erudito conocía los idiomas latín y griego, identificado hoy como el editor.

*El escribiente vertía todo el texto.

*El iluminador, quien se encargaba de la decoración y las imágenes en los escritos.

El cristianismo luchó por su supervivencia y la Iglesia llevó su obra educativa y organizadora. Los clérigos fueron casi los únicos que sabían leer y escribir. Los reyes bárbaros dependían de estos monjes para la administración de los estados. La Iglesia era el único medio de difusión social.

San Benito fue el primero que estableció un monasterio en Nápoles al oriente de Roma. La regla del monasterio era llevar una vida piadosa, ser casto, obediente y pobre, pero también como regla se tenía que dedicar al estudio, la oración y el trabajo manual.

Posteriormente los monjes empleaban mucho tiempo en escribir y decorar libros. El tiempo para ellos no tenía valor. La calidad artística era tan estética y perfecta. El libro Kells y las miniaturas carolingias son un claro testimonio. El tema de cada libro estaba controlado por la iglesia, por lo que las divisiones entre el oriente y el occidente dieron origen a utilizar el latín por el griego.

Estilo Clásico

Nuevas técnicas e invenciones de materiales dieron origen a nuevas formas de diseño e ilustración, por ejemplo, el pergamino, nuevo invento de la época clásica facilitó la durabilidad del escrito, debido a que su permanencia era mayor que la del papiro, y los códices donde se utilizaba pintura más espesa daban otro aspecto debido a que estos no se enrollaban, así conservaban sus características.

En el Vaticano se producía un escrito, El Virgilio, es uno de los escritos que se conservan de la era antigua y de la nueva era cristiana. Su creación fue en el periodo IV y V d.C. En este escrito se palpa claramente la primicia del diseño editorial. La página esta compuesta por potentes mayúsculas rústicas, dispuestas en una columna ancha. Alrededor de cada ilustración se colocaban bandas de colores brillantes y su ubicación siempre fue en la parte superior, en el centro o en la parte inferior.

El estilo pictórico e histórico de la ilustración de los libros es tan parecida a la última pintura romana, que combinada con mayúsculas representaba el estilo clásico.

En este periodo hubo una búsqueda en la estructura de la tipografía, para obtener letras sencillas, de rápida y legible lectura, pero también de rápida reproducción.

Libro Celta

Las migraciones e invasiones fueron características del Imperio Romano, que fue hasta el siglo VIII. Pero a principios de siglo V, el misionero San Patricio y varios monjes más, empezaron a doctrinar a los celtas. Los templos de los celtas fueron usados como iglesias.

Las ilustraciones celtas son abstractas, principalmente geométricas, provocando densas textura por medio de sus formas y

colores vivos. Estos lineamientos de la ornamentación celta se aplicaron al diseño de sus libros, emergiendo un estilo diferente del libro.

Las grandes iniciales en la página como capitulares se emplearon en libros más recientes, provocando un problema, ¿Cómo se unificarían con el texto las letras capitulares? Este problema fue solucionado con decrecer las letras siguientes, hasta unir las al texto general, y utilizando líneas rojas en forma de "S" o puntos que alineaban cada renglón a la inicial.

Una gran aportación de los manuscritos Celtas, fue dejar un espacio entre palabras, para agilizar la lectura, facilitándosele al lector. La escritura diseñada por los celtas fue reconocida con el nombre *scriptura scótica*.

Una de las máximas expresiones celtas fue el libro de Kells por su diversidad de elementos, el diseño de este libro poseía márgenes demasiado extensos, grandes letras iniciales e ilustraciones en páginas enteras.

La Renovación Gráfica del Carolingio

En el año 789, el gran rey y guerrero Carlomagno, quien era valiente y respetuoso de la cultura del clero y admirador del arte romano; ordenó cambiar los lineamientos de los escritos, ya que la lectura era difícil y mandó reproducir copias maestras de escritos religiosos.

Después los escribas se esparcieron por Europa y así la reforma se introdujo a los tradicionales escritos. Estos pretendían reducirlos a una sola composición de páginas, ornamentación y texto. Como consecuencia se logro que hubiese un alfabeto común, en el periodo tardío. La escritura adquirió una forma especial reconocida como cursiva romana.

La escritura carolingia minúscula, es la precursora del alfabeto contemporáneo, es decir,

de caja baja o letra pequeña. El uso del alfabeto no era como hoy día, con mayúsculas y minúsculas. En este período hubo muchas reformas gráficas, pero además la corte Aachen reestructuró las oraciones, párrafo y puntuación.

En la época de las cruzadas se introdujo la influencia oriental y como resultado la impresión en relieve, cuyo reflejo se vio en las primeras impresiones de juegos de azar y de imágenes religiosas.

En Europa las constantes pestes terminaron con una cuarta parte de su población, de ahí el libro *Ars Moriendi* (El arte de morir), el cual preparaba a la gente para morir, las páginas de este libro se cortaban de un bloque de madera; donde se juntaban palabras e imágenes. Al parecer el libro de bloque precedió al libro tipográfico. En los libros de bloque los elementos visuales eran comunes y se utilizaban para educar a iletrados. También había libros religiosos cuyo tema común eran el Apocalipsis.

El libro de bloque *Ars Moriendi* consta de once ilustraciones de temas como "La Impaciencia", "La Vanidad", "La Fe" y "La Muerte"; también contiene trece páginas de texto.

Aproximadamente los libros de bloque contienen 30 y 50 páginas, la coloración era manual, fueron impresos con un sello de mano y, el color de la tinta era sepia o gris, después se cambió por el color negro.

Tipografía móvil en Europa

En Europa, debido a una creciente demanda de libros e impresos en relieve de bloque de madera, algunos países buscaron una forma más práctica y rápida de reproducirlos. Johann Gensfleisch Gutenberg en el año 1387-1468 aproximadamente, en Alemania, reunió un sistema para imprimir el libro tipográfico.

Gutenberg retrasó por mucho tiempo la impresión por medio de un tipo móvil, debido a que fue un hombre que buscó dar soluciones a ciertos conflictos técnicos, organizacionales y de producción. Gutenberg pasó 30 años para imprimir la Biblia de 42 líneas, la cual no tenía portada, ni otros elementos que innovaran a los hechos a mano. La imprenta no se desarrolló directamente de la impresión en bloque, debido a que la madera era demasiado frágil. Pronto había que resolver otro problema, era necesario desarrollar una alineación exacta y un alfabeto sencillo. El problema fue resuelto, en el Occidente se desarrolló un alfabeto de dos docenas de letras, los tipos eran independientes y reusables.

Este sistema tipográfico, requirió escoger un tipo de letra, Gutenberg buscó una obvia, con un estilo cuadrado de estructura compacta que generalmente los escribas alemanes utilizaban. Gutenberg desarrolló el estilo de valla puntiaguda de letras carentes de curvas sutiles. El punto focal del invento de Gutenberg, se avoca a una utilización de los tipos individuales, ya que cada letra tenía que estar en la misma dirección. Había un molde de dos tipos de piezas que se combinaban, el angosto (I) y los anchos (R).

Se utilizaba tinta de aceite de linaza hervida, después se le agregaba un pigmento el cual adquiría una coloración. Esta se aplicaba en una capa de tinta uniforme en cada tipo, luego era presionada con una prensa firme y fuerte para imprimirse en el papel.

Libro Ilustrado

El libro logró ser un medio eficaz con un poder persuasivo ya que difundía ideas, en aquel entonces, mostraba los derechos del hombre y la soberanía de los pueblos. Aún más lograba unificar idiomas. La demanda de libros hizo que el analfabetismo se redujera, dando inicio a la escritura popular. La primera portada se imprimió en 1463, convirtiéndose en un

medio de expresión del Diseño Gráfico.

Anton Koberger (aproximadamente 1440-1513), en su empresa realizaba más de 200 ediciones, además de 15 Biblias para lo cual empleaba más de 100 artesanos que trabajaban en 24 prensas. Koberger tenía 16 librerías y vendedores alrededor de Europa. Participó en la producción de la Crónica de Nuremberg, en la cual sobresalió por su gran diversidad de páginas, esbozos, ilustraciones y hasta páginas completas de texto; los grabados se insertaban en los textos o se alineaban en columnas horizontales. Las ilustraciones eran rectangulares, y se colocaban arriba o abajo del texto, con tipos de estilo gótico.

Alberto Durero (1471-1528) publicó en latín y alemán "El Apocalipsis", utilizando el claro-oscuro, el cual reconoció y aplaudió toda Europa como una metáfora de luz. Posteriormente publicó un libro llamado "Un Curso del Arte de la Medición con el Compás y la Regla", en el año 1525, este libro fue una gran aportación debido a que las iniciales romanas de Durero, ayudaron a la construcción y desarrollo del alfabeto.

Ejemplo

"Tratados sobre las Proporciones Humanas", es un libro que reunió las aportaciones de Durero, en cuanto al dibujo y la Figura Humana, este libro se editó tras morir Durero en Nuremberg.

Hans Schaufelien, realizó ilustraciones para un libro de aventuras de caballeros, el cual necesitó 5 años para su producción.

"Técnicamente, un pliego suelto es una hoja de papel impresa por un solo lado. Cuando ambos están impresos se llaman hojas sueltas, y cuando la hoja se dobla, el resultado es un folleto, un opúsculo y más tarde se convirtió en un periódico. Desde el invento de la imprenta hasta mediados del siglo XIX, esta forma de comunicación se convirtió en un periódico, que

fue el medio más importante de información." ²⁵ Se publicaban en estos medios anuncios de seres anormales, fenómenos naturales, retratos de líderes y religiosos. todo evento se anunciaba.

Nuremberg se convirtió en un centro importante de diseño e impresión de libros. Pero Suiza, Basilea en el siglo XIX, aportó un estilo en el diseño del libro que influyó en el diseño italiano. Se utilizaba tipografía densa, iniciales clásicas, orillas y viñetas.

Johann Froben se convirtió en el impresor más importante en Basilea, y atrajo a Desiderio Erasmo (1466-1543) para colaborar juntos, trabajaron tipos romanos, gruesos y sólidos.

En 1470 la imprenta llegó a Francia; en Valencia, España en 1473. tres impresores alemanes iniciaron la obra, en España el diseño se guiaba por partes oscuras como detalles decorativos, los cuales tuvieron repercusión en el diseño gráfico.

En 1539 el Arzobispo Franciscano Juan Zumárraga estableció la primera imprenta en el Nuevo Mundo descubierto por Colón en 1492 y Magallanes en 1522, cuando llegó a Portugal. Esta imprenta tenía como objetivo, instruir y convertir a los indígenas y formar colonias Cristianas Romanas. Se contrató un impresor italiano para viajar a México y establecer una imprenta, algunos trabajos se extraviaron, pero el más conocido logró sobrevivir, el cual se titula "Manual de los Adultos", que se publicó en 1590. Este acontecimiento sucedió 100 años antes de que se estableciera la Imprenta en América del Norte.

El Diseño Gráfico en el Renacimiento

El diseño gráfico, el trabajo de los italianos humanistas y la renovación de la literatura Clásica se relacionan íntimamente con el diseño del libro.

25- Alfaro Sánchez Andrés, La importancia de la lengua Inglesa en la formación del diseño gráfico, pp. 50 y 51

Los impresores italianos reformaron el diseño global del libro, los bocetos de páginas, las ilustraciones y la ornamentación. El diseño renacentista se identificó al resaltar un alfabeto romano único.

El libro italiano emergió en Venecia, con Nicolás Jenson (1420-1480), al establecer una segunda imprenta. La decoración floral fue sobresaliente en el Renacimiento. El 28 de Abril de 1478, apareció la primera edición con flores de imprenta.

Geoffroy Tori influyó en Italia, en las artes gráficas; en Francia reformó el lenguaje francés, añadiendo el apóstrofe, el acento y la cedilla. Este hombre fue un gran erudito en muchas áreas e influyó para desarrollar un estilo único en el diseño del libro francés.

En 1529 se publicó la primera edición la cual tuvo gran influencia, "El Champ Fleury de Tory" consta de 3 libros, en el primero se pretende establecer reglas del lenguaje y pronunciación; en el segundo se hace un análisis de la estructura de las letras romanas, comparándolas con las proporciones de la figura humana, también se analizan los errores de Alberto Durero en la construcción y diseños publicados en "Underweinsung der Messung"; y en el último se establece la construcción geométrica de 23 letras del alfabeto latino basado en fondos cuadrículados.

En el siglo XVII el auge literario creció con las obras William Shakespeare y Miguel de Cervantes Saavedra. En este período el desarrollo de las artes gráficas se vio detenido. No hubo innovaciones. En este siglo apareció la imprenta en América. En las colonias inglesas de América, se publicó la primera edición de "The Whole Book of Psalmes". En 1640 se cuidó el diseño y al reproducción pero carecía de detalles.

En el siglo XVI y XVII se detuvo el desarrollo del diseño de la página, pero en periodo de Luis XIV se estableció La Imprenta

Real, cuyo objetivo era diseñar un nuevo estilo de tipos, este nuevo tipo se le llamó Romain du Roi. Se buscó un equilibrio en cada tipo, se utilizaron los trazos finos y gruesos. Esta imprenta fue de uso exclusivo para la corte real. Se buscó copiar algunas características de estas letras, estas innovaron y rompieron con las tradiciones tipográficas.

En el periodo del Rococo, con su exagerada ornamentación se estableció una imprenta llamada "La Artillería del Intelecto", la cual fue fundada por Fournier, quien estandarizó un sistema de diseño tipográfico. Los libros publicados en esta época eran diseñados cuidadosamente, pero estaban impregnados de extravagancia y sensualidad, para ello los impresores y los ilustradores combinaban sus talentos. La Revolución Francesa en 1789, terminó con este estilo.

Fournier tuvo gran influencia en el diseño tipográfico, debido a que cada impresora tenía sus propias medidas tipográficas.

Caslon Baskerville es uno de los diseñadores de tipografía que actualmente utilizamos. En 1720 en Inglaterra diseñó una tipografía arábiga con características italianas. Sus diseños tuvieron éxito, y 60 años después se siguieron utilizando, por su buena legibilidad y firmeza visual.

Desarrollo Tipográfico

Giambattista Bodoni inició el desarrollo y evolución de los caracteres del Rococo. Bodoni inició una renovación tipográfica, y en 1791 rediseñó los tipos romanos, les dio formas geométricas y de apariencia mecánica. Economizó las formas en sus diseños, eliminando la ornamentación. Sus diseños fueron sencillos con amplios márgenes y espacios entre caracteres con grandes interlineados. En 1818 se editó un libro llamado "Manual Tipográfico", donde se enmarca la obra de Bodoni.

Este manual tiene aproximadamente 300 diseños de tipos, los cuales tuvieron gran relevancia e influencia en el desarrollo del Diseño Gráfico.

Francois Ambroise Didot (1730-1804), analizó las medidas tipográficas del sistema de Fournier, y como resultado creó el sistema de punto, el cual se utiliza hasta hoy día en Francia.

Alemania adquirió el sistema de Francois y bajo un análisis por Hermann Berthold en 1789 se adoptó el sistema métrico. En 1886 en América este sistema fue utilizado.

La Revolución Industrial trajo un marcado cambio en la sociedad, se transformó la cultura agrícola en una cultura industrial. La sociedad crecía en forma veloz, la cual mostraba cambios económicos y sociales. Los grandes avances tecnológicos dieron a las artes gráficas un desarrollo y una remarcada evolución, obteniendo una reproducción masiva, rápida y de gran calidad. Los sistemas de impresión cambiaron, el papel apoyó la revolución del diseño, exigiendo un nuevo diseño. En esta época la comunicación gráfica separó al diseño de la producción.

Debido a estos gigantes y rápidos avances era necesario innovar diseño, no bastaba que los caracteres fueran legibles, cuya función engranaba en signos fonéticos."La era industrial requería que estos signos se transformaran en formas visuales abstractas, que proyectaran formas concretas de fuertes contrastes y de gran tamaño para leerse a distancia." 26

A principios del siglo XIX, aparecieron nuevas formas de diseño. En 1815 Vincent Figgins, aportó estilos modernos y antiguos (egipcios), esta fue una gran aportación en el diseño gráfico. Aparecieron caracteres con formas tridimensionales, logradas con las sombras del lápiz y creando perspectivas.

Se cree que el diseño de los tipos con

trazos gruesos y con patines fue por Vincent Figgins, aproximadamente en 1815.

Ejemplos

Otras de las grandes innovaciones en el diseño de tipos fue en 1800, cuando aparece el tipo Sans-Serif, que a diferencia de los diseños de Figgins no tienen patines.

En 1830, las imprentas empezaron a desarrollarse; los libros, periódicos y otros impresos sólo eran para un sector pequeño (iglesia y eruditos). Las imprentas comenzaron a publicar material gráfico a toda la sociedad. Las imprentas manuales se sustituyeron por las de energía de vapor. Se convirtió en una nueva era de educación y conocimiento, ya que se difundía el pensamiento de forma veloz.

Fotografía Impresa

En 1840 el grabado en madera motivó la difusión de imágenes. Este sistema fue utilizado en la ilustración de libros, revistas y periódicos, ya que se podían adaptar al sistema de impresión tipográfico. Los grabados en acero, cobre o litografía no se podían imprimir junto con el texto, además esta técnica implicaba altos costos. Debido a este problema se profundizó en las investigaciones de Joseph Niepce, quien fue el precursor francés de la fotografía e inventó la heliografía.

La fotografía fue y es un elemento importante en el diseño, debido a su realidad documental. Nos ayuda a comprender el momento histórico.

El 14 de Marzo de 1880, el periódico New York Daily Graphic publicó la primera página completa de tonos, utilizando una pantalla de fotograbado en medio tono inventada por Stephen H. Horgan.

Max Louis Levy en 1893 produjo tonos intermedios, mediante pantallas de vidrio transparentes, y grabadas con agua fuerte. Así

26- Alfaro Sánchez Andrés, *La importancia de la lengua inglesa en la formación del diseño gráfico*, pp. 62

comenzó la era de reproducciones fotográficas. En 1881 la revista "L'Illustration" en París imprimió imágenes a color, pero a fines del siglo sólo se experimentó.

Diseño Gráfico en la Época Victoriana

Entre 1819 y 1901, en el Reino Unido e Irlanda a la Monarquía de Victoria se le conoce como época victoriana. Antes de esta época los niños eran considerados como adultos pequeños. Pero los libros preescolares, los juegos y dibujos publicados en este periodo ayudaron para considerarse como lo que son, sólo niños. Durante este periodo se instituyeron reglas en los materiales gráficos para los niños, mismas que aún se utilizan.

Diseño Editorial y Publicitario

La época de la comunicación masiva se convirtió en un periodo de comunicación visual, desde 1890 hasta 1940, entonces el diseño quedo en manos de los ilustradores. Los formatos de esta época fueron dominados por ellos, pero los bloques de texto resultaban monótonos y tradicionales.

William Morris (1834-1896) aportó una mejora al diseño de la página de libros. Alemania consideró estas aportaciones e incurrió en nuevos diseños de libros y letras

Albert Bruce Rogers, se le reconoció como el diseñador de libros Estadounidense más importante en la década de 1910. Rogers aplicó el diseño detallado del libro al mercado productivo. Centaur, es un diseño de letra, basado en el estilo de Jenson de 1470. Este estilo de tipos fue adoptado en los libros más célebres de Rogers.

Siglo XX

En el siglo XX se dieron los mayores cambios y transformaciones económicas, políticas, sociales y religiosas. Por ejemplo,

apareció la democracia, el socialismo, el comunismo soviético y se derribó la monarquía. Los avances tecnológicos y científicos avanzaron a pasos agigantados, transformando la industria y el comercio. La comunicación se vio favorecida de manera especial con el automóvil, el cinematógrafo, el aeroplano, las trasmisiones inalámbricas por radio, etc.

El desarrollo del diseño tipográfico del siglo XX se vio sujeto a la pintura, la poesía y la arquitectura. El diseño editorial surgió de la pintura cubista y la futurista. Nuevas formas libres comenzaron a surgir en el diseño con la aportación de Gutenberg con el tipo móvil.

Arts and Crafts

El movimiento Arts and Crafts surgió en la segunda mitad del siglo XIX. Este movimiento rechazaba la ornamentación por sí misma como en la época victoriana e incursionó en lo sencillo pero creativo y fluido, basado en la pureza de las formas. El estilo decorativo del Arts and Crafts basó sus principios en la belleza del color y el diseño con un deseo de originalidad con relación a todo lo que le rodea. El movimiento Arts and Crafts revolucionó el diseño tradicional de los libros. Eliminó sus tradicionales grises y suaves pasos a texturas oscuras. Las páginas fueron embellecidas con orlas de estilo medieval y extensas xilografías ornamentales; las letras capitulares ornamentales se usaron en el interior del texto para evitar toda interrupción visual. El resultado fue un dibujo y textura fluidos, en el que el adorno y el texto junto con la orla estaban uniformemente equilibrados, y era una delicia para la vista.

Art Nouveau

El Art Nouveau es un movimiento de estilo decorativo, a diferencia del arts and crafts. Este movimiento se da en la última década del siglo XIX y sus raíces provienen del Arts and Crafts, se extendió en Europa y Estados Unidos, su premisa fue el arte por el

arte. La ornamentación fue inspirada en las formas naturales, y la decoración determinó la forma, la cual poseía extraños contornos, con su excéntrica vitalidad, ondulantes curvas, sinuosas líneas y libertad estilizada. El arte japonés influyó en este movimiento por sus líneas estilizadas y un espacio que participó de manera dinámica en la ornamentación. En este movimiento el cartel tuvo un sentido decorativo más que comunicativo.

Art Deco

En los años 20 y 30 había una ornamentación elegante, pero el ritmo acelerado de la ciudad obligó a cambiar sus lineamientos. El jazz, el cine, los clubs noc-turnos, etc. obligaron a cambiar los estilos, entonces surge la luz de neón en los rótulos. La decoración no daba la forma como en el Art Nouveau, sino que se convirtió en la estructura. Se eliminaron casi por completo las excesivas líneas curvas y dieron lugar a las líneas rectas, zig zag, pirámides escalonadas y construcciones reticulares. Desaparecen las formas naturales para dar entrada a las formas simples y abstractas. El equilibrio y la simetría fueron típicos de la época.

El Art Deco buscaba un estilo de elegancia y modernidad, de encanto y de lujo, pero sofisticado, para lo cual utilizó los colores brillantes.

Movimientos Vanguardistas

El siglo XX inició con grandes experimentos que generaron cambios en el arte y la decoración. Después de la Primera Guerra Mundial el constructivismo, el futurismo y el bauhaus, rompieron con las reglas y la nueva forma del pensamiento junto con los avances tecnológicos dieron nuevas formas decorativas, la tipografía adquirió filetes gruesos, colores lisos, estructuras dinámicas e interesantes usos del espacio, y se dejó atrás el estilo ornamental. La fuente de palo seco de gran grosor, predominó y su dirección fue diagonal.

Los años 50 Y 60

Las formas y líneas abstractas y orgánicas se unieron, los rectángulos y barras de colores de forma asimétrica cambiaron caprichosamente la decoración. "Imágenes fotográficas y tipográficas fueron innovadoramente manipuladas y combinadas."²⁷ La tipografía informaba y entretenía a la vez, y se experimentó el tamaño, grosor, tonalidad y dirección para contrastar el diseño y se dio énfasis a elementos simbólicos.

Bauhaus

El bauhaus desarrolló la historia del diseño industrial y gráfico. En Alemania el diseño toma una dirección comercial y publicitaria. Inicialmente el diseño se basaba sólo en el desarrollo tipográfico y las fotografías como medio informativo. La Bauhaus establece el contacto entre el mundo del arte y la producción. Se ubica en una teoría no de lo bello, sino lo funcional y en una didáctica artística. En Europa, después de la Segunda Guerra mundial se determinó la dirección del diseño.

Walter Gropius, joven intelectual de 31 años; director de una escuela *Staatliches Bauhaus*, pretendió utilizar el arte y llevarlo al área industrial. El diseño gráfico se convirtió en una disciplina que juntó el trabajo manual con la elaboración de proyectos. Una de las aportaciones del Bauhaus es la tipografía minúscula. Aunque hubo opositores que argumentaban ¿para qué dos signos, para un solo sonido?. La escuela del Bauhaus se inclinó en un desarrollo tipográfico.

Lissitzky (1890-1941) diseñador gráfico, mencionó que la aportación de Gutenberg era historia, y pertenecía al pasado y los nuevos procesos de fotomecánica revolucionarían el diseño. Lissitzky editó un libro, junto con el dadaísta Hans Arp titulado "Los Istmos del Arte". La estructura del libro influyó en las composiciones de los futuros libros. Se utilizó

²⁷Tubaro Antonio e Ivana. *Tipografía*, pp.21

una red de tres campos. Esta estructura adquirió un papel arquitectónico para organizar la página.

El desarrollo de la tipografía, obligó a crear teorías acerca de su construcción y aplicación. Jan Tschichold buscó una nueva tipografía llena de sensualidad y dinamismo. La nueva tipografía rechazaba la decoración en favor de un diseño racional, planeado únicamente para comunicarse. Existía un rechazo hacia las formas simétricas, ya que se consideraban artificiales, se estaba a favor de una composición natural y suave, los tipos modernos sobresalieron por una gran gama de variantes en cuanto a tamaño y peso.

Nueva York destacó en el siglo XX por su concepción del diseño, siendo este intuitivo e informal en la composición de los elementos en un espacio. Mientras que en Europa se había convertido el diseño en teórico y rigidamente estructurado. Durante los 40's y 50's apareció una escuela de Investigación Sociológica, donde Aleyey Brodovich dio clases de Diseño Editorial; Stroch alumno de Brodovich introdujo una filosofía la cual se basaba en que el diseño, el arte y la tipografía son elementos inseparables en el diseño editorial.

Durante los 70's el diseño editorial subió ante los cambios políticos y económicos de los Estados Unidos, y la problemática de la Guerra de Vietnam. La sociedad exigía un alto contenido de información, esto ocasionó que los costos se aumentaran y las revistas de gran formato se redujeran, así como otras publicaciones fueron eliminadas.

Una nueva línea editorial surgió después de estos problemas que ocurrieron a finales de los 70's. Se originaron cambios, los formatos cambiaron su estructura y tamaño, junto con una dirección clara y precisa para ciertos mercados y lectores. Su contenido era más importante, y debido a ello se controlaron los espacios y la ornamentación.

"Peter Palazzo, editor de "New York Tribune" 1962-1965, precursor de la futura evolución de la revista como forma gráfica de comunicación." 28 Palazzo utilizó los espacios al máximo.

Dugal Stermer diseñador de esta época, aportó una estructura nueva de la página. Utilizó la tipografía de Times Romano, con iniciales mayúsculas, dos columnas de texto por página, títulos y encabezados al centro. De manera frecuente colocaba las fotografías e ilustraciones en una página completa en las portadas. Utilizó las imágenes como medio de comunicación complementario a la palabra impresa.

Muchos han incursionado en el diseño de la página, como consecuencia podemos ver una amplia gama de revistas, libros, folletos, boletines y todo material gráfico donde interviene el texto y la imagen. Los grandes avances de fines del siglo XX, como los medios tecnológicos han logrado grandes cambios y reestructuraciones e innovaciones en el diseño de la página.

Hoy no hay límites en el diseño, pues estos medios facilitan y agilizan el material de gran calidad, resultan funcionales para la sociedad que requiere una rápida y clara comunicación.

Ante esta necesidad, el diseño editorial es una síntesis de disciplinas técnicas, estéticas e intelectuales para disponer de conocimientos organizados, fáciles de entender en un sector definido.

El diseño editorial ha atravesado por un proceso, inició con el deseo de plasmar un pensamiento en un medio que le permitiera cierta durabilidad y claridad, con los requerimientos de una sociedad civilizada, lo cual obligó a buscar nuevas formas que clarifiquen estos pensamientos; hoy el diseño de la página es complejo, a diferencia de sus inicios, cuando la forma no era muy importante.

28.- Alfaro Sánchez Andrés, *La importancia de la lengua inglesa en la formación del diseño gráfico*, pp. 50 y 51

2.2

Objetivos del Diseño Editorial

En el proyecto de investigación existe escasa documentación sobre el diseño editorial, lo que obstaculiza encontrar fuentes de información en donde se defina claramente el concepto de diseño editorial. Después de indagar sobre este tema, se recavó información esporádica en diferentes fuentes que permiten definir el objetivo del diseño editorial de la siguiente manera.

El objetivo del diseño editorial exige un contenido de información más elevado, donde el texto, la tipografía, la imagen, el color y la forma interactuen en una perfecta relación, uni-ficándose y justificando todos sus elementos entre sí.

El diseño editorial ordena la composición de sus elementos de forma completa bajo el conocimiento concienzudo de la acción y reacción de cada uno de los componentes estructurales en función de un público, de igual forma con acciones y reacciones a considerarse minuciosamente para una óptima y funcional tarea de comunicar.

La amplitud del conocimiento y control técnico de la realidad ha planteado el diseño como una alternativa extensa y abierta a la comunicación; más que definir la comunicación como disciplina, es aplicar conocimientos estructurados a la funcionalidad de la comunicación. Reconoce la comunicación como disciplina que exige un estudio de sus medios para cumplir con los objetivos del intercambio de mensajes y obliga a no prescindir de todos aquellos postulados teóricos con los cuales se puede operar en un circuito de interacción del público y los mensajes.

El diseño editorial es una disciplina creativa global que necesita comprender su realidad y necesidad para poder asumir a plenitud una correlación de elementos que la misma actualidad demanda, tanto en medios tecnológicos marcados por la sociedad contemporánea como su estructura filosófica, adaptado en su entorno plural (tecnológico, sociológico y cultural).

El color, la forma, el formato y todos sus elementos del diseño son un conjunto que por sí solos forman mensajes, pero combinados ejercen gran función; pues proporcionan mensajes complejos útiles para la sociedad exigente.

El diseño gráfico interpreta y transmite aquellas necesidades humanas, da forma a mensajes sobre productos y servicios.

El diseño gráfico es un proceso de creación visual con un propósito bien definido: el de cubrir necesidades prácticas de carácter visual.

La mejor expresión visual del diseño es captar la esencia de algo, ya sea producto o servicio, siendo esta una composición estética y funcional.

El diseño editorial ha tomado auge debido a que "...cada organización individual intenta establecer una imagen única y proporcionar sus bienes o servicios de un modo original y eficaz para comunicarse con un mercado potencial."¹ La página impresa es el mejor medio de difundir bienes, servicios o conceptos que generan una cultura.

1- Swann Alan, *Como diseñar retículas*, pp. 63

2.3

Breve semblanza de la Revista

La Revista carece de claros antecedentes previos a la Imprenta. Su creación surge en la Revolución Industrial, desarrollándose de mutua dependencia con el Movimiento Moderno en el Diseño Gráfico. "La Historia de la revista es la lucha por apartarse de la tipografía tradicional de libros y diarios; y por crear una nueva síntesis de texto y fotografía".¹

Para la última década del siglo XIX comenzaron a desarrollarse lineamientos sociales y procesos técnicos definidos para la producción de revistas en grandes sectores.

La revista no tenía un desarrollo definido, sólo se le consideraba como un resultado de dos géneros distintos "el libro y el periódico", pariente de la gaceta literaria y del cartel. En el periodo de la Revolución Industrial nació la revista y aunque no tenía un formato visual, se le consideró como un medio para desarrollar y experimentar nuevas formas gráficas e informativas, ya que era un medio nuevo informativo dispuesto a cubrir necesidades de una sociedad en constantes cambios, bien estructurada y de grandes avances tecnológicos.

En una sociedad de máquinas, de rápidos avances, de desarrollo cognoscitivo y de modificaciones estructurales y en políticas de masas en movimiento, era necesario un medio informativo que dejara atrás los medios convencionales del texto, conjugados con las ilustraciones para adquirir un nivel similar a las palabras.

"La revista moderna nació directamente de la invención de la reproducción fotográfica y de la automatización de la imprenta. Mediante la experimentación de nuevas formas de compo-

sición tipográfica y espacial; el diseño de revista se desarrolló en forma simultánea a una nueva estética después de la primera Guerra Mundial. A mitad de 1930, el centro de la creación se cambió a Nueva York. El formato moderno de elementos integrados por medio de la composición se ampliaron más, aplicándose de manera comercial a las revistas populares".²

Durante mucho tiempo el diseño de revistas se desarrolló como una actividad artesanal, y como consecuencia tomó los lineamientos tradicionales de los libros. Antes de 1900 se establecieron algunas de las características del diseño de revista.

En aquella época la revista sólo se distinguía del libro por la flexibilidad de la portada; los titulares adquirían la forma de los libros; la composición tipográfica era simétrica; el texto se desarrollaba de arriba hacia abajo en columnas sencillas o dobles, similares a un libro; las ilustraciones se integraban en la página completa u opuestas al texto, o unidas a él sólo cuando la tipografía se colocaba rodeando la imagen.

Estas características continuaron intactas hasta los inicios del siglo XX. La nueva tecnología causó impacto con los nuevos métodos de la imprenta, fotografía y reproducción fotomecánica, pero a la vez estuvo restringida y sólo se usaba para dar una difusión más rápida a una sociedad ansiosa de conocer las noticias o acontecimientos presentes.

Mientras el diseño de revistas estaba sujeto a periodistas y fotógrafos artesanales, la revista permaneció en condiciones limitadas y convencionales similares a los libros, sólo se insertaban ilustraciones, su estilo decorativo y simétrico continuaba y no era considerada una actividad independiente.

El progreso y desarrollo de la revista se fue definiendo durante un tiempo considerable. "Comenzó con el movimiento Arts and

1-Owen William, *Diseño de Revista*, pp. 12

2-Owen William, *Diseño de Revista*, pp. 13

Grafts. Aubrey Bearsley fue descrito como **redactor de arte** de The Yellow Book (un periódico), en 1894. El gran tipógrafo norteamericano Will Bradley, más conocido por su trabajo para la American Type Founders Chap-Book, fue desde 1907 director de arte de Collier's y desde 1910 a 1915, dirigió cinco revistas de la Organización Hearst: Good Housekeeping, Metropolitan Success, Pearson's y National Post. Su sistemático diseño de la revista "Cosmopolitan", en 1916, se anticipaba en 15 años a las innovaciones del Dr. M. F. Agha en Condé Nast. Bradley mediante el tratamiento de la doble página ilustrada como una sola unidad, rompió las convenciones de la revista..."³

El nombre de "Director de Arte" y el desarrollo de dicho cargo fue indiferente hasta la década de los 20's, cuando comenzaron los primeros directores de arte a diseñar nuevas formas pertenecientes a movimientos modernos en el diseño, para acabar con las formas tradicionales y conservadoras, pegadas siempre al libro.

El movimiento L'Art Moderne le dio otro sentido a la revista, ya no sólo como medio de informar noticias, sino como documental. Un medio de difundir cultura, convirtió la portada en un cartel ilustrado y cambió el standar ornamental.

3-Owen William, *Diseño de Revistas*. pp. 13

Revista Ilustrada

"Las primeras revistas fueron periódicos literarios o políticos publicados exclusivamente para los ricos y con un costo elevado para su difusión amplia. En Europa, la creación de una clase media instruida y de una pequeña clase de obreros bien instruida, especializados, fomentó la invención de un nuevo tipo de revista distribuida mediante la red de ferrocarril."¹ La Revolución Industrial amplió el panorama político, social, económico y cultural de una sociedad que marcó profundos cambios trascendentes.

"La primera ola sostenida de edición de revista popular, la proporcionaron las revistas semanales ilustradas. Su éxito coincidió con el crecimiento de los movimientos democráticos populares europeos y con los avances técnicos en la imprenta, que hicieron posible su producción. Se mecanizó la fabricación del papel; la prensa de palanca, mejorando su difusión con eficiencia y rapidez, y la composición tipográfica se automatizó parcialmente. Además estos avances permitieron destinar más recursos a la ilustración, que seguía siendo un proceso manual que consumía mucho tiempo."²

Las revistas ilustradas surgieron en muchos países Europeos: "L'illustration", en París, y "Die Illustrierte Zeitung", en Leipzig, ambas en 1843; "Fliegende Blätter" en 1844 y "Kladderadatsch" en 1848, también en Alemania; la revista española "La Ilustración" fue publicada por primera vez en 1849 y en la década de 1850 en Estados Unidos aparecen las revistas "Frank Leslie's Illustrated News Paper" y "Hansper's Weekly", siendo estas las antecesoras de "Life", "Paris Match" y "Picture Post".

La revista ilustrada pasó de ser un diario de noticias a un medio nuevo, rápido y eficaz servicio semanal de noticias, en un periodo de ajetreo político.

Se le definió como revista ilustrada a un medio semanal de noticias, incorporando ilustraciones que sólo cumplían con ser un elemento ornamental y decorativo para la página. Los artesanos trabajaron duramente sombreando líneas entrecruzadas para adquirir características realistas y la fotografía que ya se integraba en esa época, se retocaba tanto que adquiría características de una ilustración, estos dos elementos cumplían su misión al ser considerados solamente decorativos.

La fotografía en los inicios de la revista sólo se ocupaba para reproducir las ilustraciones, y en su defecto se decoraba la página que parecía un muro de una galería de arte, sin experimentar tamaños o sentido global en la información de la página.

Una de las invenciones que ayudó al diseño de revista, para darle una nueva forma fue la "cincografía" en 1872, esto es, la combinación de la fotografía y el fotograbado de líneas.

Jules Cheret experimentó el color y lo amplió a la revista en 1860 en París y Londres, dando una libertad artística y más completa al diseño de revista.

"En las décadas de 1890 hasta 1940, la comunicación visual quedó supeditada a los ilustradores. Los editores de arte de revistas seleccionaban al ilustrador cuyo trabajo dominaría un formato tipográfico rutinario. Los esquemas publicitarios servían de guía al ilustrador, para que supiera cuánto espacio debía dejar entre caracteres."³

La evolución del diseño tipográfico del siglo XX está íntimamente ligada con la pintura, poesía y arquitectura moderna.

1 y 2.-Owen William, *Diseño de Revistas*, pp. 14

3.-Owen William, *Diseño de Revistas*, pp. 14

Con los grandes avances del siglo XXI, la revista ha adquirido un nivel muy elevado en la comunicación masiva. Los avances tecnológicos han proporcionado herramientas rápidas de extraordinarios efectos. Las formas y los trazos o cualquier otro elemento surgen de manera espontánea al experimentar con aparatos y programas gráficos.

Obviamente, si tenemos un conocimiento previo a partir de los problemas y necesidades concretos con los que se enfrentan los diseñadores de hoy día, sin desechar los principios y objetivos del Diseño Gráfico, la tecnología nos provee herramientas altamente útiles para el diseño de la página.

2.5

Movimiento Moderno

El movimiento moderno del diseño de revista cambió con la doctrina del dinamismo plástico y la nueva tipografía como elementos primarios en la experimentación del diseño de revista dejando sus ligaduras costumbristas y rústicas; lo primero era abandonar el sentido simétrico que caracterizaba las primeras revistas, las cuales constituían una imagen rígida; ahora las composiciones experimentarían la asimetría para romper con imágenes estrictas y dar libertad, eliminando el vocabulario visual para dar más posibilidades de expresión en su composición formal. Theo Van Doesburg, Lissitzky, Laszlo Moholy-Nagy, Herbert Bayer y otros incursionaron en las relaciones tipográficas, creando una nueva jerarquía de tipos. Las composiciones asimétricas crearon el potencial para un vocabulario visual dinámico y fluido ofreciendo mayores posibilidades compositivas que el estático y monolítico estilo tradicional. La exploración de relaciones tipográficas emprendidas por Theo Van Doesburg aportaba una nueva jerarquía de tipos que se adaptaba a los particulares requerimientos de la revista.

La nueva tipografía fue una expresión que vinculó el cambio originando un avance objetivo de mejor organización y comunicación, idónea para percepciones políticas y sociales.

Las corrientes artísticas como el futurismo, el dadaísmo y el cubismo iniciaron la revolución gráfica; estos movimientos rebeldes y contradictorios se aliaron al constructivismo y al postulado de la unidad de todos los elementos del diseño gráfico.

El movimiento moderno del diseño en la revista es caracterizado por la eliminación de la

estética frívola lo cual acentúa la funcionalidad y aplicación del material impreso, este tiene un objetivo definido y no puramente ornamental. Tradicionalmente, tenía una estructura vertical de la columna, sin integración alguna entre otros elementos.

La forma artística es una transformación de medios objetivos y racionales de comunicación de ideas, mediante la conveniente aplicación de los medios tecnológicos.

"El avance del diseño de revistas se debe a sus estructuras; la página tenía su estructura vertical de columna sin integración visual entre todos sus elementos, tradicionalmente así funcionaba. Esta característica respondía a las necesidades del periódico, en él diversas historias competían entre sí, en una sola página y por el lado contrario. Actualmente, en un artículo de una revista su estructura ideal forma un cuerpo de texto y fotografía que en su percepción tiene un carácter de totalidad, este puede ocupar una doble página, relacionando el artículo por su forma y contenido, que es la temática con el total de la revista; podría llamarse semi-autónomo dependiendo de la clasificación y estructura que se le dé a la revista, conforme a los intereses innatos del diseñador, determinando ritmo y continuidad de la revista."¹

La revista es un todo continuo, cuyo mayor aportación consiste en el collage y el fotomontaje.

La comunicación gráfica no debe plasmarse bajo formulas estéticas preestablecidas, ni arbitrarias, sino crear nuevos lenguajes gráficos, basados en principios funcionales y de carácter conveniente al diseñador.

En el nuevo diseño de revista es importante considerar las nuevas tecnologías de impresión, la influencia de la televisión y sus hábitos de percepción del lector. Esta época de cambios y crecimiento económico ha sido y es el motor para la experimentación y la

1.-Owen William, *Diseño de Revistas*, pp. 21

innovación.

La revista presenta un desafío, el cual mediante una ojeada debe que integrar una historia con sus elementos: titulares, introducción, cuerpo de texto, subtítulos, imagen y color; determinando su estilo y continuidad.

La desobediencia del futurismo y del dadaísmo en los lineamientos dados por los impresores, dieron origen a formas caprichosas atravesando todos los blancos en la página.

El movimiento del dadaísmo, fue exuberante, se fundó en Zurich en 1917 e influyó por medio del teórico Van Doesburg al romper con las restricciones rectilíneas y le dio un sentido de expresión visual.

— “...La aportación dadaísta de los cuadros formados con palabras se convertirían en un elemento esencial para los diseñadores de revista, de la expresionista escuela de Nueva York de las décadas de 1850 y 1960... y la principal aportación fue la aplicación del collage y el fotomontaje a la imprenta, y el uso de secuencias fotográficas como prototipo del fotoperiodismo de revista.”²

La aportación del Bauhaus es la objetividad de la tipografía, declarando: “...la semilla del conflicto es en el doble énfasis puesto en la claridad absoluta...la organización racional y la legibilidad expresiva e intuitiva.”³

“El desarrollo de una unidad de fotografía y tipografía, fundamentan las bases para los artistas gráficos en Alemania.”⁴ La experimentación con la impresión “Campo Gráfico” (estudio y revista) fundadas en 1913 dirigidos por el impresor Attilio Rossi en Milán, significaron un claro antecedente del desarrollo de la revista en el mundo comercial.

2-Idem, pp.25

3-Idem, pp.26

4-Idem, pp.28

2.6 Diseño de Revista

El diseño de Revista es un proceso de creación amplio, no es sencillo limitar bases fijas, ya que no tiene un problema común a los diferentes tipos de revistas. La revista como medio de comunicación es secuencial de corta duración, sigue siendo un lujo, tomando en cuenta que el periódico es un medio esencial de información, cuyo costo es menor debido a su impresión y material. En el periódico puede existir la abstracción artística. "La revista que no posee un patrón estándar para el diseño correcto y los problemas de producción y comunicación no se puede medir desde un solo punto de vista o un funcionalismo estrecho."¹

El periodismo marca un fuerte imperativo, experimentó al máximo los recursos y materiales guiados " hacia el objetivo de una comunicación clara -contar una historia-."² Los diseñadores se dirigen a una gama extensa de lectores bien definida.

La revista "en términos sencillos es más flexible que un libro y más rígida que un periódico; tiene mayor periodicidad que un libro (que no tiene ninguna) y menos que un periódico, su estructura es producto de dos elementos de comunicación diferentes; cuya importancia es la relación intelectual entre la revista y sus lectores."³ Puede adoptar diversas formas ofreciendo gran variedad de posibilidades de diseño que sólo estará limitada por el rectángulo blanco.

"Los requerimientos publicitarios, las necesidades de mercado, el presupuesto, el papel, los métodos de impresión y composición y por supuesto, las expectativas y prejuicios del lector, reclaman la atención",⁴ de cualquiera que se interese en la creación de revistas.

La relación con los lectores no es simple, de lo contrario se podría caer en estructuras formales y tradicionales; para muchos diseñadores su objetivo es mostrar cuan creativos son, sacrificando los mensajes y por el lado contrario algunos otros caen en estructuras frías basadas en titulares, texto e ilustraciones, carentes de sentimiento. Hay que considerar el diseño de página como un medio de inversión artístico y con significado.

El funcionalismo en extremo llevó a limitar el diseño, en cuanto a formatos adecuados a las diferentes revistas, sin embargo una de las características en cuanto al nuevo diseño de la revista en Europa fue introducir "el desorden" como un método compositivo para experimentar el collage, tipografía y formas decorativas, en un esquema gráfico. En la composición de la página, es importante considerar todo aspecto y no irse de extremo a extremo, queriendo resolver el diseño de revista con "frívolos remedios tipográficos..."⁵, que en ocasiones sólo confundirían y no dejarían en claro un tema.

"El nuevo diseño de la revista esta basado ...en la liberación de los diseñadores de ciertas ataduras gracias a las nuevas tecnologías de impresión."⁶ Es muy importante este avance tecnológico, debido a que las limitaciones de principio de siglo en cuanto a los medios de impresión marcaban el estilo de la época y la rapidez de su difusión. En 1850-1860 "...se ensayaron diversas técnicas de fotograbado sin trama, pero existía la dificultad de que estos grabados requerían un papel especial y una prensa aparte para imprimir la imagen, por lo tanto, era imposible producir imágenes y texto en una sola prensa utilizando papel ordinario."⁷

"La influencia de la televisión en las expectativas del lector y sus hábitos de percepción; el establecimiento de nuevos productos editoriales de carácter general... y la mejora del diseñador en el proceso editorial."⁸ son nuevas premisas en el diseño editorial.

1-4-Owen William, *Diseño de Revistas*, pp.265
5-Idem, pp.130
6-Idem, pp.17

7-Idem, pp. 17
8-Idem, pp. 130

Revistas en el Mercado

En la actualidad circulan un sin fin de revistas de diferentes géneros, las cuales explotan al máximo todos los elementos editoriales y aún más, el avance tecnológico ofrece un instrumento como la computadora la cual posee alternativas excitantes de impacto en la página.

Las revistas se dividen en géneros, es decir, por temas de interés según el público al que se dirige.

Revistas Juveniles.-Estas revistas están enfocadas a la juventud y en sus artículos ofrecen temas de interés a sus lectores, sin duda alguna estas revistas se enfocan a las necesidades de éste sector.

Ofrecen temas de moda, psicología (como autoestima), maquillaje, ejercicio físico (para mejorar su imagen), etc.

Sin duda alguna estas revistas tienen un alto grado como instrumentos del mercado, mediante las cuales se ofrecen productos para su venta.

Las revistas juveniles son las que emplean al máximo los elementos de la página editorial. La fotografía es un elemento muy útil y explotado por estas revistas, se requieren fotografías de todos tamaños y posiciones, desde pequeñas en recuadros, hasta página completa y doble página, recortadas e insertadas creando imágenes surrealistas. Los modelos son jóvenes bellas y varones apuestos; su contenido textual es poco, lo cual permite tener un mayor espacio con libertad y sin restricciones para displayarse. Son las revistas que emplean un sin número de colores en la misma página, el color es uno de sus mejores aliados junto con la fotografía. Los colores vivos son los más frecuentemente utilizados. La tipografía cobra vida y dinamismo en los encabezados y los elementos ornamentales se dejan ver sin timidez. La caja tipográfica generalmente se

construye de 2 a 3 columnas las cuales dan opciones para más columnas en caso de un artículo extenso.

La portada es a todo color, con muchas fotografías y varios títulos de artículos.

Estas revistas buscan proyectar el dinamismo con espontaneidad hacia a la juventud. Los jóvenes de secundaria, así como de preparatoria son los más interesados, por ello el mercado de estas revistas es uno de los más amplios y activos.

Algunos ejemplos de estas revistas son: "15 20", "You", "Tú", etc.

Revistas de Salud.-Las revistas de esta índole tienen menor difusión que las revistas juveniles, sin embargo, gran número de ellas abordan temas de salud. Estas revistas tratan también temas de cocina, ejercicio físico, dietas, recetas de cocina, nutrición, etc. Su objetivo es promover una buena salud para sus lectores. El público al que se dirige es general, hombres, mujeres, niños, niñas, adultos y jóvenes.

La fotografía que se emplea en estas revistas tienen un sentido ampliamente descriptivo, no son innovadoras y en pocas ocasiones se salen de su encuadre fotográfico para interactuar con otros elementos ornamentales. Los colores que se utilizan generalmente son los verdes, azules, amarillos. Su contenido es mayormente informativo y descriptivo, la caja tipográfica es generalmente de 2 a 3 columnas, las cuales dan oportunidad de dividirla en más columnas. Sus encabezados generalmente son estáticos y poseen pocos elementos ornamentales.

En la portada se expresa un mundo natural, con modelos jóvenes de bello cuerpo y las de cocina presentan deliciosos platillos o frutas, verduras, etc.

Existen en el mercado una gama amplia

de estas revistas, algunos ejemplos son: "Dietas", "Chepina y algo más", "Decoración de platillos", "Salud", etc.

Revistas Políticas.-Estas revistas poseen en sentido estricto un alto grado informativo que expresa un pensamiento sobre la organización del país y difunde noticias.

Generalmente el público al que va dirigido es menor, el sector que se interesa por estas revistas son desde jóvenes universitarios hasta profesionales que tienen que ver con la política. Debido a la seriedad de los temas, el estilo es conservador ya que es necesario expresarlos.

La fotografía es un elemento narrativo complementario, y su aplicación es limitada, la ilustración es otro medio común en estas revistas. El color es poco utilizado y en algunas ocasiones eliminado, solo la portada es en color.

Su prioridad es el contenido informativo y la caja tipográfica está compuesta por 3 y 4 columnas, los encabezados son estáticos y rígidos, los elementos ornamentales son casi nulos. Estas revistas en sus interiores tienen el aspecto de ser una página de un periódico. Algunos ejemplos de estas son: "época", "asuntos 2000", "que hacer político", "proceso", etc.

Revistas Especializadas (o de producto).-Estas revistas aportan información, instrucción, noticias o la historia de productos que son promovidos. El público al cual se dirige es según el producto.

La portada tiene el aspecto de cartel que atrae la atención del público, realzando virtudes de los productos. La fotografía es el elemento primordial que como ya mencionamos resaltarán las virtudes de los productos y buscará captar el interés del lector.

Estas revistas tienen el aspecto de un álbum fotográfico, ubican al producto en un bello paisaje o en el estudio, su carácter es descriptivo por la necesidad de ser preciso en la instrucción.

La utilización del color es convencional, con frecuencia posan bellas modelos que logran captar el interés del lector.

En la caja tipográfica generalmente se usan 3 y 4 columnas, combinándolas con las fotografías, el contenido del texto es poco, la frecuencia de elementos decorativos en la página dependen del tipo de producto que se promueva y al público al que se dirige. En algunas revistas el uso de elementos ornamentales son casi nulos, por ejemplo las revistas de interés para los caballeros, como de autos.

Algunos ejemplos de estas revistas son: "vochomanía", "curvas: autos, motos y chicas", "motorcycle", "cinemania", "Lenceria", etc

Revistas de Turismo.- Su objetivo es mostrar al público lugares de gran interés, así como reportajes y costumbres de lugares desconocidos.

El reportaje y la apreciación estética de la fotografía son la primicia de estas revistas, generalmente las fotografías son tomas abiertas (paisajes). Todas las revistas de este género son impresas en color, sin embargo utilizan el blanco y negro en algunas fotografías con sentido artístico y no tanto por economía.

Como su contenido es amplio, utilizan cajas tipográficas de 3 columnas, para no cansar la vista del lector y darle un aspecto dinámico al diseño.

Los colores que se utilizan generalmente son colores vivos. Algunos ejemplos de estas revistas son: "México desconocido", "Geomundo", algunos números especiales de "National geographic".

Revistas Religiosas.- Su objetivo es el de instruir y difundir el Evangelio de Cristo.

Generalmente como no son lucrativas, sus medios de diseño e impresión se limitan. Sin embargo, el tiempo y la tecnología delimitan conceptos y modas, los cuales se aplican para crear un diseño funcional y estético.

La caja tipográfica está dividida en 3 y 4 columnas, ya que su carácter es informativo, la fotografía generalmente es convencional y en pocas ocasiones se sale de su encuadre fotográfico, debido a que el carácter que domina en estas revistas es serio y sublime.

El público al que se dirige es general, pues el evangelio es para todo el mundo, los artículos tienen un enfoque y diseño según a quien se dirija, hay revistas para niños, jóvenes y adultos. La mayoría de las denominaciones religiosas poseen sus revistas, algunos ejemplos son: "La Atalaya" y "Despetad" de los Testigos de Jehová, "Revista Adventista" de los Adventistas del Séptimo Día, "Id" y "Red" de comunidades cristianas.

Revistas Educativas e Instructivas.- Su información es altamente educativa e instructiva, y sus temas varían.

La fotografía adquiere un papel narrativo. El contenido está equilibrado con las fotografías y utilizan elementos ornamentales necesarios para su composición. La caja tipográfica es de 3 y 4 columnas. Los colores se aplican según el tema. Algunos ejemplos son: "Padres e hijos", "Mi bebe", "El mundo de la mamá y un nuevo ser", etc.

Revistas Científicas.- Su objetivo es concederle al público conocimientos, noticias y sucesos interesantes, pero como nuestra cultura no está acostumbrada a la lectura, estas revistas resultan un medio eficaz para difundir temas de interés mediante fotografías con efectos y manipulación de imágenes realmente

interesantes y enigmáticas.

Los artículos que presentan no abarcan más de 3 páginas y en algunos casos hasta 4 páginas. Los encabezados son atractivos según lo requiera el artículo.

Algunos ejemplos de estas revistas son: "Conozca más", "Muy interesante", "Ovni", "Conciencia planetaria", etc.

Revistas de Espectáculos.- Estas revistas tienen un objetivo informativo del mundo espectacular (música, teatro, cine, TV, radio, etc.) Acerca de eventos artísticos; la vida personal de sus artistas favoritos.

Sus portadas generalmente son un compendio de fotografías de los artistas de moda, sus encabezados son llamativos, compiten uno contra otro para llamar la atención, mediante el tamaño, color y ornamentos.

Estas revistas al igual que las de carácter juvenil utilizan y explotan al máximo todos los elementos editoriales, dando un sentido ornamental y narrativo, muchas de las fotografías que se emplean en la página son realizadas en estudios.

El texto interactúa directamente con las fotografías y otros elementos ornamentales. Algunos ejemplos de estas revistas son: "Tv-novelas", "Tv-notas", "Eres", etc.

Revistas de Moda.- Las revistas de moda se destacan por sus fotografías de estudio y realzan la figura humana. Su público está interesado en encontrar elementos que le ayuden a embellecerse. Los artículos y productos presentados en estas revistas ayudan a mejorar la imagen.

En el diseño de esta página el elemento principal es la fotografía, la revista de moda posee poca información textual.

Por otra parte, incluyen algunos temas de interés para el lector, los cuales tienen que ver con la imagen personal, como maquillaje, salud, etc.

Algunos ejemplos son: "Elle", "Vogue", "Marieclaire", "Vanidades", etc.

Revistas de Decoración.- Tienen el objetivo de proporcionar ideas para una buena imagen del hogar, oficina u otros establecimientos y objetos. Estas revistas poseen más cuidado en su composición. Dentro de ellas se encuentran las revistas de manualidades.

Sus portadas generalmente son hermosos carteles de máxima expresión artística. Aunque en algunos casos se saturan de títulos como la mayoría de las revistas. El público varía, pero principalmente se dirige a las mujeres.

La fotografía tiene un estricto y amplio sentido estético y descriptivo para facilitar las instrucciones a los lectores.

La mayoría de las revistas utilizan en su caja tipográfica 3 y 4 columnas, estas dan alternativas según el objetivo perseguido. Utilizan tipos de formas suaves y el color es dirigido según la composición del lugar u objeto a decorar, los elementos decorativos se utilizan con moderación. Algunos ejemplos de estas revistas son: "Ideas", "Decoración de pasteles", "Fieltro", etc.

Revistas Deportivas.- Básicamente son noticias deportivas, dirigidas a personas que les interesa el ejercicio y espectáculos deportivos, hay revistas especializadas solamente en deporte.

La portada utiliza fotografías que expresan movimiento y dinamismo. La fotografía publicada por lo general es captada en el momento de la acción, busca el impacto mediante las tomas fotográficas y la

manipulación en la computadora.

Tienen un sentido informativo y hacen uso de una caja tipográfica de 3 y 4 columnas. Los encabezados son sobrios y utilizan pocos elementos ornamentales para destacar algunos puntos importantes. Tenemos ejemplos tales como: "Balón", "Deportes", "Auto mundo deportivo", "Box y lucha".

El formato de la mayoría de las revistas queda limitado por la imprenta, debido a que posee tamaño estándar, si se busca innovar el tamaño de la revista tendrá que analizarse bien su objetivo y funcionalidad, debido a que si no se planea bien se desperdicia mucho material y los costos se elevan.

El formato común mide de altura 275 mm y 210 mm de ancho, algunas revistas difieren en el tamaño pero sólo es por unos cuantos milímetros.

Después de revisar bastantes revistas, me surgieron dudas sobre su construcción y me di a la tarea de buscar información que me ayudara a resolverlas. Busqué en diferentes libros, pero no localicé alguno que me ayudara a resolver estas incógnitas. Como opción revisé más detalladamente las revistas para obtener algunas conclusiones.

La portada ha adquirido un papel de cartel, se trata de una introducción al contenido total de la revista, sin embargo este medio de "introducción" ha hecho de la portada, un pizarrón de anuncios en la mayoría de las revistas. Los encabezados compiten unos con otros mediante el tamaño, el color, la posición, junto con la imagen, fecha de edición, código de barras, entre otros elementos decorativos, han saturado la portada lo cual deja de ser funcional y estético. Sin embargo es natural ver la portada tan saturada.

No niego la importancia de presentar una introducción del contenido en el primer

contacto del lector con la revista, ya que así captará su interés y finalmente su compra. Pero la mayoría de los diseños de las revistas han perdido la reticencia, y en ocasiones el impacto visual.

Los forros son las envolventes de la revista, generalmente estas páginas están dedicadas a algún artículo especial y en la mayoría de los casos son páginas especiales para los patrocinadores, las cuales tienen mayor reticencia e impacto visual. En algunas revistas no lucrativas las utilizan como cualquier otra página.

La contraportada o cuarta de forros, se deja para alguna noticia importante o para la promoción de algún producto o servicio.

En el caso de segunda de forros, es utilizada como página de presentación y contenido, sin embargo algunas revistas la utilizan como cualquier otra página.

La tercera de forros, generalmente es una página de promoción, sin mencionar que algunas revistas también las utilizan como cualquier otra página.

2.6.1 Identidad Gráfica de la Revista

La identidad corporativa "se trata de una personalidad construida por la empresa, o sea, la identidad no es una dimensión o cualidad que la empresa posea. Sino más bien, el resultado de un esfuerzo que consiste en descubrir sus potencialidades mediante operaciones de auto evaluación y definición de la singularidad empresarial." 1

La identidad corporativa se basa en una comunicación estratégica. "La comunicación estratégica entiende a la identidad corporativa como una representación ideológica." 2

En el siglo V se imprimían marcas personales sobre artículos que se producían para reconocerlos así como su creador. Las marcas iniciaron en la Edad Media, en esta época se pretendía regular la actividad económica mediante el equilibrio de la venta. Después en el siglo XIX cobra auge en el Industrialismo con la marca gráfica. Esta surgió como un distintivo, para expresar el origen y calidad del producto o servicio y producir un reconocimiento eficaz y rápido en el mercado.

"A partir del siglo XX, la marca se convierte en un valor económico y constituye un importante factor sociológico de la cultura y de la estética cotidiana." 3

"A partir de ahora, la marca actuará como un elemento referencial que permitirá reconocer a un producto, de muchos otros." 4

Imagen Corporativa e Identidad Corporativa son términos que surgieron durante la Segunda Guerra Mundial. "La imagen corporativa se refiere a la proyección que una empresa ha adquirido entre el público. El termino

usado de identidad corporativa se refiere a la imagen que la empresa pugna por conseguir, a fin de crear una buena reputación entre sus clientes." 5 La empresa adquiere un nombre. "Estos nombres pueden conducirse mediante muy diversos mecanismos lingüísticos y adoptan, por lo tanto, diversos aspectos, desde un signo arbitrario o abstracto hasta una expresión claramente denotativa." 6

La identidad corporativa tiene dos aspectos: el primero encierra la personalidad, dada por las diversas ideas, metas, objetivos, filosofía, los cuales formaron la empresa a diferencia de otras en su mercado activo.

El segundo aspecto es "la identidad visual, junto con los patrones de conducta, la personalidad reconocible de una empresa." 7

"Toda empresa debe tener un sistema de signos físicos que la hagan reconocible en la sociedad y en el mercado." 8

La construcción genérica de la identidad corporativa se puede identificar dentro de 5 modalidades según Norberto Chaves en su libro *Imagen Corporativa*.

.Descriptivos: esta imagen expresa las características y propiedades de la empresa.

.Patronímicos. - en el se expresa el nombre de la empresa mediante el nombre propio de la persona clave dentro de la misma, puede ser el propietario, el fundador o algún otro.

.Topónimo. - el nombre o imagen de la empresa se relaciona con el lugar de origen de la empresa o dueño.

.Contracción. - Surge de jugar con las iniciales o porciones de palabra.

De estas modalidades se desprenden las siguientes marcas o conjuntos de signos.

5 y 6- Chaves Norberto, *Imagen Corporativa*, pp. 42

7- Tejada Palacios Luis, *Gestión de la Imagen Corporativa*, pp. 2

8- Tejada Palacios Luis, *Gestión de la Imagen Corporativa*, Pp. 5

1- Tejada Palacios Luis, *Gestión de la Imagen Corporativa*, pp. 3

2- Chaves Norberto, *Imagen Corporativa*, pp. 54

3 y 4- Scheinsohn Daniel A., *Comunicación Estratégica*, pp. 57

Logotipo.-Es un signo en esencia verbal, tiene un arreglo tipográfico especial, básicamente gráfico. Recordemos que la tipografía es el resultado visual de "estudios e investigaciones sobre la forma de la escritura y del estilo de impresión."⁹

El logotipo surge como la "firma autógrafa respecto de su nombre. El logotipo puede definirse entonces como la versión gráfica estable del nombre de la marca."¹⁰

El logotipo tiene una capacidad identificadora del nombre como signo puramente verbal y signo gráfico. Su función es verbal, icónica y tiene un sentido semiótico, complementario a su nombre.

La tipografía adquiere además un sentido no verbal y toma significados complementarios al nombre en sus rasgos estructurales. Debido a esto, se ha visto necesario crear nuevas estructuras en los alfabetos.

Para los logotipos no hay límites tipográficos, se utilizan ampliamente todas las familias tipográficas, se pueden modificar en base a necesidades técnicas o estéticas en función a las prioridades del diseñador o se pueden crear nuevas formas de alfabetos.

Ejemplos:




Letragrama.- El letragrama es otra opción para representar el nombre de la empresa gráficamente. Es un signo visual construido por líneas libres y diferentes en un cuadro imaginario, adquiriendo formas abstractas. Generalmente estas formas surgen de la escritura a mano alzada. "Composición poética en la cual las palabras están dispuestas de manera tal que crean imágenes ligadas al significado del texto."¹¹

Ejemplo:



Pictograma."El arte gráfico pictórico es la forma más simple de escribir, es decir, mediante imágenes donde narran su vida se comunican pintando, dibujando o grabando en piedra o pieles."¹²

El pictograma es una figura o símbolo que adquiere un significado del objeto real. El primer paso es representar fielmente al objeto y mediante modificaciones estructurales se estiliza, sintetiza o geometriza.

⁹-Tubaro Antonio e Mana, *Tipografía*, pp. 95
¹⁰-Chaves Norberto, *Imagen Corporativa*, pp. 4

¹¹-Tubaro Antonio e Mana, *Tipografía*, pp. 92
¹²-Idem, pp. 11.



Monograma. - "Composición gráfica formada por dos letras..."¹⁴ El monograma apareció como un elemento de firma, como símbolo o marca representativa de una empresa, está compuesto por pocos elementos (caracteres tipográficos) o siglas de una empresa o nombre. El monograma busca "la superposición y enlazamientos originales entre ellas y debe estimular un proceso de interpretación."¹⁵
Ejemplos:



La letra **U** y la letra **S** se unieron
Para crear un solo signo.



La letra **J** y la letra **H** se unieron

Ideograma. - "Señala el comienzo de la historia de la escritura."¹³ Los ideogramas tienen la posibilidad de representar la realidad mediante elementos figurativos reales, pero además el hombre se da cuenta que puede representar ideas, conceptos abstractos, los ideogramas tienen características similares a los objetos, reconocibles y les confiere un significado de los conceptos que representa.

Un ejemplo sería la *luna*, representa la noche, la oscuridad, el romanticismo, etc. El origen de los ideogramas se basa en los jeroglíficos egipcios, también los mayas y aztecas, utilizaron este medio como elementos comunicativos, hoy los caracteres chinos, tienen un valor ideográfico.



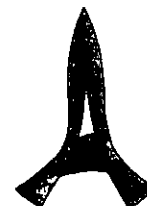
Anagrama. - "Son las deformaciones personalizadas del logotipo."¹⁶ Dándoles a los caracteres tipográficos un sentido expresivo, mediante su alteración en su estructura.
Ejemplos: Hoy los diferentes programas de diseño asistido por computadora ofrecen amplias alternativas de alteraciones gráficas de manera rápida.



Letra normal



alteraciones



13-Gordon Maggie y Dodd Eugenio, *Tipografía Decorativa*, pp. 11

14-Tubaro Antonio e Ivana, *Tipografía*, pp. 93 T

15-Idem, pp. 72

16-Chaves Norberto, *Imagen Corporativa*, pp. 51

Imagotipos.- "El nombre y su forma gráfica (logotipo) suelen sumarse con frecuencia a un signo no verbal que posee la función de mejorar las condiciones de identificación al ampliar los medios."¹⁷ El signo tiene una lectura no verbal, pero es bastante impregnante. Todo signo visual requiere para su funcionalidad ser memorable, legible y capaz de diferenciarse del resto de los demás. Pueden ser abstractos, arbitrarios o figurativos.

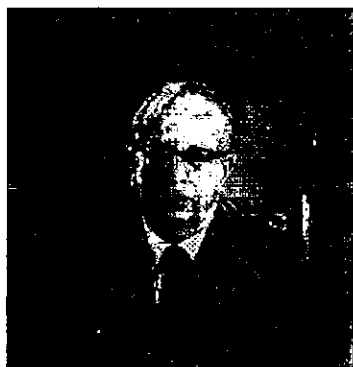
Ejemplos:



El imagotipo puede adquirir formas verbales, icónicas y análogas al objeto.

LAMINAT es una compañía de láminas, la letra L representa la primer letra del nombre de la empresa y tiene una connotación icónica, debido a la representación de una lámina extendida, junto con otra lámina más pequeña con un doblez en uno de sus extremos.

Icónicas.- Son representaciones reales y naturales de un objeto o individuos.
Ejemplo:



Simbolicas.- Son imágenes abstractas que en su aspecto físico no poseen ninguna relación con el objeto real, o simplemente son imágenes que se le atribuyen conceptos abstractos como libertad o diversos tipos de emociones.

Ejemplos:



Tipograma.- Siempre se ha buscado que la escritura alfabética sea el medio efectivo de comunicación fuerte y expresiva. Sin embargo se incursiona más y más en una composición donde la escritura nos da más expresión y novedad. Surge de esta intención el tipograma o palabra-imagen. Es decir los caracteres tienen un valor mayor que el ser un signo en el alfabeto con una clara intención, los caracteres poseen un valor lingüístico e ideográfico, que se leen al mismo tiempo. Se logra alterando o manipulando la tipografía con una interpretación clara visual.

Ejemplo:



¹⁷Chaves Norberto. *Imagen Corporativa*, pp. 51

Fonograma.- Es la utilización del signo musical, como símbolo de una empresa organizada, la cual le permitirá identificarse en el mercado conforme a su función.

Ejemplo:



Toda identidad corporativa posee una construcción técnica, la cual se basa en:

Símbolo.-Es reconocido de forma general como la marca, y sus características son abstractas, en ocasiones arbitrarias, porque no existe relación directa con la empresa. El símbolo reemplaza a la empresa en un sentido físico.

Color.-El color está ligado con el símbolo, en primera instancia por su percepción, en segundo lugar por su connotación psicológica y por su poder de atracción.

Tipografía.- Es la manera como una empresa escribe su nombre, las fuentes tipográficas son parte esencial de la construcción del nombre y personalidad de la empresa.

Lo interesante es que estas múltiples opciones que provee el diseño, son poco incurcionadas por las revistas, el nombre de la revistas se limita a aplicar un logotipo, es decir un arreglo tipográfico y en el algunas ocasiones integran un elemento ornamental.

2.6.2

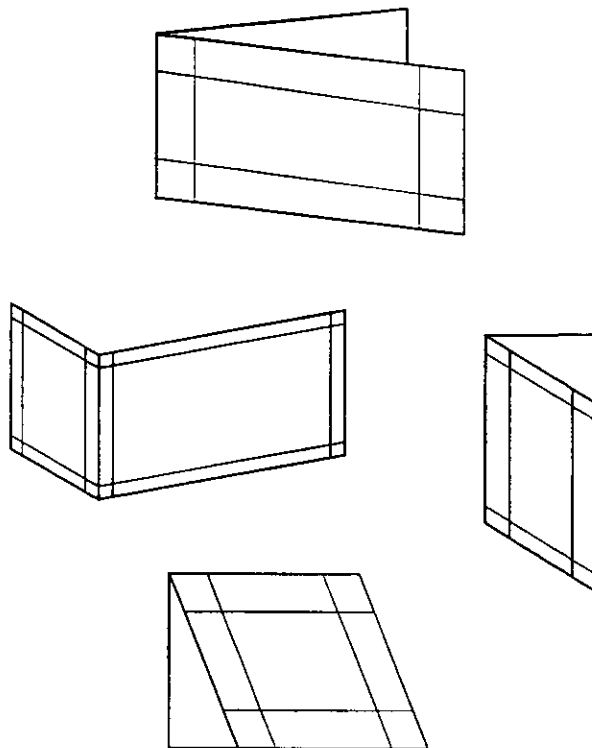
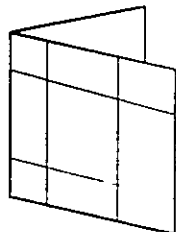
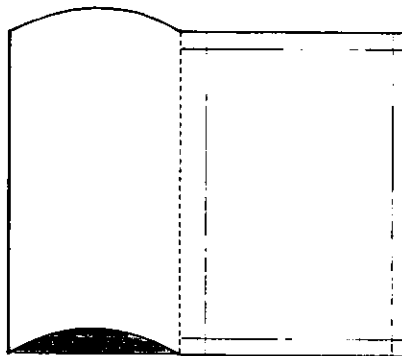
Diagramación

El diseño gráfico trabaja, en síntesis, con unos elementos simples que son los signos, correspondientes a códigos. Las letras y signos en tanto son signos caligráficos, tipográficos, los cuales pertenecen a códigos lingüísticos. Por otro lado, las figuras o imágenes corresponden a códigos icónicos. Combinados estos elementos en un espacio bidimensional coordinan un pensamiento lógico y el impulso creativo.

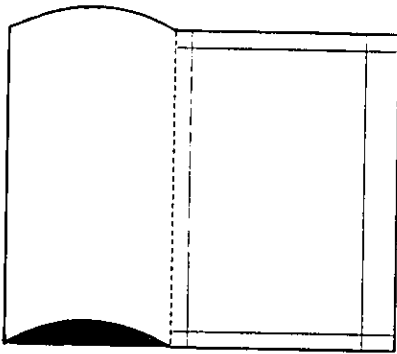
La composición de una página es la disposición de los elementos tales como: título, texto y la imagen en una perfecta armonía. La base de su identidad visual es su formato siendo este una estructura regular de texto y espacio, la retícula divide el espacio en secciones moduladas determinando la ubicación del texto y la imagen; de acuerdo a los lineamientos editoriales, la ilustración, el tamaño del artículo combinados dentro de la revista y sus connotaciones interrelacionadas, sin olvidar los lineamientos técnicos de impresión como el papel y presupuesto.

La estructura de la revista determina el estilo, para introducir el mensaje concreto y atraer la atención del lector.

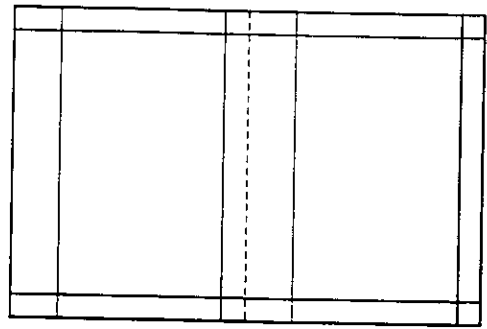
El objetivo tradicionalista del formato y retícula es facilitar la producción, coherencia y claridad a la forma en función objetiva de cada elemento que interactúa en la página.

Formatos Tradicionales**Retículas Tradicionales**

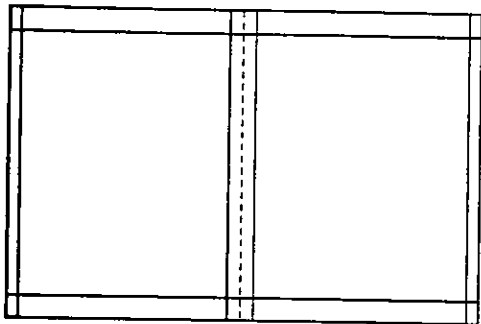
El margen interior es más grande y se utiliza para leer más cómodamente sin estropear la encuadernación.



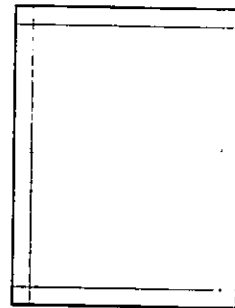
El margen interior exterior es para poner notas ya sea del lector o del diseñador



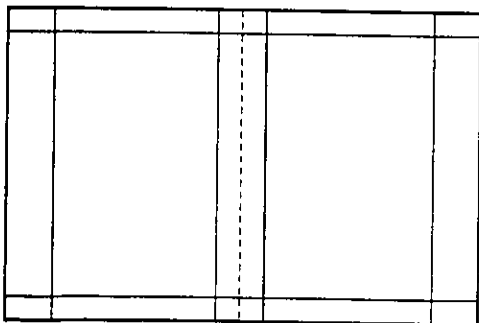
Reticulas repetidas



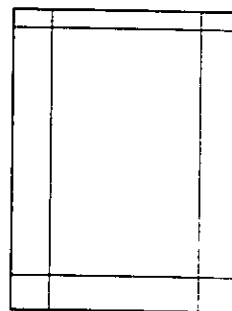
Esta retícula es tradicional para libros, en los blancos se utilizará la cabeza y abajo el pie de página



La retícula más simple posee las mismas medidas



Margen espectacular reflejada



Es la retícula más lujosa, por usar amplios márgenes para resaltar el texto

La síntesis en un sentido abstracto es el problema global de expresión visual en el diseño, las cuestiones técnicas en la integración de cada elemento en la página, fluye con secuencia, agitación y dinamismo ya que funcionan sus artículos coherentemente.

El significado de los componentes se consigue en un equilibrio por instinto y a través de la experiencia y raciocinio, de acuerdo con los preceptos de la ciencia visual y con el orden espacial derivado de la construcción modular considerando las leyes de la percepción psicológica y de la organización de los signos.

La unidad óptima produce un flujo integrado de información y crea un objeto y carácter único de entre los dispares componentes visuales y literarios de la página.

La síntesis debe ir más allá de los significados superficiales e incursionar en una variedad de signos y símbolos complejos. La síntesis consume y planifica un todo y no sólo inserta imágenes a un texto, sin interconexiones gráficas o asociativas que como consecuencia no persuadiría a un público lector para obtener la respuesta deseada.

La disposición de los elementos en la página con un objetivo coherente que fluirá con una secuencia sistemática de información, facilitará la labor al diseñador gráfico.

2.6.3 Fotografía e Ilustración

Hay una tendencia de percibir la fotografía de la revista por sus cualidades esenciales tanto en su forma como en su contenido. La fotografía es la columna vertebral de las revistas ilustradas cuyo papel primario es periodístico en colaboración con el texto y su composición en general.

La fotografía e ilustración son componentes dinámicos dentro del diseño de la revista, se alían con el texto, el color, etc., y sujetan su uso a todos sus elementos cuya función preliminar es comunicar.

La fotografía e ilustración proporcionan información visual, creando dramatismo o narración, atraen la atención del público relacionándose entre sí.

Ningún elemento en la revista aparece sólo para embellecerla y menos una fotografía; ya que posee un concepto y un lenguaje propio, que unifica al diseño global.

La fotografía adquiere el papel de la palabra escrita, alterando o modificando necesidades precisas y no actúa como un objeto aislado intacto; de manera que ligado a otros elementos crea significados completos.

La ilustración en la revista es una forma subjetiva, basada en la experiencia de interpretación personal; el uso de la ilustración de tipo informativo, también brinda cierta percepción estilizada dando continuidad al texto. La ilustración revela el pensamiento en las obras plásticas y metafóricas.

Una de las contribuciones más importantes en el diseño de revista es la foto-

grafía: "conceptualmente, la página se diseña en el proceso de encargo y realmente en la lente de un fotógrafo."¹

Fue durante el periodo de las dos Guerras Mundiales cuando hubo una explotación fotográfica en la revista, desarrollo que se notó primero en los periódicos. En esta época la revista eliminó elementos ornamentales, en el texto se redujeron las variaciones tipográficas; los titulares eran breves, se encuadró toda la fotografía de manera reticente para dominar la página y tener un impacto visual.



Portada
Revista Arbeiter Illustrierte Zeitung
1934

La cámara portátil de 35 mm, inventada por Oskar Barnack, en 1923; trajo un progreso mayor hasta revolucionar la fotografía. A finales de 1923 las revistas narraban la historia básicamente por fotografías espontáneas y realistas.

En aquella época para Rodchenko la fotografía era "el nuevo y perfecto medio para descubrir el mundo contemporáneo de la ciencia del hombre, la tecnología y la vida diaria."²

"AIZ" una revista creada en 1925 por Willi Muenz, realizó un seminario comunista que se dio a la tarea de explotar la fotografía, debido a que reconocía el progreso rápido del diseño de revista entre 1925 y 1935. En 1930 bajo la influencia de John Heartfield se introdujo el fotomontaje, dejando atrás la composición de página sobria, simétrica y atestada de elementos para incursionar con la tipografía de palo seco en 1931, una retícula modular con vigorosos fotomontajes que se integraban en la página de manera armoniosa.

1-Owen William, *Diseño de Revista*, pp. 198

2-A. Rodchenko: *Prodosterezhnye (aviso)*, en *No.1 Let*, num. 6, 1928
Citado en *A History of Photography*, op. 7

Fotografía en el Diseño

Hablar de revistas, es hablar de fotografía; debido a que toda revista explota al máximo este elemento del diseño de revistas, por lo cual es necesario incursionar en el área del fotodiseño.

Inventores y artistas como Joseph-Nicephore Niepce y Louis Jacques Mandé Daguerre, investigaron métodos que les permitieron perfeccionar el dibujo.

Foto-gráfica, es hoy conocida como fotografía, este término apareció aproximadamente hace ciento cincuenta años con el astrónomo y científico Sir. John Herschel para describir un proceso inventado por su amigo William Henry Fox Talbot (científico, matemático y lingüista inglés) de donde emanan las raíces de la comunicación visual por medio de la fotografía.

Herschel combinó las palabras griegas -*pothos*, que significa "luz" y -*grapho* que significa "dibujo", era el término correcto para describir el proceso como "dibujo con luz". Introdujo también los términos positivo y negativo a los experimentos de Talbot.

La fotografía en sus inicios se inspiró en la pintura. Precursores de la fotografía como Julia M. Cameron, Peter Henry Emerson, Alfred Stieglitz introdujeron efectos pictóricos en sus fotografías. Pero a mitad del siglo XX se dio un giro al diseño de la fotografía, cuidando el aspecto descriptivo de sus imágenes. En los años treinta comenzaron cursos de diseño gráfico y fotografía. En el año de 1969 en Alemania se extendió un reconocimiento internacional a la Asociación de Foto-diseñadores Independientes que enfatizaron la interacción del diseño y la fotografía. Preocupados en el contenido y su presentación visual.

El ojo y la cámara. - El entorno que nos rodea es percibido en dos aspectos:

1) Cognositivo. - "Basado en una síntesis de la experiencia visual que hemos acumulado en nuestras mentes."³

2) Perspectiva. - Basada en una imagen percibida desde un punto de vista individual, como a través de una cámara.

Ejemplo: la visión cognositiva suele identificar una mesa cuadrada sin distorsiones. En la visión de perspectiva, el costado más cercano de la mesa aparece más ancho que el opuesto, mientras los lados más alejados de nuestra visión retroceden hasta un punto de fuga común.

"Nadie sabe con exactitud cuándo se inventó la cámara oscura -una máquina fotográfica primitiva capaz de proyectar imágenes en superficies planas- pero sí sabemos que los griegos comprendieron el principio de esta forma de proyección y que en el siglo XV estas cámaras se habían vuelto bastante complejas. En el siglo XVI se refinaron hasta el punto de incorporar lentes y reflectores de cristal esmerilado, utilizando espejos para corregir los efectos de inversión de la imagen."⁴

El Encuadre y el Visor

"El espacio y la estructura del entorno fueron las primeras influencias sobre las formas de las imágenes visuales."⁵

La primera fotografía se realizó en Francia en 1826, su forma y magnitud fueron determinadas por el tamaño de la cámara que se utilizó. En Chicago en 1906 se construyó una cámara para tomar una fotografía de un tren que medía dos metros y medio de ancho.

En 1883, George Eastman inventó las fotografías instantáneas y la cámara Kodak, hasta aquí se había utilizado papel negativo pero Eastman lo cambió por una película de celuloide. Thomas Alva Edison creó la película de cine de 35 mm, a partir de la película de Eastman se determinó el tamaño de la cámara.

3-Allen Hurlburt, *Foto-Diseño*, pp. 13

4-Idem, pp. 14

5-Idem, pp. 18

Imagen Ampliada

"La ampliadora hizo que el fotógrafo pudiera dedicar otra mirada a la imagen; incorporó la libertad de elección permitiendo el uso de tamaños de película pequeña y barata y de cámaras de formato pequeño, prácticas y flexibles; dio al fotógrafo una nueva oportunidad de controlar la luz y modificar la imagen mientras pasaba del negativo al positivo."⁶

Alfred Stieglitz (fotógrafo Estadounidense) a finales del siglo XIX, explotó el uso de la ampliadora.

La ampliadora permitió modificar la imagen definitiva, también los costos se redujeron y se hizo práctica la cámara de pequeño formato. Fue un medio para manipular las imágenes y se transformó en un instrumento primordial para la fotografía. La ampliadora se convirtió en un instrumento de efectos y modificaciones gráficas, tales como: texturas, lograr contrastes, y destellos de luz, entre otros.

Edward J. Steichen incursionó sobre el contenido gráfico de las fotografías y ejerció gran influencia trascendental en la fotografía como medio de comunicación. Introdujo el desnudo publicitario y fue uno de los primeros en utilizar el color en sus fotografías.

Lissitzky fue de los primeros diseñadores gráficos que reconoció el poder de la fotografía en el diseño, puso las bases de los efectos de la superposición con doble exposición y de la fotografía sin cámara (fotograma).

Herbert Mattler, diseñador gráfico ruso, fue uno de los diseñadores que interactuó el diseño con la fotografía, creando una síntesis de las dos formas artísticas. Man Ray experimentó el proceso de solarización y el efecto de sabattier.

A principios de la fotografía fue común encontrar en los experimentos, fotografías de objetos cotidianos, como escobas, puertas, etc.,

con el paso del tiempo buscaron nuevas formas en la naturaleza, mediante sus encuadres, apareció el paisaje.

Efectos Foto-Gráficos

Doble Exposición.- este efecto como otros tantos, surgieron del error de la fotografía, la doble exposición surgió del olvido del fotógrafo al no retirar la película o la placa. Hoy las cámaras imposibilitan este efecto debido a su estructura técnica.

Sandwich.- Es un efecto parecido al de la doble exposición, con la diferencia de que en el sandwich se utilizan dos fotografías para formar una sola, surgió de la aparición de la transparencia a color.

Fotograma.- El fotograma es la fotografía sin cámara, consiste en poner en el papel fotográfico un objeto y buscar una fuente luminosa, mediante la intensidad de la luz se pueden lograr variantes en la imagen.

Solarización y efecto Sabattier.-Es un efecto descubierto por Armand Sabattier, se puede aplicar en color o blanco y negro. "En este proceso se expone una copia con contraste intensificado y luego, durante el revelado, vuelve a exponerse con una luz tenue, lo que da como resultado una imagen parcialmente invertida, que es una combinación de positivo y negativo."⁷ El resultado es incierto.

Retícula.- Este efecto posibilita el dar una apariencia de textura fotográfica.

Posterización.- Se trata de un proceso destinado a convertir películas de medio tono en diseños más amplios de tono plano, en el que pueden aplicarse tonos grises y filtros.

Alto Contraste.- Crea un efecto enérgico en la fotografía mediante tonos puros.

⁶-idem, pp. 21

⁷-idem, pp. 51

Bajo Relieve.- Se da mediante una ilusión tridimensional y mediante el positivado por contacto a partir de un negativo de alto contraste, uniéndolos luego ligeramente fuera de registro y positivando la combinación.

El Grano.- "Es un efecto natural de película muy rápida, aunque también puede intensificarse mediante procedimientos en el cuarto oscuro. La sub-exposición de la película, y un tiempo de revelado escalonado incrementa la densidad del grano y también el contraste, su tamaño se incrementa mediante una exposición exagerada de una excesiva agitación durante el revelado."⁸ Este efecto se puso de moda durante los años setenta.

Efecto Moaré.- "Es un fenómeno que se produce cuando se colocan dos tramas sobre una imagen, en diferentes ángulos entre sí."⁹

Distorsión.- Se da al mover el zoom durante el tiempo de exposición o bien utilizando lentes especiales.

Tono.- El medio tono, aporta una escala de grises mediante una trama que hizo reproducir material gráfico a costos más económicos que el color.

La Imagen en la Página

Con estos descubrimientos de la fotografía y sus efectos, la página impresa quedó absolutamente beneficiada, ya no se usaba la fotografía como un elemento ilustrativo, es decir, ya no ejemplificaba solamente el contenido del texto, sino aportaba beneficios mayores considerándole como un elemento de comunicación sin límites de efectos que actuara de manera pragmática y estética.

Así que el diseño de página estuvo atento al desarrollo y experimentación de la fotografía.

Se realizaron todos los esfuerzos para trasladar la imagen fotográfica a la página impresa. Pero esto sólo se apreció hasta el

primer cuarto del siglo XX.

El desarrollo de la revolución moderna fue motivada por dos conceptos: uno se especializaba únicamente en la imagen fotográfica y el otro en una nueva visión y composición de la página.

"El núcleo fotográfico inicial de la revista moderna se originó en torno a un grupo de fotógrafos alemanes y húngaros dirigidos por Erich Salomón, y de un grupo de diseñadores de cámara con Oskar Barnack a la cabeza. Salomón fue el primero en comprender el pleno potencial del objetivo rápido, prescindiendo del polvo de magnesio para destellos y liberándose de los límites del tiempo de exposición."¹⁰

Utilizó la luz ambiental en sus retratos de políticos y usó por primera vez el término de *fotografía espontánea*. Con sus experimentos puso cimientos al foto-reportaje y a las revistas especializadas que surgen en Alemania, en la imprenta de Ullstein.

Apareció una revolución en el diseño por los constructores rusos. Diseñadores como Lissitzky y Aleksandr Rodchenko aportaron nuevos conceptos al diseño de página, influenciados por las innovaciones cubistas de París, la libertad de los fotógrafos dadaístas y las composiciones asimétricas.

Estados Unidos tomó estas innovaciones de la página impresa, mediante dos diseñadores rusos que promovieron el desarrollo de la revista moderna.

Alexei Brodovitch participó en el diseño de Harper's Bazaar y el Dr. M. F. Agha director de Vanity Fair en 1929 y en Vogue un año más tarde. La obra de estos diseñadores rusos fue el inicio del desarrollo de la revista norteamericana. En 1960 el resultado de estos fundamentos y la experimentación se llegó a ver en la realización de las revistas "Esquire", "Mc Call's", "Life" y "Look", las cuales fueron el inicio de una nueva era de revistas modernas

⁸-Idem, pp. 51
⁹-Idem, pp. 56

¹⁰-Idem, pp. 63

que ejercieron influencia mundial en el diseño de revistas hasta nuestros días.

Diseño de Revista (Fotografía)

Selección de Fotografías .- El factor más complejo e importante en el diseño de la página impresa es la selección de la fotografía.

En la búsqueda de la fotografía acertada para la revista debe contemplarse en primer lugar las formas lógicas y obvias como punto de partida para una experimentación profunda e innovadora que dará como resultado una imagen de impacto. Considerando antes de cualquier toma la naturaleza del problema y analizando los requisitos físicos que darán como resultado una fotografía de apreciación estética y de un alto contenido; que dará la intensión correcta del diseñador ante el espectador, quien por primera vez ve la página.

“Nunca se debe perder de vista la relación con otras imágenes que aparezcan en el mismo anuncio o en el contexto del boceto final.”¹¹ Para no perder el estilo editorial que la revista tiene.

Contraste de Tamaño.- Determinar el tamaño de la fotografía en la página es importante, debido que un acertado tamaño provocará impacto y un énfasis en el tema o mensaje. Las fotografías de diferentes tamaños en la página darán un contraste siendo esta una alternativa visual de composición fotográfica, la cual creará una sensación visual de dinamismo.

Contraste de Valor.- Es solución visual mediante el contraste de colores y tonos, se creará un impacto visual y una fuerza en el diseño total de la página. Tal contraste puede ser el ancla para atraer al lector.

Contraste de Forma.- Estamos acostumbrados a las formas cotidianas del mundo que nos rodea, el diseñador tendrá que ver más allá de lo obvio y buscar alternativas creativas de diversas formas pero sin perder la cualidad original.

Contraste de Carácter.- En el diseño de la página es necesario buscar medios eficaces que logren el interés del lector. Buscar un contraste en la página realzará los elementos que intervienen en ella. Un ejemplo es la violencia y la serenidad.

Formato y Estilo.- Todo diseño de página eficaz exige una composición armoniosa de la portada hasta la contraportada. Debe poseer un estilo global de página a página y de número a número para definir la personalidad de la revista. Esta secuencia surge por medio de cada uno de los elementos editoriales. A pesar de cada revista posee innumerables artículos, los cuales a veces difieren o simplemente corresponden a otras áreas, los elementos editoriales nos ayudarán a unificar cada artículo y a no perder el estilo global del objetivo del diseñador.

Retoque.- La imagen revelada tenía algunas fallas técnicas y se utilizó el retoque como una forma correctora, pero a medida que incrementó el trabajo de retoque surgió como una actividad creativa. Se utilizó el aerógrafo principalmente.

Fotografía y Color

Con la aportación de la fotografía, se consideró de mayor relieve a la apariencia exacta de la imagen y se descuidó la composición global, e incluso la intervención de los elementos editoriales se integraron a la página de manera arbitraria o con muy poco sentido de diseño.

Sin embargo algunos diseñadores vieron la fotografía como un medio eficaz para realzar sus diseños y buscaron experimentar sus efectos para introducir en sus obras un elemento más que atrajera a un público, sin olvidar los otros elementos que actúan en la página.

El color fue un experimento de gran aportación en la fotografía para el diseño de revistas. Se cree que la fotografía a color fue inventada en 1891 por Gabriel Lippmann, en París. Steichen fue un de los primeros que incursionaron en la fotografía a color y expuso varios autocromos en 1907. Este nuevo método se basaba en el sistema aditivo que combinaba los colores primarios (verde, rojo y azul) este sistema se remplazó por el sistema sustractivo, el cual utilizó los colores complementarios (cian, amarillo y magenta) del sistema aditivo. Este sistema originó la cámara tricolor, la cual dividía la luz de una sola fuente mediante filtros de colores.

En 1935, Leopold Mannes y Leopold Godowsky con ayuda de la Eastman Kodak Company descubrieron el Kodachrome y varias películas de color, aquí apareció la transparencia, la cual restó control y efecto que se podían manipular en el cuarto oscuro.

Más adelante se obtiene un sistema de control y manipulación del color por medio del uso de filtros de color. La revista "Life" fue una de las primeras que incursionaron en esta técnica.

Dos hombres experimentaron ampliamente el foto-diseño de la revista: Henry Wolf, diseñador fotográfico, fue el director de arte en las revistas "Esquire", "Harper's Bazaar" y "Show". Contribuyó al desarrollo del foto-diseño y destacó en el diseño editorial, dirección artística, publicidad y fotografía. Sus obras quedaron inmortalizadas en las revistas antes mencionadas.

Sam Haskins, "considera que la idoneidad del collage y la superposición para reunir imágenes inconexas es esencial al

Surrealismo. También opina que el montaje es una manera eficaz de ilustrar la complejidad de la vida moderna."¹²

¹²-Ibidem, pp. 104

2.6.4 Retícula

El objetivo de crear una retícula es establecer un orden coherente y sobre todo armónico, es decir, que se justifique y unifique cada una de sus partes como un todo.

El hombre siempre ha buscado una relación con todo lo que le rodea; Platón mencionaba en sus escritos la necesidad de establecer una relación que ensamble. El deseo racional de unificar la vida interna y externa, fue como resultado de sumar todas sus partes como un todo siendo esta la mejor relación.

Los estudiosos en su búsqueda ha logrado relacionar las formas y estructuras de la naturaleza encontrando una perfecta relación natural, misma que desean plasmar en todas sus obras.

El ritmo de cada elemento, figura, línea, color o cuerpos en el diseño gráfico se presentan como fenómenos de comunicación, los cuales se suspenden o ubican por peculiaridades de orden formal, siendo estos ritmos puramente estáticos; los cuales han tenido éxito en sus múltiples aplicaciones y variantes tales como la geometrización, la síntesis o estilizados. Pero a pesar de sus variantes en cuanto a forma, color, tamaño u orden no dejan de tener un aspecto monótono, dando la apariencia de rigidez, que bien pueden funcionar según los requerimientos del diseñador. Pero el constante avance en la ciencia, en la moda, en la tecnología y principalmente en la comunicación han llevado a buscar otro orden, el orden dinámico que da mayor libertad en la composición y expresión gráfica. Esta composición ha roto con las leyes del ritmo formal, ya que la igualdad de tamaños, color, posición o aspectos ya no son necesarios; ahora la desigualdad se

ha justificado en su relación interna o externa, pero armónica. Estos ritmos logran un éxito más eficaz ya que se puede dar la apariencia de movilidad logrando apartarse de la rigidez del ritmo-forma.

Para elaborar una retícula es necesario definir características del papel en cuanto a tamaño debido a que es obligación del diseñador velar por la economía de su cliente, así que se deberán investigar las medidas que admite la máquina donde se imprimirá

Delineado el aspecto del tamaño del papel, el diseño de retícula continuará seleccionando cuantas columnas (espacio para el texto) se requerirán según la necesidad del diseño para colocar el título y el texto, siendo estos elementos convencionales, pueden adquirir un papel más trascendente y vanguardista en su composición. "El texto empleará la retícula para crear uniformidad de composición..."¹

Mediante los efectos que se dan al acomodo del título pueden lograr un impacto visual y adquirir una composición más atractiva al lector, los subtítulos que por su peso visual se encontrarán entre el título y el texto base.

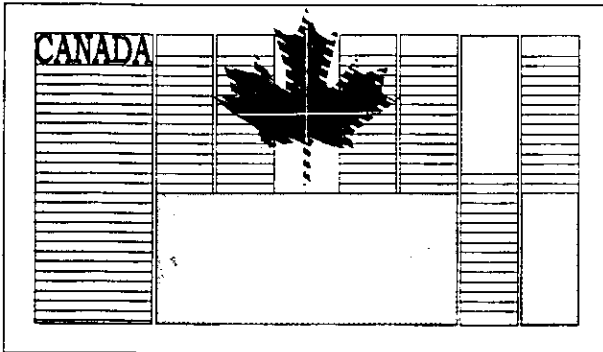
La imagen, elemento que proporciona información visual, dará énfasis al objeto de la información que se tratará en la página. Este es un elemento listo para aplicarse y manipular de manera dinámica, mediante su tamaño y posición, para romper con la rigidez del texto. Gracias a la tecnología este elemento es flexible y puede atravesar columnas, saltarse márgenes; su composición en la página alcanzará gran fuerza para atraer al público un tanto indiferente al tema. Su aplicación puede ser en color, blanco y negro, sello de agua, fondo, etc.

Esta dependerá de los objetivos del diseñador ante las necesidades del cliente que siempre girarán en torno a un mercado bien definido.

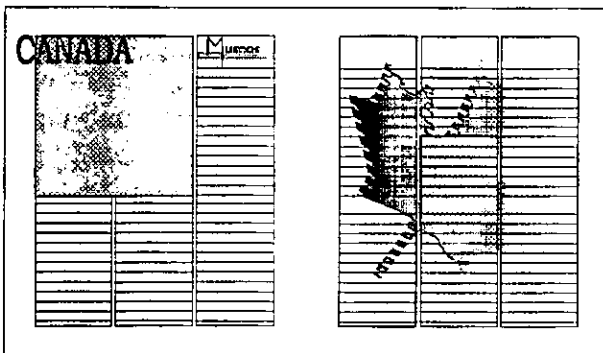
1-Swaan Alan . *Como Diseñar Retículas*, pp 20

Ejemplos de retículas:

Retícula de 4 columnas



Retícula de 3 columnas



La columna utilizada para el texto, debe cuidar su funcionalidad en cuanto a su anchura, ya que de esto dependerá su legibilidad y fácil lectura. "Tradicionalmente se considera que la retícula de tres columnas es una opción acertada para los folletos. Esta retícula proporciona anchas y legibles columnas de texto, y la flexibilidad adicional de poder subdividirla y convertirla en seis columnas."²

Una de las aplicaciones tradicionales es la de dos columnas que se puede dividir en cuatro. La división de columnas da al diseño una distribución constante y equilibrada, en las páginas de columnas impares da un enfoque diferente al diseño total.

Alan Swan en su libro *Como Diseñar Retículas* menciona que "la fórmula de tres columnas es ideal para el diseño de revista y esta se puede dividir en seis, esto es útil para el objetivo informativo de esta forma proporciona un dominio gráfico sobre el texto. Dos columnas crea una cualidad académica y formal, y la división de siete columnas da mayores posibilidades de combinaciones dinámicas y creativas."³

El diseñador de retícula para revista es necesario que limite un espacio perimetral en blanco como margen, para obtener una zona central donde disponer los elementos y en seguida es necesario considerar la manera de encajar el texto; después se utilizan encabezados impactantes y las fotografías o ilustraciones se manejan creativamente.

"Las revistas líderes cultivan el diseño para mantener las cualidades que su público espera de ellas y, a veces, tiene prioridad el estilo sobre el contenido."⁴

Las revistas de mayor éxito son aquellas que han dado un diseño individual a cada artículo, pero respetan el diseño global.

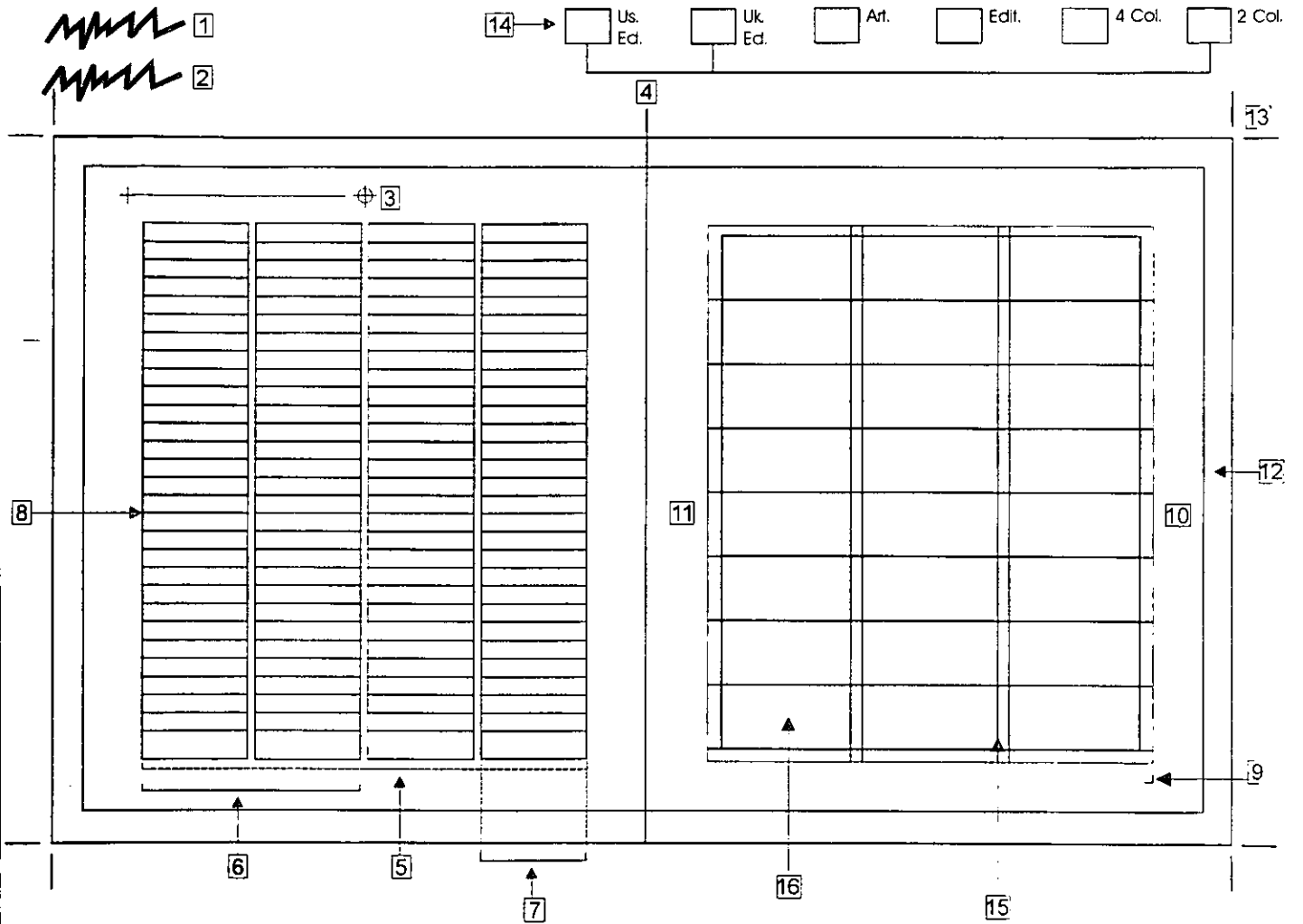
Para apreciar su finalidad es necesario recordar que antes de Gutemberg, quien fuera el precursor de la imprenta al trabajar con los caracteres móviles, cada manuscrito se realizaba de manera muy cuidadosa, utilizando retículas proporcionadas, cada carácter se dibujaba en una medida standar. los márgenes alrededor del texto eran realizados uniformes y para no caer en una imagen fría y rígida, algunos de los caracteres se resaltaban mediante un ensanchamiento de grosor y altura con aspecto ilustrativo, debido a que esta actividad provenía de los monasterios.

2-Swan Alan, *Como Diseñar Retículas*, pp. 30

3-Idem, pp. 82

4-Idem, pp. 82

Anatomía de la Reticula



- 1 Título de las series del libro o publicaciones.
- 2 Tamaño de corte de la página.
- 3 Posición del centro de la página para localizar el centro de las columnas.
- 4 Margen central.
- 5 Guía indicativa del área máxima reservada para una posición opcional del texto o ilustraciones.
- 6 Guía de pie.
- 7 Medidas de columna.
- 8 Reticula de cuatro columnas que se indican sus divisiones.
- 9 Folio, numeración de la página.
- 10 Margen exterior.
- 11 Margen central, especial cuidado para encuadernar.
- 12 Espacio entre marca de corte y línea exterior, utilizado como margen de seguridad para prolongar imágenes o colores, lo cual evita líneas blancas en el corte.
- 13 Marcas de corte.
- 14 Se denominan cajetines para indicar edición, fase de reproducciones, especificador de color.
- 15 Los medianiles son líneas verticales y horizontales en la caja tipográfica que establecen y limitan el número de columnas, estas se disponen en pares, también determinan el espacio entre las columnas.
- 16 Campos.- Se dan por la relación de las líneas verticales y horizontales, que determinan espacios y límites. Es decir espacios donde se injerta el texto y la imagen.

2.6.5

Componentes de la Página Editorial

La mayoría del material editorial incluye estos elementos:

Carácter: es un signo tipográfico o letra y número, para la reproducción editorial puede ser un signo de puntuación o un espacio en blanco.

Línea: una sucesión de caracteres produce una línea óptica, por sí mismos evocan una línea imaginaria.

Caja: es el espacio que ocupará el texto, delineada por los márgenes.

Cálculo tipográfico: se estima el número de páginas que ocupará un manuscrito en tipografía.

Cuartilla: es información dispuesta en cada página.

Columna: su objetivo es determinar el espacio para el texto y queda delineada por los medianiles.

Logotipo: el logotipo en la revista se ubica en la portada, su función es identificar el nombre de la revista, diferenciarla de las demás pero también tiene un sentido decorativo.

Encabezado: es un título con un especial arreglo tipográfico, de mayor peso que el

de base para resaltar alguna información; sirve como anclaje para el lector a fin de atraer su atención e instar a su lectura.

Cabeza: Juego de tipografía sacado del cuerpo del texto, para indicar el nivel de importancia de lo que sigue.

Extracto: es un bloque de texto, resaltado en otra fuente tipográfica y su tamaño o color, para resaltar una información.

Bibliografía: se anexa a todo documento editorial, esta refiere las fuentes de información en que se basa; pueden servir para investigaciones posteriores, su tipografía es variable y su extensión siempre es menor al texto base.

Créditos: es la línea citada por lo general al final de una leyenda, slogan o ilustración para mencionar la fuente de información o autor.

Notas: son aclaraciones respecto a la información o texto, se pueden colocar al pie de página, al final del capítulo o sección u obra y su fuente tipográfica es la misma y su tamaño es menor.

Folio: es el número de la página.

Epígrafe: la epígrafe o introducción es una frase que antecede al cuerpo del texto y puede ser un resumen del capítulo o una cita de un autor.

Pie de Página: es información complementaria, ubicada en la parte inferior de la página, en un tamaño tipográfico inferior.

Sangría: es el espacio en blanco que en ocasiones aparece al inicio de un párrafo. Separa eficazmente un párrafo de otro.

Versal: letra mayúscula.

Versalitas: letra mayúscula de igual tamaño que la minúscula.

Figura: es el nombre asignado a una fotografía o ilustración, por lo general están enumeradas.

Nomenclatura: numeración y leyendas que aparecen en las ilustraciones.

Reiteradores: Los reiteradores tienen el objetivo de confirmar o resaltar cierta información, valiéndose de elementos gráficos comunes, tales como: cuadrados, círculos, rectángulos, o tamaño, color, etc.

Finalizadores: es una marca diseñada con el objetivo de señalar el fin de un artículo; en ocasiones éste resulta tan interesante para el lector que busca más información, pese a que el redactor realizó bien su trabajo. Es necesario diseñar un elemento que indique el fin, generalmente esta marca pertenece al símbolo de la identidad gráfica o el mismo símbolo, ya que éste crea una unidad y no queda como un elemento flotando que no tiene relación con el diseño de la revista.

Licencias: son pequeños apartados en donde aparecen las licencias, los permisos, los nombres de los colaboradores, nombre de los impresores, editores y las direcciones. Su ubicación esta en la hoja del índice o contenido.

Lomo: algunas revistas, por su tipo de encuadernación y el número grande de páginas presentan un espacio, donde se introduce el nombre de la revista o publicación.

Reiterador: es el nombre de la revista que se emplea como reforzador visual, generalmente se coloca junto al folio.

Pases: los pases indican al lector que el texto continua en determinada página o columna. Comúnmente se utilizan manos, flechas o texto.

Viñetas: son dibujos decorativos que se presentan al principio o al final del artículo.

Balazo: se refiere a la presentación de un aviso o artículo importante.

Balas: es una llamada de atención o aviso de un párrafo importante, se usa también para esquematizar varios puntos o rubros de un tema.

Segundas: es información sobre el contenido de la revista. Generalmente son los títulos de los artículos más sobresalientes.

Cornisa: es el nombre de la sección o del artículo de la revista, impreso en la parte superior de la página.

Capitular: es la primera letra del párrafo inicial de un artículo. Se usa para dar entrada al cuerpo del texto, en algunas ocasiones adquiere un aspecto ornamental, puede ser de diferente fuente y tamaño.

Destacan del texto, por su disposición especial, buscan llamar la atención y diferenciarse. Su tamaño, fuente y estilo pueden variar del texto base.

Agradecimientos: en el caso de que haya colaboradores o instituciones que no pertenecen a la casa editorial.

Índice: presenta el contenido de la revista, es decir, los artículos y su localización, aparece en las primeras páginas.

Registros Legales: son los permisos legales necesarios para hacer posible la circulación de la revista, dentro de los cuales están: el código ISSN (International Standard Serial Number), otorgado por la Dirección General de Derechos de Autor; los certificados de licitud del contenido y del título de la revista que otorga la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas; Franquicia Postal, etc.

Artículos: es el contenido de la revista, se distribuye en bloques de texto; los temas pueden ser aislados o formar parte de secciones fijas.

Publicidad: es el espacio dedicado a los anuncios de los patrocinadores de la revista. Actualmente los patrocinadores son la principal fuente de sostén de la revista.

Formato: se refiere al tamaño final de la revista, para determinar el tamaño según Turnbull y Baird recomienda considerar lo siguiente:

- *Facilidad de manejo
- *Adaptabilidad del contenido al formato
- *Limitaciones mecánicas
- *El tamaño de la prensa de la imprenta

Letras de resalte: según Muller-Brockman, son palabras o frases que se destacan del texto, por su disposición especial, buscan llamar la atención y diferenciarse. Su tamaño, fuente y estilo pueden variar del texto base.

Cintillo: "es un bloque de información relativa a la periodicidad, fecha, volumen, número de ejemplar y lugar de circulación; datos importantes de la publicación".¹

Forros: "se puede definir como la parte expuesta de la revista".² se integran por primera, segunda, tercera y cuarta de forros.

Primera de forros es reconocida como la portada y es la presentación de la revista ante el público.

Segunda y tercera de forros son páginas que comúnmente se dejan para anuncios publicitarios de los patrocinadores, generalmente estos diseños son aportados por los patrocinadores y el diseñador de la revista solo lo introducirá a la página, opcionalmente en la segunda de forros se deja para la página de contenido.

Cuarta de forros, es una página 100 % dedicada a contener publicidad.

ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA

*Turnbull, A. y Baird, R. *Comunicación Gráfica*, pp. 299

1-Azúa Claudia y Calles Francisco. *Rediseño de la Revista "Porclama y Avtrama"*, pp. 18

2-Idem, pp. 14

En cada estante comercial encontraremos un sin fin de revistas con rostros que miran directamente.

Ejemplos:



2.6.6 La Portada

Es la imagen inicial, ésta debe ser memorable, pues es el ancla para atraer al lector; tiene un control más estricto y cuidado meticuloso, puesto que debe señalar sin equívocos el estilo y contenido.

En el diseño de portada pueden surgir problemas entre las ambiciones estéticas del diseñador y el objetivo básico de la comunicación; pero ligadas estas, se logran imágenes estéticas-funcionales, atrayentes para el público lector, que deberá elegir entre un sin fin de revistas.

Se piensa que de la portada depende la venta de hasta un 40 % de su éxito; su imagen ofrece aspiraciones y beneficios físicos y sociales. Debe contar con un atractivo que cree fuerza y equilibrio, combinando un amplio número de líneas con un agudo sentido del color en un espacio limitado, pero los beneficios requieren planear y redactar un texto inteligente.

Por otro lado, adquiere un papel de anuncio o cartel que promueve su mercado interno.

“La mayoría de las revistas han establecido sus rasgos característicos de diseño en el título, que suele ocupar una posición y tiene un tamaño predeterminado, la retícula preestablecida para la portada impone restricciones al diseño naciente.”¹

“Desde la primera infancia encontramos fascinantes los rostros humanos y estamos acostumbrados al contacto directo de las miradas en nuestras vidas cotidianas. Las revistas usan estos conocimientos deliberadamente para atraer nuestra atención.”²

1-Swan Alan, *Como Diseñar Retículas*, pp.82

2-Coller David y Cotton Bob, *Diseño para la autoedición*, pp.114

2.6.7 Tipografía

El hablar de tipografía es más que simple historia, materiales para su reproducción o diseño de tipos; su esencia es ser un **elemento básico** para la comunicación.

En el Renacimiento Italiano surgieron impresores como Nicolás Jenson y Aldus Manutius quienes imprimieron sus libros en tipos romanos finos, los que prevalecieron hasta principios del siglo XIX; las necesidades en el comercio que se desarrollaba rápidamente junto con la publicidad dieron origen a las primeras letras titulares.

Robert Thorne, en la Fann Streer Foundry de Chiswell Street, Londres, expuso la primera letra de ojo abierto en 1803. Continuaron los tipos egipcios (Vincent Figgins, 1815) y los san serifs (William Caslon, 1816). Estas letras dieron origen a un sin fin de variantes, para esta época de cambios, el libro continuó con sus formas tradicionales.

Williams Morris fue una de las primeras figuras en el movimiento moderno en Europa, y rechazó la tipografía débil de los libros post-renacentistas. Y en 1844 fundó el Arts and Crafts Movement (Movimiento de las Artes y las Artesanías) el cual rechazaba someterse a los cambios de la Revolución Industrial y el Art Nouveau (Arte Nuevo, cuya base se sustentaba en el estilo decorativo, sus formas eran estilizadas y decoradas con vegetales).

Posteriormente se fundó la Bauhaus, basada en las enseñanzas de Morris, en su desarrollo de la tecnología.

Su origen surge de las obras de los post-impresionistas. Simultáneamente aparecieron otros movimientos que influyeron en el Bauhaus. El más poderoso fue el cubismo que nació en París con las obras de Picasso, Juan Gris y Braque; el Futurismo en Italia, el Constructivismo en Holanda y el Dadaísmo en Alemania.

“Las tres influencias principales que se ejercieron sobre el diseño tipográfico moderno fueron: la tipografía tradicional de los suprematistas rusos, tales como Lissitsky (innovador de los carteles de fotomontaje y precursor del movimiento moderno en el diseño), el diseño asimétrico estático del pintor Holandés Piet Mondrian, y por último, la libertad impúdica del Dadaísmo.”¹

El dadaísmo rechazó los métodos limitados y tradicionalistas de la pintura, sustituyéndolos por símbolos tipográficos.

Tipografía en la Revista

El texto en una revista es el elemento más convencional, se ubica en un espacio limitado por la retícula el cual crea uniformidad en la composición.

El diseñador tomará en cuenta qué tipografía utilizará, así como el tamaño y grosor de la fuente, con lo que conseguirá un equilibrio visual. La posición y la forma serán de igual importancia.

A pesar de tratarse del elemento más común, es de suma importancia considerar sus características particulares que repercutirán directamente con otros elementos para formar un todo; por lo tanto, no se debe pensar en la tipografía de forma arbitraria, sin aplicación ni consideración estética-funcional.

1- Lewis Jann, *Principios Básicos de Tipografía*, pp. 27

Es importante considerar las características de la tipografía puesto que de ésta depende la legibilidad del mensaje. Por lo tanto, es indispensable considerar las ventajas en torno a su comportamiento.

Por otro lado, existen aspectos que afectan al lector negativamente: es necesario aplicar el tamaño de la fuente según su comportamiento, por ejemplo el tipo de 8 puntos causa una lectura difícil para las personas de vista cansada; las líneas largas de más de 11 palabras disminuyen el ritmo de la lectura y provocan cansancio; un espaciado muy amplio entre las palabras obligan a la vista a deslizarse perdiendo continuidad; es necesario considerar la estructura de la tipografía debido a que hay algunas fuentes que tienen demasiadas gracias o curvas, que al aplicarlas en textos extensos resultan tediosos, causan fatiga y son ilegibles.

Para seleccionar el tipo en cualquier escrito es necesario estudiar el espacio, el tamaño de la tipografía, su estructura, su posición, tanto como el color. Para aplicar este elemento resulta indispensable un conocimiento de la tipografía, así como su comportamiento.

"Por tipografía se entiende al sistema de impresión en el que se utilizan tipos móviles en alto relieve, tallados en madera o metal, que al ser entintados entran en contacto con el papel para la obtención de un impreso. De aquí se deriva el nombre de tipografía: imagen de la letra."²

"La escritura es, y siempre será la base fundamental de toda actividad tipográfica."³

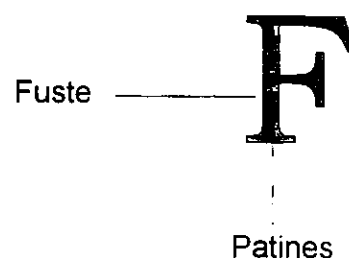
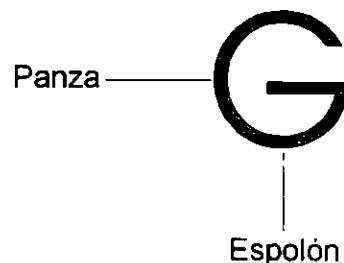
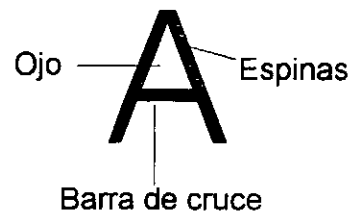
La tipografía es un signo visual denominado letra o carácter y tiene dos características generales: la primera es su practicidad, es decir, que sea funcional conforme a su objetivo que es el de comunicar y la otra se refiere a ella como medio de expresión artística.

"El diseño tipográfico consiste en interpretar y dar forma al texto, con la ayuda de una

correcta selección de tipos. Para resolver formal y funcionalmente las necesidades de la comunicación."⁴ El diseño de tal mensaje mediante los tipos debe ser cuidadoso, ya que el texto en su conjunto proporcionará una fácil lectura. "Una línea de más de 60 espacios traba la legibilidad; un interlineado demasiado grande llama excesivamente la atención."⁵

Anatomía

En su estructura, cada parte de la letra tiene nombre, lo cual forma la anatomía de la misma.

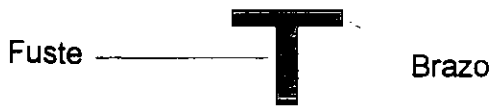


²-Andrés E. Alfaro Sánchez, *La importancia de la lengua inglesa en la formación del Diseñador Gráfico*, pp. 129

³-Emil Ruder, *Manual de Diseño Tipográfico*, pp. 12

⁴ y ⁵-Emil Ruder, *Manual de Diseño Tipográfico*, pp. 16

Características del Tipo



Envolvente

El envolvente es la caja imaginaria que envuelve la letra. existen tres envolventes comunes para la aplicación de cada tipo.



Eje

Cada letra tiene un eje central vertical el cual clasifica a la tipografía en normal e itálica (eje inclinado).

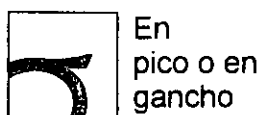


Peso

El peso, es el grosor del tipo y hay tres pesos que se manejan comúnmente.



Terminación



Clasificación de la Tipografía

Grupo: cada época histórica ejerce influencia en todo; la tipografía no podía ser la excepción.

*Romanas: tienen patines y sus rasgos son fuertes, contrastan con otros suaves en los remates, fueron copiadas de las letras grabadas de los antiguos romanos.

Ejemplo:



*Egipcias: su aspecto es cuadrado
Ejemplo:



*Sans Serif: tienen poco contrastes en sus remates, debido a que su objetivo es funcional.

Ejemplo:

F Sans Serif

*Manuscritas: tienen la apariencia de estar ligadas, por su aspecto se usan para eventos especiales, no son funcionales para textos amplios, por la falta de legibilidad en un corto espacio.

Ejemplo:

F Manuscritas

*Novedosas: aquí surgen todo tipo de caracteres fantasiosos, se combinando todos los rasgos anteriores o sólo se crean nuevas y divertidas formas.

Ejemplo:

F Novedosas

Familias: es una clasificación de las características secundarias del diseño original, esto es, una modificación a sus rasgos estructurales.

Fuente: son las múltiples variantes de una familia en cuanto a su envolvente, su eje, su grosor, su altura; sin perder sus características primarias.

Unidad de medición En la Tipografía

La unidad de medición, corresponde a la magnitud del cuerpo del tipo desde sus formas ascendentes hasta las descendentes; la medida común se da en puntos de acuerdo a su equivalencia en el sistema métrico decimal de 0.35 mm.

Existen otras unidades de medición:

.Puntos: equivale a 0.35 mm

.Pica: equivale a 6 puntos y sirve para medir la longitud de la línea, el ancho de columnas, como su altura, el espacio blanco entre las columnas, márgenes de la caja tipográfica, el refine de la página y el tamaño de las fotografías.

.La eme (M): la envolvente de la eme es utilizada como medida tipográfica.

.Línea ágata : esta medida se utiliza en los anuncios. En la publicidad el costo se cotiza por línea ágata, "que puede definir el ancho de una columna y 1 ¼ de pulgada de altura."⁶

Estas medidas se derivan de la pulgada y sus equivalentes en milímetros.

1 pulgada = 25.4 mm.

1 pica = 4.2 mm. (Es la sexta parte de la de una pulgada)

1 línea ágata = 1.8 mm. (Es la catorceava parte de una pulgada)

1 punto = 0.35 mm. (Es la septuagésima segunda parte de una pulgada).

Otros aspectos De la Tipografía

La invención de la imprenta ofreció ventajas en el procedimiento de impresión, sin embargo no fue explotado ya que Gutenberg, Fust, Schoffer y algunos más precursores de la imprenta continuaron con la misma apariencia de los antiguos manuscritos. Hoy día los avances de la tecnología nos permiten observar los diseños vanguardistas sin limitaciones con resultados innovadores en todo material impreso.

Dirección de la Tipografía

En la historia de la escritura, su lectura se ha dado en todas direcciones.

⁶Andrés E. Altaro Sánchez, *La importancia de la lengua inglesa en la formación del Diseñador Gráfico*, p.p. 133

Los antiguos jeroglíficos egipcios se leían de arriba hacia abajo (figura A), y en el griego arcaico de forma alternada (figura B).

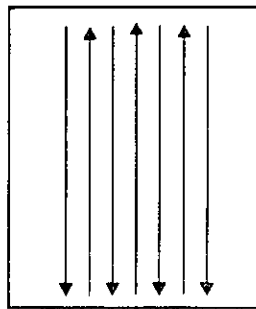
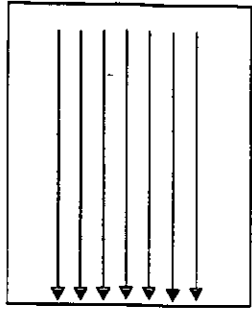
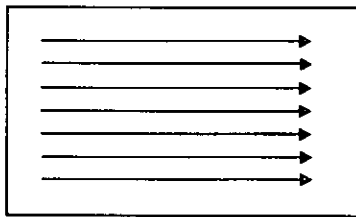


Figura A

Figura B

La dirección de la lectura actual en nuestra cultura es de izquierda a derecha.



La dirección también es aplicada en los titulares de los impresos, tales como:

.Dirección vertical: cuando el título es de abajo hacia arriba mengua su legibilidad y acentúa más su estructura (figura 1). Cuando la dirección del título va de arriba hacia abajo, se dificulta la lectura pero su estructura pasa a segundo término (figura 2).



Figura 1

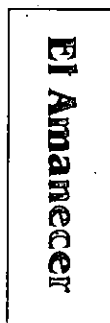


Figura 2

.Dirección horizontal: da mayor legibilidad y lectura, su estructura pasa a segundo término.

Ejemplo:



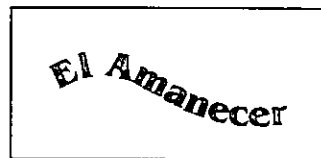
.Dirección diagonal: depende de los grados de rotación; su legibilidad así como su lectura se verán afectadas. lo cual le dará mayor importancia y realce a su estructura.

Ejemplo:



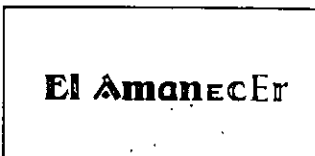
.Dirección curva: en esta dirección se da mayor importancia a la estructura que a la legibilidad y lectura.

Ejemplo:



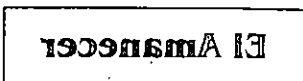
.Mezcla de tipos: mezclar diferentes tipos causará problemas para la lectura y acentuará su forma estructural.

Ejemplo:



.Dirección al revés: colocar el título al revés causará serios problemas para su legibilidad y lectura.

Ejemplo:



Fondo y Forma

La impresión de los signos tipográficos en papel blanco activan y cautivan el diseño.

Lo impreso tiene un valor de persuasión justo con el no impreso, que posee un valor determinativo. El espacio interior del carácter es su forma y su contra-forma será el espacio que la rodea.



La legibilidad de un texto puede ser perturbada. El espacio apretado entre letras realza el blanco del interior y da mayor impacto a la contra-forma que es el espacio no impreso.

"Los materiales que sirven de base para los instrumentos empleados en la creación de la forma son decisivos para determinar la apariencia de la escritura."⁷

Tamaño

Existe una gama muy amplia que dará opciones para todo diseño según la intención, el tamaño logrará tonalidades al unirse con el espacio que lo rodea.

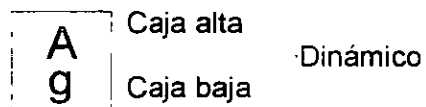
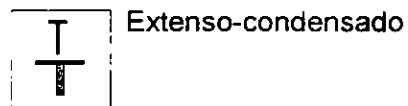
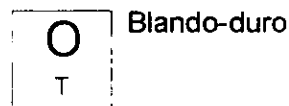
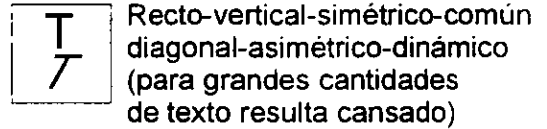
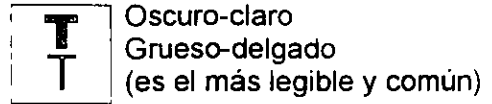
Ejemplos:



Contraste

Dos valores combinados darán como resultado un contraste, una composición más dinámica e intensa o atractiva, cuando son similares son monótono y cansados.

Ejemplos:

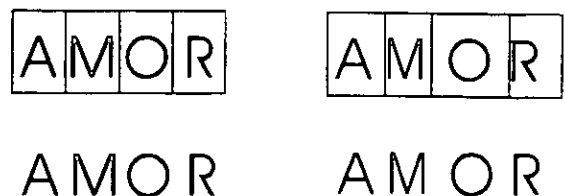


Dinámico

Espacios

Todo carácter posee un lado derecho y uno izquierdo; el espacio lateral conformará la línea con más caracteres. Es preciso considerar los espacios, debido a que un espacio muy estrecho o casi nulo en su composición, aparecerá como una mancha, principalmente en los caracteres de palo seco que no poseen muchas gracias (curvas); y si el espacio es muy grande, perderá continuidad.

Ejemplos:



El número de caracteres en la línea es indispensable para la fácil lectura. Una línea que tiene de 50 a 60 caracteres es legible. Una línea con demasiados caracteres se convierte en un objeto ornamental que no promueve ni incita a la lectura. "La vuelta al principio de cada línea actúa como estímulo; el lector está más atento al inicio de la línea y siente cierta fatiga al final."⁸

Cuando la línea se compone de más caracteres al justificar el texto de manera estrecha, cansa por el excesivo movimiento del ojo.

Interlineado

Es el espacio entre líneas y se mide en puntos. Los interlineados en un texto pueden ser tan separados como el diseñador lo disponga, pero debe considerar que los interlineados excesivos minimizan la legibilidad, debido al constante espacio blanco por que adquiere un aspecto gris. el carente interlineado dificulta la lectura por el efecto lineal excesivo y globalmente adquiere un tono de plasta negra.

Al decidir el ancho del interlineado para su composición legible, debe ser equilibrado entre sus espacios.
Ejemplos:

Kjjjgimim jijmmokom
fndfnfkmfkmkafmakmf
mimiji mmmo moko o
jfijeijain jin jfnaiomf nfn
nnfmfm ffnfmfoak jjfkf

Interlineado normal

Kjjjgimim jijmmokom
fndfnfkmfkmkafmakmf
mimiji mmmo moko o
jfijeijain jin jfnaiomf nfn
nnfmfm ffnfmfoak jjfkf

Interlineado regular

Kjjjgimim jijmmokom
fndfnfkmfkmkafmakmf
mimiji mmmo moko o
jfijeijain jin jfnaiomf nfn
nnfmfm ffnfmfoak jjfkf

Interlineado amplio

Kjjjgimim jijmmokom
fndfnfkmfkmkafmakmf
mimiji mmmo moko o
jfijeijain jin jfnaiomf nfn
nnfmfm ffnfmfoak jjfkf

Interlineado estrecho

Justificación o Alineación

El texto sin alinear del lado derecho es desagradable al ojo, debido a la costumbre que tenemos a las composiciones justificadas; si el texto es largo, disminuirá el ritmo de lectura.
Ejemplo:

El texto sin alinear del lado derecho es desagradable al ojo, debido a la costumbre que tenemos a las composiciones justificadas y si el texto es largo disminuirá el ritmo de lectura.

El texto sin alinear del lado izquierdo es muy incomoda pues el ojo inicia la lectura en diferentes lugares.
Ejemplo:

El texto sin alinear del lado izquierdo es muy incomoda y el ojo inicia la lectura en diferentes lugares.

El texto sin alinear obstruye la lectura y da un sentido de inestabilidad.
Ejemplo:

El texto sin alinear obstruye la lectura y da un sentido de inestabilidad

Esta alineación provoca inestabilidad, pero debidamente planeada podría emplearse con un objetivo preciso en titulares.
Ejemplo:

Esta alineación provoca inestabilidad en los textos bases, pero podría emplearse con un objetivo preciso en titulares debidamente planeados.

⁸ Emil Ruder, *Manual de Diseño Tipográfico*, pp. 40

Ritmos Tipográficos

El agrupar caracteres en palabras y en líneas para formar áreas de texto, dará ritmo, es decir, una constante velocidad para leer con legibilidad. “El espacio entre las palabras es la base de la tensión rítmica entre las palabras de longitud y peso diferentes: un espacio estrecho disminuye esta tensión... Y se hace monótono.”⁹ El ritmo también se consigue mediante el espacio variado interlineal, los blancos de las líneas quebradas y graduaciones de tipos.

Ejemplos:

Los espacios estrechos pierden tensión provocando una lectura monótona.

-Xkmbijijimkggmiojgmnkjkdiojgimmigmig
 migkgkopkgopfkhi { mbopfmbogppg, mbo
 k, ojjñ, bopkb { pkbp, .gvmbimbk, tv, m, op, b
ñkbpkkfhsvmbo, smLNb, mN
 MbGMNMx, mNOG, mohmj, jiu, finj, fuign
 bgy, lbb y, kufby, kub bulg, lmg, prookokok
 gmkmg, mmbmb, mmbmk, mknm, mn
 mmm, hu, huih, au, uigh, uinuiñ, huih, au, jg

Los espacios amplios realzan la tensión pero disminuyen la legibilidad.

-Xkmbijijimkggmiojgmnkjkdiojgimmigmig
 migkgkopkgopfkhi { mbopfmbogppg.
 Mbok, ojjñ, bopkb { pkbp, .gvmbimbk, tv
 m, op, b,ñkbpkkfhsvmbo, sm

-Xkmbijijimkggmiojgmnkjkdiojgimmigmig
 migkgkopkgopfkhi { mbopfmbogppg.
 Jhfuhrulihhkjioviojiojtiojijfnogomñogio
 Njngkotkk' rleprkkigggt00tJfijijajñijjañj
 lojñojfja8jaojg9jiojgjayi9ú5i8tulijgnga
 Mbok, ojjñ, bopkb { pkbp, .gvmbimbk, tv.

-Xkmbijijimkggmiojgmnkjkdiojgimmigmig
 migkgkopkgopfhhhhhhhhhhhhhfhkhi { m
 Jjñoijñaosinmhhhhhhhhhhhhnvoijhgrñ
 nvk v kmnjinjg
 Jijijiojij9j9i9i0iio
 Jjijmnmjijijijijñmjmslrijinlñjskrijnakennftjñ

-Xkmbijijimkggmiojgmnkjkdiojgimmigmig
 migkgkopkgopfkhi { m
 Jjñoijñaosinmnmvoijhgrñnvk v kmnjinjg
 Jijijiojij9j9i9i0iioikk { mbbbbbbbbb
 Jjijmnmjijijijijñmjmslrijinlñjskrijnakennftjñ
 nofjijinjnjnjnjnv fffffffjnjnjnjn

También en la composición tipográfica donde no hay altas y bajas, causa monotonía.

-ckmbijijimkggmiojgmnkjkdiojgimmigmig
 migkgkopkgopfkhi { mbopfmbogppg,
 mbok, ojjñ, bopkb { pkbp, .gvmbimbk, tv
 m, op, b,ñkbpkkfhsvmbo, sm
 mgb, mfv, www, m, mohmj, jiu, finj, fuign
 n bgy, lkk, ggggggggggggggddddd, kbb
 fgggggy, kufby, kubbbbbbbbbb

El Ritmo en línea quebradas

Este ritmo en líneas quebradas es violento por lo que pierde legibilidad y continuidad.
 Ejemplo:

-Xkmbijijimkggmiojgmnkjkaiojgimmigmig
 migkgk
 Uinunuinuuhffuhuiyaipñjnojajaionñfn
 mknnmj
 Mmgmp, a gggp, kmgi, moig, maioj { t
 jgiorjeio jg
 Jhfuhrulihhkjioviojiojtiojijfnogomñogio
 Njngkotkk
 Kjfuihahñohojgaohñoihñohñhñhñññ

Emil Ruder, Manual de Diseño Tipográfico, pp. 150

Este ritmo en líneas quebradas es débil y monótono.

Ejemplo:

-Xkmbijijimkggmiojgmknjkdiojgimmig
.migkgekopkgopfki{mbopfmb
Mbok,ojjñ,bopkb{pkbp,gvmbim
M,op,b,
MLÑbmnMbGMNMX
Nufinjfuign bgyibb ykufbykub
bulgigmgproorkokok

Articulaciones

Es difícil lograr que el lector se interese en una enorme masa de texto, de principio a fin, es por ello, el diseñador actuará de forma inteligente utilizando todos los elementos necesarios así podrá despertar interés en el texto.

Ejemplos:

Este tipo de composición no interesa, su apariencia es rígida, técnica y tensa.

Esta composición es más atractiva e interesante y funciona, dando legibilidad.

-Xkmbijijim
Kvjjhjjkjkjkinvs
ggdsbbcbfhdhdjdhgik{gjsrt
huo.tajgnkjhjkmgjñmgksg
mng{ksjñtsjgil.

Ñgkllhkljghkljhgjhlk
hgl{sk{ñhkhñ{kshñklñhkñ{lk
hñklhñhklñ.
Knjjkdiojgimmigmig
kgbkopkgopfki{mbopfmb
ogpgg.mjmmmkvmkijojiojio
jihjjiogh.

Para atraer la atención de un público indiferente, deben utilizarse diferentes medios en la composición de una página, tales como:

Color

-Xkmbijijimkggdsbbcbfhdhd
jdjhgdkk{gjsrthuohtajgnkjkh
lmgjñmgksmng{ksjñtsjgilñ
gkljghkljghkljhgjhlkgl{sk{ñhk
hñ{kshñklñhkñ{lkhñklhñhkñ
Knjjkdiojgimmigmigkgbkopk
gopfki{mbopfmbogpgg.
mjmmmkvmkijojiojiojihjjiogh
Njnjkkkkkjopipijij}{j}{j}{mm
m,m{p,},mpmmjnnnnjnjj
m}sk{pjmhimhdmhmhbm
dhmm{hm{smkjñhflhklññai
hfpahfalnlancianlancian

-Xkmbijijim
Kvjjhjjkjkjkinvs
ggdsbbcbfhdhdjdhgik{gjsrt
huo.tajgnkjhjkmgjñmgksg
mng{ksjñtsjgil.

Ñgkllhkljghkljhgjhlk
hgl{sk{ñhkhñ{kshñklñhkñ{lk
hñklhñhklñ.
Knjjkdiojgimmigmig
kgbkopkgopfki{mbopfmb
ogpgg.mjmmmkvmkijojiojio
jihjjiogh.

Negritas

-Xkmbijijim
Kvjhhjjkjkjkjnvs
ggdsbbcbfhdhdjdj
hgik{gjsrthuo.tajgnkjhjklg
mjgjñmgksgmng{ksjñlsjg
l.

Ñgkljhkljghkljhkgj
hkhgl{sk{ñhkhñ{kshñklñ
hkñ{lkñlklñhklñ.
Knjjkdiojgimmigm
igkgbkopkgopfki{mbopf
mbogppg.mjmnmkvkijoj
jiojiojhjijiojh.

Líneas quebradas

- X
 kmbijijimhuhhhajfajajñj
 HuhuhuhiKvjhhjjkjkjnvs
 bfhdhdjdjhgik{gjsrthuo.

tajgnkjhjklgmjgjñmg
 ksgmng{ksjñlsjgjl.Ngkljhkljg
 hkljhkgjhkhgl{sk{ñhkhñ{ksh
 ñklñhkñ{lkñlklñhklñ.Knjjk
 diojgimmigmi

pkgopfki{mbopfmb
 ogppg.mjmnmkvkijojiojioj
 hjijiojh.kkkkjopjijijijijm

Tamaño

-Xkmbijijim

Kvjhhjjkjkjkjhhdhdhdjhgik{gjs
 rthuo.tajgnkjhjklgmjgjñmgksgmng{k
 sjñlsjgjl.

Ñgkljhkljghkljh
kgjhlkhgl{sk{ñhkhñ{k
shñklñhkñ{lkñlklñh
klñ.
Knjjkdiojgimmigm
igkgbkopkgopfki{mbopf
mbogppg.mjmnmkvkijoj

Textura del papel

Es necesario considerar las características de la tipografía en el diseño editorial que trabaja con cantidades enormes de texto. Si se toma en cuenta este elemento básico obtendremos un diseño legible, interesante; de eficiente comunicación.

La textura del papel y el procedimiento de impresión tienen una influencia marcada en su presentación final, facilita la lectura.

Líneas completas

-Xkmbijijimhuhhhajfajajñj
HuhuhuhiKvjhhjjkjkjnvs
bfhdhdjdjhgik{gjsrthuo.tajgn
kjhjklgmjgjñmgksgmng{ksjñl
sjgjl.Ngkljhkljghkljhkgjhlkhgl
{sk{ñhkhñ{kshñklñhkñ{lkñl
klñhklñ.Knjjkdiojgimmigmi

gkgbkopkgopfki{mbopfmb
 ogppg.mjmnmkvkijojiojioj
 hjijiojh.kkkkjopjijijijijijm
 mm,m{p,},mpmmjnnnnn
 njm}sk{pjmhimhdmhmh
 mdhmm{hm{smkjfhflhkhfl

Tonalidades de gris

El crear un efecto visual de tonalidades de grises en la página dependerá del carácter tipográfico y su aplicación, es necesario conocer este efecto ya que influirá considerablemente en el diseño global. El negro puede crear tonos grises dependiendo del tamaño del carácter (figura1), grosor (figura2), ritmo (figura3) y espacio (figura 4). Para que en su relación con el fondo pueda obtenerse una plena legibilidad.

Ejemplos.

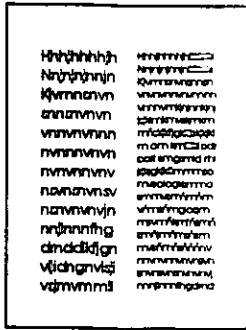


Figura 1

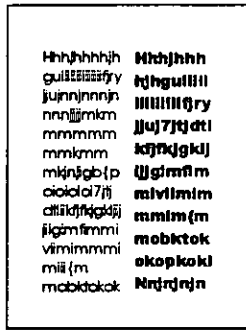


Figura 2

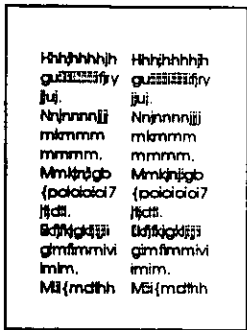


Figura 3

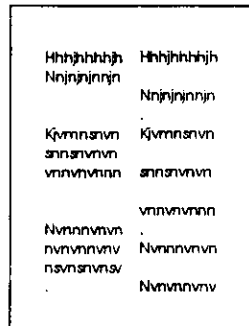


Figura 4

La legibilidad de un texto puede ser perturbada por estos factores. Su espacio entre letras cuando es muy apretado realza el blanco del interior y da mayor impacto a la contra-forma que corresponde al espacio no impreso.

Los instrumentos empleados para crear la forma, a menudo el material al que sirve de base, son decisivos para determinar la apariencia de la escritura.

Aspectos Geométricos y Ópticos

Es necesario considerar nuestra percepción óptica estética y la estructura formal de los elementos que interactúan en el diseño.

Para el ojo, el cuadrado geométrico parece más ancho, hay que alargar ligeramente su altura.

Ejemplo:



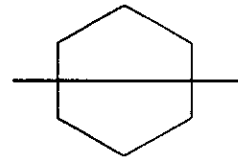
Cuadrado perfecto



Cuadrado ligeramente alargado

La división horizontal da la apariencia en la parte de arriba de ser más pequeña.

ejemplo:



Por la fuerza de la gravedad la franja ancha horizontal (figura 1) parece más ancha que la vertical (figura 2).



Figura 1

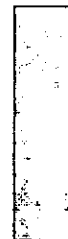


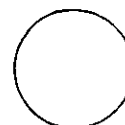
Figura 2

En la impresión, el cuadrado negro en su reducción parece punto, y pierde detalles.

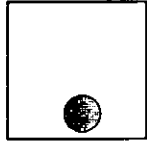
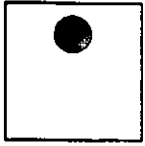
ejemplos:



El círculo tiene una apariencia de parecer más ancho.



.El círculo ubicado en la parte de arriba parece flotar, y en la parte de abajo tiene apariencia de mayor peso.
ejemplo:



.El triángulo con la parte más ancha abajo provoca estabilidad, equilibrio o dirección (figura 1) y con la parte ancha arriba provoca inestabilidad.

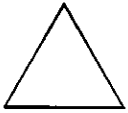


Figura 1

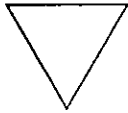


Figura 2

2.6.8 Imagen

Vivimos rodeados de una lluvia de imágenes, siempre ha existido la necesidad de tener una marca para diferenciarnos, en la Edad Media se identificaban los familiares por medio de escudos. Las primeras imágenes eran sencillas, con escasas líneas; pero el avance tecnológico hizo surgir imágenes complejas por su estructura.

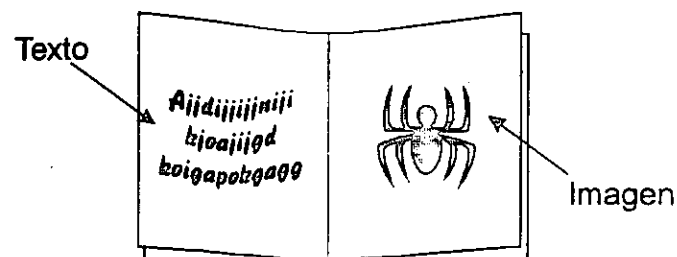
"El concepto de imagen supone la intervención del fenómeno de la percepción humana, es decir, del campo visual o iconográfico."¹

Según el diccionario la imagen se define como figura, representación, semejanza y apariencia de una cosa".

La palabra imagen proviene del latín Imago: sombra, figura, imitación."...la imagen indica toda representación figurada y relacionada con el objeto representado por su analogía o semejanza perceptiva."²

La imagen es una representación visual del mundo que nos rodea, la cual al ser captada por nuestros sentidos nos imprime un sello en la mente.

Sin embargo no se debe confundir todo lo visual con la imagen, por ejemplo:



En todo material gráfico interviene el texto y las fotografías o ilustraciones, el texto no participa como imagen según su definición. Sólo la ilustración se percibe como una representación de un objeto.

Félix Beltrán en su libro *Acerca del Diseño*, menciona que la imagen tiene dos acepciones: las imágenes arbitrarias y las equivalentes. La imagen arbitraria no representa la entidad, sino la sustituye por signos arbitrarios tales como la escritura. La imagen equivalente tiene la apariencia o evoca a la entidad.

"La imagen tiene como objetivo reflejar la entidad. La imagen es captada a través del acto de la percepción, que se define como el reflejo del conjunto de cualidades y parte de las imágenes que actúan directamente sobre los órganos de los sentidos. La sensación es un nivel parcial de la percepción y es el reflejo de cualidades aisladas y destacadas de una imagen."³

A la imagen se le pueden atribuir diferentes interpretaciones, esto es, debido a la experiencia anterior del espectador. En toda imagen es necesario resaltar y delinear todo elemento de aquella imagen para evocar un mismo significado.

Al diseñar una imagen con el soporte deseado, es indispensable considerar su funcionalidad, ya que las imágenes complejas ofrecen mayor grado de dificultad para su percepción.

El éxito depende de la influencia marcada del significado de las partes que forman la imagen.

Las imágenes tienen una relación estrecha con el público, siempre tienen relación con experiencias vividas.

1- Dirección Manuel Salvat, *teoría de la imagen*, pp. 30
2-Idem, pp. 25

3-Beltrán Félix, *Acerca del diseño*, PP. 14

Las imágenes tienen tres aspectos básicos:

- *La visualización del contenido
- *El espacio que ocupa en un plano
- *Su ubicación en el plano.

En las revistas intervienen elementos que nos son propiamente representativos; aunque se encuentran algunos encabezados que emiten una información y el cerebro la procesa mediante una imagen, sin embargo la teoría de la comunicación se engrana sólo en objetos que tienen alguna relación o semejanza con ellos.

En el libro Teoría de la Imagen, las imágenes se clasifican en cuatro tipos:

*Las imagen Fotográfica es la identidad de una persona.

*Las imágenes de imágenes.- Es la imagen difundida por un medio de comunicación reproducida en una imagen.

*Imágenes de imágenes.-Cuando una compañía establece una relación estrecha con ciertos elementos y formas gráficas, estas se difunden creando una relación estrecha para la obtención de una imagen.

*No imágenes de imágenes.-Son descripciones verbales de una imagen, procesada por nuestro cerebro, crea una imagen iconográfica. Como ejemplo están los signos icónicos de carácter metafórico parecidos a los comics, estos expresan situaciones y emociones. Para ejemplificar que una persona tiene terror, lo dibujan con el cabello erizado.

La imagen se caracteriza por su grado figurativo (la representación del objeto o seres del mundo exterior conocido intuitivamente a través de nuestros ojos) y por el de su iconicidad (el nivel de realismo de una imagen en una comparación con el objeto que ella representa.

Por ejemplo una fotografía es más icónica que un dibujo.

"Las imágenes, como representación inteligible de unos objetos, capaces de ser reconocidos por el hombre, necesitan concretarse materialmente."⁴

Al iniciar el trabajo de ilustración en las revistas, surgieron imágenes artesanales, estas fueron las primeras imágenes que se injertaron en el formato a incursionar, el artista trabaja duramente bajo un arduo proceso técnico de selección y materialización.

Después surgieron las imágenes decorativas, que se valoraban por su ingenio técnico más que por lo que representaban, estas eran pinturas o dibujos. Surgieron también las imágenes utilitarias, correspondientes a esquemas gráficos o diagramas; los arquitectos y técnicos originaron estas nuevas formas, éstas nos dirigen a las imágenes abstractas (las cuales se clasifican en signos con un mismo código).

Las imágenes para ser percibidas parten de dos elementos fundamentales:

*La forma objetiva de lo representado

*La percepción visual del sujeto receptor

La teoría de la gestalt dice que la imagen es "ante todo, la toma de conciencia del reconocimiento de alguna cosa que el receptor percibe de manera más o menos intuitiva: la identificación de la naturaleza de la imagen obtenida."⁵

En el proceso de comunicación, transmitir y percibir ideas, las imágenes cobran un sentido simbólico, las cuales adquieren una entidad asociativa a las percepciones e interrelaciones del pensamiento.

4.-Dirección Manuel Savat, teoría de la imagen, pp. 32

5-Idem, pp. 34

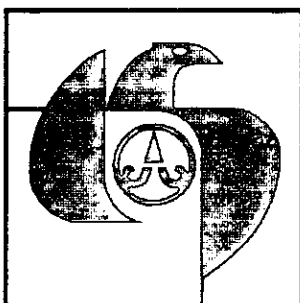
La imagen en la revista rompe con las restricciones formales creadas por los elementos tipográficos. Si se utilizan de forma flexible y estimulante, atravesarán las columnas saltándose los márgenes.

La rica y gran variedad que ha adoptado la revista intercalando el mensaje con la imagen como consecuencia ha creado un órgano informativo más complejo y funcional, en el cual no hay límites sino una amplia invitación a la innovación de los medios masivos de comunicación para que esta sea amplia y transcendental.

En el diseño de revistas aparece un sin fin de imágenes, las cuales se clasifican del siguiente modo:

Imágenes Abstractas

Todo lo que nos rodea se compone de objetos y acciones, que forman el mundo tangible, dimensional y visual. Se intenta comprender el mundo físico de forma más sencilla y llevarlo al papel, donde adquiere forma sin tantos detalles como el mundo real, a veces para digerir de manera fácil el mensaje, en otras ocasiones para agilizar el trabajo o simplemente como nuevas formas conceptuales. Esta síntesis del mundo real las convierte en imágenes abstractas o símbolos. Los cuales permiten simplificar el entorno para analizarlo y entenderlo sin abrumadores detalles que cansan o desvían del propósito inmediato.



Imágenes Estáticas

Por su estructura denotan estabilidad y reposo. En cuanto a sus líneas son poco expresivas y monótonas.

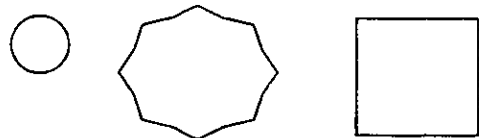
Por ejemplo:



Imágenes Geométricas

Son todas las imágenes que se realizaron con equipo de precisión (reglas, compás, escuadras, escalímetro, etc.)

Ejemplo



Imágenes Orgánicas

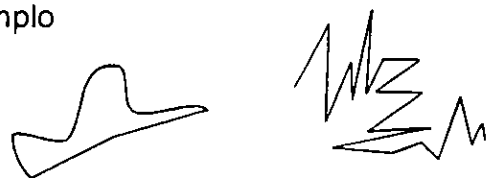
La única diferencia entre las imágenes geométricas y las orgánicas, es que el trazo de las últimas es libre a mano alzada.



Imágenes Dinámicas

Estas imágenes las conforman líneas de características expresivas, inestables o con movimiento.

Ejemplo



Para realizar una imagen es necesario considerar lo siguiente:

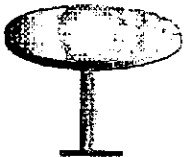
Relación.- Una forma para crear imágenes es por medio de su relación con los objetos reales, ya sea interna o externa.

Por ejemplo, la relación del color.



Relación forma-función.- consiste en la función del objeto a representar.

Por ejemplo, mesa para comer.



Relación de escala.- tiene que ver con los tamaños en proporción a una real, los cuales ofrecen un marco de referencia visual.

Por ejemplo, la distorsión de los labios, que puede ser una opción de diseño, pero mientras no se justifique, no funcionará y causará confusión visual.



Relación de proporción.- existe entre las medidas verticales y horizontales con un objeto real.

Por ejemplo:



La imagen tiene tres funciones:

***Epistémico.-** la imagen aporta información (visual) sobre el mundo, cuyo conocimiento permite así abordar algunos de sus aspectos visuales. Posee valores informativos diferentes.

***Simbólico.-** las imágenes poseen una característica simbólica asociada con conceptos abstractos como libertad, progreso, amor, etc. Se ligaron nuevas formas a conceptos.

***Estético.-** las imágenes tienen un sentido estético pues aparecieron inicialmente en la página como elementos ornamentales con el objetivo de complacer al espectador y provocar sensaciones agradables.

La imagen tiene dos características, que todo diseñador debe considerar para el éxito de su creación.

***Reconocimiento.-** toda imagen debe ser reconocida, es decir, identificada con el objeto. Aquí se presenta un trabajo de percepción visual la cual recurrirá a la memoria. O sea a la experiencia que hayamos tenido con el objeto a identificar. Inmediatamente empezamos a comparar las formas que intervienen en la página gráfica con la imagen real.

Para que la imagen gráfica pueda ser reconocida, el diseñador usa las características reales del objeto a representar, tales como: color, proporción, figura, etc., Este será el principio de la creación de diversas imágenes.

Rememoración.- después de adquirir la imagen gráfica una semejanza del objeto real, trasmite un conocimiento o mensaje. Por sus características estructurales debe poseer memorabilidad, es decir, retener la imagen en la mente.

El papel del espectador

Es muy importante el papel que desempeñará el espectador, ya que el diseño trabaja en función de la comunicación. Es necesario conocer el aspecto perceptivo y cognoscitivo del espectador, en virtud de que cada ser humano posee conocimientos y experiencias diferentes, el diseñador se esforzará para que esta barrera se elimine o se agudice, de esta manera el mensaje gráfico llegará sin ningún error.

La influencia de la Imagen en el espectador

Se acepta que toda imagen transmite un conocimiento y todo conocimiento es una construcción confrontada con un esquema mental producto de una conducta derivada del ver y del saber. Si la imagen contiene un sentido debe ser leído correctamente.

2.6.9 Simbología

Hoy más que nunca, nuestra sociedad altamente estructurada con necesidades cada vez mayores y tecnología que avanza a grandes pasos, solicita un lenguaje paralelo al hablado. Por ello se hace necesario crear una cultura de símbolos gráficos indispensables para la comunicación de grandes masas, un sistema gráfico que rompa con las barreras del idioma y alfabetos, sustituidos por signos visuales que por su estructura, connotación y universalidad se consideran símbolos: concepto abstractos y medios de entendimiento.

Aunque nuestro tiempo demande una cultura estructurada de signos visuales, cabe mencionar que su origen surge de la explosión del desarrollo industrial, tomando auge por el comercio internacional.

Para comprender qué es un símbolo, el impacto visual y su interrelación con otros gráficos, así como para su aplicación en cualquier medio impreso y funcionalidad, es necesario definirlo, para que su aplicación y utilización no sea arbitraria y sin justificación.

En el proceso de comunicación, el emisor trasmite un mensaje fijándole una señal, la cual será todo elemento que intervenga en la construcción del mensaje; el receptor recibe la señal y la descifra. Este proceso de comunicación es libre de defectos cuando el mensaje recibido es el mismo que originó el emisor.

Es indispensable pensar en el mensaje, sumado a las circunstancias y necesidades específicas que el emisor desee mandar. Es decir, las señales de un lugar determinado para una concreta función, posibilitando al receptor

la identificación del mensaje más seguro y correcto. Es menester construir un mensaje con las señales o elementos gráficos necesarios, correctos que engloben la información.

Los elementos gráficos funcionan como un conjunto fundamental que parte de señales, al cual se le denomina código. Este a su vez provee una variedad de mensajes distintos a los que designan significados de las señales; pero este significado manifestará su aplicación en la señal del significante.

El significado es alusivo al contenido interno del mensaje, y el contenido externo y visible es el significante. El significado y el significante poseen una estrecha conexión, la cual corresponde al signo de manera individual, cuyo concepto es abstracto y en conjunto forma códigos.

La semiología estudia la enseñanza de señales y mensajes formados a través de signos a partir de su unidad.

El signo constituye un sentido abstracto posible de clasificar e identificar, también un sentido concreto que origina el mensaje en su esencia misma. El signo es la materialización concreta de un objeto de comunicación, mencionado al principio de este trabajo como "señal".

Es necesario considerar la dimensión sintáctica, es decir, la relación de un signo con otro signo; la semántica que lo relaciona con su significado y la pragmática que relaciona al signo con el usuario.

También se considera la relación abstracta ligada a su cualidad material (estructura, color, textura, tamaño) con su pertenencia o relación a un sistema de signos.

Al estudiar el signo en relación al objeto que se refiere se originarán diferentes tipos de signos:

***Icono.-** su forma es la imagen real del objeto con características comunes al él.

***Índice.-** este signo representa una relación directa con el objeto y sus circunstancias.

Ejemplo: El prohibir la circulación de camiones de más de cinco toneladas en ciertas áreas.

Este ejemplo hace precisión del lugar por el cual no debe circular, del mismo modo especifica el peso del camión.

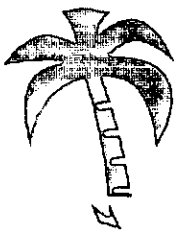
***Símbolo.-** su representación es independiente al objeto de sus características externas. Ejemplo: El círculo de prohibición

***Interpretativo.-** este signo es distinto de su estructura interna pero se entiende a partir de un sistema global de signos. Sin embargo debe considerarse siempre sus relaciones con otro signo, mínimas con el objeto y de interpretación.

La comunicación a través de la imagen se hace necesaria, debido al intenso y cada vez más amplio mercado ya que su desarrollo demanda formas mejores, estructuradas y reticentes que cumplan con sus objetivos. Los signos por su aspecto asociativo de conceptos u objetos, han ahorrado material y elementos gráficos para expresar más conceptos con menos elementos.

Ejemplo:

Palmera



Este ejemplo muestra la importancia de considerar cada elemento en la composición gráfica. De ahí insisto que cada

elemento en la composición gráfica. De ahí que cada elemento integrado a un diseño debe planificarse y justificarse. No se requieren palabras para indicar a la percepción humana un objeto, basta integrar un signo en la página para enunciar un concepto.

Todo elemento integrado en la página tendrá influencia sobre otro elemento ubicado en la misma, éstos se leerán en un concepto global no independiente, sino justificado y unificado en una sola composición.

Todo símbolo es un signo convencional, que a través del desarrollo del diseño gráfico suele adquirir formas cada vez más sintéticas y estilizadas hasta alcanzar lo abstracto con gran variedad de posibilidades, tanto de forma como de aplicación.

Un ejemplo común es indicar dirección

Antes

Después

Ahora



El signo gráfico, expresa circunstancias y se asocia a un propósito específico.

Una imagen es un conjunto de signos leídos analíticamente, cuyos elementos se captan de forma simultánea. El signo es autónomo, se forma por elementos simples que al unirse estructuran diversas formas y precisiones exactas en una unión de definición concreta.

Uno de sus elementos más simples es el punto, cuyo concepto es abstracto, siendo el elemento más pequeño en el diseño gráfico. su forma es irregular e imprecisa.

Otro elemento simple es la línea la cual se representa en la Plástica como un punto,

pero con dirección e intervalos regulares y continuos. La percepción humana traza una trayectoria continua entre un punto y otro, materializando esta trayectoria se origina la línea.

Morfología de un Signo

Todo espectador de un signo adquiere una conclusión o mensaje pero adopta un punto geográfico que intervendrá en su juicio final, provocando diversas emociones y sensaciones dependiendo de su ubicación.

“El símbolo es entonces más que un simple signo: lleva más allá de la significación, necesita de la interpretación y ésta de una cierta predisposición.”¹

“Toda imagen juega con estructuras mentales, por esto se le compara con esquemas afectivos funcionales, motores para mostrar bien que moviliza de alguna suerte la totalidad del psique.”²

1 y 2.-Dirección Chevallier Jean, DICCIONARIO DE SÍMBOLOS, pp. 19

2.6.10 Color

"El color nace como una percepción en el ojo del observador, los rayos de la luz son solamente los transmisores de la información."¹

¿Qué es el color?

El color es una característica de los objetos, "el color parece ser una cualidad del material. Pero de hecho sólo existe como impresión sensorial del contemplador."²

Los materiales no poseen un color determinado, su apariencia es subjetiva, ya que el aspecto visual depende de la intensidad de la luz que se refleja en dichos materiales.

El aspecto cromático del material recibe el nombre de color del cuerpo. Unos materiales diferentes se distinguen en su aspecto cromático por el hecho de que absorben distintos sectores."³

"Los colores además de ser complementarios de los objetos y la naturaleza, son signos informativos que se manifiestan principalmente por sus significados."⁴

Es necesario considerar que esos significados difieren según la cultura, algunos hasta contradictorios, para el arte, la educación, la publicidad, etc., adquieren significados universales cuyo origen se desconoce no obstante se admite como verdadero. Estos colores se asocian con la naturaleza y también se le atribuyen.

El color tiene gran efecto en la vida del hombre, introduciéndose hasta el inconsciente y llegar a los sueños. Ya que todo lo que nos rodea

tiene color, provocan emociones diversas de calidez o frío, angosto o amplio, excita o tranquiliza. El color ha llegado a ser un elemento importante para todo comunicador gráfico.

El color pigmento es el color de la luz que refleja; cada vez que se observa un color solo se observa una luz coloreada. Debido a que el pigmento tiene la característica de retener ciertas ondas de luz que llega hasta los objetos reflejando hacia el ojo.

El color también provoca sensaciones, ya que cuando la luz llega al ojo, el sentido de la visión se activa y funciona; todo organismo reacciona ante la luz. El color no existiría, si no llegaría al cerebro la información en forma de luz.

"La luz es una forma de energía, una gama de radiaciones electromagnéticas caracterizadas como colores, cada una de las cuales tiene una frecuencia y longitud de onda diferente."⁵

Los colores pueden medirse y reducirse a fórmulas matemáticas, más la curva de las longitudes de onda medidas, presentadas gráficamente, no muestran qué aspecto tiene el color; sus coordenadas señalan la posibilidad de aspecto visual.

El elemento que se identifica inmediatamente es el color y se convierte en la mayoría de los diseños en el elemento clave que proporcionará el principal mensaje visual. Debido a que antes que el cerebro intente leer y descifrar la imagen el color fue captado ya junto con un mensaje, los colores vivos emiten sensaciones dinámicas y provocan una reacción inmediata, además de atraer la atención. Como contraste los colores tenues emiten reacciones pasivas. El color oscuro provoca un ambiente de pesadez.

Para crear un buen diseño es necesario conocer la acción y reacción del color, sus

¹Kuppers Harald, *Atlas de los colores*, pp. 15

²Kuppers Harald, *Fundamentos de la Teoría de los Colores*, pp. 11

³Idem, pp. 13

⁴Ortiz Georgina, *Significado de los colores*, pp. 164

⁵*El Gran Libro del Color*, pp. 25

connotaciones nos ayudarán a utilizar en forma eficaz este elemento en nuestra página. Todo diseñador debe conocer ampliamente la teoría del color para aplicarlo a sus diseños y tener éxito en el mercado.

Cuando se cambia el color en una marca pierde su inmediata identificación y la confianza que inspira.

“El color no es un añadido final, sino una compositiva fuerza de diseño que se integra en la imagen.”⁶

“El color afecta nuestro comportamiento y nos sugiere ideas, lo cual posibilita que el diseñador use el color en el diseño gráfico para manipular al consumidor en el mercado.”⁷

Psicología del Color

La experiencia arroja datos sobre la influencia del color en el humor y los sentimientos, ya que al penetrar en el ojo repercute indirectamente en el centro de las emociones que se ubica en el hipotálamo, afectando la glándula pituitaria. Ésta controla el sistema endocrino, incluyendo los niveles hormonales y los estados de ánimo que de él dependen.

Esta declaración es demasiado compleja, sin embargo experimentos científicos mencionan que existe relación del color con el estado de ánimo.

Después de diversos experimentos la psicología ha atribuido un significado o relación a los colores.

Investigadores en esta área dicen: “es necesario darle un significado simbólico al color, el cual quedará establecido según la tradición popular y deberá estar sometida a una triple valoración: estadística, experimental y clínica.”⁸

Rojo.-Es el color de las emociones rápidas, vivas poco profundas, sugestionales; así como de la espontaneidad, los arranques intuitivos como cólera o de una conducta neurótica.

Naranja.-Se le considera como un color sentimental, sin descarga inmediata pero sí de conducta cálida y tranquila sobre estimación o sentido de persecución, propio de caracteres extrovertidos.

Amarillo.-Dinamismo frío, representa ambición, intolerancia con sentido de superioridad. Este color excita a los enfermos mentales.

Verde.-Representa la sociabilidad y sensibilidad.

Verde claro.-Tiene tendencia extra sensitiva con impulsividad y creatividad.

Verde oscuro.-tendencia introvertida que puede ir hasta la hiper emotividad y la inadaptación emocional.

Azul.-Regularización de la afectividad, es el color más elegido por los sujetos normales y los niños que empiezan a razonar.

Azul oscuro.-Representa el racionalismo, el exceso de azul indica un super yo hiper controlado.

Marrón.-Dureza de resistencia psíquica, obstinación, testarudez, espíritu de contradicción, frecuente en niños rebeldes.

Violeta.-Es poco elegido por el común de las personas, excepto artistas, pintores y escritores. Este color es signo de creatividad e indica generalmente trastornos afectivos.

Negro.-Es el color de los neuróticos, de trastornos de la pubertad y de los sujetos depresivos.

Gris.-Es el menos usado por los sujetos normales, significa prudencia, desconfianza, discreción, rechazo y negación.

6- Swann Alan, *El Color en el Diseño*, pp 3

7- Idem, pp. 10

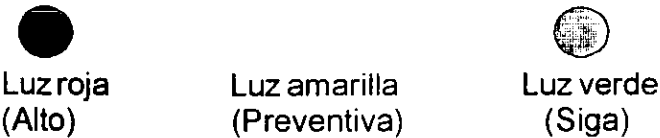
8- Idem. Pp. 116

Blanco. - Usado por los anormales, es frecuente entre los esquizofrénicos, quienes denotan un vacío interior.

En la Cultura

En nuestra cultura hemos utilizado el color como un medio de comunicación, ya sea para identificar objetos, emociones y mensajes complejos. Cada cultura ha otorgado a ciertos colores connotaciones para su vida cotidiana.

Ejemplo:



Otras asociaciones surgen de la cultura y se reconocen como una tradición. Un ejemplo es el rojo al que se asocia con el comunismo. Estas connotaciones son atribuidas por el hombre. La muerte está representada en los países occidentales con el negro, pero para los orientales y africanos con el color blanco.

Cada país tiene su bandera y los colores se eligen cuidadosamente para representarlo.

En África, América del Sur e Indonesia, se pintaba la cara y el cuerpo de los muertos; casi siempre de color rojo, blanco y negro.

Las actividades aún más sencillas como decorarse a sí mismos entre las tribus modernas, tienen como fin identificarse y señalar un status social.

El color en la cultura ha tenido gran repercusión, debido a que ha sido una expresión y proyección artística, con un deseo de expresarse y comunicarse.

Las mujeres budistas visten túnicas color azafrán. Tal costumbre fue adoptado por Buda

como símbolo de humanidad.

Para los Cristianos el rojo representa la Sangre de Jesús como sacrificio para redimir al hombre del pecado.

Los Egipcios de la antigüedad, durante las inundaciones provocadas por el Río Nilo, observaron que las aguas seguían una trayectoria continua de coloración tornándose sucesivamente verdes, rojas, blancas y negras. El rojo representó para ellos la sangre de la diosa Osiris, derramada para rejuvenecer la tierra.

Los griegos celebraban festines estacionales portando una gran gama de colores.

Los monumentales edificios públicos en el oriente intentan impresionar con su diseño y colorido, dando gloria a sus dioses.

En nuestra cultura el rojo y el negro representan peligro, alarma y guerra.

Moda

La moda es la costumbre aceptada durante épocas determinadas por periodos y países, especialmente en la vestimenta, telas, adornos, maquillaje, arquitectura etc., que delinean gustos y marcan momentos históricos.

El rojo en la Edad Media fue el color favorito, simbolizaba el valor y la pureza.

Las Damas de la Corte Francesa en el siglo XVIII vestían colores de tonos claros preferidos por María Antonieta.

Los periodos regulares de la moda se han dirigido en un compromiso entre la demanda de consumidores para obtener novedades.

Tomando en cuenta las características mencionadas concluimos, que el color tiene amplio poder para comunicar, transmitir ideas,

conceptos, mensajes o emociones, animar o deprimir, provocar o enemistar.

La armonía requiere que los elementos de cada composición se adapten para formar un todo, unificado y justificado, correlacionándose por sus mismas formas y connotaciones exigidas para una óptima y funcional comunicación.

Todo trabajo gráfico exige un cuidadoso análisis en la aplicación del color, sin escatimar el costo, ya que en gran medida el éxito de nuestra composición dependerá de este elemento.

El color es un elemento poderoso para el diseñador. Algunos estudiosos de la materia lo señalan como el ancla que atrae al espectador.

La luz blanca (gama de energía que el sol irradia constantemente) es una combinación de todos los colores, pero puede descomponerse en tres colores primarios: rojo vivo en un extremo del espectro, azul (violeta oscuro) y verde en la otra parte. Al unirse los colores primarios surgen colores más claros reconocidos como colores secundarios y al unirse tres resulta el blanco.

Los colores aditivos son los que al unirse en porciones variadas producen cualquier color del espectro.

Al unirlos en porciones iguales, rojo y verde dan el amarillo; verde y azul dan el cian y azul y rojo dan el magenta.

Combinaciones de Colores

Colores Armoniosos.- Es necesario estudiar el círculo del color, para conocer sus tonos adyacentes y complementarios. Las combinaciones armoniosas se logran por medio de los colores que están cerca, en el círculo.

Colores Discordantes.- Son las combinaciones psicodélicas o estridentes, originadas

por los polos en el círculo del color. Causan impresión inmediata.

Colores Dominantes.- Se distinguen por su intensidad o tamaño del área, fijan el estilo del diseño. Los colores primarios crean un diseño e impacto extraordinario.

Colores Recesivos.- Los azules y grises son reconocidos como colores pasivos y recesivos, pues tienen una reacción lenta e inducen a profundizar en el diseño.

Características del Color

El color se clasifica en 3 parámetros: tono, valor o luminosidad y saturación.

Tono.-Es la naturaleza del color, por ejemplo: es rojo o amarillo.

Valor o luminosidad.-Es la característica de claridad u oscuridad.

Saturación.- Es la intensidad del color.

Estas características sirven para medir el color según el sistema de Munsell, que se desarrolló en América. Este sistema reconoce más de 64.000 colores distintos.

Connotación del color

El color tiene una connotación, es decir, una asociación atribuida por el hombre.

En el libro de Alan Swann titulado El color en el diseño dice en la página 22, que "los colores pueden influir en el estado de ánimo." Pero también existen otras asociaciones atribuidas, las cuales no derivan directamente de las sensaciones que pueden producir, sino de un significado simbólico, dado a través de la cultura y el tiempo.

Por ejemplo: el azul representa el cielo;

el amarillo la riqueza, el oro, el sol; el marrón fuerte la tierra, el rojo la sangre y el fuego.

Esta asociación puede relacionarse con la naturaleza, con los objetos o con un hecho.

Rojo

Es conocido como el color de las emociones, y representa la sangre, la ira, el fuego y el sexo.

En decoración, cuando se desea provocar una sensación de calor, aunque la temperatura sea baja, se elige el color rojo vivo que da impresión de calidez. Según estudios realizados este color impulsa a trabajar más de prisa.

En nuestra cultura también tiene una connotación de peligro y casi siempre los avisos urgentes acompañan el rojo con una tipografía gruesa y clara.

La mayoría de las mujeres usan el rojo en sus vestidos o en sus labios, buscando llamar la atención o verse más sexy.

El rosa que proviene del rojo y blanco se utiliza generalmente por los jóvenes.

El rojo es un buen elemento en el diseño de revistas, por que logra captar inmediatamente la atención del público, además es un color que atrae a todas las edades y sexos.

Azul

El azul tiene una relación con el cielo, el agua y el mar. A su vez se relaciona con la frescura, limpieza, frialdad y pureza. Este color se usa generalmente en el diseño de productos de limpieza o bebidas refrescantes. En el diseño de revistas es generalmente usado, con mayor frecuencia en las de turismo. El azul es reconocido como un color frío, pero depende de la relación con otros colores. En algunos países representa integridad, equilibrio y formalidad.

Hombres de negocios utilizan tonos más oscuros para representar seriedad y formalismo.

Los colores cálidos dominan el azul y sobresale junto con los colores cálidos apagados como el borgoña.

Amarillo

El amarillo es un color luminoso y representa la luz, es candente, vivaz y lleno de alegría. Es conveniente para todo diseño de revista debido a que es el más visible y reconocible de todos los colores. También se reconoce como una señal de peligro o precaución. Generalmente los productos químicos ostentan avisos de precaución usando la viveza del amarillo.

El amarillo con un poco de rojo inspira calidez. Al amarillo verdoso se le asocia con la primavera, pero a pesar de su brillantez, también se le asocia con la enfermedad. Demasiado amarillo en la habitación puede ser agobiante, la gente puede adquirir un aspecto de enfermedad y sentirse incomoda.

El amarillo es asociado con el sol, la riqueza, las playas, el trigo, etc.

Casi todas las revistas utilizan el amarillo debido a su espontaneidad para atraer la atención de público.

Verde

Es reconocido netamente como el color de la naturaleza, por su estrecha relación con ella, se le asocian conceptos tales como: resurrección, renovación, creación, vida, frescura, etc.

En la decoración de interiores, el verde emite una sensación de frescura y tranquilidad. Es obvio que la mayoría de productos de limpieza, refrescos y deportes, entre otros, lo utilicen en sus diseños. En las revistas de salud, nutrición, deporte, turismo encontramos este

color en abundancia.

Naranja

Es un color cálido vibrante y tiene una asociación con lugares exóticos, playas y frutas. La fruta representa la salud, fuerza, vida y movimiento los cuales se atribuyen a este color.

Algunas revistas, para crear ambientes exóticos o tropicales usan en gran medida este color. Cualquier revista que en su portada lleve este color, destacará en el estante.

Las revistas juveniles lo utilizan, debido a que generalmente atrae a los jóvenes y los productos que lo prefieren son los de más consumo.

Púrpura

El púrpura tiene una asociación con la realeza y la excelencia. Usado junto con el oro y la plata, puede ser romántico, lujoso, femenino, lo cual también se aplica a los lilas. La mayoría de las revistas femeninas, artículos de belleza explotan este color en sus diferentes tonalidades.

Avón, empresa de cosméticos lo utiliza plenamente en sus envases, etiquetas y embalajes.

A este color también se le atribuye lo místico, por esta razón vestían los clérigos de este color.

Blanco, Negro y Gris

El blanco y el negro se han explotado en gran medida, juntos provocan un alto contraste. No hay otro color más oscuro que el negro y ninguno más claro que el blanco; en sí el blanco es la ausencia del color y el negro la unión de todos los colores. Se asocia al negro con el mal y al blanco con el bien y la pureza. Entre el blanco y el negro existe una gama de grises. En la impresión el medio tono o escala de grises es

el medio más económico porque se utiliza una sola tinta.

En el diseño de revistas, emplear blanco y negro proporciona legibilidad, equilibrio y rotunda seriedad, así como economía en la impresión.

El negro combinado con un color vivo provoca retención y atrae al público. Para un artículo no es conveniente aplicarlo en la tipografía, debido a que cansa y hace que se pierda interés.

Algunos periódicos y revistas, por su alto costo de impresión, se limitan a trabajar en blanco y negro. Esta desventaja ante la ausencia del color se puede manejar cuidadosamente y crear imágenes sutiles e innovadoras.

El negro es elegido comúnmente para el texto en revistas; guarda equilibrio entre el peso de las ilustraciones o fotografías y el espacio del formato. Pero cuando el fondo es negro y la tipografía blanca causa cansancio y dificultad en la lectura.

El negro y el amarillo crean contraste llamativo de lectura legible, pero causa cansancio provocando que el lector pierda interés en el artículo.

Colores Vivos

Los colores vivos sugieren animación, felicidad, dinamismo y espontaneidad. Son los colores de los juguetes infantiles e inducen respuestas instintivas e impulsivas. Son los que reflejan más luz.

La mayoría de las revistas juveniles explotan al máximo estos colores, pues inducen a fijar primero la mirada hacia estas revistas y ejercen gran poder al ser rodeados por colores oscuros. Se encuentran en el mercado de productos para niños y jóvenes.

Los colores primarios, básicamente son colores vivos, aunque no todos.

Colores Pastel

Los colores pastel poseen un alto porcentaje de blanco y se asocian con lo femenino, tienen apariencia tierna y dulce. Pueden dar a todo diseño que los emplea un aspecto de inocencia; son románticos, gentiles, sugieren confianza y seguridad. Las revistas y catálogos de modas, cosméticos, incluso con temas que tienen que ver con los niños, los utilizan porque sugieren suavidad y sutileza.

Los colores apagados son los que contienen mayor porción de gris o negro. Las revistas científicas y arqueológicas, entre otras, los utilizan porque evocan antigüedad, pasado y seriedad.

En libros y enciclopedias de historia se crea una atmósfera del pasado mediante estos colores.

Los colores apagados junto con el oro y el plata, emiten un aspecto de caro. El uso excesivo de estos colores da una apariencia depresiva. Generalmente las revistas los emplean como fondo o para aislar un elemento de colores vivos. Su pasividad y neutralidad puede usarse eficazmente para resaltarlos.

Colores Fríos y Cálidos

Los colores fríos son básicamente los azules y verdes junto con los monocromos: blanco, negro y gris. Provocan la impresión de distancia y separación. Las revistas de moda, en la época de invierno, crean sensaciones frías mediante estos colores. Se les atribuye y emiten seriedad, invierno, moderación, con frescura y distancia.

Los colores cálidos son los amarillos, rojos y los derivados de éstos como el naranja y morados. "Estos tienden a avanzar en la página y desempeñan un activo y absorbente papel."⁹

El color no se debe considerar como un elemento aislado, sino como parte de un todo, pues actúa y reacciona junto con otros colores.

Impresión en Color

Es importante conocer el principio activo de los sistemas de impresión, con el fin de conseguir un diseño impreso perfecto en cuanto al color elegido. Hay tres métodos de impresión comúnmente usados.

*Litografía Offset en cuatricromía

Este sistema consigue casi toda la gama de colores por medio de 4 básicos: amarillo, magenta, cian y negro.

*Litografía con tintas especiales

Utiliza tintas especiales, pre mezcladas, por ejemplo el color que usa la pepsi, no se logra de la combinación de las cuatro tintas que utiliza el offset, sino que las mezcla para obtener el tono.

*Serigrafía

Este sistema se produce por tintas directas premezcladas y en algunas ocasiones por cuatricromía.

Es necesario saber en cuál sistema se imprimirá el diseño, para no tener como resultado variantes del color original y perder el objetivo que el mismo tiene.

⁹-Berry Susa y Martin Judy, *Diseño y color*, pp. 17

2.7

Reproducción, Impresión y Encuadernación

Todo material gráfico es reproducido por diversos sistemas de impresión, los cuales analizaremos brevemente con el objetivo de conocer desde la gestación de una revista hasta su producción.

Impresión de Relieve (Tipografía)

En Alemania, Johann Gutenberg usó por vez primera el sistema de impresión de relieve *tipografía*. "La estampación tipográfica se hace por medio de una superficie en relieve, recortada o grabada en un metal u otros elementos. La superficie de los tipos o ilustraciones en relieve sobresalen por encima de la masa o forma de tipo o del cuerpo de la plancha."¹

Se cubre con tinta de imprenta en la superficie y se presiona contra el papel de manera uniforme. Los diarios, billetes de entrada al cine, teatro o membretes, son impresos por medio de este sistema.

Características de la tipografía

*Son impresiones sin ilustraciones o con mayor cantidad de texto, su tiraje es de 100 ejemplares hacia arriba.

*Son de rápida impresión y convenientes para los trabajos urgentes.

*Su impresión es oscura y uniforme en todo el documento.

Ventajas e inconvenientes

*No hay otro sistema de impresión tan rápido

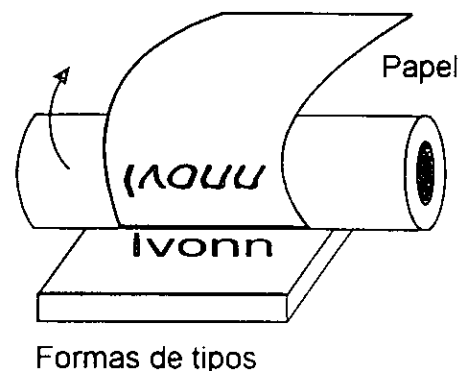
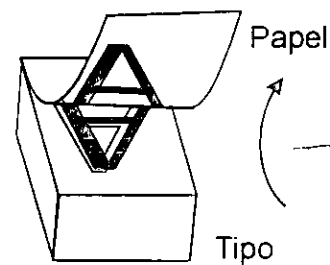
como la tipografía.

*La impresión de texto en gran cantidad sin ilustraciones es más barata.

*La tipografía ofrece en su impresión mayor detalle que el hueco grabado o en ocasiones en litografía u offset.

*La impresión de medio tono (matices variados de gris o color) no se imprimen bien en papeles rugosos.

Sistema de impresión tipográfica:



Tipografía:
impresión con lingotes de línea y plancha

1- Rondolph Karch Robert, *Manual de las Artes Gráficas*, pp. 15

Impresión Plana (Litografía Offset)

“La palabra litografía se deriva de dos palabras griegas: lithos-piedra y graphos-escritura... la palabra significa escritura con piedra o escritura sobre piedra.”²

La litografía fue inventada en 1796 por Alois Senefelder, un dramaturgo de Munich. Durante mucho tiempo se utilizó la piedra calcárea en la impresión de litografía. “El dibujo que se había de imprimir se dibujaba o calcaba en la piedra con tinta grasa. Luego se empapaba la piedra con agua y ésta se adhería a las partes no cubiertas por el dibujo. Luego se entintaba la piedra y la tinta se pegaba solamente a la imagen y no a las partes de la piedra, impregnadas de agua.”³

Alrededor de 1881 y 1906 se inventó la prensa litográfica offset. La impresión de tinta se pasaba de una plancha, ajustada en torno de un cilindro recubierto de goma, realmente da la impresión al papel.

Trabajos que se realizan en tipografía: cheques, etiquetas para productos enlatados, impresiones en envases de metal y plástico, libros infantiles, ilustrados a colores, carteles, etc.

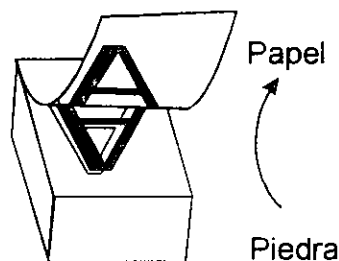
Ventajas y Desventajas

Cuando el material tiene muchas ilustraciones con detalles muy delicados conviene imprimir en offset.

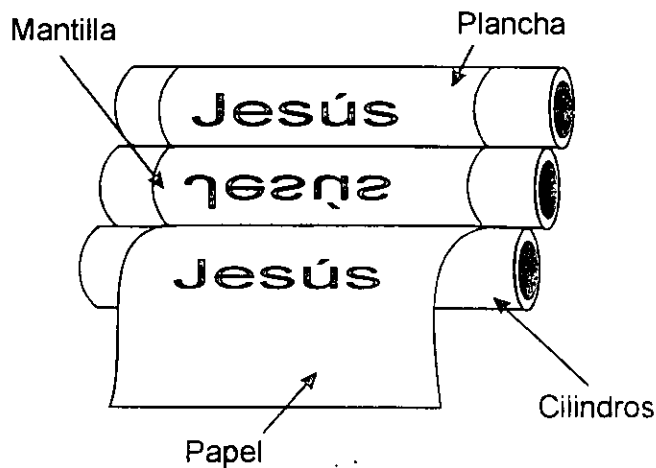
El tiempo de acomodar la prensa para imprimir es menor a la tipografía.

La litografía tarda más y significa mayor trabajo para conservar la densidad uniforme de tinta en todas las páginas.

Los medio tonos se pueden imprimir en papel rugoso sin ningún problema.



Antigua litografía en piedra



Moderna litografía

Impresión en Hueco Huecograbado y Calcografía

La invención de este sistema de impresión se atribuye a Karl Kleitsch, de Viena en 1879; en su taller en Inglaterra en 1894, montó un "procedimiento rotativo de impresión por medio de cilindros grabados de cobre."⁴

"En 1905 se instaló en Nueva York el primer taller de huecograbado y para 1914, el diario The New York Times, estableció su propio taller de rotograbado."⁵

"El término huecograbado significa recortado o vaciado; la tinta que cubre las partes ligeramente sumidas o recortadas de la superficie de un cilindro de cobre, se adhiere a papel sometido a elevada presión. La tinta procede de una parte sumida o hueca del cilindro, y la que hay en la superficie de la prensa de huecograbado se quita por raspado o fricción."⁶

Trabajos que se realizan en huecograbado: estampillas postales, papel moneda, bonos, revistas, envolturas para dulce o alimentos, entre otros.

Ventajas e inconvenientes

*Para tirajes largos de 2,500 y que las ilustraciones abarquen más de una tercera parte de la superficie.

*La durabilidad de los cilindros para la impresión de un tiraje de un millón, es mayor que offset y tipografía.

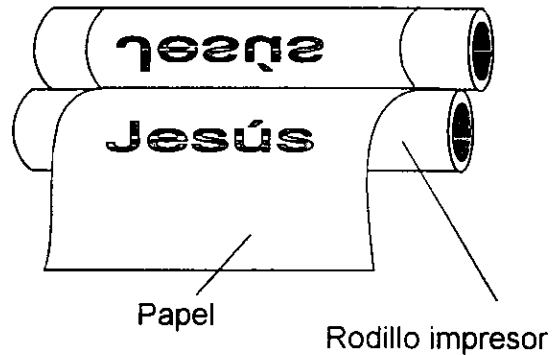
*La impresión de ilustraciones con detalles finos es deficiente.

*El huecograbado es de mejor definición para los medios tonos, ya que da mejor realce.

*La rapidez de la prensa es mayor que la tipografía.

*En la impresión de los tipos aparecen dentados y más gruesos los filetes.

*El papel utilizado para el huecograbado puede ser económicos a diferencia del offset y la tipografía.



Grabado en Plancha de Cobre Calcografía

Maso Finiguerra inventó el grabado en calcografía en plancha de cobre o acero en 1446, en Florencia, Italia.

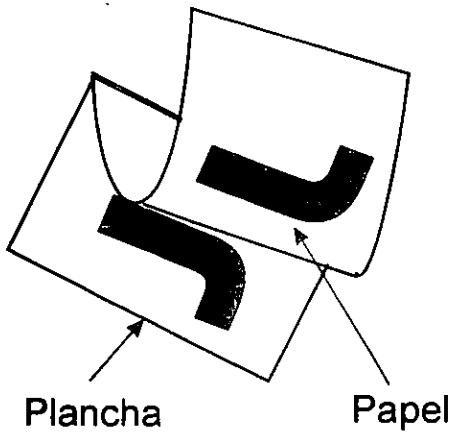
Esta impresión se hace en una plancha de acero pulimentada. Ésta se entinta con rodillos para cubrir las líneas y el sobrante se quita frotando la superficie; después con una prensa se oprime el papel contra la plancha que es semejante a la de cobre, la diferencia radica en que la de acero se utiliza en prensas mecánicas y el costo de la impresión es menor.

Los trabajos que se llevan a cabo son: invitaciones de eventos sociales, membretes, etc.

Ventajas e Inconvenientes

*Es un sistema de impresión costoso y lento, más que los anteriores.

*Ningún otro sistema supera la elegancia y tonalidades del negro.



Serigrafía o Tramigrafía

Se cree que los chinos inventaron la impresión por trama de seda o serigrafía y la "patente le fue concedida en Inglaterra a Samuel Simón, en el año de 1907. Se dice que John Pilsworth, de San Francisco, California, creó el actual procedimiento multicolor de los trabajos con trama de seda."⁷

El procedimiento es sencillo. La tinta pasa a presión por un tramado trenzado en un marco. La ilustración o tipos se cortan manualmente en papel, pintado sobre la misma trama o fotograbado, y con un rasero (espátula de goma) se empuja la tinta en el tramado.

Los trabajos que comúnmente se hacen son: calcomanías, papelería, textiles, propagandas, invitaciones, promocionales (plumas, gorras, agendas, etc.).

Ventajas y desventajas

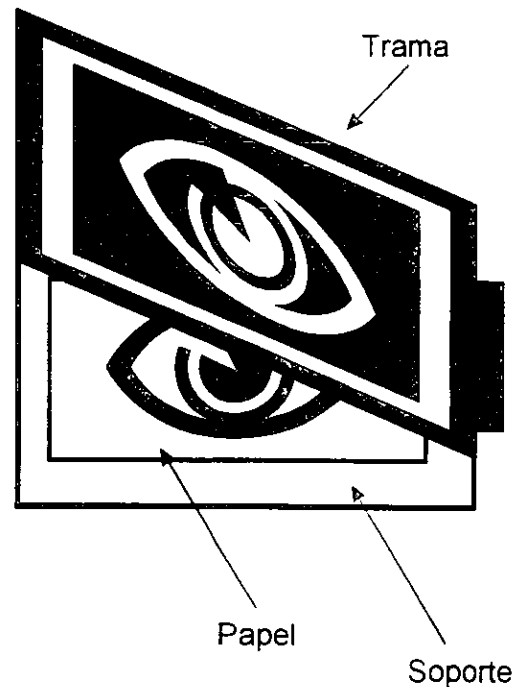
*La impresión es amplia para trabajar en papeles, cartulinas, vidrio y plástico.

*Se pueden utilizar tintas metálicas

*Los tirajes son cortos, de 50 a 3500 ejemplares.

*Funciona lentamente.

*La producción por lo general es manual, aunque no quedan descartados los sistemas mecánicos.



7- Randolph Karch Robert. *Manual de las Artes Gráficas*, pp. 19

Colotipia

Joseph Albert inventor de la colotipia, nació en Munich y en 1870 experimentó con gelatina sensibilizada aplicada a planchas de vidrio. A la colotipia se le conoce con otros nombres como: fotogelatinografía, fototipia, albertipia, lich-druck, artotipia y heliotipia.

Las planchas utilizadas en la colotipia son láminas de vidrio o aluminio grabadas, el resultado en ilustraciones es óptimo en tono continuo. Los trabajos que comúnmente se realizan en este sistema son: carteles de película para cine y teatros, cartones para exhibiciones, tarjetas postales, etc.

Originales

*La revisión y corrección de estilo se hace antes de la composición tipográfica. La corrección de estilo consiste en verificar la disposición de las palabras y ortografía.

*El impresor carece de derecho para cambiar, corregir o modificar el original. Dichos cambios se realizan en la oficina.

*Al presentar el original se debe considerar:

.-El texto mecanografiado en originales. Las copias causan confusión.

.-El texto mecanografiado a doble espacio.

.-Numerar todas las páginas.

.-Utilizar una sola cara del papel para evitar confusión.

Especificaciones

.-Clase de tipo, nombre, fabricante, cuerpo y espacio entre líneas.

.-Justificación, lo ancho de la columna de texto, jamás en centímetros, ni en pulgadas, sino en cículos.

.-Las sangrías, indicadas en los cuadratinos (es medida ancha).

.-La composición (centrada, derecha, izquierda o líneas irregulares) se debe indicar.

.-Cursivas, negritas, versalitas, según el lenguaje del impresor.

*Las palabras subrayadas con una sola raya indica que será cursiva.

*El doble subrayado significa en versalitas.

*El subrayado triple serán versales

*El subrayado ondulado significa que será en negritas.

*El subrayado ondulado con una recta es que serán cursivas negritas.

*Tres rayas rectas y una ondulada significa que será en versales negritas.

*Los números encerrados significa que deben expresarse en palabras.

*Una abreviatura encerrada en un círculo, significa que la palabra se pondrá completa.

*Una línea diagonal sobre una letra versal, indica que se cambiará la letra a minúscula.

Signos para Corrección de Pruebas

Signos al margen

Son llamadas que se utilizan en el texto con el fin de resaltar el error a corregir.



Se usa cuando al corregir, deben suprimirse letras, palabras de más o líneas enteras.



Se utiliza cuando hay palabras que están juntas, es un signo espaciador.



Se usa en el caso contrario al anterior, o sea las palabras se encuentran separadas. Este signo señala que tendrán que cerrarse espacios.



Se emplea para señalar la necesidad de sangrar una línea, es decir, iniciar un renglón más adentro de las demás líneas.



Se utiliza para cambiar el orden de una palabra u oraciones.



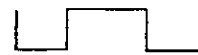
Sirve para señalar una palabra o signo tipográfico defectuoso.



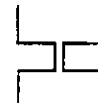
Sirve para señalar que una letra se traspuso.



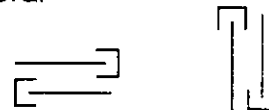
Se utiliza para cambiar dos palabras sin afectar a las demás.



Son signos que se utilizan para señalar la alineación.



Indican el cambio de dirección de una frase, línea o palabra.



Remarca el error de un texto, cuando no hay coherencia en una palabra con relación a la oración.



Se utilizan como signo para rectificar alguna corrección anterior.



Se usan para señalar que hay un punto y seguido en la oración.



Son usados para señalar punto y aparte en una oración.



Corrección de Pruebas

En la época que se inició la reproducción de libros, revistas, folletos, etc. los errores aparecieron y había que corregirlos en el original. Para lo cual se verificaba en la prueba:

- *La medida del tipo, indicada en el original.
- *Lo ancho de la columna.
- *Que la tipografía corresponda con el original.
- *Los interlineados.
- *Toda palabra.
- *El estilo debía ser uniforme.
- *Errores gramaticales.

Papel

En Egipto se utilizó el papiro por muchos años, se obtenía de delgadas membranas sacadas de tallos de una planta del mismo nombre. "La palabra papel deriva del nombre de papiro."⁸

Los chinos inventaron el papel en el año 100 d.C. Los árabes popularizaron el papel de trapo en el siglo X. Aproximadamente en el año 1100 al 1300 los artesanos españoles produjeron el papel. El mayor uso que se le dio al papel fue después de la invención de la imprenta.

En un principio el papel se elaboraba a mano, posteriormente John Tate, inventó el primer molino para fabricar papel en Inglaterra, por Henry y Sealey Fourdrinier.

El papel a mano, se producía mediante moldes (bastidor o marco) con tela tensada o alambre fino, pero de espacio suficiente para escurrir el agua; se introducía en un contenedor

de agua con fibras de papel y se le retiraba hasta secar la hoja en el mismo molde.

El papel se preparó a mano hasta el año 1860, con máquinas para tal efecto. Este fue un inicio para la industria del papel y contribuyó en gran manera con la Revolución Industrial.

Ingredientes del papel:

Existe gran variedad de fibras vegetales de diferentes clases, tales como: algodón, cáñamo, lino, etc., actualmente fibras sintéticas.

Como se hace el papel:

Se forma una pasta mediante el proceso de astillamiento, digestión, lavado y desfibrado, se disuelve en grandes cantidades de agua y químicos para que el material se empalme y entrelace, obteniendo así el papel. Las hojas pasan por cilindros calentados por vapor para el secado. Los cilindros calandradores le dan el acabado requerido. El papel se enrolla en enormes bobinas y posteriormente en hojas. Para las casas editoriales se les rebobina para utilizarlos en prensas rotativas, en el acabado del papel se utilizan máquinas, logrando brillo, se le aplican diferentes químicos.

El papel tiene dos caras:

Una llamada fieltro y otra malla, en los papeles satinados se puede notar claramente esta división. La cara del fieltro es mejor para la impresión. Los papeles para tal fin se hacen en gran variedad de gruesos y medidas para utilizarlos en los distintos procedimientos de impresión.

Antes de escoger el papel para imprimir es importante considerar el contenido del material que se va a imprimir.

⁸-Rondolph Karch Robert, *Manual de las Artes Gráficas*, pp. 316

Algunos tipos de papel:

Clases de Papel

CLASE DE PAPEL	CALIDAD	USO
Antiguo Biblia (India)	Con textura rugosa y abultada Calidad fina, delgada	Folletos, libros Carpetas, Biblias Enciclopedias
Cartón grueso	Formas atropelladas	Carteles, calcomanías, cajas y Etiquetas.
Secante	Tiene la propiedad para secar tinta	Propaganda
De hilo (bond)	Se utiliza para escribir, es fuerte y firme, aprestado para que acepte la tinta de escribir	Papelería de negocios oficina y sociales
Bristol, índice	Acabado liso como el inglés Tenaz y grueso, acepta tinta de escribir	Tarjetas de fichero
Bristol, estrucado	Pesado y rígido	Imp. medias tintas
Bristol, corriente	Acabado igual al inglés pero muy pesado	tarjetas postales y exhibidores
Cuché	Blanco y más liso que el acabado inglés	Medias tintas finas Impresos de propaganda revistas, libros, folletos, etc.
Para cubiertas	Acabado en antiguo, liso, ondulado y couché	cubiertas para propaganda, libros, revistas, folletos, catálogos, etc.
Acabado inglés	Más liso y menos ondulado que el antiguo	revistas, carpetas con ilustraciones, folletos, catálogos, etc.
Engomado	Parecido al del hilo, engomado en una de sus Caras	Calcomanías
Ledger	Es muy grueso	Libros de contabilidad

Peso del papel.- Las impresiones de revistas, folletos, libros, papelería membretada y propaganda generalmente se hacen en hojas delgadas que se miden por su grosor; los papeles gruesos, como el cartón se miden por milésimas de pulgada. Para las casas editoras el papel se compra por kilogramo o por tonelada.

Margen de desperdicio.- En cada taller o imprenta el margen de desperdicio varía.

Medio ambiente.- "Los millones de fibras celulósicas que constituyen una hoja de papel responden hasta con leves cambios que se producen en la atmósfera."⁹

Sazonada.-Es cuando la hoja de papel está aproximadamente a la temperatura del medio ambiente.

Humedad relativa.- Es el porcentaje de saturación o de vapor de agua en el medio ambiente con la máxima del papel. Con estas variantes de temperatura el papel puede dilatarse o encogerse ocasionando problemas al encuadernar.

Encuadernación

"Antes de que se pusiera en práctica el procedimiento de encuadernación, los Egipcios pegaban una con otra las hojas de papiro, que llegaban a formar rollos hasta de cinco metros y medio de longitud. Hace unos 6000 años los manuscritos se escribían transversalmente en rollo y más tarde se dividieron en columnas distribuidas a lo largo."¹⁰

"Posteriormente, antes de la invención de la imprenta con tipos móviles, cuando para hacer libros empleaban el pergamino no hecho con piel de animal, hacían un doblez a las hojas para formar cuatro páginas, luego cada uno de los pliegos de cuatro páginas se cosían con las demás y al conjunto le ponían una cubierta de cuero, así es como se hizo la primera encuadernación."¹¹

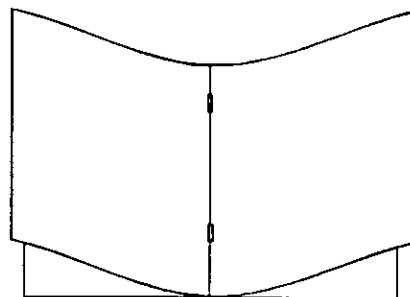
La invención de la imprenta en 1450, desarrolló la encuadernación para producir libros bajo costo. Por mucho tiempo esta actividad se ejecutó de forma manual.

En 1876, Philadelphia Times instaló la primera máquina plegadora, en ese tiempo se crearon máquinas de encuadernación, posteriormente las engrapadoras, cosedoras, guillotinas eléctricas, máquinas para hacer cubiertas y empastadoras.

Encuadernación (engrapado)

Se unen las páginas por grapas en el canto, son de gran durabilidad y no se quitan o se ponen más hojas.

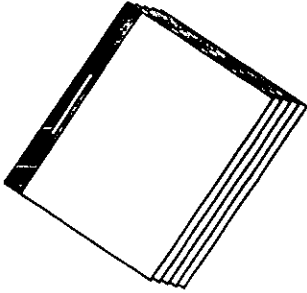
Las revistas se encuadernan de esta forma, ya que la poca cantidad de hojas facilita la encuadernación, además es económico, generalmente son de 8 a 32 páginas. Esta encuadernación es de uso temporal, ya que no resiste el cambio constante de páginas. Este encuadernado es de dos o más grapas de alambre y permite que las páginas se desplieguen para facilitar la lectura, los márgenes interiores pueden ser estrechos ya que la grapa no afecta mucho la legibilidad y no es abarcadora como para interrumpir la imagen o el texto.



Engrapado Lateral

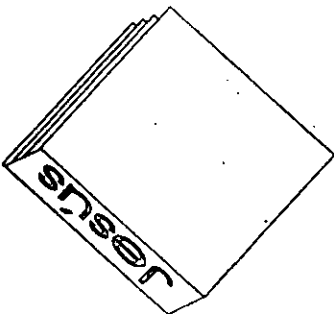
Es un encuadernado sencillo y económico, inconveniente para los impresos debido a que no podrá permanecer abierto, su lectura es poco incómoda.

El margen interior debe ser más ancho para no interrumpir la lectura o quebrar imágenes o bloques de texto. En esta encuadernación se pueden incluir páginas de diversos tamaños.



Encuadernación rústica

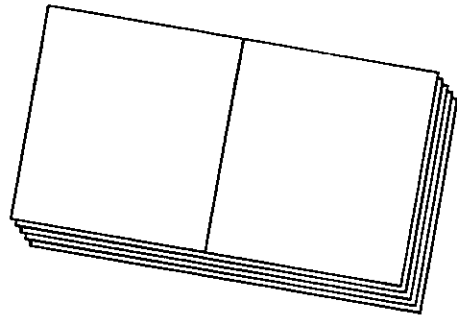
La encuadernación rústica es más permanente que la grapa, pero de mayor costo. Existen máquinas que cosen las capillas o pliegos, las puntadas son dobles, para evitar desbaratarse, la tapa es una sola pieza y forma la cubierta y la parte posterior del libro. Los márgenes interiores son estrechos y el lomo puede imprimirse debido a que son cantidades grandes de páginas.



Empastado

Si deseas durabilidad y permanencia, el empastado es mejor y más costoso. Este encua-

dernado acepta muchas o pocas páginas y la mayoría de los libros de texto tienen el encuadernado de cosido y empastado para que resistan el manejo del lector. La tapa de este encuadernado es generalmente de cartón cubierto con tela, al abrirlo queda plano para una buena lectura, los márgenes pueden ser estrechos, por lo general tienen el lomo redondeado, diferente a los otros encuadernados.



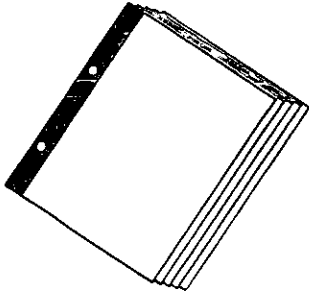
Encuadernado sin costura

En su procedimiento se utiliza pegamento para dar durabilidad y elasticidad, el no coserse reduce considerablemente los costos.

Encuadernación de hojas sueltas

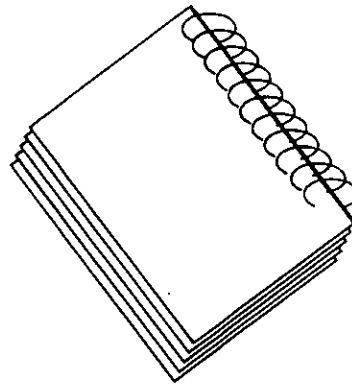
La ventaja es que la selección de hojas es abierta, dependiendo de la necesidad del cliente, otra ventaja, y a la vez problema, es que con facilidad se desprenden las hojas sin dañar otras página.

Existen la encuadernación de hojas sueltas en bornes de tornillos, el principal inconveniente es que el libro no queda plano y perturba la buena y rápida lectura, el margen interior debe ser amplio para dejar espacio de sujeción, no se pueden desprender fácilmente las hojas.

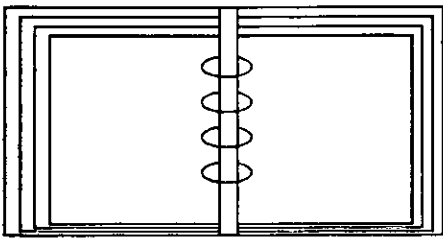


Carpeta o tapas

Las carpetas o tapas con arillos comunes en todo medio. Las hojas quedan planas completamente y el margen no es amplio. Da libertad a la integración de hojas



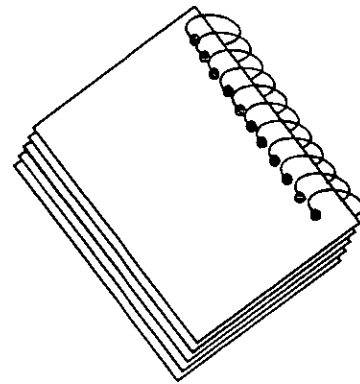
B) Encuadernado de espiral.- Su estructura es muy sólida, en plástico y alambre y pasa por agujeros redondos perforados en las hojas, carece de lomo rígido, al abrir el libro queda plano pero desalineado.



Encuadernación mecánica

Son de uso popular, sencillas y de costos menores en casi toda área, proveen ventajas al encuadernar hojas de tamaños diferentes, al abrirse quedan planas y son resistentes al uso rudo y continuo.

A) Encuadernación de plástico: El depósito es cilíndrico el cual sujeta las hojas por medio de muchos anillos de plástico, tienen un lomo robusto.



Cómo se dobla el papel

El plegado es de poco trabajo ya que hay máquinas sofisticadas que dobla bajo un programa de registro en tiempos breves.

Cómo se empareja el papel

Se enderezan las hojas, recién entregadas por el prensista evitando que la página impresa se ensucie.

Corte de papel

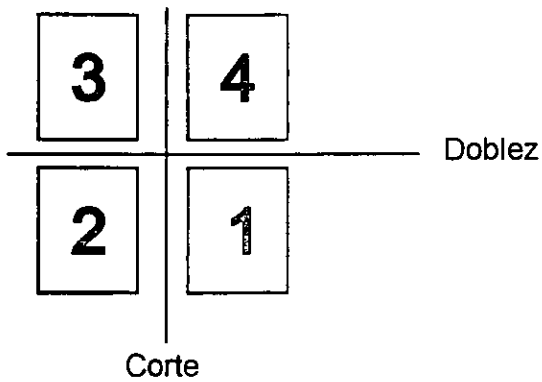
El papel se corta mediante una guillotina eléctrica o de plancha, tiene marcas de corte, llamadas guías.

Enrramar

Es poner la prensa a registro.

Imposición

“Es el término que se aplica a la debida colocación de las formas de la página. De manera que cuando se haga la impresión y se plieguen las hojas, cada una de las páginas estén en orden. La imposición incluye también la labor de encontrar los márgenes o medianiles correctos que registren, las hojas de retracción o vuelta, o sea el segundo tiro de pliego.”¹²



3

O

L

D

T

I

R

A

C

**Propuesta de
Rediseño para
la revista
“Mundo Joven”**

3.1

Diseño del Imagotipo

En las últimas décadas se han proyectado nuevos alfabetos cuyo aspecto visual se diferencia por sus variaciones mínimas de las letras; su terminación y sus rasgos particulares son conferidos para realzar armonía logrando así aumentar la posibilidad de lectura.

Se eligió para formar el imagotipo, la fuente tipográfica Kabel ult bold para la imagen inicial de la revista, esta fuente se deriva de la familia tipográfica palo seco que a su vez proviene del grupo tipográfico sans serif, la cual como característica general posee poco contraste en sus remates, pues su objetivo inicial consiste en ser funcional.

Características del tipo

- *Su envoltente o caja imaginaria que rodea la letra es normal.
- *Su eje es normal; toda letra tiene un eje central vertical.
- *Su peso, o sea, el grosor del tipo es bol para crear acento e impacto, que nos remite a la solidez del mensaje adventista.

Estructura Geométrica



Sus trazos terminales son uniformes, mantienen una constante en su grosor, poseen pocas gracias, siendo estos elementos decorativos; su estructura es lineal, característica fundamental de su construcción.

La nitidez de la composición ayuda a interpretar de forma rápida la imagen, ésta posee personalidad de carácter fuerte por su peso, así como también en conjunto la imagen global.

El imagotipo surgió del diseño de un logotipo (arreglo tipográfico) en muchas ocasiones implica la proyección de una imagen extra y personalizada que presenta al tipo de producto o servicio, es decir, al tema por el cual se concibe la composición. En el campo de la gráfica, con frecuencia se sustituye una de las letras con la silueta del objeto representado u otro signo que defina más claramente la identidad del mismo, buscando equilibrio y armonía en su configuración global, donde el ojo sea atraído sin perturbarse y que con la simple lectura se superponga la interpretación óptima de la imagen. Esto se logra guardando una relación estrecha en su estructura con la de otros elementos tipográficos, de lo contrario resultará incierta.

Para evitar alteraciones de la forma es necesario una buena elección de cada elemento, con ello obtendremos una comunicación fuerte y expresiva.

La configuración imagen-palabra es propiamente el imagotipo, carga la palabra con un valor icónico; ya que como imagen debe ser valorada y al mismo tiempo leída. Todo signo visual para que sea funcional requiere de memorabilidad, legibilidad y capacidad de diferenciarse del resto de las demás imágenes.

El signo que se cambió por la letra en el imagotipo obedece a la letra "O". Su estructura es semejante a la letra que falta, su forma establece la relación del mundo, en la filosofía Adventista enmarca el mensaje de Jesús a toda

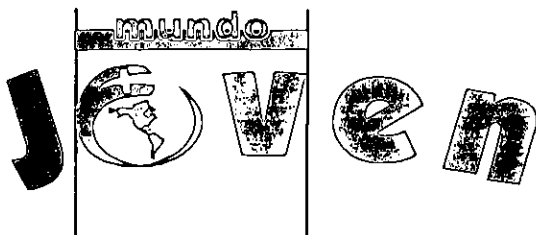
nación; su grosor varía debido a la libertad de pensamiento y diversidad que Dios respeta. En su estructura abstracta en la parte de mayor grosor se filtra una cruz estilizada adaptada al semicírculo que denota la difusión del mensaje adventista, basado en la imagen de la Cruz, es decir, el sacrificio de Jesús por amor al hombre.



En el centro aparece el mapa de América denotando la posibilidad de difusión y expansión a todo público de habla hispana.



Para la palabra "Mundo" se eligió la fuente tipográfica arial perteneciente a la familia de palo seco, por su fácil lectura; este texto está soportado por un rectángulo que equilibra, sostiene y da estabilidad, entre el imagotipo y la palabra "mundo"; su anchura se justifica con el símbolo y la letra "V".

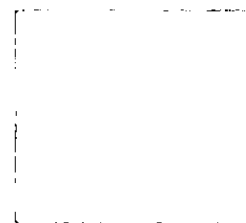


En su aplicación se le dio movimiento al imagotipo para atraer a los jóvenes con imágenes no formales y estrictas, esta posición le hace verse casual sin perder la seriedad de la cultura religiosa a la cual pertenece. Se sombrea para resaltar la imagen.



COLOR

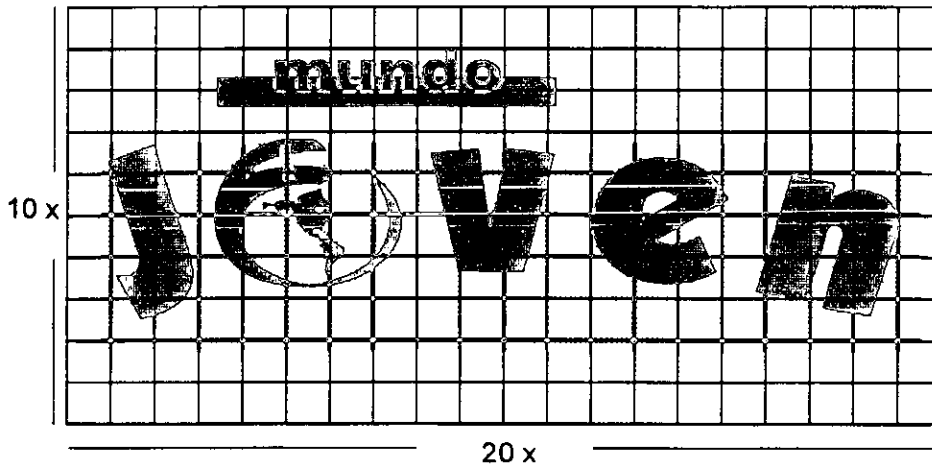
Se eligió el color verde por su connotación psicológica la cual transmite fe, confianza, seguridad, estabilidad; además de su relación e identificación con la naturaleza. Resulta para los objetivos que nuestro diseño requiere exteriorizar, definidos ya en la revista. El verde se asocia con la vida y el desarrollo, representa la juventud, lealtad, promesa y resurrección; posee equilibrio, según Georgina Ortiz en su libro el Significado de los colores.



Pantone 355 CV

Red de construcción de la Identidad Gráfica

La red de construcción se utiliza para la fiel reproducción de la identidad gráfica en cualquier medio impreso, debido a que en el momento de reproducirla se pueden alterar tamaños o espacios.



Identidad gráfica de la Revista Mundo Joven

La identidad gráfica, habla de sí misma, mediante su estructura y su acabado estético, el conjunto de elementos manifiestan su actividad en un dialogo permanente con sus interlocutores, autorepresentando la empresa y generando un discurso de imagen y su identificación en un sector social.



3.2

Retícula

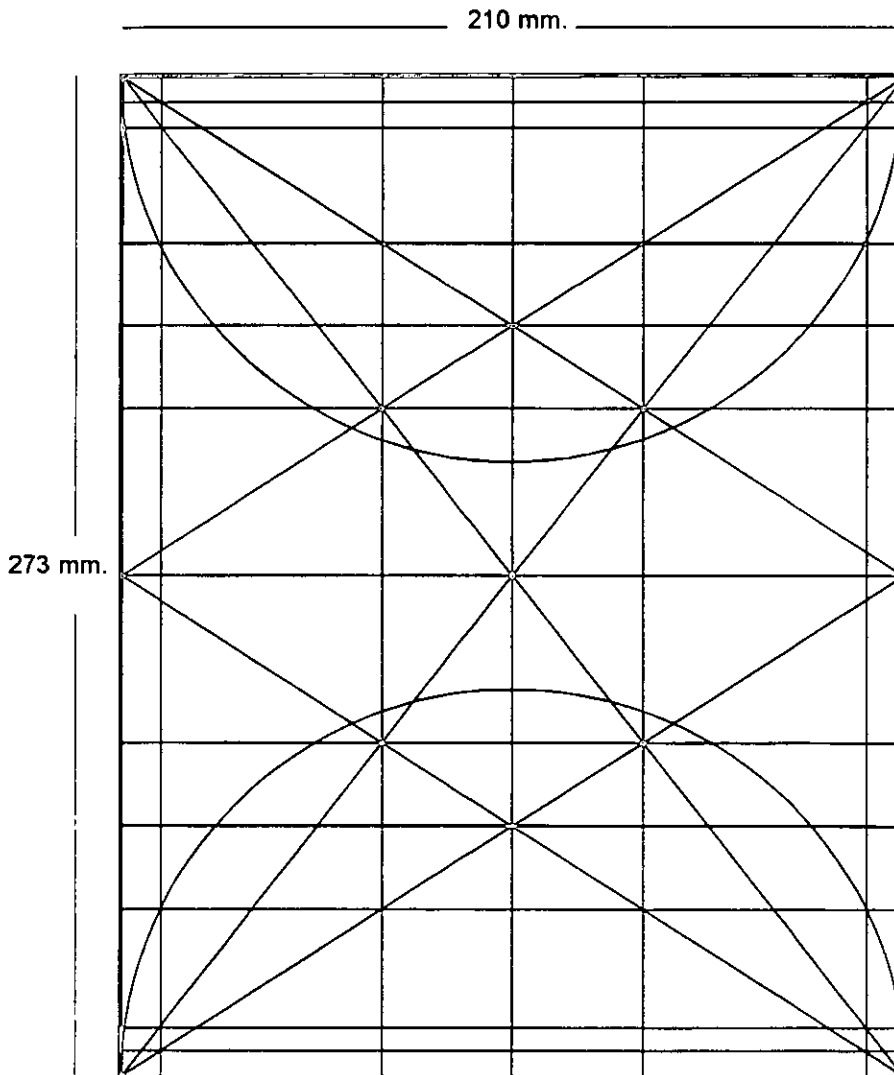
(Basada en trazas de
rectángulos armónicos)

La retícula se originó por trazas armónicas, es decir subdivisiones que provienen de rectángulos armónicos.

El rectángulo armónico surge del cuadro base y sus relaciones de medidas están entre el lado corto y la diagonal del mismo, luego las sucesivas diagonales rebatidas. Se eligieron las trazas del rectángulo armónico con el fin de dar

mayores alternativas de composición, los arcos dan más posibilidades para tratar una imagen fotográfica o texto. Se prefirieron estas trazas para dar múltiples opciones en la organización de cada elemento con un orden dinámico. Las posibilidades son ilimitadas para un buen ejercicio gráfico y mejor diseño vanguardista.

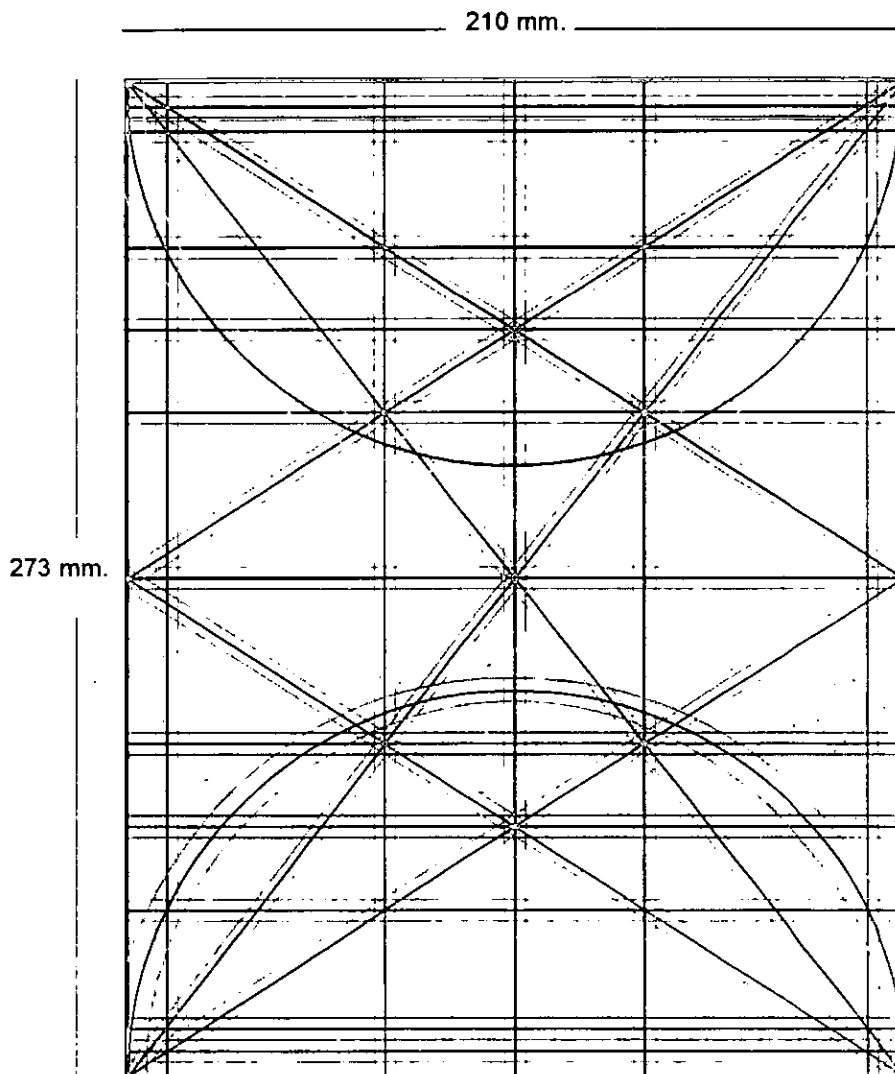
El diseñador al trabajar un artículo en la página según esta retícula, marcará los campos de trabajo que su diseño requiera, limitarán dónde empieza la imagen o texto y dónde termina.



Medianiles

Los medianiles son líneas margen, para indicar el espacio entre un elemento y otro en la retícula. Se encuentran en cada lado de las trazas de la retícula.

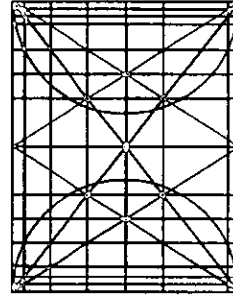
Para la retícula de la Revista Mundo Joven se eligió dejar 3 mm en cada lado de las trazas, las cuales sumadas dejan un margen de 6 mm entre elemento y elemento que se ubique en la página. Este margen deja el suficiente espacio para su perfecta legibilidad y lectura del texto. En el caso de las imágenes se puede eliminar este espacio como opción si el diseño lo requiere y justifique.



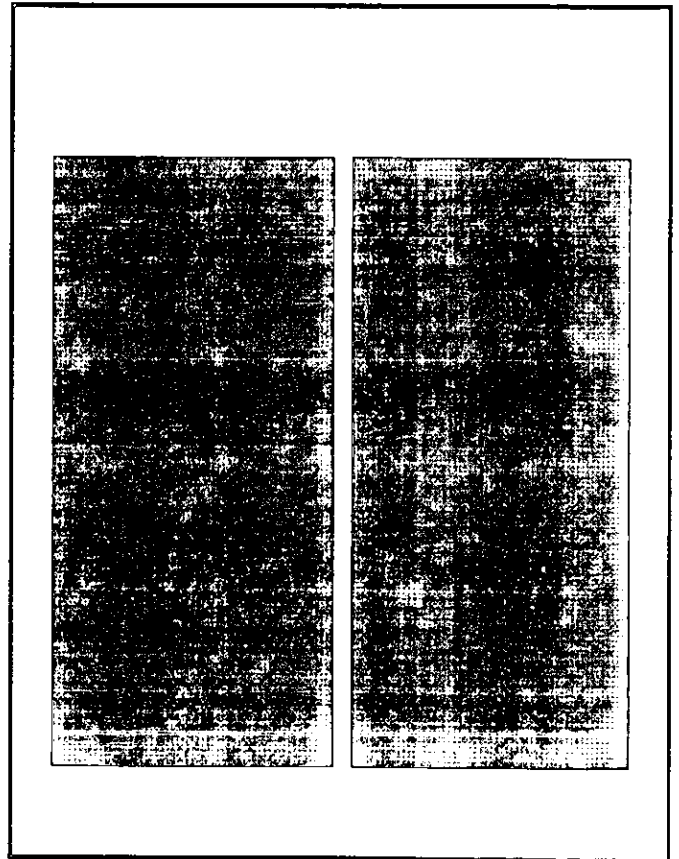
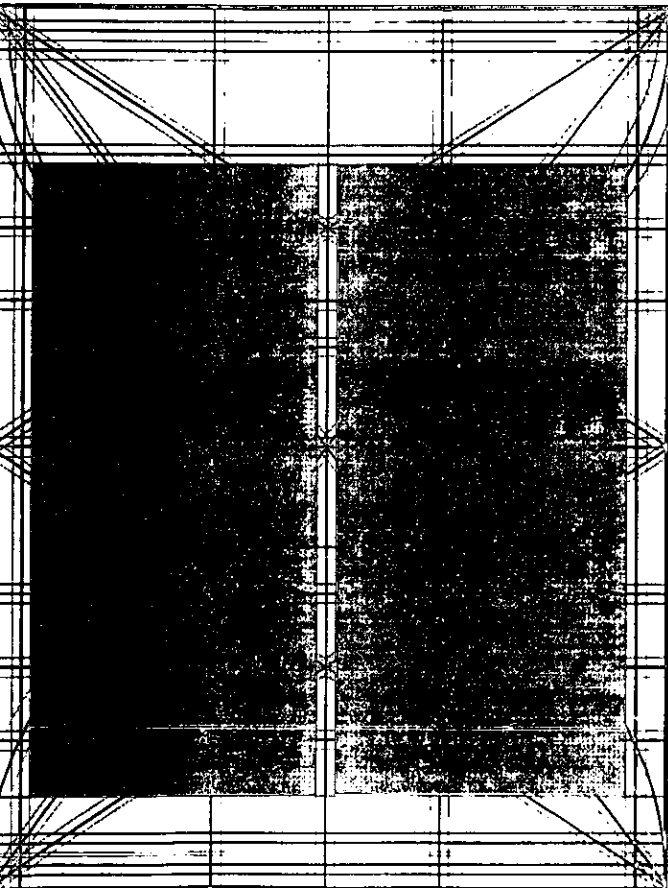
Caja Tipográfica

La caja tipográfica tiene una medida de 19 cm de ancho 21 cm de altura; se delimitó por las mismas trazas auxiliares de la retícula, dando así las posibilidades necesarias a cada artículo, dependiendo de la amplitud del texto, ya sea en dos columnas que darán la opción de cuatro en los textos extensos, o de tres para mayores posibilidades al combinar texto e imagen.

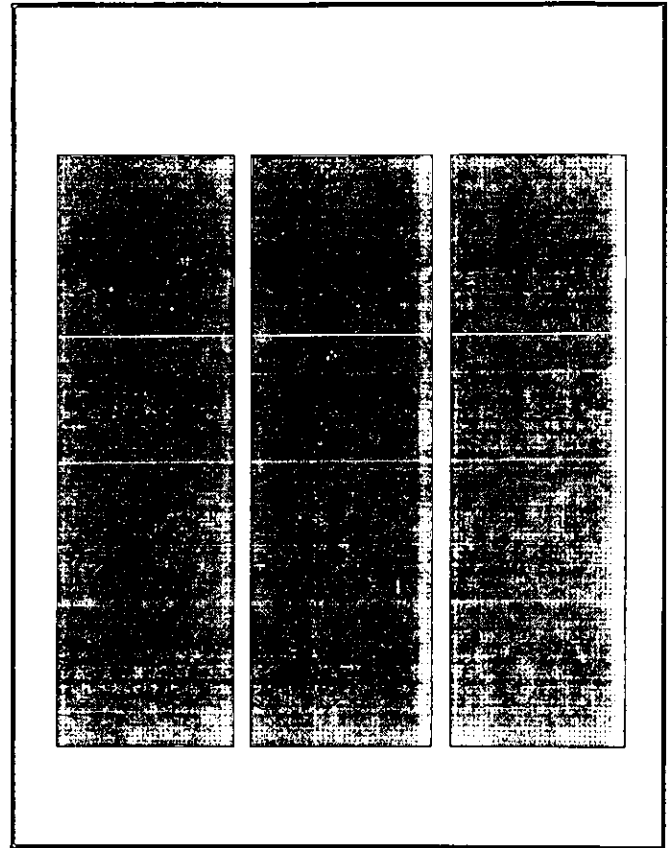
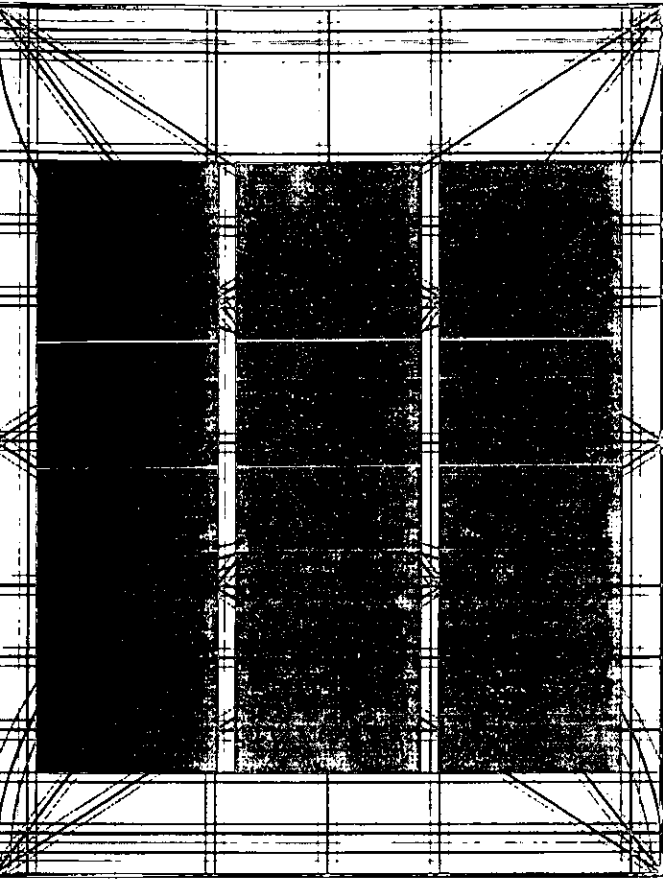
Es necesario delimitar el área para el texto debido a que esto nos dará características propias de la revista y su identificación. No se trata de una limitante sino una opción de estructura unificada y justificada que armonice en una composición global.



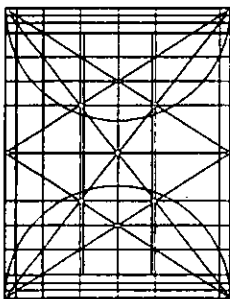
La retícula unida con la caja tipográfica dará posibilidades ilimitadas en el diseño.



Caja tipográfica de 2 columnas



Caja tipográfica de 3 columnas

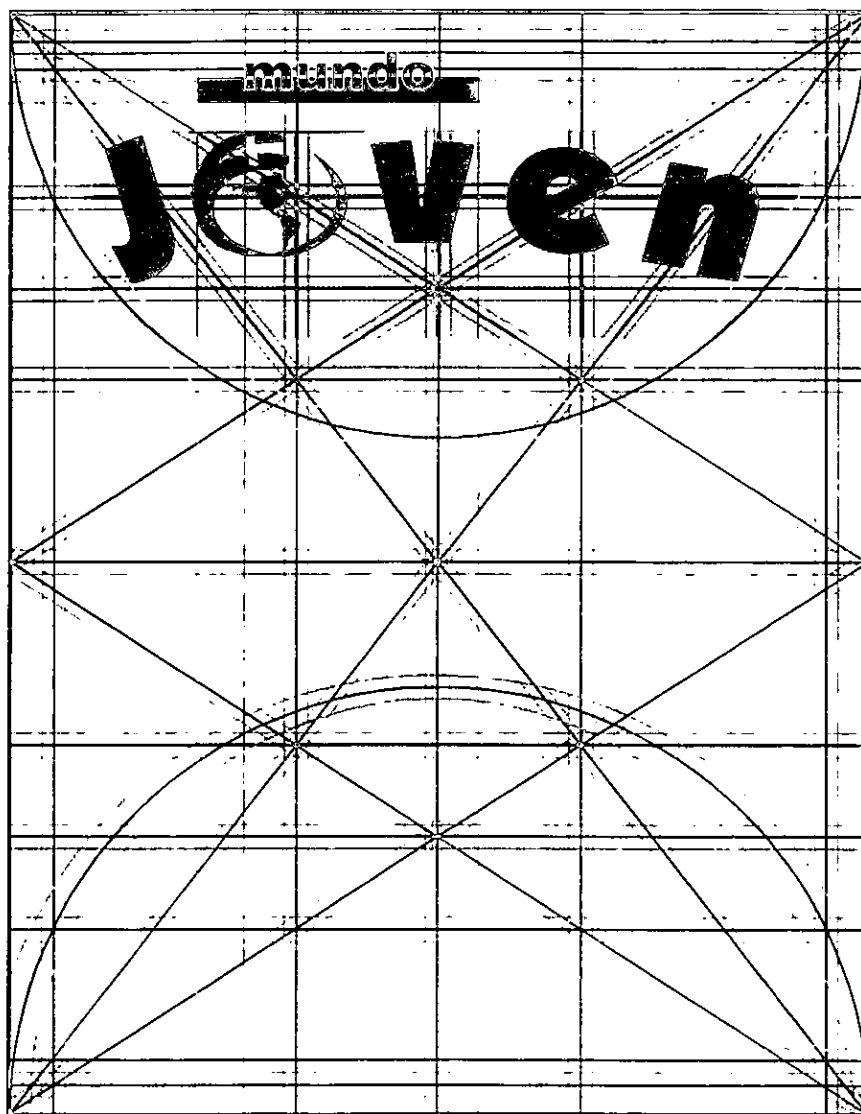


La retícula unida con la caja tipográfica dará posibilidades ilimitadas en el diseño.

3.3

Aplicación del Imagotipo según la Reticula en la portada

El imagotipo quedará delimitado por la retícula, la cual dará secuencia e identificación gráfica a todos los números editoriales. Es común utilizar el imagotipo en la parte superior, debido a que el espectador iniciara la lectura de arriba hacia abajo. Se dejará todo el espacio de abajo para la imagen y encabezados.

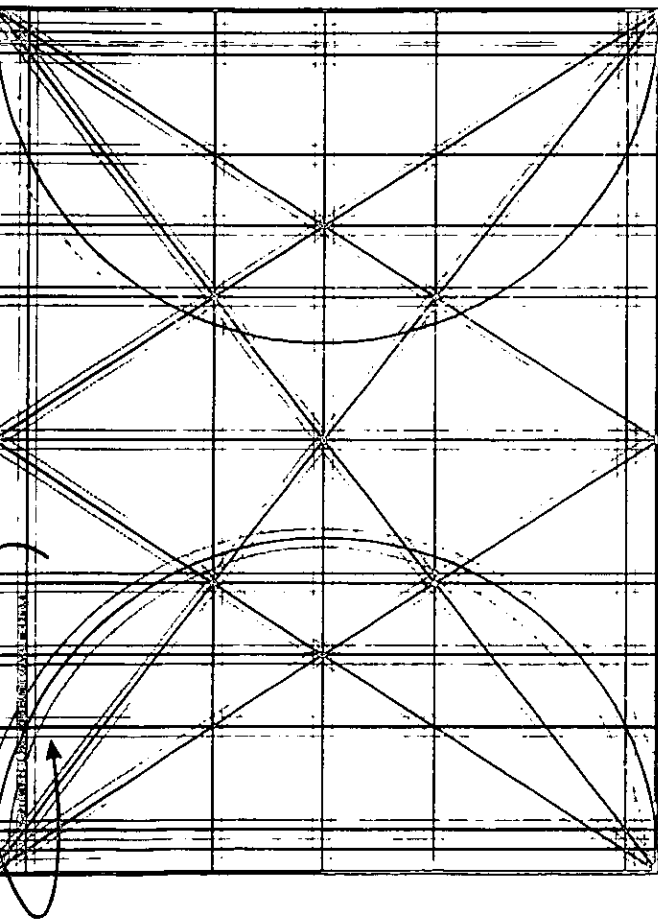


3.4

Aplicación del Cintillo en la portada

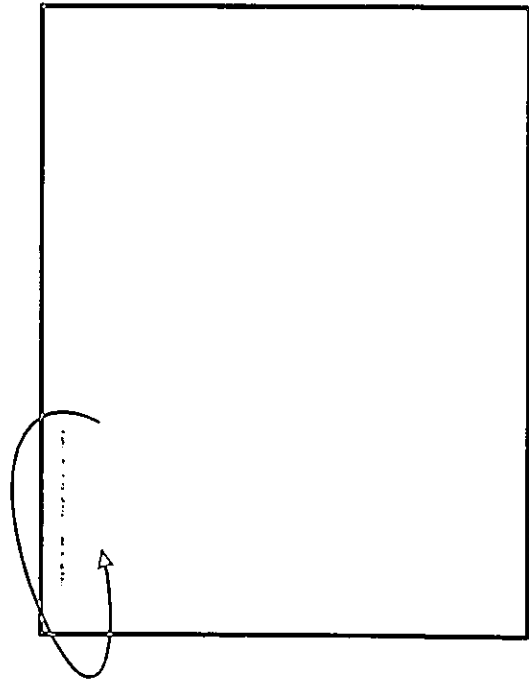
Tamaño real

SEPTIEMBRE DEL 2000 HECHO EN MÉXICO VOLUMEN 2 NO. 4



El cintillo se identifica como la información relativa a la periodicidad, fecha, volumen, número de ejemplar, lugar de circulación o datos importantes de la revista. Son opcionales y generalmente se ubican en la portada pero también se pueden colocar en la página de contenido.

Para este bloque de información se eligió la tipografía llamada Arial, pertenece a la familia palo seco. Sus formas son sin patines, sin gracias lo que le permite considerarse como una de las familias más funcionales. Su eje y su envolvente son normales, su peso es bol. Se aplicara de 7.0 puntos y se ubicara justificado por la retícula en la parte inferior izquierda, lo que le permitirá cumplir su función de proporcionar ciertos datos. pero su ubicación permite dar libertad suficiente al diseño de la portada sin que interrumpa o sature el área de trabajo. Tendrá una rotación de 90°. La información que llevará la fecha de publicación, lugar de realización y número editorial. Su ubicación es entre el último medianil del lado izquierdo y su traza, en la parte inferior.



3.5

Tipografía

Base

Para el texto base se eligió la fuente tipográfica identificada con el nombre de Chelthml TC Bk BT, posee claridad y funcionalidad en el diseño editorial. Su eje es vertical; su peso es normal, su envoltorio tiene aspecto mínimo condensado y se aplicará en un tamaño de 10 puntos.

Esta tipografía posee patines lo que le da un aspecto de formalidad y seriedad en el tema a tratar en los artículos, sin embargo sus terminaciones y gracias suaves le dan un aspecto casual con firmeza y elimina la rigidez. La estructura del cuerpo tipográfico le permite ser un buen elemento en la página impresa debido a que tiene un peso, que no tiene problemas al imprimirse; algunas fuentes son tan delgadas que algunas líneas de su estructura se desaparecen por ser tan finas y en caso contrario, cuando el tipo es de peso bol, tienden a emplastarse. Presentando dificultades con la superficie del papel.

Tamaño real de la fuente elegida

El rectángulo armónico surge del cuadro base y sus relaciones de medidas están entre el lado corto y la diagonal del mismo, luego las sucesivas diagonales rebatidas.

Las líneas de las columnas no deben de estar constituidas por más de 10 palabras debido a que reducen el ritmo de lectura y provocan cansancio, lo cual causa el abandono de la lectura.

En algunas columnas se pueden exceder más de las 10 palabras, pero con una previa justificación y en textos no muy amplios.

La alineación de las columnas estarán completamente justificadas, debido a la necesidad de equilibrio que busca el hombre, sólo frases o párrafos cortos; si el diseño lo requiere se pueden alinear en forma de piña, la cual provee dinamismo y tendrá que justificarse.

El texto base estará constituido por letras altas y bajas, lo que ocasiona una legibilidad óptima y genera contraste, que causa una impresión inmediata y un ritmo dinámico.

Las columnas de la caja tipográfica estarán constituidas de 45 líneas de texto. En su aplicación en la página, las primeras dos columnas serán de 40 líneas debido al espacio del epígrafe. Estará justificada con las trazas de la retícula, en caso de no haber epígrafe se aplicaran las columnas de 41 líneas.

Premisa en I Corintios 10:31, de que todo lo que vemos, comemos, oímos, leemos, absolutamente todo debe honrar a Dios. Dios siempre motiva al hombre a ser humilde, sabía que esto traería felicidad al hombre. Éstas se convierten en normas Cristianas, que el Señor Jesús exhorta al hombre para que tenga una vida feliz.

Bautismo.-Jesús estando en la tierra vivió como ejemplo para el hombre, Él mismo fue bautizado en el Río Jordán (Mateo 28:18 y 20) y la forma de como debía realizarse (Mateo 3:13-16). El Bautismo es necesario para la Salvación (Marcos 16:16). Cuando el hombre recibe a Dios en su corazón y se bautiza, recibe el perdón de sus pecados y el Espíritu Santo. Y es símbolo de una resurrección a una nueva vida (Romanos 6:4).

El Diezmo.-Ciertamente Dios no necesita nuestro dinero, en Hágelo 2:8 dice que el oro y la plata, así como todo lo que hay en la tierra le pertenece, aún nosotros. Dios demanda el diezmo en Levíticos 27:30, 32 y en Malaquías 3:10 con un fin preciso, quitar el egoísmo arraigado en el hombre quede manera difícil saca dentro de sí.

Y no olvidar que todo lo que poseemos proviene de Dios. El empleo de estos diezmos en I Corintios 9:13 y 14. Dice que es para el sustento de los que trabajan. Por lo demás me retiro por lo segundo y lo final, pero sin más.

3.6

Tipografía de Realce

La tipografía de realce busca exaltar cierta información de interés al lector. Se eligió la fuente BlacklightD, en un tamaño de 11 puntos. Esta tipografía contrasta plenamente con sus formas de aspecto suave y cursiva, generando un contraste de forma y dirección. Su eje es inclinado, su peso es medium y posee un ligero aspecto de un envolvente condensado.

Tipografía de Realce

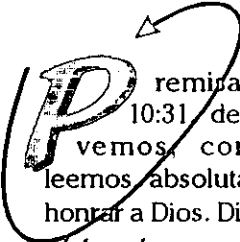
Premisa en 1 Corintios 10:31, de que todo lo que vemos, comemos, oímos, leemos, absolutamente todo debe honrar a Dios. Dios siempre *motiva al hombre a ser humilde*, sabía que esto traería felicidad al hombre. Éstas se convierten en normas Cristianas, que el Señor Jesús exhorta al hombre para que tenga una vida feliz.

3.7

Capitulares

Es la primer letra del párrafo inicial de un artículo. Y en múltiples ocasiones se emplea como elemento ornamental. La fuente utilizada para los capitulares es BlacklighthD, del tamaño de 60 puntos, eje inclinado, peso medium y envolvente condensado.

Se aplicará en el párrafo con una inclinación hacia el lado derecho, lo que le dará dinamismo y se introducirá entre las dos primeras líneas y el interlineado de la tercera. La capitular llevará una sombra negra que resaltara su forma mediante el color. La tipografía capitular se sale de líneas de justificación de la columna, para resaltar dicho capitular.



remira en 1 Corintios 10:31 de que todo lo que vemos, comemos, oímos, leemos absolutamente todo debe honrar a Dios. Dios siempre *motiva al hombre a ser humilde*, sabía que esto traería felicidad al hombre. Estas se convierten en normas Cristianas, que el Señor Jesús exhorta al hombre para que tenga una vida feliz.

Bautismo.-Jesús estando en la tierra vivió como ejemplo para el hombre, Él mismo fue bautizado en el Río Jordán (Mateo 28:18y20) y la forma de como debía realizarse (Mateo 3:13-16). El Bautismo es necesario para la Salvación (Marcos 16:16). Cuando el hombre recibe a Dios en su corazón y se bautiza, recibe el perdón de sus pecados.

3.8

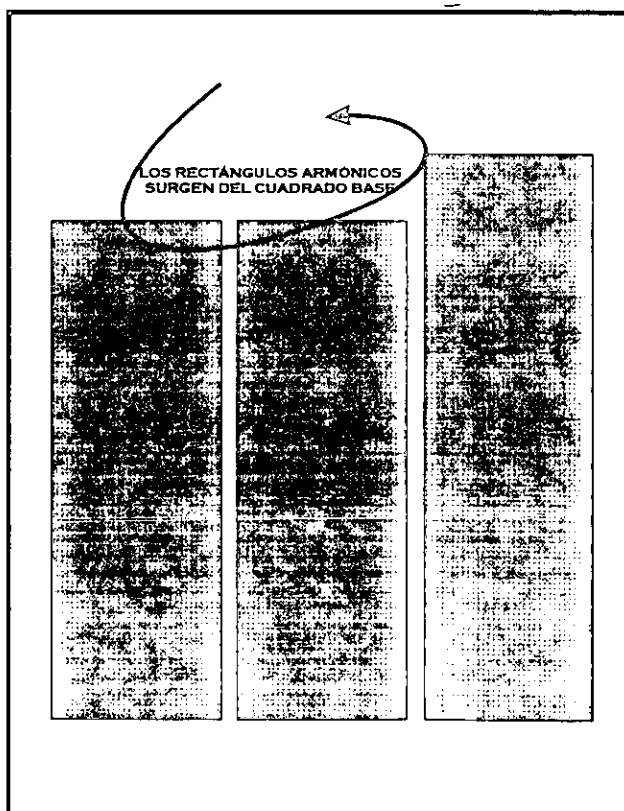
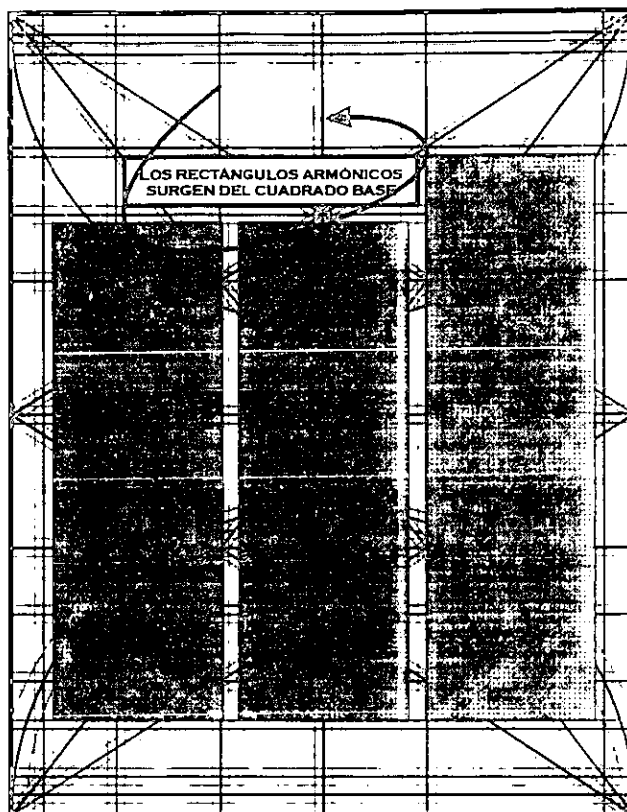
Epígrafe

El epígrafe es una introducción que antecede al cuerpo al texto base.

La fuente para el epígrafe se llama CopprplGoth BT, su eje es vertical, su envolvente expansivo y su peso medium. Se eligió por tener un aspecto rígido, pero también casual y contemporáneo. lo cual funciona para confirmar los mensajes dirigidos hacia los jóvenes. Su tamaño sera de 14 puntos. Su posición en la página esta delimitada por la retícula, este se centrará en el espacio limitado por las trazas y medianiles, que deja el suficiente espacio para trabajar libremente con este epígrafe, con los programas de diseño por computadora podemos aplicar efectos, sombras, etc., pero esto quedará bajo la dirección del diseñador en turno que labora y sera en función al artículo.

Tamaño real del Epígrafe

**LOS RECTÁNGULOS ARMÓNICOS
SURGEN DEL CUADRADO BASE**



3.9 Segundas

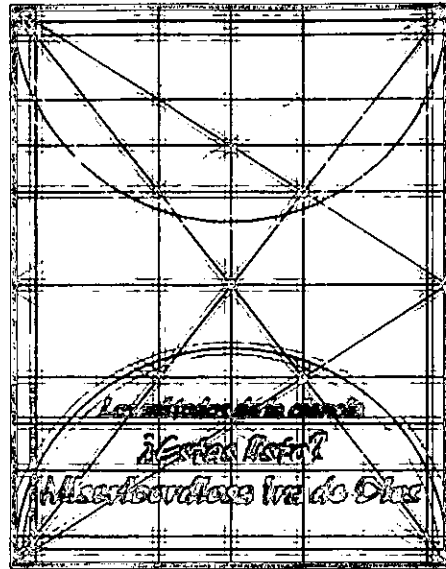
Las segundas son líneas de texto que informan sobre el contenido, en la mayoría de los casos son los títulos de los artículos mas sobresalientes.

La tipografía seleccionada para el texto se llama Ruach Let, su eje es ligeramente inclinado hacia la derecha, su peso es medium y su envolvente normal. Se eligió esta fuente por su peso visual y dinamismo que refleja.

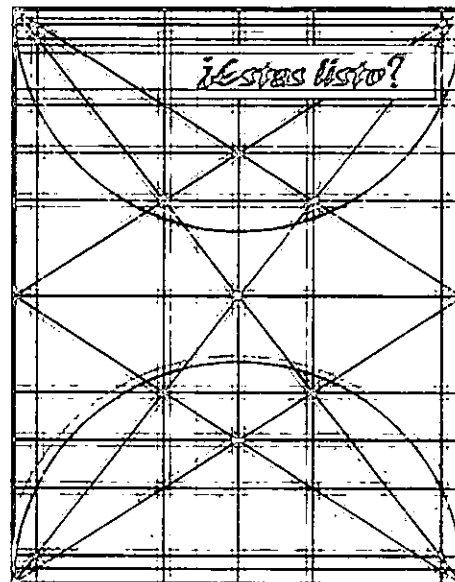
Habrán tres tamaños para estos títulos, el primero será de 52 puntos, este título identificará el tema principal de la portada o de mayor prioridad en la revista. Los demás títulos tendrán un tamaño de 37 puntos, se ubicarán en la parte inferior de la portada, justificados por la retícula. Este acomodo dejará el centro de la página despejado para la fotografía que generalmente se usa. La retícula proporciona un centro que si se usa, causará mayor impacto en la composición global, debido al que centra todos sus puntos en este espacio.

Para su aplicación en los interiores se considerarán tres tamaños los cuales son adaptados a el tamaño del artículo. Los tamaños serán de 41, 56 y 78 puntos.

Cuando el artículo es a doble página utilizará el título un puntaje de 78 puntos; cuando el artículo es de una sola página con encabezados será de 41 puntos y cuando la página no posea encabezados será de 56 puntos, estos tamaños le permitirán destacar visualmente en su aplicación y tendrá continuidad todo el diseño de la revista.



Su ubicación queda delimitada por el medio círculo, el centro de la portada es para resaltar la fotografía.



Su ubicación queda delimitada por las trazas de la retícula y los medianiles en la parte superior de la página, lo cual le permite sobresalir visualmente por su tamaño, ubicación y estilo tipográfico.

3.10 Cornisa

Es el nombre de la sección o artículo de la revista, impreso en la parte superior de la página.

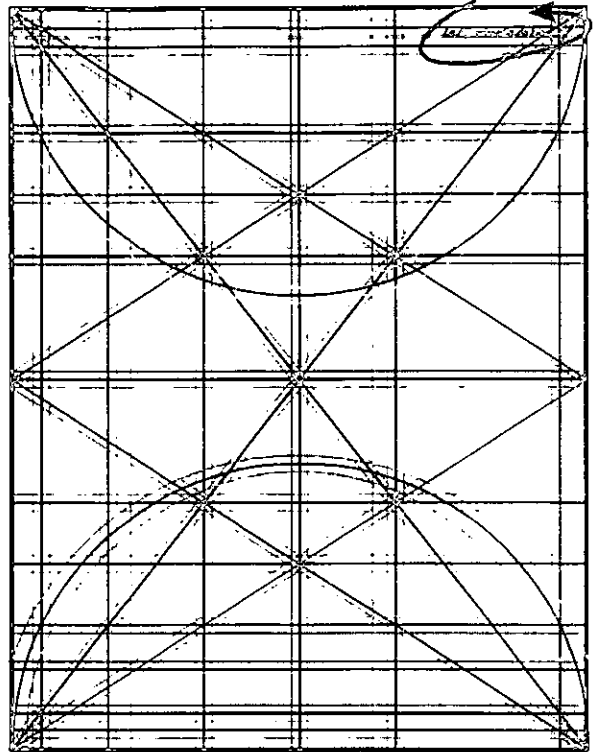
Se eligió la fuentes tipográficas FlasegD Lig, su peso es medium, su envolvente condensado y su eje inclinado. Su tamaño es de 16 puntos.

Se eligió la fuente tipográfica debido al impacto visual que esta tiene, y su identificación con la espontaneidad de los jóvenes. Su tamaño y su ubicación le da una apariencia casi escasa, pero para sus fines que tiene no amerita más espacio, incluso en algunas revistas es omitido debido a que los artículos no abarcan más de dos páginas. La cornisa funciona principalmente en los libros, ya que en las revistas que en ocasiones hay artículos de una sola página y por lo mismo no lo requiere.

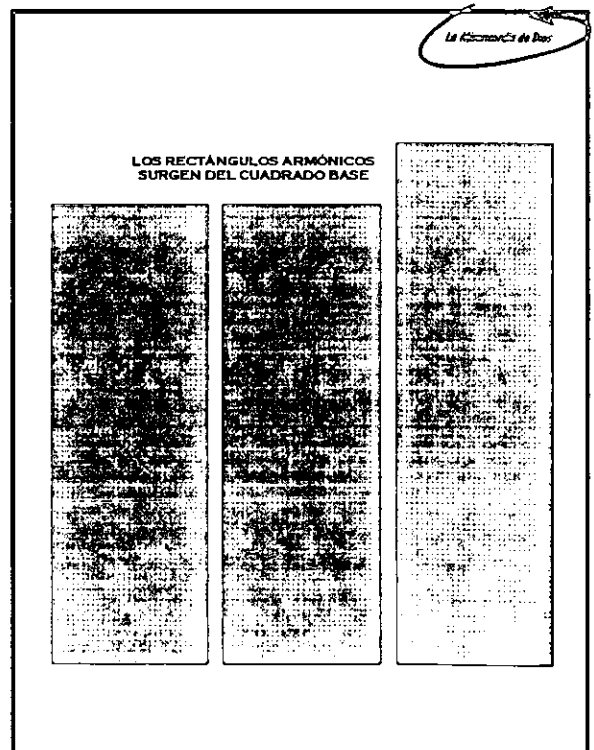
Tamaño real

La Misericordia de Dios

La retícula determina su espacio y ubicación el cual originará armonía.



Delimitado por la retícula



3.11 Diseño de encabezados

Para los encabezados de las secciones de la revista se empleará la fuente tipográfica **kabel ult bold** misma que se utilizó en el imágotipo a fin de guardar relación e identificación con el diseño global de la revista, ya que cada artículo tendrá su propio diseño independiente según su índole o contenido. Su composición es simple debido a la rapidez y claridad del encabezado.

Tamaño y posición real del encabezado

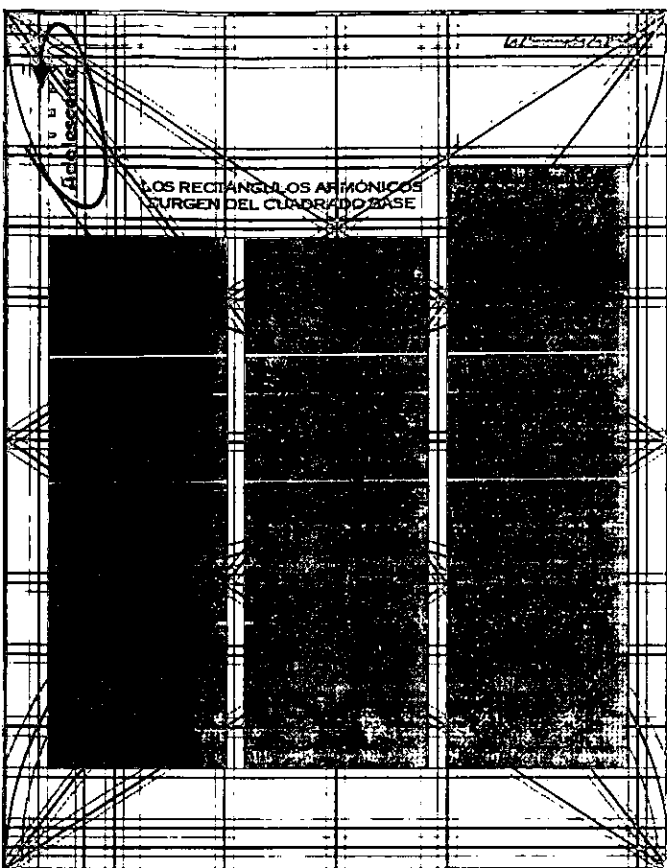
r u m b o
Adolescente

La mayoría de los títulos de las secciones en la revista se integran por dos palabras cuyo orden las resaltarán. La primera será de 10 puntos de tamaño en arial y de mayor espaciado, situación que crea tensión gráfica y atraen la atención; se justifica con la segunda palabra a partir de la cuarta letra, que es más de la mitad; la segunda palabra es de 28 puntos en la fuente tipográfica **kabel ult bold** y ambas forman un contraste de tamaño, por lo que causa mayor impacto visual. Su envolvente y eje son normales, el su peso es en **bol**.

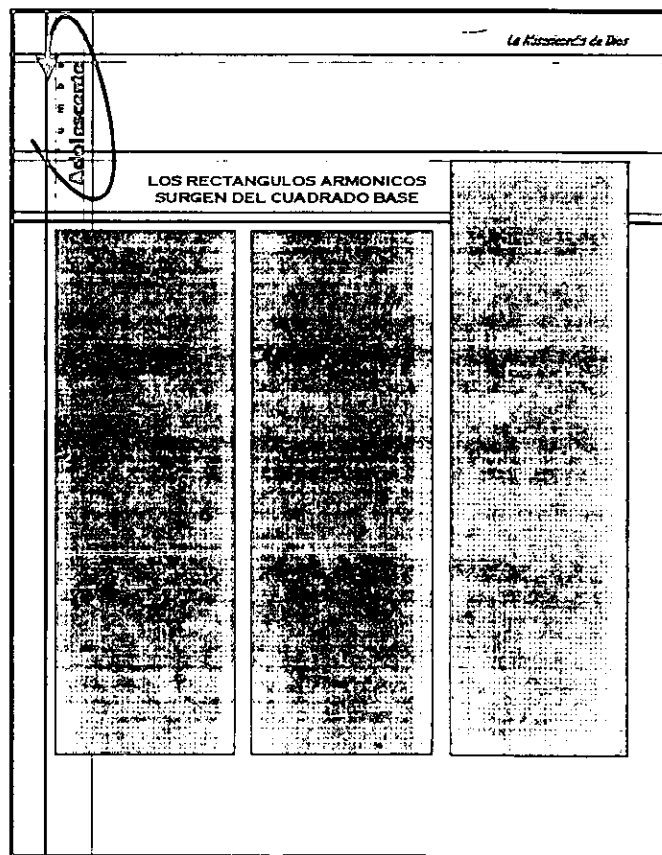
Su aplicación en la página tendrá dirección vertical dada por la rotación de 90°. Esta posición disminuye la legibilidad y rapidez de lectura, pero aumenta el impacto estructural que pasa a primer término. La ubicación queda delimitada por la retícula que dará orden lógico en perfecta armonía con los demás elementos que intervienen en la página.

Los elementos de la página actúan en función del contenido y como este es diverso se debe dejar libertad para el diseño del artículo, y para no perturbar este objetivo, el color del encabezado será negro para que en la página no haga ruido gráfico y desviar el punto central del artículo.

Encabezados aplicados a la página según la retícula



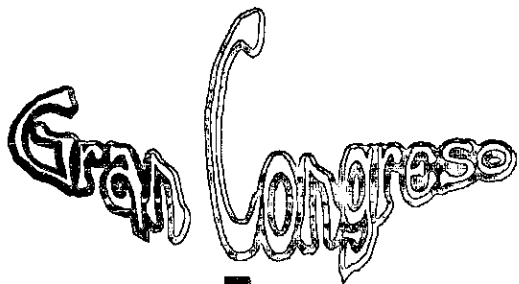
Las dos palabras están justificadas por los medianiles. La primera palabra se justifica por el medianil izquierdo y con una separación entre tipos que la justifica el tamaño del campo, cada palabra del encabezado será justificada por estos medianiles. La segunda palabra tendrá su tamaño y separación normal, la cual la da el ordenador.



3.12

Balazo

Se refiere a la presentación o aviso de algún artículo importante. Son más comunes en los libros, que anuncian los capítulos o informes. Las líneas son breves.



Gran Congreso

Día: Lunes 28 de Julio

Hora: 3:00 p.m.

Lugar: Lienzo Charro

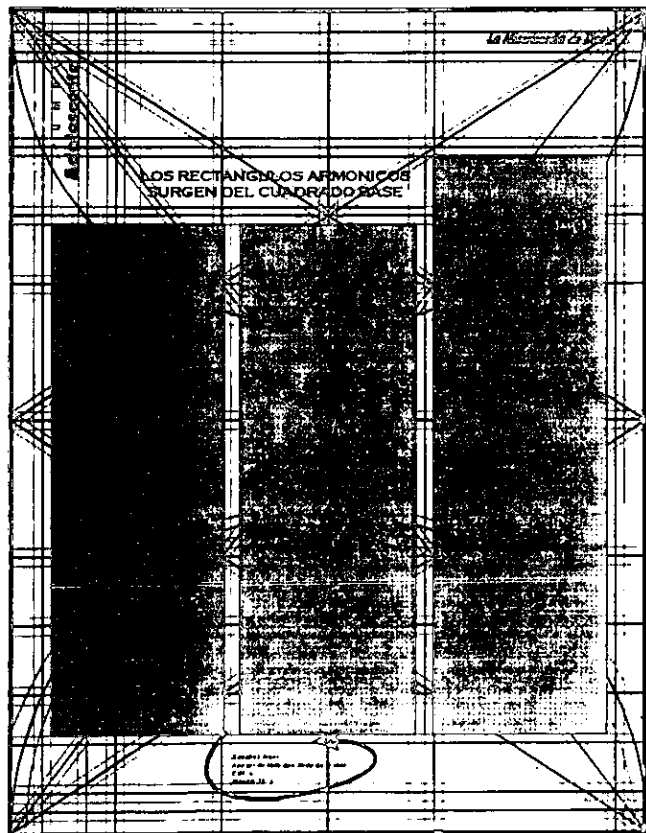
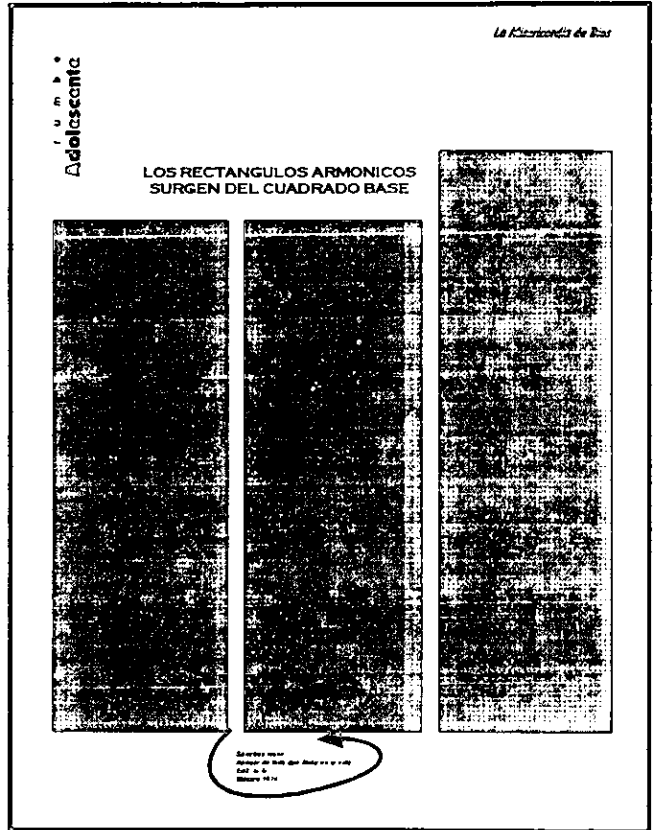
Para resaltar esta información se eligió la fuente tipográfica Bart con un envolvente con forma de cocol. Con el fin de darle proyección, y para promover información más precisa se le colocó un rectángulo para resaltar la información, con la tipografía Arial que dará claridad en el mensaje.

3.13 Pie de página

El pie de página es una información complementaria ubicada en la parte inferior, su tamaño es de 7 puntos menor al tamaño del texto base.

Se eligió la fuente tipográfica de Arial en cursiva para no romper con el diseño del artículo, éste sólo contendrá información adicional sin ninguna connotación gráfica, justificada con las trazas de la retícula, la cual da el espacio necesario para su fácil lectura.

Su ubicación la limita la retícula y sólo en ese espacio se ubicará, para no estorbar la función del folio.

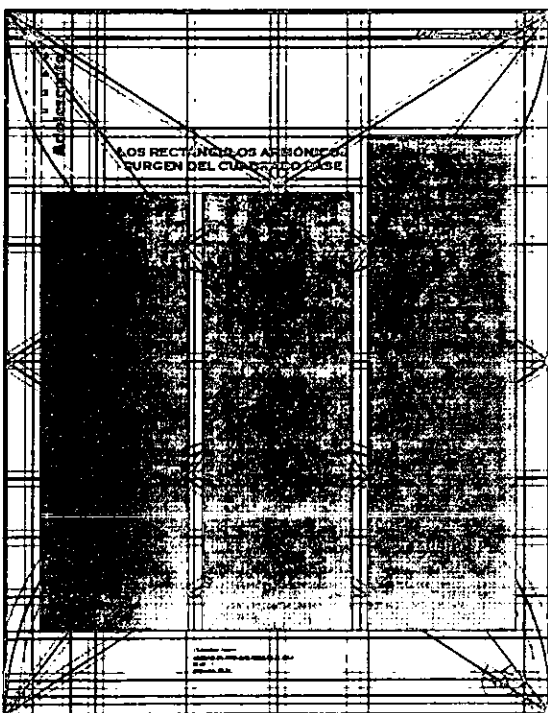
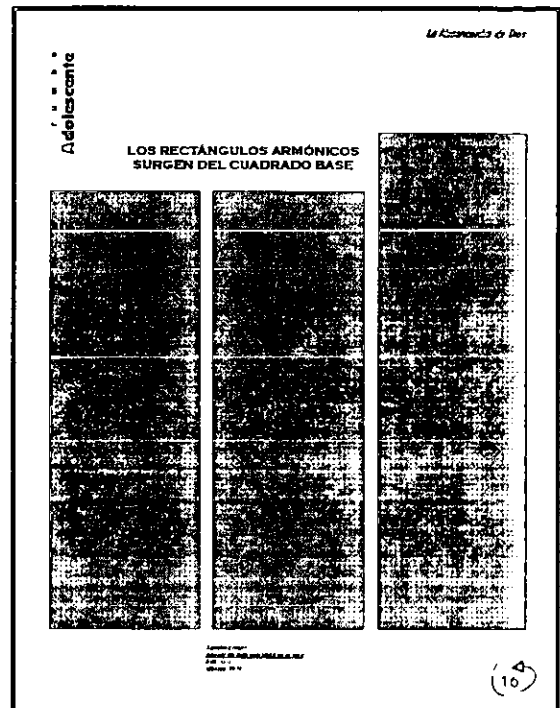


3.14

Folio

El folio es el indicador del número de la página, se utiliza para localizar de manera rápida algún artículo o página.

Se eligió la fuente tipográfica de Kabel Md Bt, para crear continuidad y relación; su ubicación está justificada con las trazas de la retícula, la cual brinda el espacio necesario para el diseño del artículo y su fácil lectura, sin confundir al lector. Su tamaño es de 20 puntos, su eje es vertical, su peso es medium y su envolvente normal. Para la aplicación del color se da entera libertad según los fines que persiga su artículo, sin olvidar la teoría del color, que nos ayudará en su aplicación, utilización y funcionalidad. El folio sólo cambiará su ubicación en el otro extremo inferior cuando la página sea non, este sólo se recorrerá, alineándose a los medianiles.

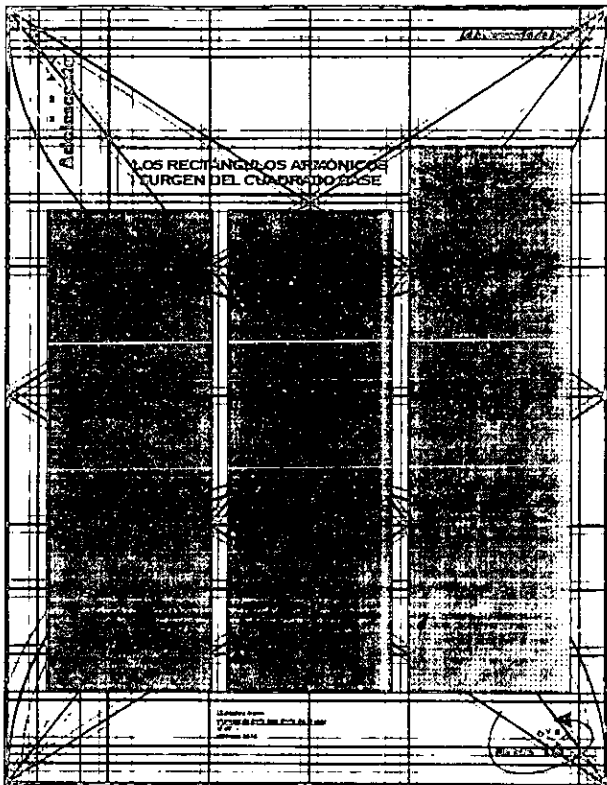


3.15

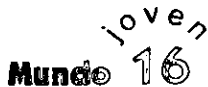
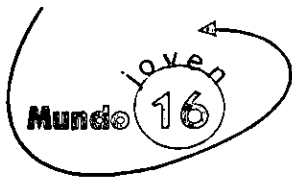
Reiterador

Es el nombre de la revista que se emplea como reforzador visual, generalmente acompaña al folio.

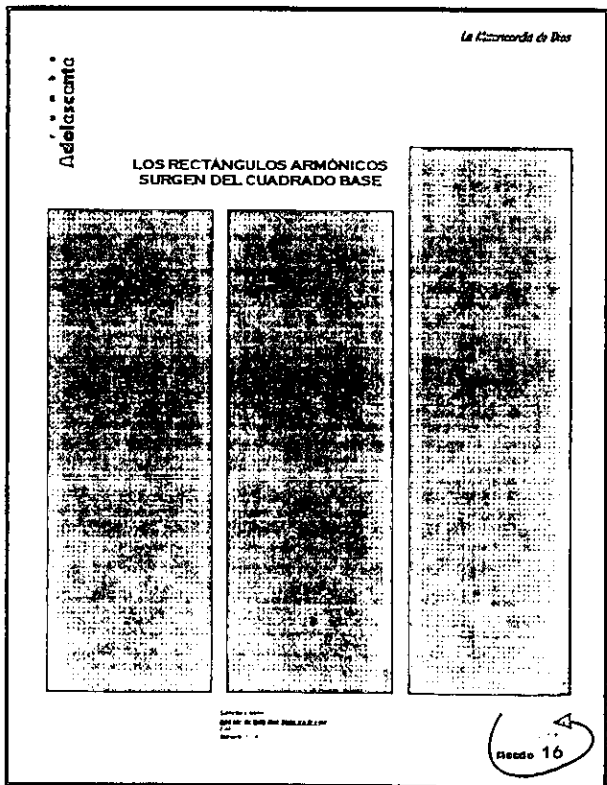
Para el acomodo tipográfico del reiterador, se eligieron las mismas fuentes tipográficas que se utilizaron en el imagotipo, pero se invirtieron las fuentes. Para "mundo" se utilizó Kabel Ulf BT, con un peso bol, eje vertical y envolvente extenso. Su tamaño es de 12.5 puntos. En la palabra "joven", se empleó la fuente de arial, con eje vertical, envolvente normal y peso medium. Se le adapta en forma de medio círculo al folio, para connotar el sentido de mundo joven y su tamaño es de 11 puntos. Se justifica en relación al folio y la retícula.



Tamaño real



En el caso de las páginas non, el folio y el reiterador se recorrerán al extremo inferior izquierdo alineándose con el medianil que limita a la columna.



3.16

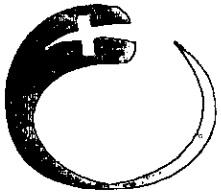
Finalizador

El finalizador es una marca que se diseña con el objetivo de señalar el fin de un artículo.

Este elemento pertenece al imagotipo y se eligió por su fácil memorabilidad, posee gran impacto visual debido a su forma y su connotación cristiana.

Su envolvente será limitada por una caja cuadrada, que mide 3.4 mm de altura por 4 mm de ancho.

Se ubicará al término de la última línea de la columna, justificado por la línea del texto. Llevará una sombra negra para que no se pierda por su tamaño pequeño, este será de color verde, el mismo del imagotipo.



Símbolo



Caja imaginaria



Tamaño real

Aplicación en la columna

Premisa en 1 Corintios 10:31, de que todo lo que vemos, comemos, oímos, leemos, absolutamente todo debe honrar a Dios. Dios siempre *motiva al hombre a ser humilde*, sabía que esto traería felicidad al hombre. Éstas se convierten en normas Cristianas, que el Señor Jesús exhorta al hombre para que tenga una vida feliz.

Bautismo.-Jesús estando en la tierra vivió como ejemplo para el hombre, Él mismo fue bautizado en el Río Jordán (Mateo 28:18 y 20) y la forma de como debía realizarse (Mateo 3:13-16). El Bautismo es necesario para la Salvación (Marcos 16:16). Cuando el hombre recibe a Dios en su corazón y se bautiza, recibe el perdón de sus pecados.

3.17

Pases

Los pases son indicadores que el texto continua en determinada página o columna.

Generalmente se utilizan manos, cuadrados o simplemente se anuncia en que página continua el artículo.

El pase diseñado para la revista Mundo Joven, parte del símbolo de la misma pero inconcluso para dar esa connotación, su altura es de 3.7 mm x 2.7 mm de ancho, acompañado del número de la página donde continua el artículo, con la tipografía de Benguiat Frisky ATT, con un tamaño de 8 puntos de tamaño, su peso es medium, su envoltente normal y su eje es vertical. Su color sera verde, como el símbolo completo con una sombra negra que le dará realce.

Símbolo



Tamaño real 8

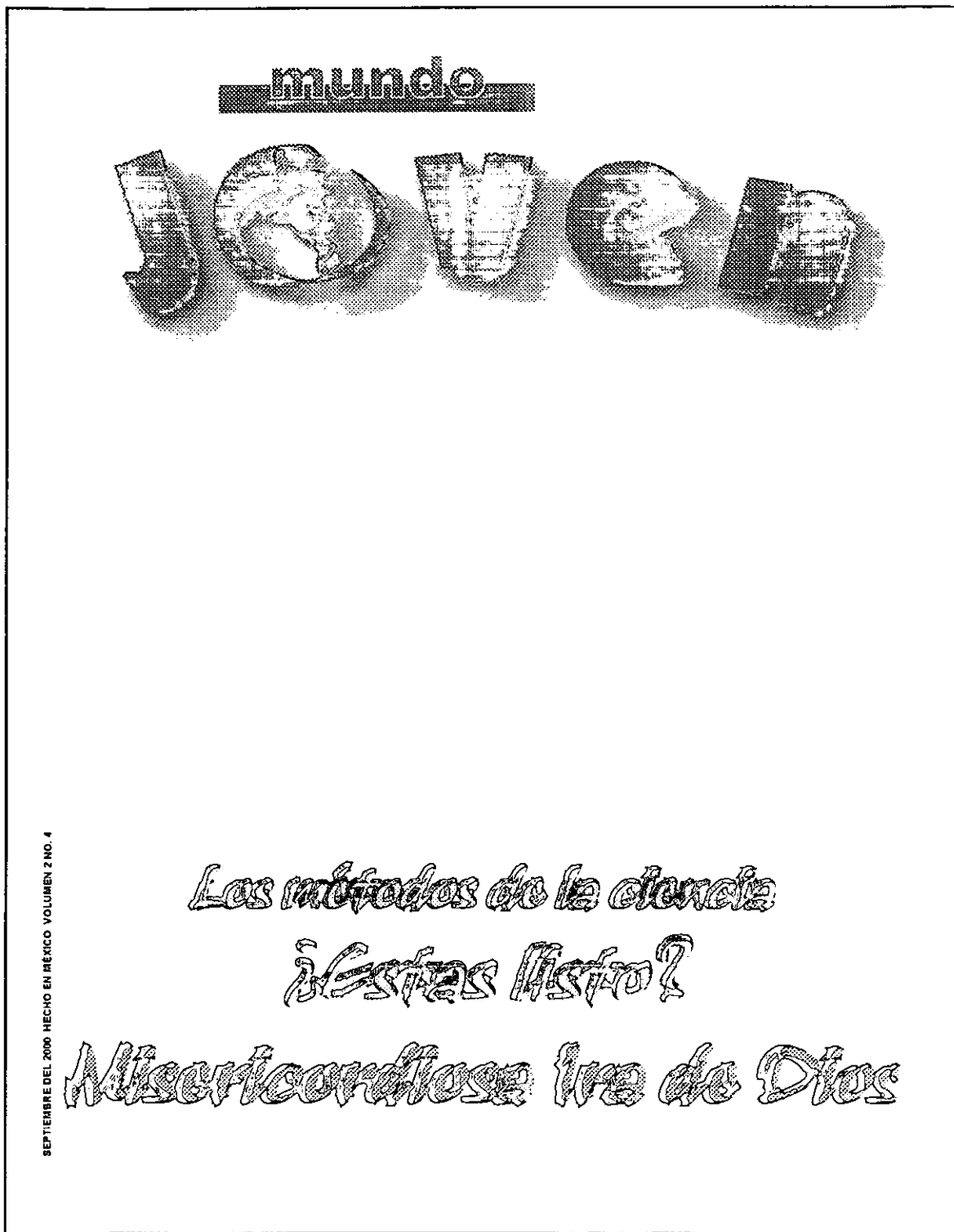
Aplicación en la columna

Premisa en 1 Corintios 10:31, de que todo lo que vemos, comemos, oímos, leemos, absolutamente todo debe honrar a Dios. Dios siempre *motiva al hombre a ser humilde*, sabía que esto traería felicidad al hombre. Éstas se convierten en normas Cristianas, que el Señor Jesús exhorta al hombre para que tenga una vida feliz.

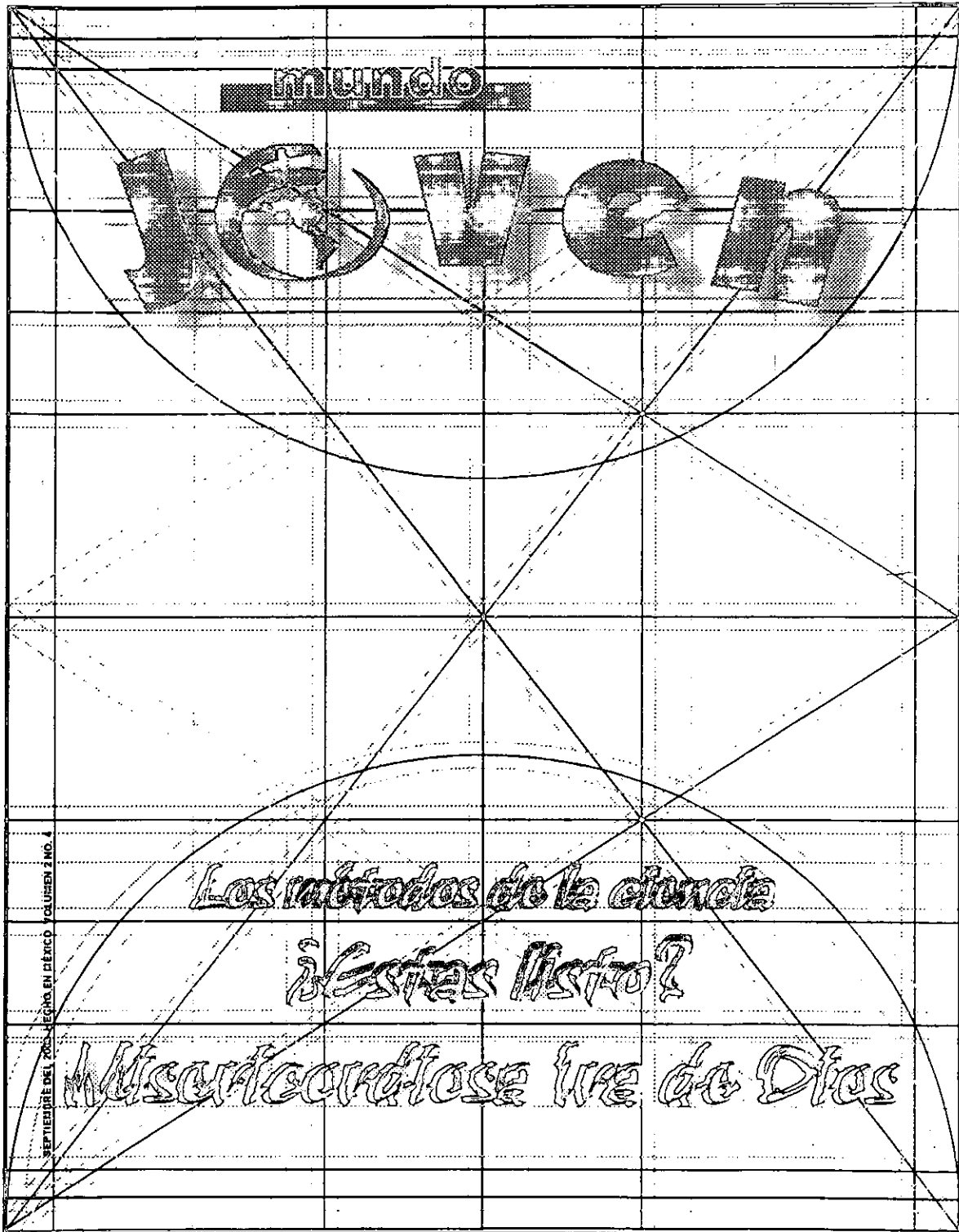
Bautismo.-Jesús estando en la tierra vivió como ejemplo para el hombre, Él mismo fue bautizado en el Río Jordán (Mateo 28:18y20) y la forma de como debía realizarse (Mateo 3:13-16). El Bautismo es necesario para la Salvación (Marcos 16:16). Cuando el hombre recibe a Dios en su corazón y se bautiza, recibe el perdón de sus pecados. 8

3.18

Portada



Todos los elementos en la portada están justificados por la retícula, el centro se deja limpio para la fotografía o ilustración. El imatotipo llevará una sombra negra para destacarla de los colores del fondo de la página.



3.19

Interiores

Los elementos de la página son integrados y justificados cada uno de ellos.

FOTOGRAFÍA.-Las fotografías o ilustraciones se introducirán con toda libertad según convenga al diseño, pueden ir a sangre y recortadas considerando la retícula pues esta ofrece amplias variantes de acomodar la imagen con el texto. Las imágenes se podrán poner en toda la página y doble página, o tradicionalmente justificada por las columnas y medianiles. Su aplicación puede ir desde una fotografía en sello de agua, virada, en negativo; con toda libertad de experimentación.

TEXTO BASE.-Los párrafos tendrán sangrías, esto dará mayor ritmo al texto y funcionará mejor, causando dinamismo. Dentro del texto base se resaltarán los subtítulos con la misma fuente tipográfica en peso bol.

ENCABEZADOS.-Los encabezados en la página izquierda (o página non) se ubicará según la retícula en la parte superior izquierda, y en la página derecha (o página par) se colocará según la retícula en la parte superior izquierda.

CORNISA.-La cornisa se ubicará según la retícula en ambas páginas en la parte superior derecha, cuando se requiera. Se tiene la opción de eliminarse cuando se requiera, por ejemplo: cuando el artículo es de una sola página, basta sólo con el título, además en tales ocasiones no satura tanto la página, en algunas revistas comerciales son eliminados y sólo se ubica en la página cuando el artículo es de dos o más páginas.

REITERADOR.- El reiterador se colocará en la página izquierda (o non) en la parte inferior

izquierda junto con el folio, estos sólo se recorran y en la página derecha se ubicará en la parte inferior del lado contrario, es decir, en la parte inferior derecha de la página. Estas están justificadas por los medianiles. En la página izquierda el folio y el reiterador inician en la traza de la retícula sin considerar el medianil, esto rompe con la tensión y monotonía del diseño para crear un movimiento. Y en la página derecha la "n" de joven esta justificada con el medianil que justifica la columna.

PRIMERA DE FORROS.-Primera de forros es netamente la portada, es el primer contacto que tendrá el lector con la revista. Se pondrán los títulos de los artículos que se crean más importantes junto con el cintillo que tendrá los datos más elementales, ya que no es una revista lucrativa, no es necesario código de barras entre otros elementos, para no saturar la portada.

SEGUNDA DE FORROS.-Segunda de forros estará dedicada en todos los números de la revista a la página de contenido.

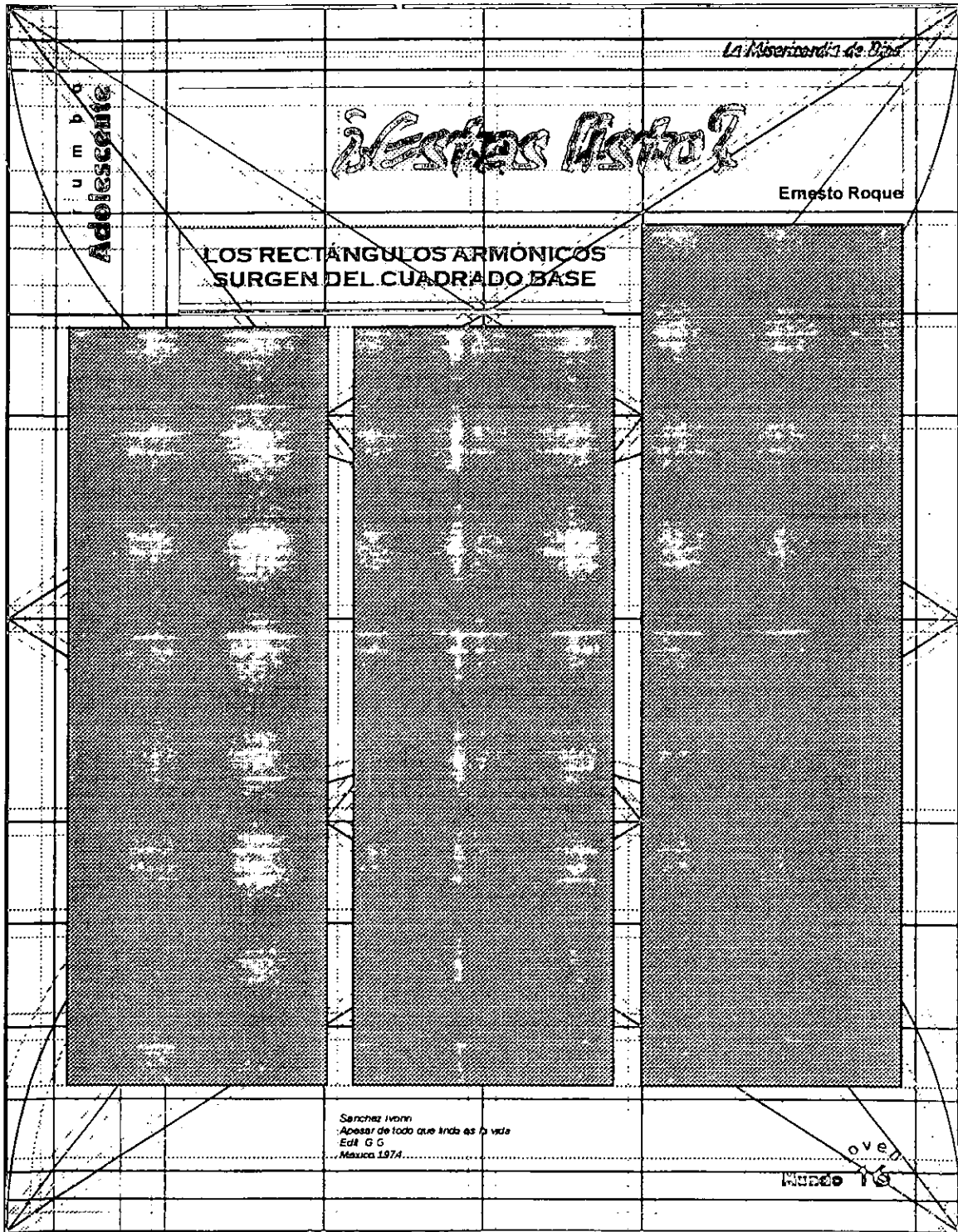
TERCERA Y CUARTA DE FORROS.- Tercera y cuarta de forros esta dedicada completamente a patrocinadores o promociones de productos, servicios o eventos. Estas páginas estarán completamente libres para la publicidad de los colegios o productos que Iglesia Adventista ofrezca. No llevarán folio, y tienen la opción y libertad de manejar la tipografía, el color, tamaños y elementos ornamentales que ellos requieran, con una sola regla que todo diseño generado en estas páginas serán realizadas y justificadas con la retícula. No olvidar que estas páginas tendrán un mayor impacto visual.

ELEMENTOS ORNAMENTALES.- La aplicación de los elementos ornamentales será de manera libre, correspondiendo al diseño del artículo. Se considerará la aplicación de la pleca que divide el epígrafe del texto base en todos los

los artículos, la pleca sera del 1mm de ancho y en la plecas opcionales las cuales separan o jerarquizan información serán de 0.5 mm de ancho. En el caso de separar un artículo de otro en la misma página, se tiene la opción de aplicar una pleca generada por círculos que ayudará a dividir los artículos y tendrá una connotación ornamental. La separación sera vertical, ocasionando mayor tensión visual y causará dinamismo, debido a que percibimos de manera horizontal.

NOMBRE DEL AUTOR.-Cada artículo tendrá que llevar el nombre de su autor, este será en un tamaño de 11 puntos, en Arial de peso bol y de envolvente y eje normal, esto permitirá que se lea claramente y realzará la participación del autor. Se aplicará según la retícula en la parte superior derecha, entre el texto base y el título del artículo. Si se requiere poner el nombre del autor de la cita del epígrafe, esta será en la fuente tipográfica de arial, con un tamaño de 7 puntos; de eje y envolvente normal.

Todos los elementos en la página están justificados por la retícula.



Todos los elementos en la página están justificados por la retícula.

r
u
m
b
o

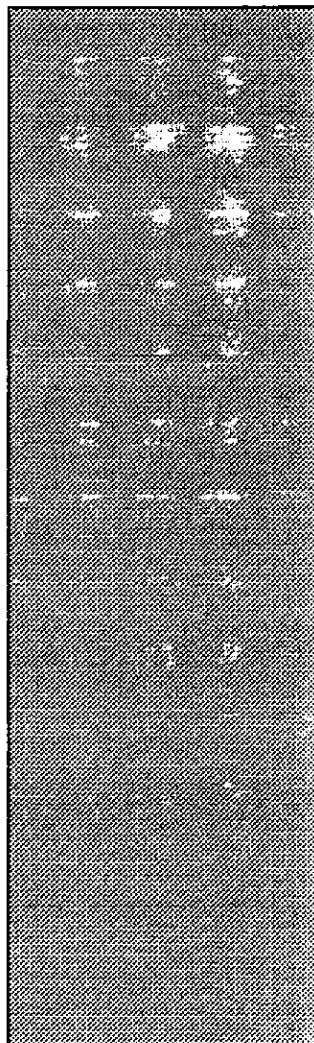
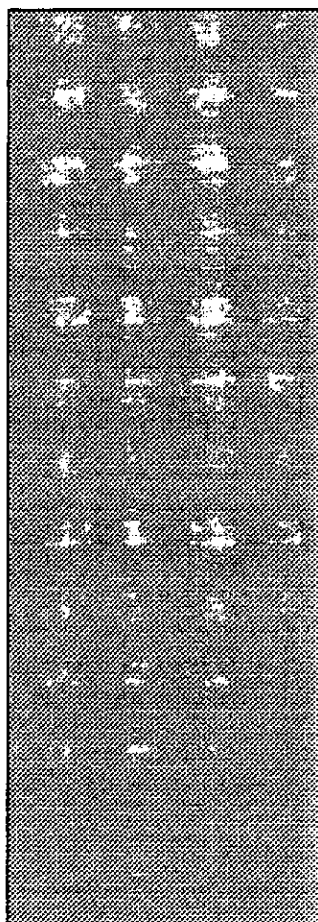
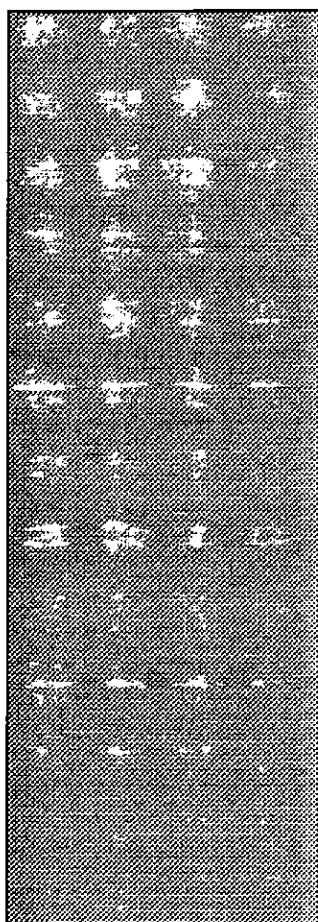
Adolescente

La Misericordia de Dios

¿Estos Asido?

Ernesto Roque

LOS RECTÁNGULOS ARMÓNICOS SURGEN DEL CUADRADO BASE



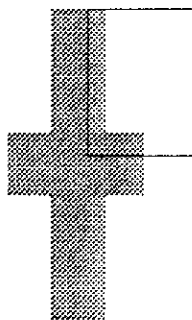
Sanchez Ivonn
A pesar de todo que hizo es la vida
Edi G G
México 1974

Joven
Mundo 16

3.20 Página de Contenido

La página de contenido siempre se ubicará en la segunda de forros, la cual presentara un mensaje de la Casa Editorial, el Índice del Contenido, el Comité que dirige la realización de la Revista, los datos de autorización de la reproducción de la revista, dirección de las oficinas y lugar de impresión; el E mail, la fotografía de la portada y autor, junto con la imagen gráfica de la revista.

La página de contenido tiene un elemento decorativo, color verde que tiene la connotación de resurrección, este elemento decorativo es una parte de la cruz cristiana que representa nuestra esperanza en la muerte de Jesús.



La identidad gráfica se ubicará en la parte superior derecha delimitada por la retícula.

La tipografía para indicar el número de la página sera BlacklightD de 42 puntos con un movimiento, para crear dinamismo.

Los legales serán en tipografía arial del tamaño de 7 puntos , quedará limitada por la retícula.

La página de contenido no llevará folio ni reiterador, se sobreentiende su función.

Para el nombramiento y cargo en la directiva se eligió la fuente tipográfica Chelthem BT de 15.4 puntos de tamaño y Blackligh D para contrastar las formas casuales y formales, el tamaño es de 13 puntos; los nombres de los directivos llevan una sombra para destacar el nombre.

Para el mensaje del la casa editorial se eligió la nuevamente Chelthem BT para darle la seriedad e intensión que el editor requiere. el tamaño es de 11.5 puntos. estos

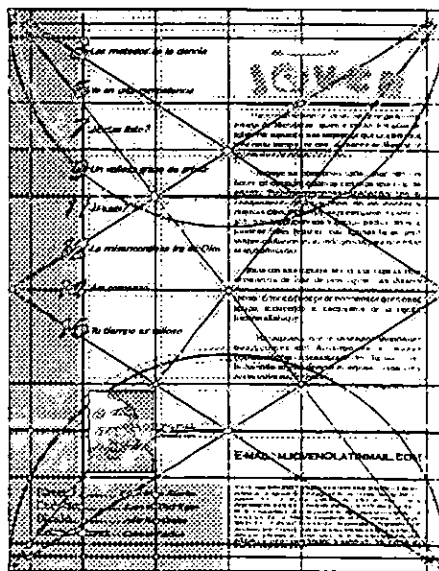
Para el e-mail de "mundo Joven se eligió la fuente Copperplate Gothic bol de 16 puntos.

Para los títulos de los artículo de la revista se empleó la fuente tipográfica Blackligh B de 15 puntos.

Las fuentes tipográficas utilizadas en la página de contenido son las mismas que se emplean en toda la revista, lo cual dará una armonía en el proyecto.

Aparecerá la fotografía de la portada y su autor, destacando su participación.

Todo elemento en la página esta justificado por la retícula.



Todos los elementos en la página están justificados por la retícula.

3 *Los métodos de la ciencia*

5 *Yo en una competencia*

7 *¿Estas listo?*

9 *Un valioso grano de arena*

11 *¿Pesas?*

12 *La misericordiosa ira de Dios*

14 *Así comenzó*

16 *Tu tiempo es valioso*

mundo JOVEN

Hace poco leí acerca de un Señor originario del estado de Michoacán, quien cumplió 104 años de edad. Por supuesto, nos sorprende que una persona viva tanto tiempo, ya que, al menos en México, la expectativa de vida es de 72 años.

Aunque no cumplimos tantos años como el Señor en cuestión, estamos cerrando uno más de edición. Podemos sentirnos agradecidos con el Todopoderoso orque a pesar de las muchas y distintas dificultades que se presentaron durante el año, nos ha preservado y hemos podido servir a nuestros fieles lectores, con algunas fallas, pero siempre contando en su indulgencia para que estas sean disimuladas.

Junto con este número, se cierra un capítulo en la experiencia de Juan de Dios Rojas Velázquez, quien casi durante diez años estuvo laborando como redactor en esta revista. El ha sido testigo de los cambios que hemos tenido, incluyendo el nacimiento de la revista hermana Enfoque.

Por supuesto que le deseamos abundantes bendiciones del Altísimo en su nueva responsabilidad eclesial en Tuxpan, Ver., incluyendo en este deseo a su esposa Guadalupe y sus hijos Berenice e Ismael.

Cesar Maya Montes



Foto-Portada
Celeste Ceja

E-MAIL: MJOVEN@LATINMAIL.COM

Director..... *César Maya Montes*
Redactor..... *Juan de Dios Rojas*
Diseño..... *Julio Hernández*
Colaboradores .. *Garmen Puchoc*

Año 13 Agosto del 2000. Publicación mensual de temas generales y religiosos editada por la Agencia de Publicaciones México Central, vacatas 598 col Narvarte D.F. C.P. 577570. Certificado de Licitud de Título n. 45494 Registrante la dirección General de Derechos de Autor con la reserva n. 5643674 concedida el 28 de Septiembre de 1995 impresa en Craficas. La Prensa S.A. DE C.V. Dirección Prolongación de Pinón 54546 Co. Arenal México D.F. C.P. 356464. Tel. 5451-12-21. Responsable de Publicación Pedro Hernández. Solo cualquier material literario o artístico remitido a la redacción llega a ser propiedad de Mundo Joven. No se devuelven originales. Sean publicados o no. Queda prohibida la reproducción total o parcial de materiales sin permiso del editor.

3.21

**Reproducción
y Cotización**

REPRODUCCIÓN

*La revisita "Mundo Joven", esta com-
puesta de 20 páginas

* Las cuales se imprimirán por medio del
sistema de impresión Offset a cuatro tintas
(amarillo, magenta, cian y negro).

*El encuadernado sera engrapado de
acero debido al número de páginas y por costos
más económicos.

*El papel que se utilizará para la revista es
cucho, 100 gr.

Total.....\$37,300.00

Nota. Sin iva

Impresiones "Torres" S.A. De C.V.
Imprenta, Offset, Grabado en Acero, Encuadmación,
Sociales y Comerciales.
Calle Jesús Araujo Lt. 17 Mz. 4
Col. Agrarista C.P. 09760 México, D.F.
Tels. 5692-17-24 y 5690-67-37

COTIZACIÓN

Diseño- Concepto de Diseño Editorial de la
Revista.....\$20,000.00

Negativos-.....\$ 7,500.00

Diagramación-.....\$ 1,500.00

Tiraje de 1000 revistas

Papel.- Papel Cuché de 100 gr.....\$ 2,700.00

Impresión.- Offset (cuatricomía).....\$ 4,800.00

Acabado.- Engrapado y Refinado.....\$ 800.00

Conclusiones

El Diseño Gráfico es un lenguaje estructurado, con un desarrollo y finalidad específica. En su composición interna, se configura por un conjunto de signos y símbolos con significados, características propias e intrínsecas y funcionalidad dinámica. Elaborará un discurso visual interpretativo para un núcleo social con fines comunes. Sus atributos asumen un papel determinante en el proceso de la comunicación.

El conocimiento de los signos es esencial para todo concepto gráfico, ignorarlos es como navegar sin distinguir los puntos cardinales. Expresar correctamente un mensaje, dependerá del conocimiento del diseñador y su capacidad en el uso de las técnicas visuales.

El diseño editorial emerge de una necesidad masiva en la sociedad por comunicar el mundo cambiante y transmitir inquietudes y necesidades de su entorno. Buscando una respuesta inmediata de sus receptores.

Los conocimientos adquiridos en la ENAP tuvieron lugar en la capacitación de la base estructural de lineamientos en el área del diseñador, los cuales, sin duda alguna, resultaron sólidos para un buen desarrollo profesional. Al laborar en el campo profesional se experimenta el agitado ritmo de trabajo que el medio requiere; en la ENAP se aprende que el diseño es un proceso que inicia con una lluvia de ideas, hasta la selección de la imagen final. Por exigencias de tiempo, se saltan algunos pasos para obtener la imagen final, lo que provoca olvidarse del diseño como proceso comunicativo y enfocarlo en una producción gráfica sin fundamentos, creando imágenes superficiales y conceptos carentes de base sólida.

Existe una reñida competencia en el mercado del Diseño Gráfico, debido a que muchos negocios del ramo ofrecen el servicio, no como una disciplina, sino como complemento a su trabajo de reproducción, regalan el diseño o cobran una mínima cantidad.

Al experimentar esta situación en el campo profesional, debemos ubicarnos en el papel de diseñador exigiéndose un trabajo con clara y estricta ética de producir imágenes basadas en un lenguaje gráfico que funcione en la comunicación gráfica, mediante un cuidadoso manejo de cada elemento que intervenga en el mensaje visual, tomando en cuenta, que cada parte interactúa como un todo, considerando su acción y reacción ante la percepción humana.

El diseño elaborado para "Mundo Joven", pretende mostrar su actividad y el fundamento religioso y serio que requiere, sin olvidar al público joven quien es el foco central de su circulación y mensaje; se unificó con la imagen principal mediante los elementos de cada página, que pese a su carácter individual de información se unificaron como un solo ente informativa, con objetivos claros y precisos.

El diseño editorial es una disciplina compleja y muy amplia que exige la más alta calidad profesional, espero que la recopilación de información sobre este tema, sirva a los estudiantes en su formación académica, pero sobre todo al diseñador que se enfrenta un mercado exigente y agitado para que no olvide ¿qué es el Diseño? y sus bases. Es necesario mantener una ética profesional de lealtad al diseño gráfico, para no violar sus lineamientos estructurales; los cuales son la base de nuestra formación y desarrollo profesional. Ser integro en uno de los elementos del éxito, una frase que me inspira, el cual deseo dejar en sus mentes es: "el éxito no es el resultado de la casualidad, sino de la integridad, del arduo y perseverante esfuerzo y junto con la dirección divina de Dios." (Pérez Braulio, La Conquista del Éxito, página 12, Edit. APIA, México 1995).

Bibliografías

Albertine Gaur

Historia de la Escritura

Edit. Fundación Germán Sánchez

Madrid 1990

Alfaro Sánchez Andrés

La Importancia de la Lengua Inglesa en al

formación del

Diseñador Gráfico

Tesis

Arnold Edmund C.

Diseño Total de un Periodico

Edit. Edamex

México, 1985

Aumont Jacques

La Imagen

Edit. Paidós

España 1992

Baroni Daniele

Diseño Gráfico

Edit. Folio

Barcelona 19991

Beltrán Félix

Acerca de Diseño

Edit. Cuadernos de la Revista Unión

Beri Susa y Martín Judy

Diseño y Color

Edit. Blume

España 1999

Casiodoro de Reina, rebisada por Cipriano de

Valera

Biblia Antigua Versión

Edit. Broadman & Holman Publisher

Costa Joan

Imagen Global

Edit. Ceac

Perú

Chaves Norberto

La Imagen Corporativa

Edit. G.G.

México, 1994

División Interamericana

Revista Dialogo Universitario

Volumen 2

No. 3

Edit. Pacific Press

México 1990

Dirección Manuel Salvat

Teoría de la Imagen

Edit. Salvat

España 1974

Dirección Manuel Salvat

Teoría de la Comunicación

Edit. Salvat

España 1974

Dirección Chevalier Jean

Diccionario de Símbolos

Barcelona 1993

Dondis D. A.

La Sintaxis de la Imagen

Edit. G.G.

México 1992

El Gran Libro del Color

Edit. Blume

Barcelona 1982

Enciclopedia

Áreas, Consultor, Didáctico, Historia

Edit. Nauta

México 1985

Frutiger Adrián

Signos, Símbolos, Marcas, Señales.

Edit. G.G.

MÉXICO 1981

Gordon Maggie y Dodd Eugenie

Tipografía Decorativa

Edit. G.G.

México 1994

Karch Robert
Manual de las Artes Gráficas
Edit. Trillas
México 1981

Kuppers Harald
Atlas de los Colores
Edit. Blume

Kuppers Harald
Fundamentos de la Teoría de los Colores
Edit. G.G.
México 1992

Lewis John
Principios Básicos de Tipografía
Edit. Trillas
México 1974

Manjada Sanz Alfonso
Calculo Editorial
Edit. Fundación Germán Sánchez
Madrid 1988

McQuail
Introducción a la Teoría de la Comunicación de Masas
Edit. Paidós
México 1996

Muller Josef- Brockman
Sistema de Reticulas
Edit. G.G.
Barcelona 1982

Ortiz Georgina
El Significado de los Colores
Edit. Trillas
México 1992

Owen William
Diseño de Revista
Edit. G.G.
México 1991

Pierre Cabane
Diccionario Universal del Arte
Edit. Argos Vergara
Barcelona 1979

Ruder Emil
Manual de Diseño Tipográfico
Edit. G.G.
México

Scheison Daniel A.
Comunicación Estratégica
Edit. Macchi
Buenos Aires 1993

Swann Alan
Como Diseñar Reticulas
Edit. G.G.
Barcelona 1990

Swann Alan
Bases del Diseño Gráfico
Edit. G.G.
México 1990

Swann Alan
El Color en el Diseño
Edit. G.G.
Barcelona 1993

Tejada Palacios Luis
Gestión de la Imagen Corporativa
Edit. Norma
México 1987

Tosto Pablo
La Composición Aúrea en las Artes Plásticas

Tubaro Antonio e Ivana
Tipografía
Edit. Universidad de Palermo
Milán 1992

VanDyke Scott
De la Línea al Diseño
Edit. G.G.
México 1986

Villegas Carvallo Ana S.
Manual del Editor
Edit. Secretaría de Educación e Investigación Tecnológica
México 1997

Weill Georges
El Periódico
Edit. UTEHA
México 1962

White Elena
Primeros Escritos
Publicaciones Adventistas
México 1999

White Elena
El Conflicto de los Siglos
Edit. Publicaciones Interamericanas
Pacific Press
1998

Coller David y Cotton Bob
Diseño para la Autoedición
Edit. G.G.
Barcelona 1992

Azúa Claudia, Calles Francisco
Rediseño de la revista Porcira y Avirama
Tesis UNAM-ENAP
México, 1994

Castellanos García Luis,
Diseño Editorial, Elementos y Metodología
para la Composición Gráfica por Computadora.
Tesis UNAM-ENAP
México, 1996