



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
Escuela Nacional de Artes Plásticas

"La revista; elementos, composición gráfica, aplicación en la realización
de un manual editorial para la revista "México Rural"."

Acompañado de un disco compacto

Tesis que para obtener el título de:
Licenciado en Diseño Gráfico

Presenta
César Guillermo Pimentel Hernández

Director de tesis
Lic. Alfonso Aguilar Jiménez



DEPTO. DE ASESORIA
PARA LA TITULACION
ESCUELA NACIONAL
DE ARTES PLASTICA
XOCHIMILCO D.F.

México, D.F. 2004



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

A mi Director
Alfonso Aguilar Jiménez

A mis Sinodales
Joaquín Rodríguez
Alfonso Escalona
Mauricio Azcatl
Héctor Aguilar

A la Universidad Nacional
Autónoma de México

A la Escuela Nacional
de Artes Plásticas

A todos, que con su apoyo
pude finalizar este proyecto

Muchas Gracias
César GPH.

Índice	
Introducción	
1. Diseño editorial	10
1.1 Clasificación	11
1.2 Revistas	14
1.2.1 Características	14
1.2.2 Clasificación	16
1.2.2.1 Distribución	17
1.2.2.2 Contenido	18
1.2.2.3 Temas	19
1.4 Diseño de revistas	21
1.4.1 Autoedición	21
1.4.2 Tipografía	23
1.4.2.1 Fuentes tipográficas	26
1.4.2.2 Composición tipográfica	27
1.4.2.2.1 Tipografía para cuerpo de texto	28
1.4.2.2.2 Fuerza de cuerpo (tamaño de letra e interlínea)	29
1.4.2.2.3 Espacio entre caracteres, palabras y pares de letras	30
1.4.2.2.4 Párrafos	31
1.4.2.2.5 Ríos, corrales, calles, viudas, huérfanas	34
1.4.3 Sistema reticular	35
1.4.3.1 Márgenes	37
1.4.3.2 Mancha	37
1.4.3.3 Reticula	38
1.4.3.4 Columnas	38
1.4.3.5 Diagramación	39
Conclusiones del capítulo uno	40
2. Manual editorial	44
2.1 Función	44
2.2 Elementos a considerar	45
2.2.1 Forros	45
2.2.1.1 Portada	46
2.2.1.2 Lomo	50
2.2.1.3 Segunda y tercera	51
2.2.1.4 Contraportada	51
2.2.1.5 Forros plegables	52
2.2.2 Interiores	52
2.2.2.1 Directorio	53
2.2.2.2 Registros	54
2.2.2.3 Editorial	56
2.2.2.4 Sumario	57
2.2.2.5 Publicidad y anuncios	57
2.2.2.5.1 Publiirreportajes	58
2.2.2.6 Secciones	59

2.2.2.7 Artículos	60
2.2.2.7.1 Elementos tipográficos	61
2.2.2.8 Elementos ilustrativos	68
2.2.2.9 Elementos reforzadores	70
2.2.2.10 Artículo complementario	73
2.2.2.11 Anexos y suplementos	73
2.3 Lineamientos	74
2.3.1 Página maestra	74
2.3.2 Hoja de estilo	75
Conclusiones del capítulo dos	76
3. Método de diseño	80
3.1 Método DIANA	80
3.2 Metodología	83
Conclusiones del capítulo tres	89
4. Revista "México Rural"	92
4.1 Recursos (económico, humano y material)	92
4.2 Características	94
Conclusiones del capítulo cuatro	97
5. Desarrollo del manual editorial	100
5.1 Construcción del sistema reticular	101
5.2 Manual editorial	105
Indicaciones	106
Tabla de contenido del manual	107
I Portada	108
A Cabezal	109
B Imagen	110
C Cintillo	111
D Segundas	112
II Interiores	114
A Editorial	116
B Directorio, Registros	117
C Sumario	118
D Artículos	120
1 Elementos tipográficos	120
2 Elementos ilustrativos	129
3 Elementos reforzadores	131
III Especificaciones	134
A Soporte	134
B Páginas maestras	136
C Hoja de estilo	138
IV Glosario de términos	140
Conclusiones finales	143
Fuentes de información	146
Anexo	149

2.2.2.7 Artículos	60
2.2.2.7.1 Elementos tipográficos	61
2.2.2.8 Elementos ilustrativos	68
2.2.2.9 Elementos reforzadores	70
2.2.2.10 Artículo complementario	73
2.2.2.11 Anexos y suplementos	73
2.3 Lineamientos	74
2.3.1 Página maestra	74
2.3.2 Hoja de estilo	75
Conclusiones del capítulo dos	76
3. Método de diseño	80
3.1 Método DIANA	80
3.2 Metodología	83
Conclusiones del capítulo tres	89
4. Revista "México Rural"	92
4.1 Recursos (económico, humano y material)	92
4.2 Características	94
Conclusiones del capítulo cuatro	97
5. Desarrollo del manual editorial	100
5.1 Construcción del sistema reticular	101
5.2 Manual editorial	105
Indicaciones	106
Tabla de contenido del manual	107
I Portada	108
A Cabezal	109
B Imagen	110
C Cintillo	111
D Segundas	112
II Interiores	114
A Editorial	116
B Directorio, Registros	117
C Sumario	118
D Artículos	120
1 Elementos tipográficos	120
2 Elementos ilustrativos	129
3 Elementos reforzadores	131
III Especificaciones	134
A Soporte	134
B Páginas maestras	136
C Hoja de estilo	138
IV Glosario de términos	140
Conclusiones finales	143
Fuentes de información	146
Anexo	149

Introducción

En el ámbito del diseño editorial, existen revistas con problemas en el diseño. Sucede que en muchas publicaciones hay diseñadores que no están debidamente capacitados para realizar un trabajo adecuado al respecto; estos diseñadores desconocen la función del diseño editorial, y de la revista, por consiguiente de como se clasifican y de los elementos documentales y gráficos que deben considerarse para su diseño; esto ocasiona que algunas de estas publicaciones parezcan catálogos o folletos más que revistas.

También, ocurre que quienes realizan el diseño de la revista, no tienen la capacidad para el manejo de los elementos y técnicas de comunicación visual. Ejemplo claro de esto es el manejo de la tipografía, ya que aplican varias fuentes tipográficas, tanto en encabezados como en el cuerpo de texto; Puede suceder que estas fuentes son seleccionadas por ser las únicas que se tienen disponibles en el sistema de la computadora y sucede que estas no son las adecuadas para el diseño editorial o para el contenido de la revista. Otro problema en la tipografía es el tamaño; en algunos casos, los artículos utilizan un puntaje muy pequeño, que no es de fácil lectura.

En el manejo de la retícula, sucede que la estructura no esta definida o no es la adecuada, ya que se observa desorden en la disposición de los elementos y esto ocasiona dificultad en la comprensión de la información.

El no tener lineamientos en qué basarse para realizar el diseño de cada uno de los números de la revista, ocasiona que no se usen los mismos estilos tipográficos y de página, además del uso de diversas redes y composiciones totalmente distintas.

El desconocimiento del genero de la revista, su diseño, y la falta de un manual editorial; produce desorganización de los elementos documentales y gráficos; además de proyectar en la revista una imagen indefinida, sin continuidad y sin identidad. Todo diseñador gráfico o editorial debe tener conocimiento de la utilidad del manual editorial para una revista o cualquier publicación ya que es muy importante para crear una continuidad e identidad. En la revista México Rural es necesario establecer esta identidad por medio de sus elementos del diseño gráfico y para ello es conveniente realizar un estudio para tener muy claro las características de la revista su función y uso de los elementos gráficos que la componen; además del manejo adecuado de estos elementos, también se necesita conocer la utilización del sistema reticular y la tipografía en el diseño de revistas. Esto con el fin de crear un manual editorial para la revista México Rural, que edita la Confederación Nacional de Propietarios Rurales (CNPR).

Es importante tener conocimiento del diseño de revistas para la realización de un manual editorial; Ya que en él se expresa las características y los lineamientos en el manejo del sistema reticular, la tipografía y de los elementos tipográficos, ilustrativos y reforzadores de una revista.

Con esto, se logrará crear un estilo e identidad para la revista México Rural, ganarse la confianza del lector, que redundaría no solo en beneficio de la revista y sus artículos, sino también en la Confederación Nacional de Propietarios Rurales, editora de esta publicación.

El manejo adecuado del sistema reticular y la tipografía será de gran utilidad a la revista, ya que también le ayudara a mantenerse organizada; hacer la lectura de los artículos más ágil y agradable; inclusive comunicar la política editorial y filosofía de la Confederación de forma más clara.

Este trabajo, además de serle útil a la revista México Rural y a la CNPR, también le será útil a la Universidad Nacional Autónoma de México, a la Escuela Nacional de Artes Plásticas y los profesores, ya que contarán con un material auxiliar en la preparación de los estudiantes de diseño y comunicación visual, asimismo a todo aquel que esté relacionado y tenga interés en el diseño editorial, en especial el de revistas, ya que no se conoce ningún texto que trate sobre los componentes y características de una revista, así como de un manual editorial.

La primera parte de este trabajo de investigación trata sobre el estudio de la revista desde la perspectiva del diseño editorial. Pero para ello antes se hará una amplia revisión sobre el diseño editorial y su importancia, así como los impresos de que se encarga éste, como se cataloga y sus características. Después se realiza un estudio de la revista desde la parte física y documental y su colocación en la clasificación de los soportes editoriales, así también sus características interiores y los componentes gráficos que la forman. Se conocerá a fondo estos componentes esenciales que son la tipografía y el sistema reticular y su importancia para el diseño de una revista. Para ello es necesario el conocimiento de las herramientas digitales que se utilizan para el desarrollo de una revista.

La segunda parte trata sobre el manual editorial, explicando sobre la importancia de este para el establecimiento de un estilo. También se hará un estudio de los elementos que se consideran para la conformación de una revista, estos son los tipográficos, los ilustrativos y los reforzadores, las características que tienen estos y la forma de utilizarlos ya que estos contendrán en las especificaciones del manual editorial. Además en este capítulo se aborda las herramientas que se utilizan para el desarrollo del manual dentro de la autoedición, como las hojas de estilo y las páginas maestras.

La tercera parte de este trabajo abordamos sobre la importancia del método de diseño y el desarrollo de la metodología para el proyecto de la revista México Rural.

El cuarto capítulo elaboramos una investigación sobre la revista México Rural, sus características internas y externas, los recursos disponibles para su edición y las características en su construcción y conformación gráfica, que servirá para conocer las deficiencias y suficiencias de la revista.

Por último con base al estudio y las investigaciones, se desarrollará un sistema reticular adecuado y el manual editorial para la revista México Rural, explicando cada un de los componentes que contendrá y sus especificaciones para su correcta aplicación y sistematización en la edición.

En base al conocimiento, los conceptos, elementos y funciones de la revista, se podrá desarrollar una propuesta de manual editorial para la revista "México Rural" y con esto intentar generar una identidad, para la misma.

Handwritten scribbles consisting of several short, dark lines and dashes, possibly representing a signature or initials.

Capítulo uno

Diseño editorial

contenido

Diseño editorial
Clasificación

Revistas
Características
Clasificación

Diseño de revistas
Autoedición
Tipografía
Sistema reticular

1. Diseño editorial

Antes de estudiar a la revista de acuerdo a su aspecto gráfico es indispensable definir claramente en que consiste el diseño editorial y de que se encarga éste. Pareciera que el diseño de una revista sólo se tratase de pegar y acomodar fotos y texto en una hoja en blanco, pero como veremos el diseño editorial es algo más complicado, se requiere de conocimientos de diferentes áreas, además de una estrecha relación con diferentes personas a lo largo del proceso de una publicación para que esta tenga una excelente calidad.

El diseño editorial es una rama del diseño y la comunicación visual. Al igual que los otros campos del diseño como lo es la simbología, la multimedia, la fotografía, la ilustración, el diseño tridimensional como el diseño de envase, empaque y soportes tridimensionales, etcétera; se relacionan y se complementan unos con otros. En la creación de un producto gráfico, por ejemplo una revista, se relaciona con las otras áreas del diseño, porque necesita de los mismos elementos y técnicas de comunicación visual, que son desde el punto y la línea, hasta el equilibrio y la simetría, además del uso de una metodología del diseño. Y se complementa con las demás áreas como la fotografía, la ilustración y la simbología, porque al realizar una revista se necesita integrar estos elementos para el producto final.

El diseño editorial considera las siguientes partes; una es el diseño y organización visual de todos los elementos gráficos que constituyen el contenido editorial y la otra es el diseño de la portada en una edición impresa. ¿Pero qué es una edición impresa? existen tres definiciones de ésta que son: 1) "La edición es, el conjunto de operaciones y pasos previos a la publicación de un impreso cualquiera" ¹ 2) "impresión o estampación de una obra o escrito para su publicación" ² 3) "el conjunto de ejemplares de una obra impresos de una sola vez sobre el mismo molde". ³ Entonces, el diseño editorial entra dentro del conjunto de operaciones y pasos previos a la publicación de un impreso.

Las operaciones y pasos previos a la publicación llevan a cabo diversas labores editoriales, algunos de los especialistas que llevan este cometido son, lo autores, los escritores, reporteros, correctores, etc., una de estas labores dentro de la edición es el diseño editorial, del que se encarga el diseñador gráfico o comunicador visual. Dentro del proceso de diseño editorial se lleva a cabo una serie de etapas, estos son desde la configuración del proyecto, (o sea, es la preparación y el estudio previo, que es condición necesaria para confeccionar cualquier impreso) creación, estructuración del espacio, disposición, corrección, compaginación, bocetaje, pre prensa, a la revisión de la impresión y el acabado. ⁴

⁽¹⁾ Dreyfus, John, *Diccionario de la edición y de las artes gráficas*. 1990, Pág. 175.

⁽²⁾ Martínez de Sousa, José, *Diccionario de tipografía y del libro*. 1981, Pág. 86.

⁽³⁾ *Diccionario de la lengua española*. Real Academia Española de la lengua, 1983, Pág. 503

⁽⁴⁾ Martín, Euniciano. *La composición en las artes gráficas*. 1970, Pág. 131,224.

En el diseño editorial como en cualquier proyecto de diseño, el factor principal es la comunicación, ya que en "todo producto final del diseño es en definitiva un mensaje"⁵ entonces, ¿como se puede difundir el mensaje de una manera clara y eficaz? por medio de la legibilidad, fundamental en el diseño editorial.

La legibilidad se refiere a que cada elemento que se encuentre en una revista no sea solo visible sino que se entendiese claramente, desde una

gran ilustración hasta un pequeño punto final. La legibilidad deberá tenerse presente en todo el proceso de diseño editorial.

Una buena legibilidad se logra por medio del uso adecuado de los elementos del diseño como lo es la tipografía, el espacio, el color, etc. Además de tener los conocimientos suficientes sobre los soportes gráficos como el libro, la revista, el periódico, etcétera.

1.1 Clasificación

Debido a la gran cantidad de ediciones impresas que existen hay algunos que son incorrectamente nombrados como soportes editoriales por ello aquí se trata de poner un orden clasificando y explicando cada uno de los impresos, para conocer cuales son los que específicamente se encarga el diseño editorial.

Los impresos se pueden dividir de tres maneras, por un lado están las publicaciones editoriales, por otro las publicaciones paraeditoriales y por último están los impresos extraeditoriales, extralibreros o no editoriales.

Martínez de Sousa⁶ dice que las publicaciones editoriales comprenden principalmente a los li-

brros en todas sus formas. También explica que las publicaciones paraeditoriales son el conjunto de impresos, que sin ser libros, tienen con ellos muchas similitudes, ya sea por su figura o por la manera de confeccionarlos. Comprende todas las publicaciones periódicas, como son los diarios, las revistas, y otras publicaciones que pueden tener una alta cantidad de texto y que mantienen una periodicidad como pueden ser gacetas, catálogos, historietas, folletos, calendarios, manuales, volantes, boletines, carteles informativos también llamados carteles-texto⁷ y desplegados como dípticos, trípticos, etc., donde en ellos se reproducen textos e imágenes.



Libro



Gaceta



Revista



Manual



Periódico

⁵ Santos, Francisco, *Contra un diseño dependiente*. 1977, Pág. 202.

⁶ Martínez de Sousa, José, *Diccionario de información comunicación y periodismo*. 1992, Pág. 256.

⁷ Son los que se limitan a una composición en caracteres muy legibles. Dreyfus, John, *Op cit.*, Pág. 405.

Martín Euniciano⁸ indica que los impresos extraeditoriales o no editoriales son hojas impresas, sencillas, con uno o más dobleces o con más hojas, sin tener niveles altos de impresión como las publicaciones. Dreyfus⁹ les llama trabajos de remendería, menciona que estos son para las necesidades de una clientela local numerosa, cuyos pedidos son múltiples pero de tirada reducida, se manejan sobre todo en empresas medianas o pequeñas, instituciones privadas o de gobierno y para uso personal. A continuación se muestra una clasificación de este tipo de impresos de acuerdo a Martín Euniciano y Martínez de Sousa.¹⁰

Impresos sociales o de fantasía; como invitaciones, minutas, felicitaciones, diplomas, homenajes, participaciones, recordatorios, esquelas, programas de actos, etcétera.

Impresos de presentación e identificación; Tarjetas de visita, pasaportes, tarjetas de presentación, credenciales, gafetes, etc.

Impresos de correspondencia; Postales, cartas comerciales y particulares, saludas, oficios, sobres, circulares, etcétera.

Impresos para administración o de contabilidad como son: Facturas, notas, cuentas, recibos, honorarios, formas continuas, fichas de control, albaranes, etcétera.



Impresos Sociales



Impresos de presentación

Impresos de información comercial e industrial como son: catálogos y muestrarios, lista de precios, prospectos, plegables, etc.

Impresos para expedición como: etiquetas, envoltorios, cajas, envíos, fundas, bolsas comerciales, estuches, etcétera.

Talonarios y papeles de valor; estos son, cheques, talones, letras de cambio, acciones, entradas, billetes, sellos, etcétera.

Publicidad o impresos publicitarios: anuncios, carteles, volantes, folletos, octavillas, plegables, separadores, calendarios, almanaques, anuarios, agendas, etcétera.



Impresos para administración o contabilidad



Impresos para expedición



Impresos publicitarios

⁸ Martín, Euniciano. *Op cit.*, Pág. 222.

⁹ Dreyfus, John, *Op cit.*, Pág. 677.

¹⁰ Martínez de Sousa, José, *Diccionario de información* ..., 1992, Pág. 257.

Cabe mencionar que dentro de las publicaciones existen las que son impresas y las digitales o electrónicas. En las publicaciones digitales, los libros, revistas y periódicos se transmiten por medio de la computadora, es decir se leen a través de una pantalla.¹¹ Este tipo de publicaciones se difunden por redes como internet o por medios informáticos como los discos compactos. Su formato es muy distinto a las publicaciones impresas, ya que depende del tamaño y resolución del monitor; no se limita sólo a texto e imágenes sino que se complementa con audio y movimiento. Existen muchas publicaciones que se encuentran en versión impresa y electrónica pero generalmente las que se encuentran en versión digital son sólo un complemento de su homólogo impreso, Así también hay las que sólo existen en versión impresa pero actualmente ya muchas publicaciones también se encuentran también en su formato electrónico.



Versión digital



Versión impresa



Revista digital

El diseño editorial se encarga principalmente de las publicaciones impresas, estas son las que en papel se reproducen por medio de la imprenta u otro medio de reproducción gráfica, los textos e imágenes, además de que debe tener una cierta periodicidad, y debe tener un alto volumen de impresión. Según el tipo de publicación tiene un cierto número de páginas, desde un periódico mural de una sola página o un folleto de cuatro páginas hasta libros que pueden contener

desde mil quinientas páginas o más. En las ediciones impresas existen las publicaciones periódicas y no periódicas, como en el caso de los libros que solo tienen una edición y solo en ocasiones tiene reediciones sin fecha establecida; en periódicos y revistas si tienen periodicidad, esto es, que cada determinado tiempo, sale una edición con información nueva, que puede ser desde diaria hasta anual.

¹¹¹ Owen William, *Diseño de revistas*, 1991, Pág. 229.

1.2 Revistas

La revista es un soporte específico del diseño editorial. Este soporte gráfico tiene por descripción física que es un "conjunto de pliegos de papel, doblados y unidos en forma de cuadernillo."¹² "La palabra revista en inglés (magazine) proviene del árabe y en esa lengua significa almacén. Si nos fijamos, las revistas que leemos son una colección de diversos elementos (artículos y fotografías) unidos por una característica común."¹³ por ejemplo una revista es un almacén de información o de imágenes sobre un tema específico.

La finalidad de una revista es la de informar y entretener; generalmente la revista es de contenido heterogéneo con diversas materias o de una sola especialmente. La información se presenta de una manera discontinua, esto es que hay varios artículos de diversos temas.

A diferencia del libro o del periódico, se incluyen ilustraciones, gráficas y fotografías, en proporción relativamente igual al texto que contiene. Pero hay muchos casos en que esa proporción es mayor en favor de las imágenes.

1.2.1 Características de la revista

Las revistas tienen una periodicidad que puede ser semanal (cada 7 días), quincenal (15 días), trisemanal (3 meses), mensual (30 días), bimestral (2 meses), trimestral (3 meses), semestral (6 meses), anual (cada año) o especial, esto es que no tiene fecha fija de aparición o es un ejemplar salido de su periodicidad normal.

El alcance o difusión que tiene una revista depende de su tipo o género, esto es que una cierta publicación puede tener una difusión desde pequeño, vecinal o local, como sería que un número reducido de ejemplares llega al público, como ocurriría en revistas pequeñas. También puede haber revistas con difusión estatal, metropolitana y regional, son de alcance y de tirada de ejemplares media. Por último están las de difusión nacional, supranacional e internacional, estos son de alcance y de tiradas de ejemplares alta, esto lo vemos en muy pocas revistas.¹⁴

En las revistas se manejan diversos formatos; desde el A6, (a las revistas que tienen las dimensiones de 10.5 x 14.8 cm. se les llama "de bolsillo") seguido por el A5 (con dimensiones de 14.8 x 21.0 cm.) y el más utilizado para las revistas es el formato A4, (con dimensiones de 21 x 29.7 cm.) "puesto que es el mismo tamaño del papel carta, normalmente usado por la gente, por lo que le son más familiares y cómodas al lector",¹⁵ Además de que "es lo bastante grande para incluir una cantidad razonable de palabras e imágenes en cada página y lo bastante pequeño para que se pueda leer cómodamente."¹⁶ Por último, el formato que también se usa pero en menor cantidad es el A3 (dimensiones de 29.7 x 42 cm.) de tamaño parecido al periódico formato tabloide, su principal característica de las revistas que usan este formato es el uso de imágenes (foto-

⁽¹²⁾ *Diccionario de la lengua española*. Op. cit., Pág. 1146

⁽¹³⁾ Foges Chris, *Diseño de revistas*. 2000, Pág. 07.

⁽¹⁴⁾ Martínez de Sousa, José, *Diccionario de información...* 1992, Pág. 379.

grafías, ilustraciones, etc.) de gran tamaño y calidad, casi del tamaño de la página, pero que esta en desuso por el alto costo de papel que conlleva este formato. Todas las revistas son en formato vertical, en contadas ocasiones se usa en horizontal por la dificultad por parte de los lectores al manejo de este tipo de formato.

El papel que se utiliza para revistas, generalmente es del recubierto o satinado, como el couché o estucado, de cualquiera de estas clases: tipo, mate, lito y metal. Existen revistas que utilizan para sus interiores el papel tipo Bond. También hay revistas que usan papeles mixtos, que utilizan el couché o el bond para secciones intermedias o especiales. El peso o gramaje del papel que se usa para revistas depende si se utiliza para interiores o para forros. Para interiores con papel couché se usa desde 75 gramos por metro cuadrado (m²) hasta 150 g. por m². Con papel bond se utiliza desde 50 g. por m² hasta 180 g. por m². En forros comúnmente se usa un tipo de papel grueso o cartulina ya sea couché u otro que del lado de la portada sea liso o recubierto, el peso de este papel o cartulina va desde 150 g. por m² hasta los 350 g. por m². En lo que se refiere al color del papel, por lo usual es el blanco, aunque se recomienda el color con mayor poder de reflexión, ya que el papel con este tipo de blancura favorecen más la lectura, porque ofrecen el mayor contraste entre imagen y soporte, aunque también dependerá del color de las tintas; También existen algunas revistas que manejan el papel (principalmente bond) en color garbanzo.



Reproducción a una tinta



Reproducción a cuatro tintas

El procedimiento de impresión que se emplea para las revistas en la actualidad es el offset tradicional o en algunos casos el digital. Para publicaciones de bajo presupuesto y poco tiraje generalmente, se imprimen a una sola tinta en interiores, en plasta o en medio tono, y para portadas se imprime a cuatro tintas. Para revistas de alto presupuesto y un tiraje enorme se imprime en rotativa a cuatro colores en interiores, para portada además de cuatricromía se llega a utilizar una o dos tintas especiales y hasta grabado en seco. Algunas revistas le dan un acabado a la portada, esto es, la aplicación, en caliente o en frío, de una película celulósica o sintética transparente, brillante "que aviva los colores y responde bien a los gustos actuales"¹⁷ o también mate. Actualmente se maneja más el barniz, como tinta en la impresión para darle el acabado brillante a la portada; la ventaja que tiene ésta es que no solo se le da el acabado a todo el forro sino que puede ser a una zona específica a registro.

El número de páginas que contiene una revista llega a ser desde 12, 16 páginas, (para publicaciones pequeñas), hasta 320 páginas o más (como sucede en revistas de grandes tirajes y de números especiales).

¹⁵⁾ Turnbull, Arthur T. *Comunicación gráfica, diagramación, diseño y producción*, 1986, Pág. 301.

¹⁶⁾ Foges Chris, *Op cit.*, Pág. 54.

¹⁷⁾ Dreyfus, John, *Op cit.*, Pág. 600.

El encuadernado y terminado que se le da a una revista suele ser del tipo rústica o económica esto es, que es a caballo y engrapado en el lomo, pero de acuerdo al número de páginas y pliegos, puede ser por encaje o los pliegos unos sobre otros con encuadernado térmico o encolado al lomo (tipo americano).¹⁸ Esto depende de razones de costos (ya que engargolarlo o algún otro tipo especial es más costoso), de convencionalismos, de durabilidad (ya que doblar las hojas y colocarlas como el periódico puede ocasionar que se desbarate la revista tan solo para exhibirla en el puesto de revistas) y de facilidad de uso (encuadernarlos de una forma nada convencio-

nal o con formas y tamaños inusuales provocan confusión y dificultad de lectura).¹⁹

“Aunque muchas revistas se tiran, hay algunas que están diseñadas para ser guardadas, y muchas de estas revistas regalan (o venden) a sus lectores medios para proteger y organizar su colección”²⁰ como por ejemplo existen revistas que cada determinado número de ejemplar, añaden una cubierta dura o carpeta para que el lector encuaderne sus fascículos para formar varios volúmenes, también existen otros elementos que sirven para proteger la revista en los puestos y cuando se mandan por correo, como son las bolsas, cajas hechas a la medida u otros materiales para embalar y resguardar el ejemplar.²¹



Formatos A5-A3



Carpeta



Envoltorios

1.2.2 Clasificación

Para poner algún orden a la gran diversidad de revistas que existen y también para ubicar los tipos que existen de estas, a continuación se da algunas maneras de clasificar a las revistas de

acuerdo a ciertas características como son su tipo de distribución, contenido que manejan y el tema que tratan.

¹⁸⁾ Ibid. Pág. 162-164.

¹⁹⁾ Foges Chris, Op cit., Pág. 42.

²⁰⁾ Ibid, Pág. 46.

1.2.2.1 Distribución

De acuerdo a su distribución, es decir, la forma en que se reparte o comercializa de acuerdo a la gente o lectores al que está dirigido; se puede clasificar de la siguiente manera:

Revista interna o de circulación restrictiva; también se le llama órgano interno, esta es editada por una empresa, institución u órgano público o privado, y es repartida entre sus empleados, directivos y toda persona que tiene relación con esta. Hay otras que no necesariamente son órganos internos pero tienen una circulación restrictiva, esto es, que pueden obtener la revista solo por medio de la suscripción, como suplemento dentro de un periódico, por medio de asociaciones deportivas, culturales, sociales, académicas, empresariales o políticas, por círculos de personas con propósitos particulares o para el público en general pero con una distribución selectiva. En las revistas internas la información que manejan, principalmente es sobre las actividades que realiza la empresa o institución y/o sus empleados, además de información de interés general, también de reconocimientos, entrevistas, y reportajes sobre la gente que trabaja en el lugar.

Revista de divulgación, este tipo de publicación por lo general es editada por personas o instituciones sin fines de lucro, esto es, que generalmente es distribuida de manera gratuita y el único fin es el de informar a la población de temas importantes. La información que se maneja principalmente es de investigación y divulgación de actividades culturales, científicas y sociales. Aunque también existen revistas que se encuentran en esta clasificación y tienen un precio simbólico, ya que es muy bajo o que sólo es para gastos de insumos.

Revista comercial; esta modalidad de revista es la más común, se puede encontrar en cualquier puesto de periódicos, librerías o tiendas. Este tipo de revista tiene un precio comercial y para obtener un ejemplar se tiene que pagar por ella. El sistema de venta de estas revistas se basa en la mercadotecnia, esto es, planear, fijar precios, promocionar y distribuir el producto que satisface las necesidades en el mercado.²² La información que predomina en este tipo de publicación es amplia ya que le tiene que interesar a una gran cantidad de gente.



Revista interna



Revista comercial



Revista de divulgación

²¹⁾ Foges Chris, Op cit., Pág. 47.

²²⁾ Stanton, William J., Futrell, Charles, *Fundamentos de la mercadotecnia*, 1989, Pág. 18.

1.2.2.2 Contenido

Martínez de Sousa²³ clasifica a las publicaciones de acuerdo a su contenido y para las revistas se puede realizar de la misma forma:

Revistas de contenido especial; Esta publicación por lo general son de divulgación y esta dirigida a un público lector especialmente calificado, en él se insertan exclusivamente estudios, artículos, comentarios y trabajos informativos, con o sin ilustraciones, sobre temas referidos a materias o aspectos de carácter técnico, científico o profesional. Las revistas de carácter técnico o científico, son aquellas cuyo contenido se refiere exclusivamente a temas de esta índole, ya sea de carácter general o concretado a un sector específico de la técnica o de la ciencia, tratándolo en profundidad o bien en sentido pedagógico o didáctico. Revistas de carácter profesional son aquellas cuyo contenido se refiere exclusivamente a los temas específicos de una profesión determinada y están preferentemente dirigidas a los miembros de la misma, tratando la información en sentido crítico o didáctico.

Otro tipo de revista de acuerdo a su contenido son las revistas de información especializada; esta publicación esta dirigida a un público lector determinado, puede tener circulación selectiva o restrictiva, esto es solo para personas de una zona o lugar, que tienen ciertas características sociales, económicas o ideológicas. En él se insertan de manera exclusiva o de un solo tema, informaciones, reportajes o comentarios sobre hechos o temas referidos a materias o aspectos particulares, de la vida nacional o internacional.

Por último están las revistas de información general y/o de entretenimiento; estas están dirigidas a un público lector indeterminado, en el primero se insertan informaciones, reportajes, comentarios sobre hechos o temas de actualidad referidas a todos los aspectos de la vida nacional, internacional, etc. En las revistas de entretenimiento, casi no ofrece información, solo son para diversión y de pasatiempo.



⁽²³⁾ Martínez de Sousa, José, *Diccionario de tipografía...*, 1981, Pág. 232.

1.2.2.3 Tema

Por último se pueden clasificar a las revistas de acuerdo al asunto o materia de que traten. Resulta difícil poder ubicar a cada revista por un tema específico, ya que la mayoría de estas no manejan temas de una sola área, sino que son muy variados y pueden pertenecer a varios temas; aunque también hay revistas que tratan un solo tema con diferentes subtemas. Por ejemplo existen revistas de estilo de vida para mujeres que tienen varias secciones de temas como la de salud, cocina, espectáculos, moda, entretenimiento, entre otras. También existen revistas que tratan un mismo tema pero de acuerdo al tipo de contenido y distribución será el enfoque y profundidad de que se le dé a este tema, por ejemplo hay revistas del tipo comercial y dirigidas al público en general que tratan sobre ciencia y tecnología, pero de una manera muy poco profundo y superficial, en cambio una revista que trata los mismos temas pero se clasifica como de divulgación y contenido especial, donde el tema es tratado de manera más profundo.

La cantidad de temas que existen en las revistas actualmente, es casi ilimitado, por eso a continuación, se dará algunas clasificaciones de lo temas más importantes o que más abundan en revistas que circulan en la Ciudad de México.

Revistas de información general (comúnmente del tipo comercial):

Salud (sexualidad, primeros auxilios, enfermedades, etc.), familia, cocina (internacional, dietética, naturista, por microondas, etc.), parasitología (paranormal, telepatía, etc.), ecología, religión, deportes (fútbol, luchas, extremos, etc.), naturaleza, turismo, educación, ciencia, viajes, autos (vochos, camiones, clásicos, deportivos, etc.), política (nacional e internacional), negocios, finanzas, música (pop, rock, electrónico, grupera, etc.), autodidacta (guitarra, labores, armados, etc.), colecciones (perfumes, poesía, porcelana), eventos especiales (bodas, XV años, exposiciones, etc.), espectáculos (televisión, artistas, cine, etc.), farándula, tecnología (computación, internet, electrónica, video juegos, software, robótica, etc.), di-



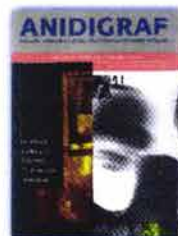
Estilo de vida



Autos



Deportes



Tecnología



Música

versión (sitios, juegos, etc.), fotografía (aficionados, profesional, digital, etc.), moda (ropa, maquillaje, accesorios, etc.), pintura (óleo, acuarela, etc.), mascotas (peces, perros, gatos, etc.), erotismo, noticias (ciudad, nacional, internacional, amarillismo, nota roja, etc.), subterráneo (grafiti, dark, etc.), esoterismo (tarot, horóscopos, etc.), inverosímil (rarezas, marcas, etc.), oficios (electricidad, jardinería, carpintería, decoración), etcétera.

Revistas de entretenimiento (comercial):

Pasatiempos (sopa de letras, crucigramas, cuestionarios, etc.), historietas, (cómic, manga, etc.), caricatura (política, ilustrativa, social, etc.), fotonovela, etcétera.

Revistas de información general y entretenimiento dirigidas a:

Niños, adolescentes, adultos, tercera edad, hombres, mujeres, profesionistas, millonarios, empresarios, novias, casadas, amas de casa, estudiantes, familias, etcétera.

Revistas de contenido especial: técnico-científico y profesional (comercial o de divulgación)

Medicina, derecho (internacional, constitucional, mercantil, etc.), informática, contaduría, filosofía, diseño (gráfico, industrial, ambiental, etc.), comercio (internacional, empresarial, etc.), historia (nacional, mundial, regional, etc.), publicidad (mercadotecnia, impresa, televisión, etc.), tecnología (ambiental, hidrológica, artes gráficas, etc.), etcétera.

Revistas de contenido especial dirigidas a:

Estudiantes, profesionistas, académicos, maestros, investigadores, empresas, instituciones públicas y privadas, etcétera.

Revistas de información especializada: (comercial, de divulgación o restrictivas)

Revistas culturales (arte, pintura, cine, teatro, danza, literatura, escultura, arquitectura, libros, etc.), revistas contraculturales (conocidos como fanzines, con información de dark, eskáter, grafiti, etc.), revistas sociales (nutrición, educación, salud, reciclado, etc.). Revistas de política (noticias, análisis, debates, investigación, etc.)



Política



Cultural



Ciencia



Salud



Historietas



Pasatiempos

1.4 Diseño de revistas

Una vez estudiado lo que es el diseño editorial y el género de la revista, ahora pasemos a los elementos del diseño editorial aplicados a la página. Los conocimientos de estos elementos y su manejo adecuadamente, así como la función específica de una revista, se podrá difundir de manera clara y eficaz la información contenida en dicha revista, fin del diseño editorial.

Los elementos del diseño editorial son principalmente la tipografía, el sistema reticular y el manejo de estos dentro de la página, lo primordial en este capítulo es el de definir cada uno de ellos y especificar el manejo de estos elementos para una correcta legibilidad.

1.4.1 Autoedición

Hoy en día existen tecnologías imprescindibles para las labores del diseño editorial, como lo es la autoedición o diseño editorial asistido por computadora, por ello debemos tener conciencia de ello y hacer uso de ella sólo como herramienta de trabajo. La autoedición es una fusión de las artes gráficas y la tecnología informática, en él se usa una computadora, programas instalados en ella como un procesador de palabras, un editor de imágenes y un editor de páginas impresas, todos ellos son herramientas para el diseño, el montaje y control de cada uno de los elementos de composición para la formación de una revista. No se menciona el tipo específico del equipo ideal para la autoedición ya que eso no es tan importante como el uso de los programas, además de que constantemente cambian las configuraciones de los equipos debido a la velocidad que la tecnología presenta nuevos productos, de la misma manera no se mencionan nombres de programas ya que existen diversos en el mercado con las mismas funciones, por ello no importa que el programa que se utilice sea una marca u otra, lo principal es que sea específicamente para edición de páginas.

Las ventajas que tiene la autoedición comparándola con el proceso tradicional, que aún se usa pero en menor proporción son:

- Anteriormente era inconcebible realizar un proyecto editorial sin el cálculo editorial, ahora este ya no es necesario, ya que esto lo realiza automáticamente el programa de edición, esto repercute en una mayor precisión y menor tiempo de realización para el producto final.
- Anteriormente se tenía que retectar el texto varias veces para componer la tipografía, ahora directamente se pasa una copia del texto electrónicamente al programa.
- El proceso de corrección del texto y bocetaje de la página se realiza directamente en la pantalla.
- Mayor calidad y presentación real de las páginas tanto en pantalla como en el domi por medio de una impresión.
- Utilización del mismo archivo para la realización del próximo número, guardando las especificaciones en las páginas maestras y en la hoja de estilo.

Así como la tecnología tiene ventajas también tiene desventajas:

- Aunque antes el equipo de autoedición era especial y muy costoso, ahora ya cualquier computadora puede realizar estas funciones y eso ocasiona que cualquier persona que cuente con un equipo de estos, sea diseñador o no, se dedique a realizar revistas que por cierto son de diseño de muy baja calidad.

- También se puede caer en soluciones fáciles o prefabricadas, y los que caen frecuentemente en esto no saben el proceso y los conocimientos para realizar un proyecto como lo es una revista.

- Es indispensable conocer sobre pre prensa antes de realizar el proyecto, ya que a veces se piensa que es algo que se realiza cuando se termina el trabajo y cuando se manda a imprimir y no saben que esto se va realizando a lo largo del trayecto del trabajo.

Para el correcto uso de los elementos del diseño editorial es necesario contar con las herramientas adecuadas, para realizar tal fin, no solo se trata de contar con la computadora más mo-

derna o con el programa más reciente o con un disco con cientos de fuentes tipográficas, sino que se necesita el programa adecuado para ello, y la fuente correcta para su uso. Parece extraño decirlo pero existen muchas personas que utilizan programas de dibujo para formar una revista, y utilizan casi los cientos de fuentes tipográficas que tienen en su disco en un solo proyecto, cuando en esos discos la mayor parte de las fuentes son del tipo decorativas, que no sirven para el diseño editorial. Por ello para la correcta selección y manejo de la tipografía, (principal elemento mal usado) y del correcto uso de los elementos de la página, se tratará en los próximos capítulos.

El uso de la autoedición es habitual en la creación de un producto gráfico, por ello en este capítulo de diseño de revistas se apoya en él, y se manejarán términos propios del diseño editorial asistido por computadora. También es indispensable comparar los sistemas de autoedición con los antiguos sistemas de composición, ya que están estrechamente ligados unos a los otros.



Equipo digital para edición editorial (DTP)

⁽²⁴⁾ McLean, Ruari, *Manual de tipografía*, 1987, Pág. 8.

⁽²⁵⁾ Solomon, Martin, *El arte de la tipografía*, 1988, Pág. 8.

1.4.2 Tipografía

Según McLean Ruari²⁴ la tipografía es el arte o técnica de reproducir la comunicación, mediante la palabra impresa, para Martin Solomon²⁵ la tipografía es el arte de producir mecánicamente letras, números, símbolos y formas con la ayuda del conocimiento de los elementos, los principios y atributos esenciales del diseño. Creo que la tipografía ha sobrepasado los términos anteriores, ya que con los nuevos soportes digitales, no se limita sólo a la reproducción mecánica impresa, ya que actualmente la tipografía se utiliza tanto en soportes impresos como digitales. Por medio de técnicas y elementos de diseño, así como con el uso de diversas técnicas para la impresión en papel o en una pantalla, se busca expresar por medio de letras las ideas.

La tipografía fue inventada cuando Johann Gutenberg creó los tipos móviles grabados en madera logrando la escritura mecánica. Los tipos móviles eran moldes que tenían grabado en su cara dos o más letras y que después se grabaron de una sola letra o signo, estos se encuentran en relieve y al revés, para la impresión o estampación de las letras en papel.²⁶

Para poder comprender sobre el uso de la tipografía en el diseño editorial primero debemos conocer algunos conceptos básicos sobre este. Cada una de las letras o signos que ya se encuentran impresos en el papel se les conoce como caracteres. Los caracteres se agrupan dentro de un conjunto de tipos que comprende las letras del alfabeto en mayúsculas y minúsculas, todos los números naturales y signos de puntuación, para poder componer cualquier texto de un libro o una revista, a este conjunto de tipos con los mismos rasgos se les llama familia tipográfica. Una familia es "cierto número de letras de diseño estrecha-

mente afín."²⁷ Por ello al elegir un caracter es preciso designarlo por su nombre propio, esto es, por ejemplo: Times, Baskerville, Avant Garde, Futura, Helvética, Univers, Gill Sans, etc.

Existen familias tipográficas que en su diseño son muy parecidos y a veces a simple vista se confunden, por ello existen clasificaciones que las asocian y también las pueden diferenciar con otras familias. Las clasificaciones se realizan principalmente por ciertos atributos del caracter como son el asta, la gracia, la barra, los ejes, etc. Las letras se clasifican de diversas maneras aunque la más utilizada es la de Francis Thibaudeau por que es la más fácil de aplicar y la más comprensible, también existe una clasificación más completa que es la DIN-16518 de la ATypI.²⁸ Debido a lo complicada de la clasificación de la Asociación Tipográfica Internacional, a continuación se expondrá un resumen de las características de este tipo de letra.

Humanísticas: Son las que se caracterizan por que estos caracteres tienen terminales triangulares que son gruesos y cortos, los ejes de las letras circulares y las de vientres son oblicuos, la barra de la letra "e" es inclinada, existe un contraste ligero entre los trazos de las astas, estas son barras rectas, que son verticales y horizontales. Unos ejemplos de esta clasificación son las familias: Augustea, Centaur, Cloister, Horley old Style, Jenson, etcétera.

Garaldas: Estas letras se caracterizan por que sus remates son cóncavos y triangulares, que son más extendidos y afinadas. Los vientres de las letras tienen el eje ligeramente oblicuo, a comparación de las humanísticas, tienen un contraste medio entre los trazos de las astas verticales y horizontales. La altura de las mayúsculas son un poco más bajas que las astas de las ascendentes. Las

²⁶⁾ Larrañaga R. Mariana, *De la letra a la página*. 1993, Pág. 4.

²⁷⁾ Turnbull Arthur, *Comunicación gráfica*. 1986, Pág. 81.

²⁸⁾ De Buen, Jorge, *Manual de diseño editorial*. 2000, Pág. 116.

familias que se encuentran en esta clasificación son: Bembo, Caslon old face, Garamond, Goudy old style, Palatino, Times Roman, Weiss roman, etcétera.

Reales: Son las que se caracterizan por sus líneas geométricas y perfiles afinados, sus remates son de forma triangular y cóncava como las garaldas. Los vientres tienen un eje recto. Las astas redondas tienen el eje vertical o casi vertical, el contraste entre los trazos es más acentuado. El asta ascendente es más alta que las letras mayúsculas. Ejemplos de esta clasificación son las familias: Baskerville, Caledonia, Caslon, Fournier, Perpetua, etcétera.

Didonas: Se caracterizan por sus remates filiformes que son rectos y muy delgados, a veces llegan a tener un pequeño apófige, solo para quitarle fragilidad a las letras. Los rasgos de las letras son iguales o a veces existe un mayor contraste. Los ejes de los vientres de las letras son verticales. Las familias que se encuentran en esta clasificación son: Bodoni, Didot, Basilia, Walbaum, etcétera.

Mecánicas o Mecanas: Estas letras se caracterizan por que sus terminales pueden ser triangulares o rectangulares, el grosor de estos remates son casi igual al de los fustes, los contrastes de los rasgos son variados pero se tiende a su eliminación. Unos ejemplos de esta clasificación son: American Typewriter, Courier New, Rockwell, Serifa, etcétera.

Lineales, también conocidos como paloseco o sans serif: Se caracterizan principalmente por que carecen de los terminales o remates, no existe contraste en sus trazos. Estas letras permiten con mucha facilidad cambios de espesor, condensaciones, inclinaciones etc. Ejemplos de esta clasificación son las familias: Arial, Avant Garde, Eurostile, Folio, Futura, Gill Sans, Helvética, Kabel, OCR-B, Univers, etcétera.

Incisas o lapidarias: Estas letras son formas intermedias entre las romanas y a las lineales, pueden carecer de remates pero sus terminales se ensanchan o pueden tener remates muy pequeños, las mayúsculas imitan las letras romanas que tienen fustes y barras ligeramente cóncavos. Las familias que se encuentran en esta clasificación son: Albertus, Augustea, Cooperplate gothic, Graphia, Latin, Optima, Saphir, Trajan, etcétera.

Escritas o Caligráficas: Las características de estas letras son que imitan los trazos de la escritura hecha a mano alzada, pueden ser simples en sus líneas o adornadas caligráficamente, también tienen ligazones continuas. Ejemplos de esta clasificación son las familias: Brush, Coronet, Mistral, Zapf Chancery, etcétera.

Manuales: Son letras que se caracterizan por parecer que fueron trazados a mano apoyando esta sobre la mesa, su aspecto depende del instrumento con que sean dibujados como es un cepillo, pincel o pluma ancha, no se deben con-

ABCDEF GHI LMNO
 ABCDEF GHI LMNO
 ABCDEF GHI LMNO
 ABCDEF GHI LMNO PQRS

Diferentes tipos de letras

fundir con las caligráficas. Algunos ejemplos de esta clasificación son: Benguiat, Contact, Frisky, Script, etcétera.

Fracturas, también llamadas góticas o inglesas: Son letras estrechas y angulares, las minúsculas no llevan curvas y terminan en rectángulos oblicuos. Como ejemplo de esta clasificación son las familias: English old style, Fette fraktur, Fraktur, etcétera.

Extranjeras: En esta clasificación se agrupan todas las familias con formas no latinas, como las cirílicas, arábicas y orientales, como el alfabeto ruso, otras lenguas eslavas, árabe, japonés, chino, etcétera.

Cada familia tipográfica consta de varias series, esto son variantes de una misma familia de acuerdo al peso, a la relación entre ejes y con respecto a su perpendicularidad de cada letra. Debido al uso de fuentes electrónicas que son de origen estadounidense, estas series se pueden conocer más en el idioma inglés, pero también las mencionaremos en español.

Por su espesor las series son: Extralight, Ultralight, Light, Normal, Regular, Book, Medium, Semibold, Demibold, Bold, Extrabold, Ultrabold, Black y Heavy.

Extrafina, Ultrafina, Fina, Normal, Regular, Libro, Mediana, Seminegrita, Deminegrita, Negrilla o Negrilla, Extranegra, Ultranegra, Negra, Pesada.

Aunque no todas las familias se encuentran en todas las variables de peso las más comunes son la Fina, Normal, Negrilla y Ultranegra.

Por su relación entre ejes las series son: Condensed o Thin o Narrow, Medium, Wide o Extended o Expanded.

Condensada o Chupada o Estrecha o Compacto, Mediana, Ancha o Extendida.

Con respecto a su perpendicularidad las series son: Italic.

Itálica también llamada cursiva o bastardilla, Normal o Recta o Redonda, Inclinada invertida o Izquierdilla o Contraitálicas.

Existen otros tipos de series como son, el sombreado, el matizado, el perfilado, el tramado, etc. que se manejan principalmente para publicidad, para el diseño editorial se debe tener cuidado en su utilización, a estas series se les consideran solo como decorativas y novedosas.

Cuando se combinan algunas de las series mencionadas reciben el nombre de variaciones o variedades, por ejemplo una variación de la familia Times puede ser que sea itálica en negrita y condensada.



Diversos variantes de una familia

1.4.2.1 Fuentes tipográficas

El término fuente es comúnmente utilizada en la autoedición, antes se le denominaba fundición que era el lugar donde se diseñaba y construía el tipo. El archivo de una fuente electrónica se puede comparar con una caja de tipografía de plomo, donde se encuentra una familia con todos sus caracteres, en un tipo de variante y en un tamaño específico, a este conjunto o surtido de letras se le llama fuente tipográfica. Una fuente tipográfica completa está compuesta de 676 caracteres, que además del alfabeto, números y signos de puntuación latinos, cuenta con un alfabeto cirílico, una versión muy elemental del griego, operadores matemáticos básicos, símbolos monetarios, fracciones usuales, y algunos ligados. Por ello se debe tener en cuenta el uso que se le dará a la fuente, ya que existen fuentes con 256 caracteres que también se consideran completas para un trabajo ordinario, pero eso sí, debe contar con todas las variantes que se necesiten, en caso de utilizar pre prensa electrónica, se necesitan que los archivos tengan el tamaño de letra que se vayan a utilizar.

Al utilizar una fuente tipográfica además de lo que ya vimos debemos tener en cuenta diversos aspectos al utilizar el archivo tipográfico, que es



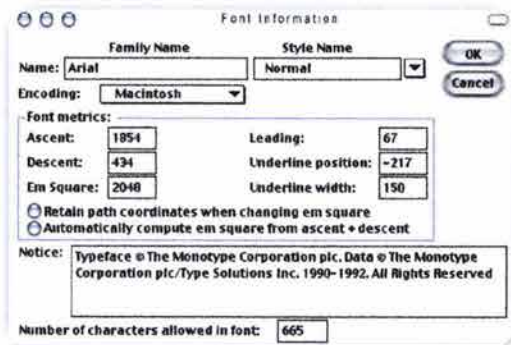
Fuente tipográfica digital completa

el de revisar que sea una fuente original, esto se realiza revisando los proveedores de la fuente, las originales están digitalizadas generalmente por las siguientes empresas: Linotype-Hell, Agfa, Bitstream, Monotype y Adobe. Ya que existen fuentes que tienen un nombre de familia original pero que al revisar la letra cuidadosamente se puede comprobar que se encuentran incompletas, y algunas de ellas son diferentes.

Los tamaños utilizados para las fuentes se miden en puntos y las medidas preferibles que están disponibles en cualquier programa de computación son: de uno en uno 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, de dos en dos, 14, 16, 18, 20, de cuatro en cuatro 24, 28, 32, 36, 40, de ocho 48, de doce en doce 60, 72, 84 y 96 puntos. Estas medidas son consecuencia de las limitaciones que había para fundir tantas letras o de otros puntos. Aunque un programa de autoedición puede producir cualquier tamaño de letra, se dice que estos tamaños son preferibles por que "es una forma de aprovechar cientos de años de experiencia editorial"²⁹ esto es, por que el punto es una unidad de medida tipográfica submúltiplo de la pica, por ello doce



Fuente tipográfica digital básica



Información de una fuente tipográfica

puntos equivale a una pica; la pica es una medida que se basa en otras muy antiguas como el sistema Fournier.

En la autoedición para la utilización de negritas, itálicas, versalitas, etc. se deberá recurrir a las fuentes originales, ya que manipularlas por medio de la computadora se crea una letra falsa, ya que una letra itálica original está realizada de un diseño especial y no solo se inclina la letra como ocurre con las oblicuas, nombre que se le dan a las letras inclinadas que se realizan por medio electrónico.

1.4.2.2 Composición tipográfica

La composición tipográfica comprende desde la selección hasta la ordenación de la tipografía y los espacios dentro de la página de la revista. En esta parte revisaremos todo lo que se refiere a la tipografía desde cuando se decide por cuál será el estilo de una revista hasta cuando se hace la diagramación, esto ayudará para el buen uso de la tipografía y con ello a la buena legibilidad.

En el diseño de una revista se descuida frecuentemente a la tipografía del texto, cuando debería ser evidente que es el elemento más importante ya que es el contenido de la publicación, así muchas personas se dedican solo a pegar el texto y no cuidan el mínimo detalle de ésta para su lectura. Para comenzar con la selección de la tipografía tanto para el texto, los títulos, los subtítulos se debe escoger primero la familia con sus variaciones, pero no se debe hacer esta selección limitándonos solo a las que tenemos disponibles en

la computadora, sino que se deberá seleccionar de acuerdo al contenido de la revista y a sus necesidades, para después buscar los archivos con las fuentes y con las variantes que necesitaremos. Otro de los descuidos es que, una vez colocado el bloque de texto en las páginas sucede que necesitan más espacio o les sobra y recurren a cambiar el tamaño de la letra, ya sea más pequeño o más grande, a reducir o aumentar el interlineado o hasta amplían o reducen los espacios de las letras o de las palabras, ocasionando una fea composición y una mala lectura.

Por ello a partir de este momento se hará un análisis de las familias tipográficas adecuadas para textos y para títulos y como se debe cuidar para una buena legibilidad, como es el tamaño y el interlineado adecuado, y el uso del espacio de la tipografía.

1.4.2.2.1 Tipografía para cuerpo de texto

La tipografía para cuerpo de texto es la que se utiliza principalmente para el diseño editorial, ya que en una revista o en un libro los escritos son más o menos extensos y requiere mayor concentración por parte del lector, por ello la principal cualidad para que una tipografía sea para texto es que sea legible, esto es que el diseño de la letra tenga ciertos atributos para que exista facilidad y rapidez en la lectura. En una revista que requiere la lectura de textos con cierta extensión es necesario que las familias seleccionadas sean legibles, para que al interpretar el texto sea fluido.

En el proceso de selección de la fuente tipográfica no existen normas precisas, por ello se debe encontrar el adecuado de acuerdo a diversas variables del proyecto. Por ello se necesita realizar antes una investigación y estudio del diseño editorial y la revista a diseñar.

La legibilidad es fundamental para todo proyecto de diseño editorial, ya que si no se cumple, el diseño editorial tampoco cumplirá su función, que es la de comunicar. La legibilidad en la selección de la tipografía se refiere a que este debe cumplir con cierto grado de perceptibilidad de los caracteres, dependiendo de factores de la revista y los lectores. Pero también debe haber legibilidad no sólo en el carácter sino en la manera de componerla.

Hoy en día por medio del uso de la computadora se está inundado de miles de fuentes tipográficas que la mayoría de estas son palo seco,

adornadas y de fantasía, que no son adecuadas para los textos, y funcionan en algunas ocasiones sólo para títulos, titulillos y para otro tipo de trabajos. Las familias tipográficas para cuerpo de texto tienen ciertas características que las hacen propicios para ello, estas particularidades se encuentran, de acuerdo a la clasificación de la ATypI, en las humanas, las garaldas, las reales, las didonas y algunas de las incisas.

En particular las características que tienen las familias para texto, que las hacen las más legibles son sus patines que evitan que se confundan las letras, además de que ayudan a guardar cierta distancia entre las mismas y a la vez las unen. Otras particularidades son que las letras tienen un grosor adecuado, los espacios internos de los caracteres son los precisos. Los contrastes de sus trazos son adecuados, estos trazos no son tan exagerados. Sus ascendentes y descendentes no son muy cortas y se distinguen de la altura de la "x". Estas características son las que hacen una letra muy legible, por ello para la selección o el diseño de un alfabeto se deben tener los suficientes conocimientos tipográficos y de diseño. También cabe destacar que el tipo de letra normal o libro (book), es más legible que cualquiera de sus series como pueden ser negritas, itálicas, condensadas, etcétera.

Después de haberse declarado la Independencia. Operaba José Encarnación Rosas a orillas del lago de Chapala. Era un pescador que se integró al ejército insurgente para defender la libertad y la independencia de México desde la isla de Mezcala, que fue escenario de varias batallas navales.

Tomás Gómez Robledo es un contemporáneo de la pintura quien ha presentado más de 20 exposiciones individuales e innumerables en forma colectiva en importantes lugares de México, Estados Unidos, Inglaterra y Francia.

Dos tipos de tipografía para revistas

¹⁸⁹ Félix Beltrán, *El diseño de una fuente tipográfica*, Entrevista a Gürtler André, Revista al, Pág. 52.

“Entre miles de diferentes tipos de letras de texto, universalmente solo unos 20 o 25 son continuamente utilizados.”³⁰ esto es por ser los que tienen años y hasta siglos de haberse diseñado, se pueden utilizar en cualquier proyecto de diseño editorial y no son simplemente bonitos. Algunos nombre de letras de texto que más se utilizan son la Baskerville, Bodoni, Caslon, Clarendon, Garamond, Times.

Para los títulos, subtítulos, capitulares y cornisas, en libros, se utiliza generalmente la misma

familia que se utiliza en cuerpo de texto sólo que con alguna variante, pero en las revistas se tiene un poco más de libertad y se puede recurrir a otras fuentes. En revistas más comerciales en cada título se utiliza diversas familias para expresar el contenido del artículo, esto es válido ya que un título está compuesto generalmente de dos a doce palabras y no se requiere de la misma concentración de lectura que cuando se lee un texto de varios párrafos, el único requisito es que la familia utilizada debe leerse sin tanta dificultad.

1.4.2.2.2 Fuerza de cuerpo (tamaño de letra e interlínea)

Pero no sólo se necesita que se utilice la tipografía adecuada y la legibilidad en la publicación se resuelve automáticamente, sino que se tienen que tener en cuenta otros aspectos de legibilidad que se deben cuidar al componer la tipografía que se utilizará en la página, estos son, el tamaño y el interlineado, que se conocen como fuerza de cuerpo. Normalmente la fuerza de cuerpo se expresa de esta manera: 14/16, esto quiere decir que el tamaño del tipo es de 14 puntos y el interlineado de 2 puntos, el número 16 significa que es el tamaño del tipo junto con el interlinea-

do, es necesario conocer esto para el manejo de los tamaños, tanto en textos como en títulos.

El tamaño de letra adecuado para textos depende de diversos factores, como son la información que trata la revista, el tipo de lectores, el ancho de la línea, etc. Pero existe un rango que va de los 10 a los 16 puntos para un texto como el de una revista. El interlineado es el espacio que se encuentra entre dos líneas de texto. Un interlineado muy amplio creará que los renglones del texto se separen y la página se verá rayada. Una interlínea apretada o nula hará que los renglones se pierdan, las letras se empalmen y la página aparecerá oscura. Por ello el espacio entre líneas debe ser el adecuado para impedir que afecte a la lectura. El tamaño del interlineado dependerá de diversos factores como son la anchura de la columna, ya que entre más ancha, mayor debe ser la interlínea. El tipo de letra, como el grosor, el estilo, el tamaño de la “x” si es mayor de lo normal, la longitud de las ascendentes o descendentes. Los márgenes, el interlineado dependerá del espacio de márgenes, si este es amplio el interlineado también deberá serlo.



Fuerza de cuerpo (F.C.)

1.4.2.2.3 Espacio entre caracteres, palabras y pares de letras

El espacio es un elemento muy importante para la legibilidad, los espacios que estudiaremos aquí serán los que se encuentran entre las letras, entre cada palabra y entre los pares de letras, esto es importante por que si este espacio no es el adecuado afectará a la lectura y provocará lo que se llama defectos de composición tipográfica que definiremos al final de esta parte.

Interletrado que también se le llama intertipo o prosa, en los programas de autoedición se le conoce como tracking, es el espacio que se encuentra entre letra y letra. Un caracter generalmente tiene un espacio predefinido, pero solo en algunas ocasiones podemos cambiar este espacio ya sea mayor o menor, como en títulos y tituillos, así como en textos en versales y versalitas, en estos casos este espacio es esencial para la legibilidad.

Espacio entre palabras, esto se refiere al espaciado que existe entre cada palabra, este espacio siempre es de un caracter o golpe, con un tamaño determinado, a veces es necesario un espaciado más amplio, esto se hace acrecentando el tamaño del espacio, Existen contadas ocasiones en que es necesario aumentar este espacio y estas son cuando se utiliza letras que son muy finas o que son extendidas, cuando en la composición el interlineado es muy amplio, cuando se utiliza

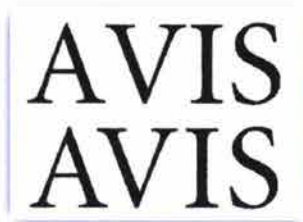
Sed ut perspiciatis unde omnis iste natus error sit voluptatem accusantium doloremque laudantium, totam rem aperiam, eaque ipsa quae ab illo inventore veritatis et quasi architecto beatae vitae dicta sunt explicabo. Nemo enim ipsam voluptatem quia voluptas sit aspernatur aut odit aut fugit, sed quia consequuntur magni dolores eos qui ratione voluptatem sequi nesciunt.

Neque porro quisquam est qui dolorem ipsum quia dolor sit amet, consectetur, adipisci velit, sed quia non numquam euismodi tempora incidunt ut labore et dolore magnam aliquam quaerat voluptatem. Ut enim ad minima veniam, quis nostrum exercitationem ullam corporis suscipit laboriosam nisi ut aliquid ex ea commodi consequatur? Quis autem vel eum iure reprehenderit

Tracking abierto y cerrado

versales y versalitas, y en textos claros sobre fondo oscuro. Cuando es necesario reducir este espacio es cuando se utilizan letras negrillas, chupadas, cursivas, muy grandes como títulos y otros párrafos destacados, y en composiciones con interlineado mínimo o nulo.³¹

Acoplamiento, o compensación, en la autoedición se le conoce como kerning. Como ya mencionamos, un carácter tiene establecido un espacio y este es el mismo en todas las letras, pero existen letras que por su forma causan que este espacio se vea mucho más amplio. Esto se da solo en algunos pares de letras que necesitan que se acerquen o acomoden. Este acomodamiento de pares de letras se realiza principalmente en títulos y tituillos, donde se utilizan tamaños grandes y se observa más marcado este espacio en estas letras. Para el acoplamiento no existen reglas de cuanto debe ser el tamaño exacto a reducir, este debe ser por ajuste óptico que está a criterio del diseñador.



AVIS
AVIS

Kerning normal y ajustado

1.4.2.2.4 Párrafos

En casi todas las revistas se alinean los párrafos en bloque, esto es, lindar el texto tanto en el margen derecho como en el izquierdo, pero también existen otros que se deben considerar para diversificar y que se pueden aplicar a cualquier tipo de publicaciones. Los párrafos tienen un nombre de acuerdo a la alineación que presenten, así se encuentran las siguientes:³²




Assistant Managing Editor	DOUGLAS H. HARRIS
Research Editor	BILLY DORSET / NORA MOUNGHI / Deborah
Contributing Editors	ELIZABETH DEAN B. ANDERSON YOSHIOKA WAKEMOTO / JANE THURLOFF / ELIZABETH BISHOP / STEPHEN C. JONES / JAMES W. C. HARRIS / ROBERT M. D.
Photography Editor	FORBES GUY
Senior Designer	COLTRANE STARK
Copy Chief	NATHANIEL W. JAMES / WY CHEN / B. ANDERSON
Production Manager	DOUGLAS F. O'NEIL / BRYAN STEINBERG / S. ANDERSON CARINA L. ROSS / ANDREW A. ANDERSON
Internet Coordinator	LISA M. COOPER
Administrative Coordinator	ANNA WIRE
Reader Services Editor	JESSICA STANICH
West Coast Editor	LEWIS PERE / BLANCKE / JESSICA ANDERSON Editor
European Editor	CLAUDIA CORNELI / NAPPENBERG
Editorial Director	JAMES TRUMAN
Cengage Learning, Inc.	
Chairman / JEFFREY BLANKS	
President Asia Pacific / GREG GUYER	
President New Markets Europe / JAMES TRUMAN	

Alineación de párrafos

Párrafo quebrado o en bandera derecha, en éste se alinea el texto solo en el margen izquierdo y este termina en forma dispareja o irregular en el lado derecho, este es el que la gente se encuentra más familiarizado por ser la más parecida a la escritura manual. También se encuentra su opuesto que es el párrafo en bandera izquierda, parecido al anterior pero la alineación es en el margen derecho y es irregular en el izquierdo, este se utiliza principalmente para párrafos pequeños como notas, bibliografías, pies de ilustración, etcétera.

Párrafo en bloque, también se le llama justificado, éste consiste en alinear el texto logrando que la primera letra toque el margen izquierdo y la última letra de la palabra toque el final de la columna sin dejar ningún espacio. Solo que este tipo no es recomendable ya que por lograr que las palabras del renglón ocupen exactamente el ancho de la columna causa entre las palabras espacios demasiado grandes que afectan la legibilidad. Por ello ya si se requiere este tipo de párrafo es necesario que la justificación o ajuste se realice manualmente, logrando el ajuste perfecto de texto por medio de la división silábica. También existen otros tipos de párrafos que son parecidos a este pero la diferencia está en que la última línea o renglón esta justificada al igual que todas las demás líneas, cosa que no sucede en el anterior. También existe el de triángulo español que tiene la variante que en su última línea se encuentra centrado en la columna sin afectar los espacios de las letras.



A las 10:00 de la mañana acabamos de encontrar los huevos, pero nuestro trabajo aún no terminaba. Nuestra tortuga se había despedido en el océano tan sigilosamente como había llegado, dejando sólo en la arena huellas en forma de espiral al como todo rastro de su visita. Nos dirigimos por lo playa en dirección del sur hasta un nido asiático que no había sido removido. Un biólogo ya estaba despejando la arena, llenando el paso para que las tortugas que acababan de nacer puedan emerger del hoyo con mayor facilidad. Unas diez en total y fueron motivo de gran regocijo. La primavera había sido lluviosa y hongos (actinomicetos) habían crecido con la mayoría de los huevos. Agarré a una de las crías como iba saliendo del nido y me sorprendí al sentir la fuerza de sus pequeños aleteos en mi mano. La dejé sobre la arena, junto a sus hermanos y miré su desenfrenada carrera hacia el mar. Según los científicos esta caminata es uno de los factores

Párrafo en bloque o justificado

^[32] De Buen, Jorge. *Op. cit.*, Pág. 178-185.

Párrafo epigráfico o centrado, en este se centran todas las líneas en la columna y en cada margen, el texto será irregular tanto en el lado izquierdo como el derecho, debido a lo desordenado de la línea inicial es un poco complicado la lectura por ello solo se debe utilizar para textos pequeños. Existen variantes de esta como lo es la de base lámpara y el de piña donde se compone centrando igual las líneas en la columna, pero ajustando el tamaño de las líneas. Para la de base lámpara la primera línea será la más larga y las siguientes consecutivamente más cortas formando así una forma como de una base. Para la de piña las líneas centrales serán las más largas y las primeras y las últimas serán las más cortas.

Párrafo irregular, en este tipo las columnas se encuentra alineada por medio de una línea irregular, que puede ser curva o figurativa. Esta alineación puede ser como cualquiera de las anteriores pero si una parte de la columna esta ocupada por una ilustración, el texto sigue el contorno de la figura, haciendo líneas de diferentes tamaños. Existe otra donde la composición se basa en una estructura no recta y todo el texto se alinea centrándose en la columna o justificándose en los márgenes.

es uno de los mejores lugares del mundo para practicar el buceo porque abundan las cavernas de coral, los cuevas y los naufragios.
Otras cosas de interés son Llanos Planchón, en el extremo sur de la isla y lugar preferido para observar las ya famosas puestas de sol en esas alturas, y los rios gemelos de Phi Phi, 20 kilómetros al suroeste de Phuket, donde proliferan las caídas de agua empujadas por una exuberante vegetación tropical. En Phuket se localizan numerosos complejos turísticos de primer nivel, que ofrecen a sus huéspedes todo tipo de actividades recreativas.
También en Phuket está la espectacular bahía de Phang Nga, que posee un paisaje marino digno de admiración, por su gran cantidad de islotes y extrañas esculturas calizas que se elevan directamente desde el agua.

Párrafo ordinario

Técnica respiratoria patrón coordinado
Acostándose en la cama, frente a frente o frente contra espaldas, en la posición de las "bucharas". Concéntrase en los ritmos de la propia respiración; después, con atención en tu pareja. Coordina sus ritmos, puede que a veces que busque un patrón respiratorio intermedio en el que ambos se sientan cómodos. Inténtalo durante cinco minutos. La respiración coordinada te ayuda a darte cuenta de los ritmos y respuestas del cuerpo de él, mientras te enseña a regular el tuyo.

Párrafo francés

Executive Vice President CHARLES TOMASELLO
General Manager CHADLER
Executive Vice President/Chief Financial Officer BRUCE ANDERSON
Senior Vice President/Operations TERRY A. HAYES
Senior Vice President/Manufacturing and Distribution KATHLEEN S. DEER
Vice President/Market Research BRUCE B. KOSKI
Vice President/Systems and Technology DENIS W. MCELROY
Vice President/Editorial Business Manager JUDITH RICE
Vice President/Advertising Business Manager PHILIP A. MCGEE
Vice President/Human Resources J. L. PARSONS
Vice President/Marketing and Sales J. J. HANLEY, JR.
Treasurer DONALD E. BROWN

Párrafo centrado



Merida, eternally vibrant and seductive, harbors a growing number of impressive talents who are contributing significantly to the effectiveness and character of the new century. At this point in time, there are not quite witnesses to the pioneering days, and Merida's lovely historical buildings would be the first to speak. For example, in the Municipi Building the independence of Yucatan from Spain was decided.

Párrafo irregular

Para poder separar cada uno de los párrafos se recurre a añadir sangrías, estos son espacios vacíos del lado derecho del texto, esta separación de párrafos es necesaria para hacer pausas y descansos para que el lector pueda digerir lo que acaba de leer. Para separar los párrafos no solo se puede recurrir a sangrarlos, además de estos existen otras maneras que a continuación revisaremos.

Párrafo ordinario, es el sangrado más común para los párrafos, antes del inicio del texto se recurre a dejar un espacio que regularmente es de un cuadratín pero puede llegar hasta dos cuadratines. Esta sangría se debe conservar después de cada punto y aparte.

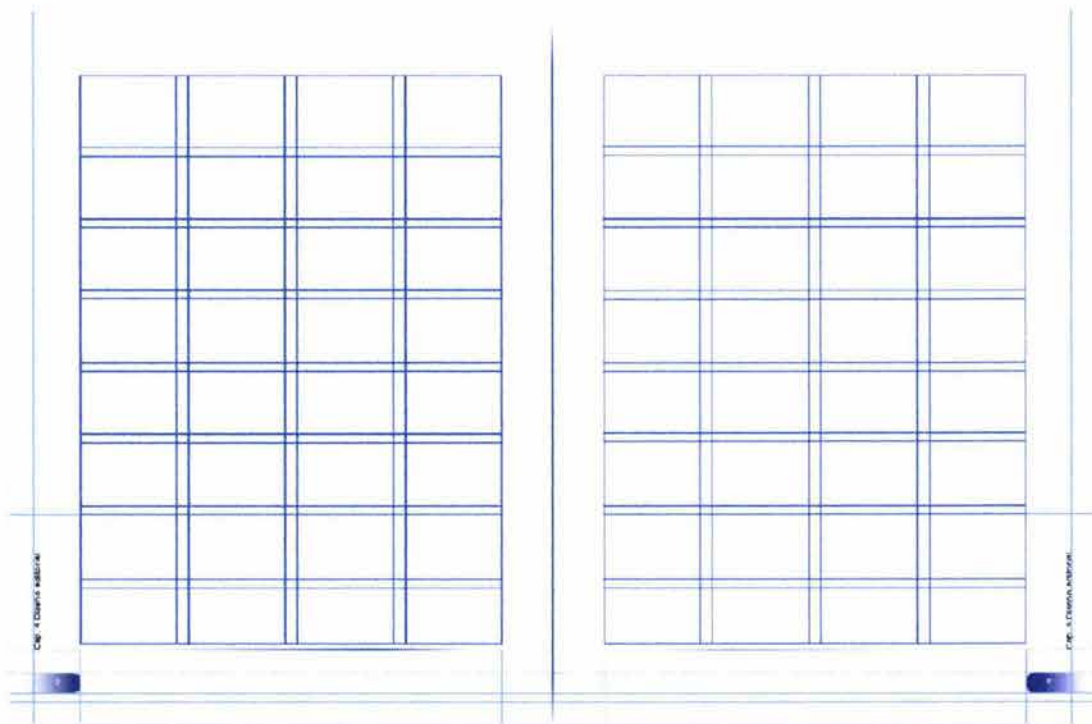
Párrafo francés, en este tipo se sangran todas las líneas con excepción del primero o en el inicio del texto, este es muy poco utilizado ya que se debe tener cuidado de los espacios que se generan ya que pueden llegar a verse desagradables.

Párrafo moderno, este tipo de párrafo se suprimen las sangrías, se supone que la separación se logra con el espacio que deja la última línea corta, pero como no siempre es así puede ocurrir que parezca que es punto y seguido y no un punto y aparte como debe ser. Por ello no es muy recomendable utilizar este tipo de párrafo.

en la configuración favorece la credibilidad de la información y da confianza. Una información con títulos, subtítulos, imágenes y textos de las imágenes dispuestos con claridad y lógica no solo se leen con más rapidez y menor esfuerzo también se entiende mejor y se retiene con más facilidad en la memoria.

En la construcción de un sistema reticular depende de diversos factores como son criterios objetivos y funcionales, por ejemplo, para el desarrollo de un sistema reticular para un folleto es muy distinto que para una revista o para un pe-

riódico, así como también puede variar de una revista a otra de acuerdo a su contenido y diversas características como son el contenido, el tema, el material textual y gráfico que se tiene, el sistema de impresión, el tipo de papel, etc. Este sistema de ordenación esta conformado de diversos elementos que su desarrollo se encuentra ampliamente explicado en el libro *Sistema de retículas del diseñador Josef Müller Brockmann*.³³ Estos elementos son los márgenes, la mancha tipográfica, la retícula, las columnas, los campos y las líneas.



Sistema reticular con caja de texto, columnas, márgenes, campos, etcétera.

^[33] Müller Brockmann, Josef, *Sistema de retículas*, 1982, Pág. 49-95.

1.4.3.1 Márgenes

Los márgenes son los espacios en blanco que se encuentran en cada uno de los cuatro lados de una hoja impresa. Esta constituida del margen interior también llamado margen de lomo, el margen exterior o margen de corte, margen arriba o margen de cabeza y del margen abajo o margen de pie. La medida que debe existir en cada uno de los márgenes deberá ser el adecuado para que la relación entre cada uno de los elementos sea armónica y proporcionada. Los márgenes deben tener proporción, esto es que los blancos deben ser funcionales. El margen del lomo no debe tener la misma medida que el margen exterior o el de pie, cada uno de los cuatro márgenes debe tener su propia medida, la medida de los márgenes deben aumentar gradualmente de acuerdo al siguiente orden: lomo, cabeza, corte y pie. Los márgenes deben ser armónicos, si los márgenes son muy estrechos y el texto de un tamaño pequeño, crearán una sensación de saturación y parecerá que las letras se desbordan de la hoja, en cambio si los márgenes son demasiado amplios y un tamaño de letra gran-

de se tendrá una sensación de desperdicio. Por ello deberá ser armónico la relación entre espacio de los márgenes y el tamaño del texto. También se recomienda que los márgenes no sean demasiado estrechos ya que al refine o corte de las páginas que varía entre dos a cinco milímetros, podría ocasionar que se cortara algún elemento que se encuentre muy cerca del margen.

Para la obtención de los márgenes existen diversos métodos como son el método de la diagonal, el método de la doble diagonal o relación áurea, el sistema normalizado, la escala universal, el sistema ternario, el sistema 2-3-4-6, el método de Van der Graaf, o la composición 3:4.³⁴ Para soportes editoriales como la revista se puede recurrir a márgenes arbitrarios, estos tienen medidas que no se basan rígidamente a los métodos tradicionales. Los requisitos para los márgenes arbitrarios es que la medida de los blancos debe aumentar gradualmente como ya mencionamos, no deben estar muy cerca de los cortes, además de que los márgenes deben ser armónicos y proporcionados.

1.4.3.2 Mancha

La mancha también llamada caja tipográfica, como su nombre lo indica es un rectángulo donde dentro de él se colocará todos los elementos visuales como son la tipografía y las imágenes.

La mancha tipográfica siempre ha de estar en relación con la medida de la página, si el formato

de la página es áureo, la caja deberá ser también áureo, sin importar cuales sean sus medidas. También esta medida dependerá del tamaño del texto y de las líneas que tendrá la mancha. En esta mancha es donde se construirá la retícula con cada uno de sus columnas, campos y líneas.

^[34] Estos métodos se detallan en, *De Buen, Jorge, Op. cit., Pág. 168-175.*

1.4.3.3 Retícula

En una superficie bidimensional que se subdivide en campos o espacios más reducidos a modo de reja con una frecuencia variable, es una retícula.³⁵ Los campos reticulares pueden tener diversas medidas tanto de ancho como de altura, definidos según los ritmos vertical y horizontal de la caja de texto que es donde se encuentra la retícula, estos módulos se separan uno de otro por medio de un espacio intermedio que tiene diversos usos. Esta retícula sirve para el ordena-

miento del texto, de las imágenes, los reforzados o cualquier elemento de la página. Cada uno de estos elementos debe contenerse exactamente en estos campos o módulos que tendrá un espacio específico para separar cada elemento uno del otro. Una vez establecida esta retícula o parrilla solo es necesario acomodar los elementos gráficos de acuerdo a un orden o estilo preestablecido que es la diagramación.

1.4.3.4 Columnas

Las columnas son las partes en que se divide la mancha, cada una de estas columnas puede abarcar desde uno o más campos, una retícula puede tener una columna que se utiliza principalmente para libros, o puede tener dos, tres, cuatro o más columnas para cualquier publicación, o puede tener combinación del número de columnas en una sola página, la función que tienen éstas es evitar renglones largos y con ello el cansancio de la vista al leerse líneas extensas; el número de columnas que tenga la página dependerá del formato de impresión, la tipografía y el tamaño de la letra.

El tamaño de las columnas dependerá de diversas circunstancias, su anchura dependerá del tamaño del carácter y de las palabras que pudieran contener en un renglón, ya que una columna deberá tener un número de palabras suficientes para favorecer la lectura. Por ejemplo, en una columna demasiado larga con más de trece palabras oca-

sionará que la vista se aleje demasiado del comienzo de la línea resultando difícil encontrar la siguiente, además de que el ojo se esfuerza mucho en mantener la línea horizontalmente. Cuando una columna es demasiado corta, con unas cuatro palabras por renglón, el ojo es obligado a cambiar de renglón con demasiada rapidez, ocasionando cansancio. Por ello una columna de tamaño apropiado es la que tiene aproximadamente de siete a diez palabras por renglón, pero siempre dependerá del proyecto y tamaño de la letra e interlineado que se tenga.

El espacio que existe entre una columna y otra de manera vertical se llama intercolumna o medianil, el medianil es el que separa a las columnas para que los textos de las diferentes columnas no se junten y esto cause confusión, tampoco este espacio debe ser muy ancho porque entonces se tendrá un desperdicio de espacio.

1.4.3.5 Diagramación

La diagramación consiste en la articulación de los elementos de la página, como son el texto, las imágenes y los reforzadores, en una retícula de manera generalmente funcional. El cometido que debe cumplirse al diagramar una página es la de obtener una lectura precisa de la información, no sólo del texto sino de todos los elementos que lo rodean como pueden ser fotografías, títulos, etc. Cumpliendo con esto, se promoverá los demás fines que se busquen para una publicación. La legibilidad al diagramar, se logra con el correcto manejo de la retícula y sus elementos, así como de la adecuada disposición de los elementos dentro del área de la página.

En la diagramación puede ser de ayuda que en la retícula como menciona Alan Swann³⁶ haya flexibilidad del espacio, esto es por medio del trazo de guías y columnas auxiliares dentro de los campos, para utilizar una u otro en páginas distintas, con el fin de tener más alternativas y libertad en la colocación de columnas y diversos elementos de la página, pero este solo es una opción de muchas que puede tomar el diseñador de la publicación.

Una vez establecida una retícula maestra para una revista, a partir de ésta, el diseñador se basará para la composición de los artículos de dicha publicación, esta diagramación se realizará de acuerdo a un estilo establecido. En la diagramación también intervienen factores como son ca-

racterísticas de los artículos. Cuando se comienza a componer un artículo es necesario saber donde se ubicaran los contenidos dentro de las páginas, como saber si se colocará dicho artículo al principio, en medio o al final, si empezará en página par o non, la longitud en páginas de los artículos, el espacio de los artículos complementarios, el espacio que se le dará al título, introducción o a las imágenes, etc. También es necesario tener presente la publicidad que se insertará, la cantidad y la posición donde se colocarán. Esto sirve para llevar acabo un guión de la revista, esto es un esquema que servirá para jerarquizar los artículos e información contenida, además sirve de guía para realizar los bocetos de la información contenida en las páginas de la revista o cualquier publicación.

Se tienen que distinguir los artículos principales con los de relleno, ya que los primeros son los que se le darán mayor número de páginas, sus introducciones serán más largas o los títulos serán más grandes, ya que hacer lo mismo en todos los artículos crea una monotonía y con ello aburrimiento por parte del lector. Chris Foges³⁷ dice que hay que distribuir el contenido de la revista y de la página de manera que sorprenda y entusiasme, y dependiendo de esta distribución se le dará un ritmo, energía y énfasis a la publicación sin confundir o distraer la atención del lector de lo que realmente importa que es el contenido.

³⁶⁾ Swann, Alan, *Como diseñar retículas*, 1990, Pág. 29-41, 82.

³⁷⁾ Foges, Chris, *Diseño de revistas*, 2000, Pág. 82-94.

Conclusiones al capítulo uno

El diseño editorial es una área específica del diseño y la comunicación, que se encarga de las publicaciones editoriales como son los libros, las revistas, los periódicos y otros que pudieran contener textos extensos. Su principal objetivo del diseño editorial es la legibilidad de todos los elementos gráficos de la página, además de otros objetivos funcionales y estéticos, si el diseño de una revista no tiene un buen grado de legibilidad, entonces esta no podrá cumplir con su cometido principal que es la de comunicar. Para poder lograr adecuadamente el proyecto de la revista se debe tener en principio este cometido, en cada uno de los elementos que tendrá el manual deberá tener un cierto grado de legibilidad.

La revista tiene ciertas características, tanto en su apariencia, características, contenido y en su producción. Para no confundirla con otro tipo de soporte como una gaceta, un periódico, un catálogo o un folleto, se debe tener en cuenta estas características para poder realizar adecuadamente cada elemento que contendrá la revista. El estudio del diseño editorial nos ayuda a conocer los elementos fundamentales con que esta con-

formada una revista y su aplicación para una correcta utilización de estos dentro de la guía o manual, también el uso adecuado de las herramientas con que se realiza actualmente este proceso de diseño editorial.

Es indispensable conocer todos los soportes editoriales que se conocen y sus variantes para ubicar exactamente el producto que tenemos y después ir conociendo detalladamente características como periodicidad, difusión, formato, tipo de papel, acabado, etc. Los impresos se encuentran divididos en las publicaciones editoriales que comprende a los libros, las publicaciones paraeditoriales que comprende los diarios y las revistas y algunas otras como gacetas, manuales, folletos, catálogos, entre otros; por último se encuentran los impresos extraeditoriales o no editoriales que comprende los impresos sociales, de presentación, de administración, de valor, publicitarios, entre otros.

Poder ubicar a la revista de acuerdo al tema al que trata, al tipo de contenido y su forma de distribución, es importante porque se conoce al público al que se dirige y esto es importante para la

realización del diseño. La clasificación de la revista de acuerdo a su distribución son los siguientes: revista interna o de circulación restrictiva, revista de divulgación y revista comercial; de acuerdo a su contenido es la siguiente clasificación: revistas de contenido especial que incluye a las revistas de carácter técnico, científico y profesional, las revistas de información especializada y las revistas de información general o de entretenimiento; de acuerdo al tema que abordan estas son sólo algunas: revistas de salud, familia, deportes, ciencia, video juegos, música, política, pasatiempos, etcétera.

Los elementos gráficos con el que esta conformado todo soporte editorial son la tipografía y su composición, y el sistema reticular y su diagramación, el objetivo de estudio de estos elementos no sólo es su correcta utilización, sino entender el fin del diseño editorial que es obtener una excelente legibilidad en todos los elementos que conformarán a la revista. Para el diseño de una revista además de tener amplios conocimientos de tipografía y de la retícula, es necesario conocer sobre las herramientas digitales que utilizaremos para

la confección de la publicación, y esto es la autoedición. La autoedición es una tecnología que se usa actualmente de manera generalizada, el fin de este es hacer el trabajo de confección y diseño de una publicación menos complicado, pero para utilizar esta herramienta es necesario conocer sus características principales. La autoedición consta de una serie de elementos como es la computadora con los adecuados programas de edición, así como el acceso a fuentes electrónicas para su manejo en este medio. Es indispensable conocer sobre la autoedición ya que en el diseño editorial se manejan constantemente conceptos que provienen del manejo de los programas de edición de páginas.

Tener un estricto control de todos estos elementos nos encaminará a una buena legibilidad, esto es el grado con que el lector entenderá el contenido de la revista, desde la forma y uso de la tipografía hasta el orden que se dará a los elementos dentro de la página para una mejor comprensión y lectura de la información, importante en todo producto editorial.

Capítulo dos

Manual editorial

contenido

Manual editorial
Función

Elementos a considerar
Forros
Interiores
Secciones
Artículos

Elementos tipográficos
Elementos ilustrativos
Elementos reforzadores

2. Manual editorial

Dentro de este capítulo indagaremos sobre el manual editorial, ¿qué es, cuál es su función y qué elementos lo componen? También analizaremos detenidamente cada uno de los elementos gráficos que contienen los artículos de la revista, como la función de cada uno de ellos, su disposición, sus características y su jerarquía con los otros elementos dentro del artículo, para poder incluirlos después todas las especificaciones dentro del manual editorial.

Veremos la portada, como elemento muy importante en la revista, por que en él visualizaremos

lo que podremos ver dentro de la revista y tiene que atraer y llamar al espectador a hojearla o comprarla; Por ello se hace un análisis de cada uno de los elementos que debe contener esta parte de la revista, por que con esto se creará un estilo que identificará a la revista de otras.

Para esta parte se hará una revisión de diversas revistas, desde las más comerciales hasta las experimentales, para conocer las características que prevalecen en ellas para tenerlas en cuenta en la realización del manual editorial.

2.1 Función

Un manual es un libro o cuaderno en el que se compendia lo más substancial de una materia, pero más bien se le conoce como un cuaderno "donde se describen los procedimientos para el manejo de una máquina, alguna técnica o un oficio,"¹ en este caso es una guía para el manejo gráfico de una revista, estableciendo los lineamientos generales y restricciones que se deberán tener a lo largo de la publicación y de los subsecuentes números, dando como resultado un orden y continuidad a ésta.

Una de las funciones del manual editorial, que es imprescindible, es la de determinar un estilo a la revista por medio de los componentes que se consideran para el diseño de una revista como son la composición tipografía, la diagramación y el manejo de las imágenes, para el reconocimiento

de la revista entre muchas otras, para poder ser identificado en cualquier situación o aspecto. Al manual editorial se le conoce también como manual de estilo gráfico. El estilo depende del carácter de la revista, que son los objetivos editoriales, además de la presentación gráfica de la publicación. De acuerdo a Donis A. Dondis ² el estilo que es muy complicado y difícil de describirlo con claridad, dice que el estilo influye sobre la expresión artística, esto es que las especificaciones que se anoten en el manual servirán como reglas estilísticas y que ejercerán sobre el diseñador o diseñadores una influencia de como proyectar cada una de las páginas. Allen Hurlburt³ indica que el estilo es difícil de definir y no fácilmente llega. Por que en algunas ocasiones hasta el mejor diseño no se refleja correctamente la persona-

¹ De Buen, Jorge. Op. cit. Pág. 372.

² Dondis, Donis A. *La sintaxis de la imagen*, 1995, Pág. 149-150.

lidad de la publicación y a veces hasta mucho tiempo después es cuando esta personalidad se empieza a vislumbrar. Por ello es imprescindible el establecimiento de una continuidad visual y de una secuencia página a página, por medio del uso de un manual editorial y que el diseñador se esfuerce por revisar detenidamente la composición y elementos de la página. Este estilo gráfico no solo se consigue haciendo cada número de una revista idéntica, sino que se halla en ciertos detalles del impreso que van desde el modo habitual de colocar una fecha, un título, una línea, aspectos de composición tipográfica, como una misma familia, tamaños, espaciamientos, hasta en fuertes rasgos visuales en cualquier elemento gráfico de la publicación. Para concretar que se establezca el estilo además de lo gráfico se necesita ser constante en la línea editorial o periodística y esto dependerá de la editorial.

Las razones para realizar un estilo van desde distinguir a la revista de otras, ahorrar tiempo y dinero al realizar el siguiente diseño de la revista,

hasta crear un nuevo estilo artístico. El estilo también influirá de acuerdo a lo que se quiere transmitir de la revista, este puede ser rígido o flexible, tradicional u original, serio o superficial, austero o lujoso, contemporáneo o antiguo, etcétera.

Las revistas "deberán preparar su propio manual de estilo de acuerdo con el formato que adopte, adaptándolo y variándolo de manera que en él se refleje siempre la estrategia visual de la revista."⁴

Independientemente de que sean distintas las personas que realicen el diseño de la revista a los que realicen el manual editorial, se puede lograr un orden y una continuidad consultando el manual y siguiendo el estilo editorial. Tampoco quiere decir que con el manual elaborado entonces el que realice la diagramación y la formación de la revista, no necesita estar capacitado, porque se pensaría que todo ya está especificado en éste; esto no es así ya que sólo se debe tomar al manual como punto de partida para el diseño de la revista y seguir las líneas generales y no el diseño específico de cada artículo.



Diversos estilos de páginas de revistas

⁽³⁾ Hurlburt, Allen, *Publication design*, 1976, Pág. 67-70.

⁽⁴⁾ García, Mario, *Diseño y remodelación de periódicos*, Pág. 121.

2.2 Elementos a considerar

La revista para ser llamada así además de las características físicas, y el contenido de su información, requiere que contenga una serie de elementos documentales gráficos, como son los tipográficos, ilustrativos y los reforzadores, que en los siguientes puntos analizaremos cada uno de ellos, y conoceremos su función, sus características y el manejo que se debe tener. En la parte sobre como deben manejarse estos elementos, se abordará de manera general ya que "no existe un patrón estándar de juicio para el diseño correcto",⁵ por ello, no hay reglas de como o donde se deben colocar, pero si recomendaciones

básicas de como se podrá hacer buen uso de ellos. Estos elementos a considerarse en la revista son los que deben figurar en las especificaciones del manual editorial.

La revista esta compuesta de los forros y de los interiores; dentro de cada una de estas partes están conformadas de diversos elementos y secciones, una de estas secciones es lo que se considera el contenido de la revista que son los artículos que a la vez esta constituida de diversos elementos tipográficos, que a continuación analizaremos a detalle cada uno de ellos.

2.2.1 Forros

Como su nombre lo indica esta parte es la cubierta que se pone a las páginas interiores en su exterior para protegerlos. Normalmente el papel que se utiliza es más grueso y resistente que el de los interiores, este puede ser alguna cartulina o papel grueso como el couché de más de 150 g, si es de cartón se llama tapa y si va recubierto de tela o piel se llama pasta, pero este solo se utiliza

en los libros. Esta parte consta de cuatro elementos que son: primera de forros o portada, este es uno de los elemento más importante de los forros y uno de los más importantes de la revista. Después de la portada las partes que integran los forros son el lomo, segunda, tercera y cuarta, a esta última, también se le llama contraportada.



⁵ Owen, William. Op. cit. Pág. 128.

⁶ Ibid, Pág. 186.

2.2.1.1 Portada

La portada es el elemento más importante, “es la área del diseño de revistas al que está sometido a un control más estricto”,⁶ “establece la identidad, el carácter y la frescura...”. Con un logotipo, imagen y contenido atractivos “induce al público a comprarlo, abrirlo, leerlo.”⁷ ya que es la cara principal de la revista, es lo que primero se ve al presentarse una revista ya sea en un puesto, estante o cuando alguna persona te la enseña. En revistas que no se exhiben en un puesto o estante o que ya son vendidas por anticipado, no significa que se hagan siempre las portadas para vender, sino que en estos casos se realizan “para animar a los lectores a leer lo que han comprado o sólo para satisfacer sus expectativas sobre cómo debería ser la revista.”⁸ Por la importancia que tiene, la portada y la contraportada se imprimen en cuatricromía, con barniz y en algunos casos hasta con tintas adicionales y grabado en seco.

El diseño de portadas para revistas es parte del estudio del diseño editorial y por ello lo abordamos en este trabajo; analizaremos cada elemento que constituye esta parte de los forros y su manejo. Dentro de la portada esta constituida por diversos elementos gráficos y tipográficos, estos son el logotipo, la imagen el cintillo y las segundas. Al lado izquierdo de la portada se encuentra el lomo y a su derecha se encuentra el canto o corte de las hojas (en las revistas o cualquier tipo de impreso en países como Japón la portada se encuentra del lado contrario).

Cabezal

El cabezal es el nombre de la revista, (es la marca) este es uno de los elementos que caracterizará a la revista de las demás, y se conocerá hasta que punto la revista es conservadora, seria, tradicional, moderna, etcétera.

El cabezal generalmente está constituido por un arreglo tipográfico que puede ir solo o acompañado con algún símbolo. El nombre de la revista puede estar compuesto de una o hasta tres palabras, por lo general no son más. Este texto algunas veces no tiene que ser legible, ya que lo más importante es que sea “fácilmente reconocible y difícilmente olvidable”.⁹ El cabezal se ubica en la parte superior de la página, ocupando un espacio como mínimo de siete por ciento del tamaño de la portada. Este elemento no deberá cambiar constantemente, (solamente puede cambiar de color) ya que tiene que desarrollar una longevidad suficiente para que los lectores se familiaricen con él, cada que se quiera hacer un rediseño se debe tener mucho cuidado en el manejo del cabezal para no llegar a desconcertar a la gente. Para una revista nueva, de preferencia estas palabras o letras deben ser reconocibles y de fácil lectura, para que sea recordable. Una vez reconocible el cabezal se puede jugar con él y en algunas ocasiones ocultarlo con alguna parte de la imagen.

⁶ Evans, Harold, *Diseño y compaginación de la prensa diaria*, 1984, Pág. 65.

⁷ Foges Chris, *Op cit.*, Pág. 24.

⁹ Ruari, McLean, *Manual de tipografía*, 1987, Pág. 46.

Imagen

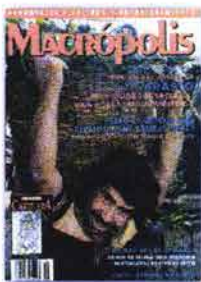
Cuando vemos la portada de una revista lo primero que vemos es la imagen, esta consiste en una fotografía, ilustración, o una construcción tipográfica, que pueden ocupar la mayor parte de la portada. Existen muy pocas publicaciones como las revistas científicas que en la portada no tienen ninguna imagen sino que a manera de periódico, contienen artículos de texto. Esta fotografía o ilustración son generalmente sencillas y acentuadas en un punto importante de la imagen para captar y atraer la vista de la gente. Este es uno de los elementos más importantes que deben representar a la revista y su carácter editorial. La imagen también puede aludir al tema de la revista o de un artículo importante de su interior, funciona de código visual de los artículos que el lector espera encontrar en la revista.

La imagen puede ser una fotografía, a color o blanco y negro, una ilustración de cualquier técnica y estilo o una composición de fotografías e ilustraciones o combinación de técnicas; también existen las portadas con una composición a base de texto, esto es a base de construcciones tipográficas,¹⁰ esto es, de letras, palabras o números formando figuras o texturas. Este se coloca generalmente en toda la portada debajo de todos los elementos, pero también se coloca dentro de un recuadro en el centro o a la izquierda de la página.



ilustración y fotografía

Cintillo



Reportaje, cultura, entretenimiento

Cuando vemos una revista y que por su nombre o por la imagen que tiene no sabemos de qué trata o qué temática maneja, es tal vez, por que no tiene este elemento importante de la portada de la revista. El cintillo es la información general de la publicación, esto puede ser algún lema, eslogan o palabras de referencia del asunto o tema de la revista en general.

En el cintillo también comprende la información suplementaria como la fecha de publicación, periodicidad, lugar, precio (o información de que es gratuita), código de barras, número, volumen y época del ejemplar. Algunas revistas añaden otros elementos como el ISSN, Página de internet, etc., estos son elementos obligatorios que "deben formar parte del diseño de la portada, y no han de estropear los logros conseguidos con los demás elementos."¹¹ El cintillo se puede colocar encima, debajo o verticalmente, junto al cabezal, aunque también se llega a colocar en la parte inferior de la página, la lectura ya sea vertical u horizontal.

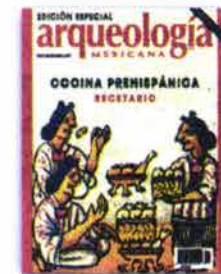
¹⁰⁰ Owen, William, Op cit., Pág. 189.

¹¹¹ Foges Chris, Op cit., Pág. 25.

Segundas

Cuando vemos una revista y lo que en ocasiones nos atrae para hojearla o comprarla no solo es por la imagen sino también por los titulares o información que se muestran en la portada sobre el contenido. Las segundas es el texto en bloques que contienen información de los artículos, de los reportajes más importantes o de la inserción de un suplemento especial. Sirven principalmente para dar información del contenido de la revista, las revistas comerciales las manejan como si fueran eslogan ocupando gran parte de la página, para poder atraer al lector. Revistas culturales o científicas la usan poco o lo manejan de manera discreta dándole prioridad a la imagen o cabezal. Las segundas también sirven como referencia de manera que ayuden al lector a encontrar un reportaje o un artículo en el futuro. Esto se puede lograr incluyendo una forma regular o plantilla para la presentación de la información; otras revistas manejan las segundas como un índice ya que en cada una de estas colocan el número de página donde se encuentra determinada sección u artículo.

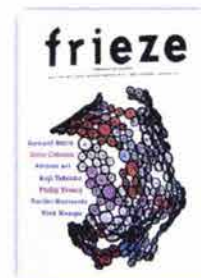
Las segundas se articulan de palabras o de oraciones cortas, en ellos se colocan el nombre de las secciones de las revistas o del nombre del artículo. Generalmente su colocación es a la izquierda, en la parte superior o inferior, en estas dos últimas se colocan principalmente para no interferir con la imagen, se puede colocar en toda la página sin superponerse en el cabezal o en el acento de la imagen.



Información del contenido



Portada construcción tipográfica



Diversos tipos de portadas

2.2.1.2 Lomo

El lomo se encuentra en la parte opuesta al corte delantero de la revista, es la superficie lisa entre la portada y la contraportada, por lo tanto, no todas las revistas poseen un lomo grueso como en el caso de las revistas económicas o engrapadas. Su anchura es determinada por el número de páginas que contiene la publicación. Generalmente es el elemento al que se le da muy poca importancia. En él se coloca información, como textos, figuras o imágenes. Esta información suele ser marcas identificativas como el nombre de la revista o logotipo, algunos elementos del cintillo como el número y año de publicación, lugar, fecha y página de internet. También añaden el tema específico que trata el número de la revista o el más importante o si no una lista abreviada del contenido, esto para que el lector pueda acceder a artículos específicos de una revista concreta dentro de una colección o de diferentes publicaciones.

La disposición de la información debe ser en posición vertical, la lectura del texto debe hacerse de abajo hacia arriba, a esto se le llama disposición a la española, del mismo modo que en los libros. Cuando se coloca algún logotipo o símbolo, se puede colocar de igual forma que la infor-



Disposición de la información en los lomos



Lomos con secuencia gráfica

mación, esto es, vertical o sino también de manera horizontal. Existen revistas que añaden en su lomo una miniatura de la portada, otras añaden algún elemento que a simple vista no tienen ningún significado, (como una letra o imágenes) pero que al juntar esta revista, expuestas con el lomo a la vista, de varios números consecutivamente, (en serie) completan una palabra o imagen. En el diseño de etiquetas y cajas se maneja frecuentemente y se le llama efecto de anaquel o secuencia gráfica.¹²

2.2.1.3 Segunda y tercera de forros

A las partes internas de la cubierta se les llama segunda y tercera de forros. Estas dos caras tienen diversos usos, la mayoría de las revistas, sobre todo las comerciales las utilizan para publicidad, pero otras revistas, las utilizan para anuncios, información de números próximos de la revista, para colocar su directorio y los registros, etc. Estas dos partes suelen imprimirse a cuatro tintas o solo a una, de la misma manera que a las portadas se les puede colocar o no barniz. Cabe mencionar

que algunas revistas las usan como si fueran páginas del contenido editorial, en la foliación manejan como primera página a la portada o a la segunda de forros, aunque esto es incorrecto, ya que la numeración de las páginas se realiza desde la primera página de los interiores. La retícula y diagramación que se usa en segunda y tercera de forros puede ser de la misma forma que la de interiores, salvo en caso que contengan solo publicidad.

2.2.1.4 Contraportada

La contraportada o cuarta de forros, es la parte posterior de la portada, en él se coloca usualmente publicidad, principalmente en publicaciones comerciales, pero en revistas de divulgación se insertan imágenes como pinturas o fotografías, para difusión de cultura o sin otro fin más que para que los lectores la admiren; En las contraportadas también añaden reportes especiales, o cualquier información de interés para la gente. Existen algunas revistas que utilizan a la contraportada junto con el lomo para colocar una imagen completa a modo de portada, algunas otras revistas además de lo anterior también colocan ahí el código de barras, aunque frecuentemente se coloca en la portada.

Revistas de doble portada

Existen revistas que podría decirse que no tienen contraportada, esto es que tienen dos portadas diferentes, algunas de estas hasta con dos logotipos y segundas diferentes, esto es para tener dos revistas en una y para poder leer la otra parte de la revista se tiene que voltear la revista, y esto se hace teniendo en frente una de las portadas (no se puede saber cual es la portada principal a menos que se especifique) hay que voltear toda la revista como si viéramos su contraportada pero lo haremos de manera vertical, entonces ya se podrá ver la otra parte de la revista. En el país vecino del Norte le llaman Flip-Book y se utiliza usualmente para cómic o historietas.



Revista e historietas de doble portada

2.2.1.5 Forros plegables

Cuando en la portada o contraportada se tiene uno o dos plegados, entonces los forros contienen de seis a ocho caras, esto es dos o cuatro páginas más, entonces la portada y contraportada no estarán en primera y cuarta de forros, sino que cambiará de acuerdo al tipo de plegado que se haga, por ejemplo: la portada y contraportada podrían estar en tercera y sexta de forros respectivamente. Este tipo de plegados se usa generalmente para insertar más publicidad debido a la calidad y la posición prominente que se tiene en los forros, aunque también algunas revistas las utilizan para colocar mapas o atlas de manera extraordinaria.



Forro con plegado en portada

2.2.2 Interiores

Los interiores son las hojas que están resguardadas por los forros, es en donde se encuentran los principios, todos los elementos del contenido editorial y elementos gráficos, en el ámbito de los libros se le llama tripa. En los interiores se encuentran los principios, estos son elementos que van en las primeras páginas de la revista y que tienen información sobre la revista en general, estos son: el directorio, el sumario, el editorial, los registros tanto legales e informativos y las advertencias.¹³ Después se encuentra lo que se llama el conte-

nido editorial, estos son los artículos o la información que se divide en varias secciones. Los artículos tienen varios elementos, estos son los tipográficos, los ilustrativos y los reforzadores. También hay otros elementos que están dentro de la revista como son la publicidad, los publlirreportajes, anuncios, etc. A partir de la primera hoja de los interiores es donde se empieza a numerar las páginas y termina en la última de éstas. Se debe utilizar el mismo sistema reticular y tipográfico para todo lo que se considera a los interiores.

¹³ Martínez de Sousa. *Diccionario de tipografía...* 1981, Pág. 270.

2.2.2.1 Directorio

El directorio es donde se coloca los créditos de la empresa y las personas que crean, dirigen, coordinan y realizan la edición de la revista, acompañado de sus respectivos cargos. En algunas revistas añaden detalles biográficos de los colaboradores importantes y hasta su fotografía. También se coloca información de la editorial, empresa o institución. En síntesis, el directorio es la columna de una revista o cualquier publicación, situada en alguna página destacada donde aparecen los más importantes que hacen posible la realización de la revista. En el directorio se incluye diversos cargos de significado impreciso y que puede variar de una publicación a otra, estas funciones son: Fundador, director editorial, subdirector, asistente editorial, dirección administrativa y comercial (relaciones públicas, ventas, publicidad, producción, suscripciones, etc.) editor, consejo editorial, jefe de información, redactor, reporteros, colaboradores, corresponsales, corrector, director de arte, diseñador, ilustrador, formador, fotógrafo, traductores, etc.

Cuando se trata de revistas de suplementos de periódicos o de revistas internas, puede colocarse dos directorios, una de la empresa, institución, editorial o periódico de donde proviene la revista



Información de la portada



Directorio de revista de empresa

y la otra el directorio con información de quien hace la revista. Dentro del directorio también se coloca el logotipo de la editora, institución o de la revista, con su respectiva información como lema o finalidad, razón social, dirección, teléfono y correo electrónico. (Esta información se puede colocar de igual manera en los registros) también suele introducirse la ilustración o fotografía de la portada en miniatura y se coloca información sobre ésta como puede ser una descripción breve, modelo, fotógrafo, maquillaje, nombre del autor, técnica y/o fecha.

Generalmente el directorio se coloca en la primera o primeras páginas junto con otros elementos, pero también algunas veces se coloca hasta el final de la revista. Este casi siempre va encerrado en un recuadro en columna de forma vertical. El directorio se compone de la misma fuente tipográfica que del cuerpo de texto pero se puede manejar de dos puntos menor.

2.2.2.2 Registros

Los registros son los permisos por diversas instancias que hacen legal la edición y circulación de la revista en México y en otras partes del mundo. Estos permisos están dados a las publicaciones por medio de un número o clave que servirá de registro, algunos de estos permisos son:

- Certificados de reserva de derechos de uso exclusivo y código ISSN, otorgados por la dirección general de derechos de autor, dependiente de la secretaría de educación pública.

- Certificados de licitud del contenido y certificados de licitud del título o cabeza, otorgadas por la comisión calificadora de publicaciones y revistas ilustradas, dependiente de la secretaría de gobernación.

- Permiso postal como publicación periódica, otorgada por el servicio postal mexicano.

- Marca registrada del nombre de la revista; otorgado por la dirección general de invenciones, marcas y desarrollo tecnológico de la secretaría de economía.

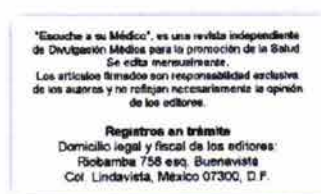
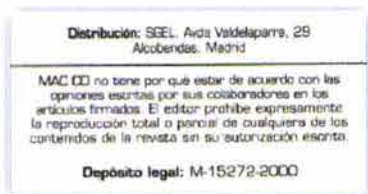
- Otros registros solo informativos como podrían ser, el registro de la cámara nacional de la indus-

tria editorial, certificación por el instituto verificador de medios, Inclusión a la base periódica de catálogos como por ejemplo el RENCIS del CICH y del SERIUNAM de la dirección general de bibliotecas de la UNAM, entre otros.

En los registros se deben incluir información que aparece en el cintillo de la portada (número, época, año, volumen, fecha, precio, etc.) así como el pie editorial, esto es la expresión de la firma editorial, su lugar de residencia, teléfono, correo, electrónico y página electrónica; además de la distribuidora, la pre prensa, el impresor, el lugar de la impresión, la tirada, etc.

Por último se deben añadir las advertencias que se colocan dependiendo de la revista, estos son:

- De derechos de reproducción y distribución como son Derechos de autor reservados como por ejemplo: Prohibida la reproducción parcial o total del contenido sin previa autorización por escrito de los editores; esta publicación no autoriza la utilización de ninguno de los materiales publicados para fines publicitarios o comerciales; se autoriza expresamente la reproducción total o



Registros

parcial de los textos, siempre que se utilicen para orientación y capacitación de la población; se autoriza la reproducción del contenido, citando la fuente; anticopyright en contenidos: las ideas y la cultura no le pertenece a nadie; Prohibida la distribución de la revista en cualquier parte del mundo por agentes no autorizados por escrito.

- De marcas, logotipos e imágenes utilizadas en los artículos: Todos los logotipos y marcas mencionadas, son marcas registradas por sus respectivos propietarios; La mención de precios, casas comerciales, marcas y nombres de productos, son servicios informativos y no representan responsabilidad alguna para la editorial.

- De responsabilidades de la información: Los artículos firmados son responsabilidad exclusiva de sus autores y no reflejan necesariamente la opinión de los editores; los textos editoriales son aquéllos que, expresamente, están firmados por el director; No nos responsabilizamos por errores tipográficos.

- De responsabilidades de anunciantes: Los anuncios publicados, así como la información, ofertas y promociones que contienen son responsabilidad de los anunciantes; La revista investiga sobre la seriedad de los anunciantes, pero no se responsabiliza de las ofertas realizadas por los mismos.

Toda esta información se coloca a modo de comentario, La disposición de este elemento se maneja de diversas formas, los registros se colocan al principio de las páginas junto con el directorio o en las últimas páginas de la revista aunque el directorio se encuentre al principio, a manera de colofón como lo usan los libros. También se puede partir en dos esta información de los registros, en una parte se colocan solo los registros legales e información de la editorial, junto con el directorio y la otra parte de la información se coloca en las últimas páginas.

REDACTORES Y REPORTEROS: Guadalupe Álvarez Santillán, Jorge Espindola Hernández, Juan Lopez Miguel, Fabian Monter José Oroco, Francisco Toral, Servando Torres y Aquiles Vaca

ARTICULISTAS: Ricardo Chang, Jaime Enriquez Félix, Gerardo Flores Ledezma, James R. Fortson, José Gavito, Consuelo Gómez Agustín Garibolós, Jesús González Schmitz, Octavio Lázaro Venúncuez, Juan M. Leal Arosez, Sergio Martínez Chavarría, Leopoldo Mendivil, Felipe Moreno, José Murat, Guillerino Pimentel, Fernando Pineda Gómez, Hector Ramirez Cudálar, Fernando Ríos Pierra, D. Rentero y Roberto Rodríguez Bofas

DISEÑO: Coordinador: Fausto Cervantes Heróndez, Eduardo Villegas. **CARICATURISTA:** Gishula. **ILUSTRADORES:** Antonio Anaya R. y José Luis Zeevali. **FOTOGRAFOS:** Jorge Gutiérrez, y **DIGITAL PRESS DOCUMENTACION Y ARCHIVO:** José Luis Toledo M.

CORRESPONSALES: Rosendo de la O. Rendón, en **Guerrero:** Fernando Alberto Cisante, en **Puebla:** Eliseo Tejeda, en **Veracruz:** César Romero Jacobo, en **Quintana Roo:** Jesús Oscar González, **Nuevo León:**

Dirección — Oficinas y planta impresora: Av. Ceylán 517, Col. Industrial Vallejo, 02300 México, D.F. Tel: 5-87-38-66 Apdo. Postal 2896. 06500 México, D.F. Telex No: 1762095 PULLME FAX de la Presidencia del Consejo: 587-96-39. Precios: \$65.00 el ejemplar en toda la República. Números atrasados \$5.00. Suscripciones semestrales \$63.75. 00. Suscripciones anuales \$125.00. En U.S. 4.00 Dlls. En los Estados Unidos, suscripciones semestrales 104.00 Dlls. (26 números). En otros países, previa solicitud de precio. **IMPACTO:** Revista Semanal. Fomento Pagado. Publicación Periódica. Permiso número 004 0848. Oficio número 4083 de fecha 24 de septiembre de 1991. Características 234 75 7002. Frangencia número 1-86-53380. Miembro de la Cámara Nacional de la Industria Editorial 104. Certificado de Licitud de Título No. 3346. Certificado de Licitud de Contenido No. 2936. Expediente 1-432-863-1571. Número de Reserva al Título otorgado por Derecho de Autor 2407-449-66. Responsable Publicaciones Llergo, S.A. de C.V. Circulación certificada por el Despacho Ferial, De la Fuente y Asociados, S.C. **DISTRIBUCION:** Distrito Federal: Despacho Antonio Velázquez Ortiz, Artículo 123 No. 129-C, Col. Centro México, D.F., Tel: 512-7888 y 521-8567. Foránea y Extranjero: Publicaciones Citem, S.A. de C.V. Av. Taxqueña 1788, Col. Posadas de Taxqueña, 04250 México, D.F. Tel: 524-01-00. Los firmantes son responsables de sus artículos.

Registros

2.2.2.3 Editorial

El editorial, es la página donde se inserta la carta, comentarios, política editorial o expresiones del o los editores acerca del presente número de la revista o sobre cualquier tema. En revistas internas de empresas se le llama la carta del director, en estas revistas se suele colocar una fotografía del director y su firma manuscrita en esta página, tal vez por que ayudan a transmitir cierta confianza y cercanía a los lectores. También está la presentación, (como la que usan los libros) se utiliza principalmente en revistas de reciente aparición, esto es que se encuentran en el primer número o nú-

meros. La presentación es igual que la editorial (un escrito a modo de prólogo, hecho por el editor) en donde se introduce a la materia de que trate la revista o el número en especial.

Generalmente el texto del editorial ocupa menos de una cuartilla y suele escribirse en plural; se puede colocar junto al directorio y los registros. Se coloca siempre en las primeras páginas de la revista. Se utiliza generalmente la misma familia tipográfica del cuerpo de texto de los artículos y el mismo tamaño o puede ser mayor.



Editoriales diversos

^[14] Ibid, Pág. 260.

^[15] Dreyfus, John, Op cit., Pág. 435.

2.2.2.4 Sumario

Sumario, también llamado tabla de contenido, índice de contenido, o solamente Índice o contenido; es la lista de las partes y secciones que contiene la revista, se colocan por orden de exposición en que aparecen en el texto, con el respectivo número de página en donde aparece dicha parte o sección.¹⁴ En ocasiones se resaltan los artículos más importantes y se colocan imágenes alusivas a estas. También se puede colocar un pequeño resumen o síntesis de cada artículo. El espacio que ocupa el sumario puede ser desde media cuartilla hasta dos páginas. Se compone de la misma fuente que del cuerpo de texto, del mismo tamaño o dos puntos menor.¹⁵



Tabla de contenidos o sumario:



2.2.2.5 Publicidad y anuncios

En las revistas éstos se consideran como espacio vacío en cualquier página destinado para la publicidad, que en la mayoría de las revistas (sobre todo las comerciales) son necesarios pues son sostenidas económicamente por ellos, un anuncio publicitario puede ser de un tamaño de un tercio de la página hasta una página completa o varias de ellas juntas (plegable), y se debe tener mucho cuidado en el manejo de este ya que no se debe confundir con el contenido editorial. Por otra parte están los anuncios que no son propia- mente publicidad, esto es que son “un conjunto

de palabras con que se da a conocer algo”,¹⁶ por lo general referente a la institución o empresa que edita la revista sea o no del tipo comercial.

Los cuidados que se deben hacer referente a la publicidad es, que éste y el material de redacción (artículos) deben ser fácilmente diferenciables para el lector,¹⁷ sobre todo cuando estos ocupan solo un pequeño espacio de la página y el restante es contenido editorial, esta diferenciación se debe lograr por medio del uso de recuadros o filetes para dividir los espacios, también se puede utilizar el contraste de colores, por ejemplo, si una



Anuncios y publicidad



¹⁴⁶ Martínez de Sousa. *Diccionario de tipografía...* Pág. 10.

¹⁷⁷ Evans, Harold, *Op cit.*, Pág. 53.

publicidad ya sea que solo ocupe un cuarto de página o una página completa y su fondo sea blanco, entonces en donde se encuentra el texto del artículo deberá usarse como fondo un color diferente al blanco, como casi siempre se entrega una publicidad prediseñado, y por ello no se le puede cambiar el color. Los artículos o información de la revista no deben ser tratados como relleno a agregar entre una publicidad o anuncio, ni debe perderse entre estos, ya que esto sugiere que la revista valora su propio contenido como inferior al material publicitario.¹⁸



No se debe confundir información y publicidad

2.2.2.5.1 Publireportajes

Los publireportajes son “anuncios publicitarios que parecen parte del contenido de la revista”, y los anunciantes hacen esto para que los lectores tengan la impresión que la editorial de la revista es la que presenta el anuncio, esto es que de un producto o servicio se hace un reportaje de las “bondades” que ofrece el bien o servicio, esto se observa en un texto que ocupa generalmente una página, con su respectiva fotografía del producto y marcas.¹⁹

Harol Evans²⁰ asegura que si una publicación permite a un anunciante imitar su estilo, la revista está reduciendo su propia credibilidad, como en los casos de los publireportajes que parecen unos artículos más de la revista, pero no se deben igualar estos con el auténtico contenido editorial. Esta

diferenciación se logra, no permitiendo que se compongan los títulos y cuerpo de texto de la misma fuente tipográfica de la que se utiliza en los artículos, además de diferente tamaño, espacio y diagramación, aunque hay otros métodos más sutiles de separarlos del resto del contenido editorial, como es añadirle tintas a las páginas, colocarle bordes, colocar en una posición sobresaliente el logotipo del anunciante, el uso de fuentes tipográficas levemente diferentes y/o colocando la palabra «publireportaje» a la página.²¹ Existen revistas que todo su contenido se construye de publireportajes, como las de publicidad o turísticas, y aquí se debe tener cuidado en no parecer un catálogo de establecimientos, empresas y productos.



Se tiene que señalar que es un publireportaje con texto o un marco

⁽¹⁸⁾ Ibid, Pág. 54,55.

⁽¹⁹⁾ Foges Chris, Op cit., Pág. 97.

⁽²⁰⁾ Evans, Harold, Op cit., Pág. 53.

2.2.2.6 Secciones

Las secciones son “cada una de las divisiones de una publicación periódica donde se agrupan informaciones o temas del mismo género.”²² Independientemente del tema que manejen una revista comúnmente esta dividida en varias secciones y generalmente tienen el mismo título en cada edición, hay algunas secciones que son fijas, esto es que aparecen de modo habitual y hay otras que aparecen esporádicamente. Algunas de estas secciones son:

- Principios; es en donde se encuentran las partes ya mencionadas de la revista como son el directorio, registros legales, registros informativos, advertencias, editorial, tabla de contenido o sumario, además otras secciones que no son obligatorias como comentarios, correspondencia (carta de los lectores), antología de prensa, etc.

- Artículos; esta es la información, el contenido de la revista y aquí entran varias secciones como pueden ser política, especializada, local, internacional, especial, etcétera.

- Política; aunque la publicación no sea específicamente de política, en revistas de noticias pueden tener una sección de esta índole, como local, regional, nacional o internacional.

- Especializada; en esta puede variar según la revista, en una de economía puede tener secciones de bolsa de valores, finanzas, cifras, etc. En una revista cultural puede tener secciones de arte, cine, teatro, historia, etcétera.



Secciones de una publicación



Secciones de una publicación

- Local e internacional; en esta sección puede llevar informaciones, sobre lo que pasa a nivel, local o internacional, sobre política, finanzas, ciencia, cultura, etcétera.

- Especial; en este se incluye el reportaje o información más reciente y extraordinario de toda la revista y se le da esa etiqueta de especial.

- Hay otras secciones que no es información extensa y que puede hablar de diferentes aspectos, como son de servicio, deportes, espectáculos, cultura y amena o misceláneos. Aunque sea una revista de política puede traer algunas o todas estas secciones.

- Servicio; En revistas sobre todo de entretenimiento incluyen esta sección donde reúnen los horarios de las emisiones de televisión y cine, así como también boletines meteorológicos, o cualquier información que le es indispensable al lector.

- Deportes; Sección dedicada a información referente a los deportes como puede ser fútbol, básquetbol, etcétera.

- Cultural; Sección dedicada a el mundo del arte en los museos, la televisión, el cine, el teatro, actividades diversas, etcétera.

- Amena o miscelánea; esta parte es conocida por que casi no se introduce información sino es dedicada al entretenimiento a través de los pasatiempos u otras formas de distracción para el lector, estos pueden ser, los crucigramas, jeroglífico, chistes, tiras cómicas, acertijos, anagramas, ajedrez, laberintos, curiosidades, descubrimientos de errores, horóscopos, etcétera.

⁽²¹⁾ Foges Chris, *Op cit.*, Pág. 97.

⁽²²⁾ Martínez de Sousa *Diccionario de información...* Pág. 464-466

2.2.2.7 Artículos

Este es el escrito de mayor extensión que se inserta en la revista, es el contenido, es la información, fin por la que se realiza la revista. Dentro de esta parte se encuentran numerosos elementos documentales gráficos, que conjuntamente darán la información al lector, y de acuerdo a la composición y la disposición de estos elementos

la información llegará al lector más fácilmente o con complicaciones. Los elementos gráficos que constituyen los artículos son los tipográficos, los ilustrativos y los reforzadores que ayudarán a entender más claramente el contenido editorial de la revista.

2.2.2.7.1 Elementos tipográficos

Los elementos tipográficos "son elementos documentales, por que ofrecen determinada información al lector",²³ Por ejemplo el título te dice de que trata la información, los folios te indican en que página estas, el crédito te informa quién escribió el artículo, etc. Son elementos tipográficos por que están constituidos de ellos. Antes en la composición de libros solo había letra base para el cuerpo de texto, créditos, etc. y letra de resalte para títulos, ahora existen un sin fin de estilos para

cada parte de una revista. Cada uno de estos elementos se debe conocer para poder realizar la hoja de estilo.

A continuación analizaremos detenidamente cada uno de estos elementos documentales gráficos que están constituidos principalmente por tipografía. En este elemento es donde se aplicará todo lo estudiado acerca de la composición tipografía y diagramación para una correcta legibilidad de cada uno de estos.



Cornisa

Las secciones tienen que señalarse en cada inicio de artículo y debe colocarse como cabecera, a estas indicaciones de secciones, se les llama cornisas. Puede estar construido de solo texto, (indicando el nombre de la sección) un logotipo, (con las siglas) un símbolo, una foto, una ilustración, el uso de colores, etc. La disposición o colo-

^[23] Cabrera, Susana. "Apuntes sobre diseño editorial", *Revista DX*, Núm. 16, Pág. 30.

cación puede ser fuera de la caja de texto en la parte superior de la página. Generalmente las cornisas, ya sea de solo texto, de texto y símbolo, de fotografía o mixto, deben tener una semejanza con las demás cornisas y deben ser idénticos en cada número.



Cornisas

Título

El título es la palabra o frase con que se indica de que trata el artículo de la revista, explica en pocas palabras el contenido del artículo, también tiene el nombre de titular o cabecera. El título se procura que sea de la misma familia que el empleado en el cuerpo de texto, siempre que sea posible en versalitas o mayúsculas y minúsculas, y sin punto final. Los títulos deben armonizar con la importancia y la extensión del artículo o escrito que encabezan. Nunca debe cortarse una palabra en un título. Debe evitarse también la disposición de los títulos en forma de escalón, esto es en progresión ascendente o descendente los de las diversas columnas de una misma plana.²⁴

Los titulares sirven también como divisores de artículos, esto es separa los artículos más importantes de los demás artículos, esto se logra ocupando los títulos del tamaño de una página, generalmente colocada de lado izquierdo junto con una imagen, y en la página de la derecha se sitúa el inicio del texto; también sirve para darle un cierto ritmo a la información de la revista.

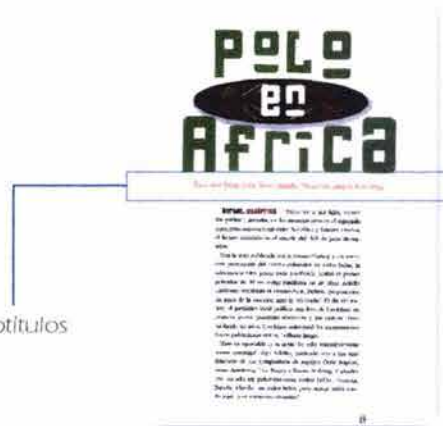


Títulos y subtítulos

Subtítulo

El subtítulo es el título segundo de un artículo, sirve para nombrar y dividir cada una de las partes de un artículo. Es de la misma familia que del cuerpo de texto, pero puede ser hasta cuatro puntos mayor, se puede colocar en negrita para dar variedad a los subtítulos, sin tener que recurrir a un cuerpo mayor, también se puede poner en versalitas.

El antetítulo es colocado antes del título. Este se puede colocar dentro de la caja de texto o se puede apostillar, esto es que se puede situar en un margen. Debe ser de la misma familia del título, pero de menor puntaje.



^[24] Martínez de Sousa. *Diccionario de tipografía...* Pág. 267, 268.

Introducción

También llamado epígrafe, la introducción cumple dos funciones esenciales, “actúa como resumen de lo que viene a continuación y da al lector una idea para decidir si continúa leyendo el artículo.”²⁵ además de que lo orienta, facilitando la lectura del artículo. Las introducciones no deben ser de más de cuarenta palabras, o de tres o cuatro líneas, pues son contraproducentes: “quitan tanto las ganas de leer como el texto que intentan de resumir.”²⁵ Las introducciones son un poco más largas cuando el artículo es el más importante; Debe ser de la misma familia que del cuerpo de texto, pero de tamaño de letra más grandes, se pueden utilizar en negrita o cursivas, otro color u otra característica distintiva como puede ser componiéndola de una manera diferente al del cuerpo de texto.



Resumen del artículo

Capitular

An exquisite moment
rational gourmet, offer
guests an incredible c
three restaurants: Cas

Just all year ago, Cervus was a vi
laked of white and brown case
by the red pavilion in the Castle
Today, it is an increasingly popular place
to dine in the restaurant, who also has a
attractive that make for an unforgettable
The modern and beautiful restaurant
with the best of the city. Ask about
Menu and the best of the city. Ask about
get more, for more ideas and more, approach
to your of interest within the region. The best of
we are in 100 words or more, in a word of
more and on the web by Log On and the world of

Letras capitulares

La letra inicial del primer párrafo se le llama capitular, se identifica por que es de tamaño mayor al texto. Este recurso usado desde los copistas en sus manuscritos en la Edad Media, ofrece sobre todo claras ventajas: porque “embellecen la presentación estética de la página; permiten una mejor lecturabilidad, al establecer descansillos para que el lector efectúe paradas; facilitan un remedio de compaginación nada despreciable, ya que en caso de necesidad pueden aumentarse o disminuirse.”²⁶

Para la colocación se deben considerar ciertas normas: no se debe situar al final de la columna o tan cerca de él que apenas queden unas líneas de texto, ya que se pierde el efecto estético. La palabra del cual forma parte la inicial o capitular, se suele componer de versales o preferiblemente de versalitas y se junta lo más posible a la inicial. En cuanto a los signos que puedan acompañarla (L., l., etc.) existen diversos criterios en cuanto a ponerlos o eliminarlos, muchas revistas las eliminan por que son más estéticos y además se alinea con el resto del texto pero es aconsejable que se pongan por cuestiones de legibilidad, pues sin duda atribuyen a una mejor lectura. En cuanto a la disposición de esta se debe tener en cuenta que el capitular o inicial debe ocupar un número exacto de líneas y que se debe colocar de la misma forma para cada uno de los artículos de la revista.

^[25] Foges Chris, *Op cit.*, Pág. 86.

^[26] Martínez de Sousa. *Diccionario de información...* Pág. 285.

La letra inicial se puede alinear de varias formas, una es la capitular alta, donde la inicial cuya parte inferior se alinea con la primera línea del texto. Capitular baja, es la inicial cuya parte alta alinea con la parte superior de la primera línea de texto. Capitular de desbordante o sobresaliente, es la inicial que abarca dos o más líneas de composición de texto, sobresale por arriba. Capitular alta y sangrada, esta es como la capitular alta pero además dejando un blanco al inicio de la línea. Capitular sangrada sobre una o más líneas, es la que puede ser como el capitular baja o desbordante pero además dejando un espacio en blanco al inicio de la línea. Capitular cuadrada, es como la capitular baja pero con un recuadro o envolvente. El capitular puede componerse de la misma familia tipográfica o se puede optar por otra, el tamaño de esta puede ser dos puntos mayor al cuerpo de texto o más.



Capitular

Cuerpo de texto

El cuerpo de texto es el escrito del artículo, también llamado letras de base, es donde se encuentra toda la información del texto. Aquí es donde se aplica todo lo estudiado sobre composición tipográfica ya que es la esencia de la revista, por ello este elemento debe ser el más legible, de acuerdo a su composición y disposición. En el cuerpo de texto las recomendaciones mínimas en la composición son, que no debe exceder de dieciocho puntos y no debe ser menor a cuatro puntos de tamaño. Cuando ya ha sido seleccionado el estilo, no deberá cambiarse por otra fuente, el tamaño solo será hasta dos puntos mayor o menor al establecido, al igual que la interlínea no será mayor a dos puntos y un punto menor de interlínea.

Dentro, la escama parecería cotidiana, un salón de clases universitario como hay tantos; el maestro frente al pizarrón, hablando de administración o sociología; y los alumnos, sentados, atendiendo la clase. Pero el paisaje que se observa a través de la ventana es único, incomparable; un mar de roca negra e irregular como el mismo cielo, que se extiende hasta el horizonte entre intermitentes rascos y oquedades; billarales y vendes planas, arbustos y arbustos que brotan de las piedras, flores rojas y amarillas que resalten entre el follaje; colibríes esmeralda libando néctar junto con colibríes y golondrinas en desordenado vuelo; viejas taparras asoleándose en las rocas; una ardilla que salta de piedra en piedra y una zaitigaya que sale de su escondite. ¿Auténtica vida silvestre dentro de una universidad y dentro de una moderna urbe?

La Reserva Ecológica del Pedregal es una zona de gran riqueza natural y a pesar de encontrarse dentro de la Ciudad más poblada del mundo, poca gente realmente la conoce.

Cuerpo de texto o letra de base

Balazo

Los balazos es información adicional al texto, este tipo de información puede ser un aviso, presentación, comentario o la repetición de un párrafo más relevante del artículo. Se pueden colocar más de uno, estos son resaltados de diferentes formas, como el aumento del tamaño, así como cambiarlo de color, acompañados de balas, recuadros o filetes.



Balazos insertados dentro del texto

Letras resaltadas

Dentro del cuerpo de texto a veces se requiere destacar palabras o partes del cuerpo del texto esto se le llama letras resaltadas, este resalte se soluciona de diversas maneras como son: subrayando, cambiando de color, mayor tamaño, en negrita, cursiva, versalita, disposición especial, etc. Un ejemplo común de letras resaltadas es cuando al inicio de texto se recurre a resaltar el primer párrafo con versalitas o negritas. Otros elementos tipográficos como los subtítulos, créditos, introducciones aunque sean destacadas por medio del cambio de color, letra de tamaño mayor, en negrita, etc. no son letras resaltadas, a estos en general se les conoce como titulillos.

El canal People+Arts prosigue con su excelente labor como televisión cultural. **Relatos de un viajero** es un aventura hacia los lugares más exóticos y evocadores del mundo. Su presentador, Clive James, es un viajero totalmente fuera de lo común, quien da sus impresiones personales

se imitara este trabajo y la Secretaría de Educación Pública tomara en cuenta verdaderamente a la sociedad y a la **Juventud**, para actualizar periódicamente sus planes de estudio, principalmente en las materias de historia y civismo, que son rebasadas por los sucesos que han acontecido, y acontecen, en los últimos años en nuestro país en lo económico, político y social. **Felicidades** a la maestra María de los Angeles

Resalte de palabras importantes.

Tablas o cuadros

Cuando se necesita de una lista con información para complementar a un artículo, a esto se le llama tablas o cuadros de información. En él se muestra texto de manera tabulada, que pueden ser letras y/o números, y puede ir recuadrada. El tamaño de la tipografía puede ser la misma al cuerpo de texto o puede ser de otra fuente o de dos puntos mayor o menor.

Espe	Desarrollo	Crecimiento	Madurez	Reproducción	Migración	Alimentación	Comportamiento	Hábitat	Distribución	Especie	Estrategia	Estructura	Evolución	Ecosistema	Especies	Ecosistemas
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34
35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51
52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68
69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85
86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	100	101	102

Tablas de información



Cuadros con información

Crédito

El crédito es la mención de la fuente o el nombre del autor de la información presentada en los artículos, reportajes, fotografías, ilustraciones, infografías, etc. Según la importancia que le dé la revista al autor del artículo será la disposición y composición de la tipografía, así algunas revistas le dan mucha importancia a éste y colocan el autor del texto y de la imagen debajo del título, en cambio otras revistas colocan el autor del texto a un lado del margen y el de la imagen de lado de la fotografía o ilustración. La composición del texto puede ser del mismo que del cuerpo de texto o puede ser dos puntos menor, en negritas, en itálicas o en versalitas.

Por JOSÉ PÉREZ-ESPINO | ROBERTO PAZ ILUSTRACIÓN

Por / By: María-Pía Navarrete
Fotografía / Photos: J.C. Herrera I.

por Arrigo Coen

Autores del artículo y de las ilustraciones o fotografías

Pies de foto

Los pies de foto son textos breves donde explican y describen una fotografía o dibujo, además sirven de complemento a la información del texto. La disposición de ésta, invariablemente será a un lado o debajo de la fotografía. Serán compuestos de una fuente igual o diferente al del cuerpo de texto, pueden tener diferente interlineado y pueden ser negritas o itálicas, y se tendrán que diferenciar del texto principal para evitar confusiones.



Pequeña notación de las imágenes

Pases

Cuando un texto o artículo es muy extenso y no cabe en la página se recurre a dividirlo en varias partes, así cuando el lector se encuentra leyendo la primera parte, al final aparecerá un mensaje que le informará a este que la segunda parte se encuentra en determinada página, a este mensaje se le denomina pase. Este elemento era muy recurrido en los periódicos aunque actual-

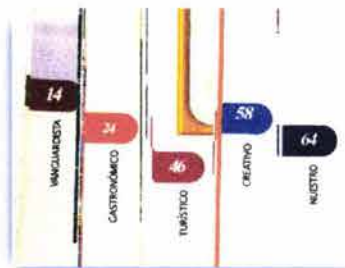
En este grupo se encuentran las vitaminas del complejo B y la C. El complejo B lo forman una serie de vitaminas no relacionadas ▶▶▶

Ejemplo de símbolo de continuación del texto

mente se encuentra en desuso ya que el corte frecuente de los textos no contribuye a una lectura adecuada. Este elemento se coloca al final del texto y esta compuesto de una tipografía igual o diferente al del cuerpo de texto, si es igual debe estar en cursivas, el tamaño puede ser igual o dos puntos menor, a veces no tiene que ser un mensaje escrito sino que se puede recurrir o acompañar de un símbolo o balas.

viene de la 65 ►►► **vitamina D a través de la dieta, aunque es aconsejable en los niños para prevenir el raquitismo y ayudar en el desarrollo.**

Símbolo de continuación



Folio numérico

Folio

El folio es el número o cifra que lleva cada página de una revista, también llamado folio numérico. Este número sirve para identificar el número de página donde se encuentra determinada información, se complementa con el índice ya que le servirá al lector para encontrar rápidamente un artículo o información específica. Este elemento a veces es acompañado de signos o viñetas, no todas las páginas llevan el folio, como los forros, las páginas del sumario, registros, editorial, las páginas que son ocupadas totalmente por una ilustración o fotografía y por publicidad. Este elemento se puede disponer de diversas maneras, en cabeza o pie, al centro a línea o al costado, los folios se pueden componer del mismo tipo que del cuerpo de texto o de diferente familia, se puede colocar en redondas o en negritas.

Folio explicativo

El folio explicativo es un titulillo que lleva información de lo que contiene la página como es el título del artículo, el autor, el nombre de la revista o su número. Generalmente va junto al folio numérico. La información puede colocarse de la siguiente manera según la página:



Folios numéricos con explicativos

Página par
 nombre del autor
 título del artículo
 nombre de la revista
 nombre y número de la revista
 título de la sección

Página impar
 título del artículo
 nombre de la revista
 título del artículo
 autor y título
 título del artículo



También se pueden colocar los folios iguales sin importar si la página es par o impar, esta información puede ser solamente el nombre de la revista y el número de la edición. Algunas revistas en lugar del nombre de la revista colocan una miniatura del logotipo de la portada. Comúnmente se coloca en el pie de la página ya sea al centro o al costado y se compone de una familia igual o diferente al del cuerpo de texto, de igual tamaño o dos puntos menor y se puede colocar en versalitas o en negritas.

Líderes Mexicanos • Octubre 2009
 42

Nota/ Glosario/ Bibliografía

Estos elementos son titulillos que generalmente se colocan al final del cuerpo de texto y sirven de información adicional a este.

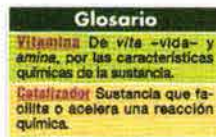
Las notas son aclaraciones del texto, pueden ser notas bibliográficas, contranotas o nota marginal llamado ladillo, estos se añaden afuera del texto, se pueden colocar al margen a pie de página. Se componen de la misma familia pero de tamaño menor al del cuerpo de texto.

El glosario es una lista de palabras obscuras, desusadas o de difícil entendimiento con definición o explicación de cada una de ellas. Se compone del mismo tipo al del cuerpo de texto y se pueden usar negritas.

La bibliografía la utilizan algunas revistas para que los lectores si lo desean recurran a las fuentes del texto. Se compone del mismo tipo al del cuerpo de texto y se pueden usar negritas, itálicas y el subrayado.



Nota



Glosario



Bibliografía

2.2.2.8 Elementos ilustrativos

Los elementos ilustrativos son elementos gráficos que se encuentran dentro del contenido de la revista, son los elementos que marcan la diferencia (dependiendo su tipo y colocación) de las revistas con los libros o periódicos. Los elementos ilustrativos pueden ser muy diversos como son: una ilustración, gráficas, esquemas, fotografías, etc. Estas imágenes sirven para representar, explicar y embellecer un texto. En una revista se puede utilizar solo algún tipo de elemento ilustrativo o pueden llevar varios tipos.

“En una revista se pueden contar historias con letras pero también se puede contar con imágenes.”²⁷ Cuando un lector lee un texto generalmente buscará encontrar alguna imagen que le ayude a entender más claramente lo leído, por ello la posición de la fotografía o ilustración en la página, debe ser lo más adecuado para conseguir una buena lectura.



Fotografías



Fotografía periodística,
de producto, paisaje,
etcétera.

Son reproducciones de una imagen real captada a través de una película por medio de la luz, por ello esta imagen es una representación fiel de la original. “Las fotografías es una de las contribuciones más importantes al carácter de una revista”,²⁸ su papel primario es el periodístico, ya que debe colaborar con la composición general. Otro uso de la fotografía es que sirve como textura de fondo o tipográficamente como unidad de puntuación visual. Dependiendo del presupuesto de la revista se pueden mandar a hacer las fotografías o utilizar fotografías de archivo o de catálogos de imágenes, pero siempre deben cumplir con su fin. Se debe cuidar la lectura y la armonía con los demás elementos, además de equilibrio para que no se caigan los elementos de la página. Cuando una o varias fotografías ocupen el margen, quedando uno o más de sus extremos recortados por la guillotina, al momento de refinar las hojas, se dice que son fotografías a sangre. En estos casos se debe cuidar en el equilibrio de las páginas y de cuidar que el elemento que pudiera ser cortado de la fotografía no afecte a todo el conjunto.

^[27] Foges Chris, Op cit., Pág. 86.

^[28] Owen, William, Op cit., Pág. 189.

Ilustraciones

Las ilustraciones son imágenes que son ampliamente utilizadas en el diseño de revistas, ya que representan cosas intangibles, no se necesita de un objeto real para captarlo como en la fotografía. Las técnicas de representación gráfica para representar la idea pueden ser tintas, pastel, acuarelas, aerógrafo, lápices de color, guache, etc. según el estilo y carácter de la revista. También pueden ser una combinación de las anteriores técnicas o con fotografía, las ilustraciones se pueden realizar manualmente o de manera digital, pero las imágenes hechas a mano, pueden expresar calidez y un toque humano. Las ilustraciones se pueden sangrar, esto es que pueden rebasar el margen y salirse de la página. En las ilustraciones se debe tener una armonía en cuanto a color y contrastes con los elementos que rodean a las ilustraciones o con todas las páginas del artículo.

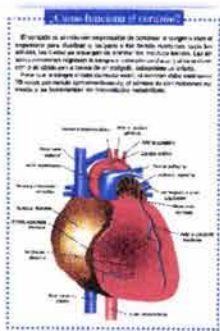


Ilustración realista, expresiva, caricatura, etc

Infografías

Las infografías según Marina Garone²⁹ “es la fusión compleja entre una imagen y un texto”, esto es gráficos combinados con una ilustración. Las infografías se pueden subdividir en las siguientes clases. Las gráficas, la planografía y cartografía, los esquemas y la diagramática.

Las gráficas sirven para representar datos que por lo complejos o extensos que puedan ser son representados visualmente por medio de tablas o gráficos, esto para ayudar a comprender fácilmente la información, las gráficas pueden ser de diferentes tipos de acuerdo al tipo de información o datos a representar, algunos de estos son los diagramas, pictogramas, histogramas, cronogramas que pueden ser en espiral o de dispersión.³⁰ También existen las infografías planográficas o cartográficas que comprenden la representación gráfica por medio de la ilustración o por medio de la fotografía de planos y mapas de diversos espacios o áreas físicas o virtuales. Los esquemas son ilustraciones que representan objetos de una manera sencilla y simplificada donde no se puede representar por medio de una fotografía, muestra de ello lo podemos ver en monografías o dibujos de



Infografías

^[29] Garone, Marina, “Infografía o el diseño de la imagen informativa”, *Revista DX*, Núm. 17, Pág. 24-29.

^[30] Martínez de Sousa. *Diccionario de información...* Pág. 222.



Infografías



Gráfica

revistas, donde representan un corazón que sirve para mostrar las partes más importantes de este. Como en todas las infografías viene acompañado de un texto para explicar los elementos de la ilustración. Por último está la diagramática que incluye los diagramas de flujo y organigramas.

La disposición de cualquiera de las infografías deberán encontrarse cerca del texto que las explica o señala, o la misma deberá contener toda la información sobre todo si el artículo contiene muchos de ellos, ya que si no es así el lector estará de un lado a otro buscando los gráficos y regresando a leer el artículo causando confusión y cansancio, cuando el fin de una infografía que es la de ordenar gráficamente la información para que sea digerible para el lector y le sea más fácil.

Cada infografía deberá tener un título del tema del que trata y si lleva texto puede componerse de diferente familia que del cuerpo de texto, esta puede ser algún palo seco, pero de un tamaño menor pero que no sobrepase al mínimo para lectura.

2.2.2.9 Elementos reforzadores

Estos son todo tipo de elementos gráficos que sirven para reforzar otros elementos como son los tipográficos y los ilustrativos, a la vez que pueden estar constituidos por estos. Algunas personas les llaman decorativos pero es un adjetivo erróneo, ya que en el diseño todo elemento tiene una finalidad, el de transmitir mensajes, por ello los puntos, filetes, balas, viñetas y otros, sirven como herramientas del diseñador para señalar, relacionar, separar, encuadrar y resaltar otros elementos dentro de la página.

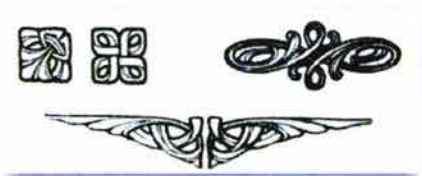


Balas

Las balas son símbolos, elementos geométricos o tipográficos que sirven para señalar, dividir o reforzar un texto; las balas pueden ser topos o bolos, así como también viñetas, clipart o dingbats. Un ejemplo de balas en una revista son los finalizadores, ya que estos indican al lector que el artículo a finalizado, otro ejemplo son algunos símbolos que se utilizan para señalar donde se encuentra el pie de una fotografía y que precisamente no se encuentra debajo de este sino en otra parte.

Unos elementos que se recurren actualmente como balas son las imágenes clipart y los dingbats, estos dos son pequeñas elementos simbólicos, iconos, garabatos o hasta logotipos, que se encuentran en un catálogo o dentro de un archivo de fuente tipográfica (en el caso de los dingbats) y que cualquier persona puede escoger alguno y hacer uso de ellas, en cualquier circunstancia; estos son prediseñadas, por lo tanto no son hechas para simbolizar algo en especial.

Los topos o bolos son pequeñas figuras geométricas, en forma de círculo, cuadrados o rombos, que están incluidas dentro de muchas fuentes tipográficas, que se utilizan de igual manera como balas, por ejemplo en una lista se colocan estos para señalar cada elemento que se encuentra en esta.



Viñetas antiguas

aparecen las cartas
recorta cada una.
s amigos a jugar! 🎲

Finalizadores



Balas



dingbats



viñetas



cliparts












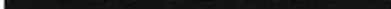

Como antiguamente se conocían, las viñetas son generalmente de tamaño pequeño, que sirve para romper la monotonía de las páginas o como finalizadores para indicar el fin de capítulo o artículo. Su dibujo generalmente es en forma de orla, actualmente solo se usa en ciertos trabajos, especialmente en los libros. En revistas que se le quiere dar cierto carácter de antiguo se utilizan las orlas sencillas o hasta las más garigoleadas.

Puntos conductores

Los puntos conductores también llamados puntos corridos, son puntos sucesivos que se emplean en cuadros estadísticos y trabajos similares para unir un concepto con su expresión correspondiente, generalmente numérica, sirven también como

filetes y recuadros para ilustraciones, información, etc. Existen diferentes tipos según la disposición de los puntos, algunos de estos pueden ser:³¹

serie de puntos ::::::::::::::::::::::::::::::::::::::	2 puntos y 1/2 línea :: :: :: :: :: :: :: :: :: ::
puntos de 1/2 línea :: :: :: :: :: :: :: :: :: ::	2 puntos y cuadratín :: :: :: :: :: :: :: ::
punto y 1/2 línea : : : : : : : : : : : : : : : : :	3 puntos y 1/2 línea :: :: :: :: :: :: :: :: :: ::
punto y cuadratín : : : : : : : : : : : : :	3 puntos y cuadratín :: :: :: :: :: :: :: ::
punto y cuadratín cruzado : : : : : : : : : .	

fino	
seminegro	
negro	
medio luto	
caña	
mediacaña	
puntillado	
serpentina	
luto	 
fantasía	
gentiles	
azurado	

Diversos tipos de filetes.

Filetes

Los filetes son una o más rayas de distinto grosor o dibujo. El uso que tienen los filetes principalmente son para separar aunque también se utiliza para recuadros y texturas; su uso es más común en los periódicos, en las revistas su uso es un poco más reducido. Las características de los filetes son muy variadas y dependiendo de su uso recibe un nombre distinto.

Existen las plecas, que son líneas pequeñas y de una raya, que se usa principalmente para separar elementos dentro de la página. El corondel es un filete de una o dos rayas que se usa para separar columnas en sentido vertical. Algunos filetes según sus características tienen el nombre de orlas, como los filetes de fantasía que también se les llama orlas de línea. Los de grabados diversos que tienen figuras como cuadrados, triángulos, rombos y círculos se les llaman orlas geométricas.

2.2.2.10 Artículo complementario

Actualmente las revistas recurren a insertar un segundo texto dentro de un artículo que trata del mismo tema, a manera de complemento. Generalmente es de extensión menor al texto principal, este artículo aunque se encuentre en la misma página del artículo principal siempre se encuentra separado por medio de filetes, orlas o recuadros, también se utiliza otra fuente generalmente un tipo sin remates, esto para diferenciar un texto del otro para que no exista confusión. Este artículo complementario lo manejan frecuentemente las revistas comerciales.



2.2.2.11 Anexos y suplementos

Las páginas de los interiores normalmente son sencillas, pero pueden existir páginas especiales donde una o más, pueden tener dobles donde estas se despliegan y se puede ver un artículo, fotografías, ilustraciones, etc., en un formato o tamaño de página grande. Generalmente este tipo de plegables se utilizan para publicidad, pero también pueden servir como secciones especiales de un artículo o para una fotografía mayor al formato de la página.

Se llaman anexos cuando dentro de la misma revista existen secciones donde como hojas normales pero de diferente papel o color del papel se insertan al final de la revista, esto para no inte-

rrumpir la lectura. Generalmente en el anexo se colocan fórmulas, datos estadísticos, gráficas, citas, anuncios, publicidad, artículos que no son propiamente de la revista, etc.

Los suplementos que no son propios de los interiores pero se encuentran dentro de él. Pueden ser cuadernillos o un cartel que van insertado dentro de la revista, ya sea engrapado o solo colocado entre las hojas. En él se colocan secciones, artículos especiales, juegos, publicidad, carteles, etc., que pueden ser de la revista o de publicidad, que generalmente se colocan en medio de la revista.



Suplementos



Anexo

2.3 Lineamientos

Uno de los elementos para constituir el estilo gráfico es que las características de la revista deben ser constantes en cada número de la publicación, por ello es necesario establecer las líneas generales en el manual editorial, así como también las especificaciones de las páginas maestras y de la hoja de estilo, para el correcto manejo de la revista. Estas líneas generales y especificaciones son las que constituirán el contenido del manual editorial así como también se verterán en

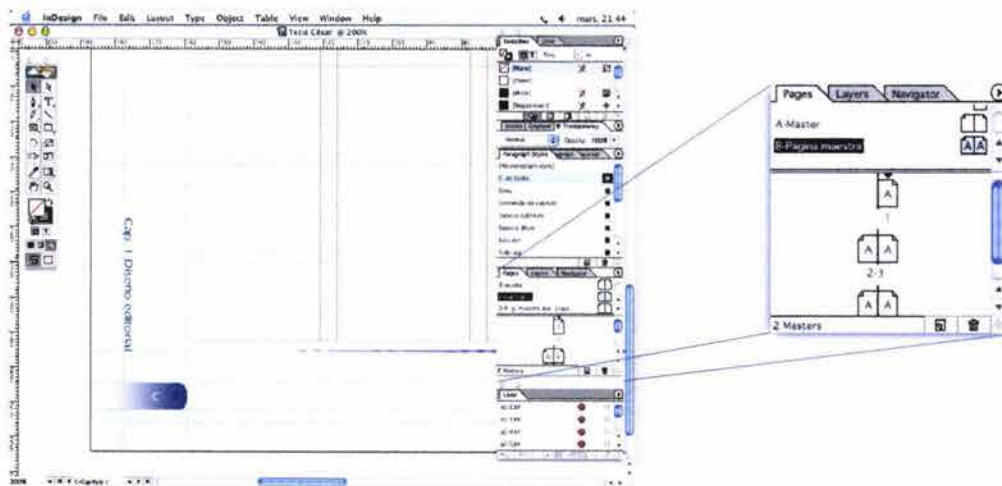
el programa de edición de páginas utilizado en la autoedición para la realización de la publicación. Los beneficios de este programa es que tiene opciones de establecer predeterminadamente las características de página y de composición tipográfica que serán de gran ayuda para la realización de los próximos números de la revista. Cuando se tiene o no disponible esta tecnología es indispensable el manual impreso como guía para el correcto manejo de todo elemento de la revista.

2.3.1 Página maestra

La página o páginas maestras constan de las especificaciones contenidas en el manual editorial donde comprende los preceptos para el manejo de los elementos generales de la página, estos son: el formato, las páginas, el sistema reticular con sus respectivas medidas de márgenes, mancha, anchuras de columnas, opciones de columnas opcionales y campos, también están las características de las secciones y los folios como es la composición y disposición en la página, el

machote de el directorio, los registros y el editorial, indicaciones de encabezamientos o recursos gráficos, entre otros elementos.

En años pasados en las editoriales se empleaba una hoja albanene con la retícula ya trazada en color azul, para que en estas hojas se bocete y se comience a diseñar las páginas para después mandarlas al impresor, donde se les conocía como original mecánico. En estas hojas estaban contenidas varias características de la publicación como



Página maestra y paleta de páginas maestras

son el nombre, número, edición, fecha, fase de producción y especificación de colores, marcas de corte y medidas del formato, además de las características ya mencionadas anteriormente. Actualmente se utiliza la autoedición para el proceso editorial donde se manejan programas de edición de páginas como QuarkXPress, PageMaker,

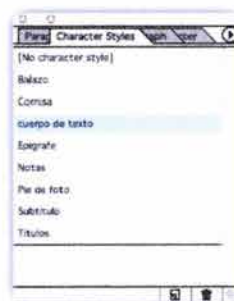
InDesign, entre otros, donde cada uno de ellos tienen la opción de establecer una o varias páginas maestras para su utilización en el diseño de una edición, y posteriormente utilizar las mismas especificaciones en el próximo diseño de las siguientes ediciones.

2.3.2 Hoja de estilos

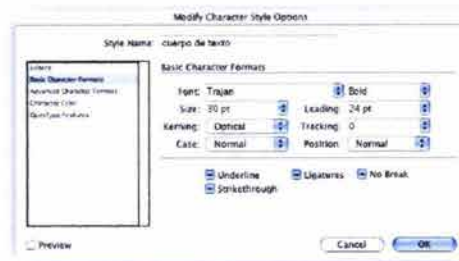
En la hoja de estilos están contenidas las especificaciones de la composición tipográfica de cada uno de los elementos de los artículos que se utilizarán en las páginas de la publicación, estos son las fuentes tipográficas de los títulos, subtítulos, cuerpo de texto, entre otros más, con detalles de la familia, tamaños, y espaciamientos utilizados.

La hoja de estilos es una herramienta muy utilizada en cualquier programa editor de palabras, en los programas de edición de páginas también tienen esta característica, donde al texto mecanografiado se le asignan los estilos tipográficos de manera automática con solo seleccionándolos, pero además en el manual se registran las delimitantes en caso de que algún elemento como el cuerpo de texto tenga que variar de tamaño o espaciamiento por alguna cuestión, así como también se anotan algunas soluciones alternativas o restricciones, para la colocación de estos elementos dentro de la página.

Además de las páginas maestras y la hoja de estilos es necesario diversas instrucciones para el diseño de la publicación, en el caso de si es una revista requerirá las características de los elementos que se utilizarán en las páginas y en la portada, como pueden ser reforzadores, espacios, filetes, colocación específica o recomendada de imágenes, divisiones, entre otros elementos más, de acuerdo al estilo de la revista.



Paleta de estilos u hoja de estilo



Especificaciones de composición tipográfica como es fuente, tamaño, color y demás características especiales

Conclusiones al capítulo dos

El manual editorial es una herramienta necesaria para la dirección del diseño de una revista. Teniendo una constante utilización del manual para la formación de los números de una revista se tendrá un manejo más cuidadoso de todos los elementos tanto de tipografía y redes como del texto y las imágenes en la portada y en los interiores de la publicación. La realización de un manual editorial por la importancia que tiene debería ser elaborado para toda publicación. Así como podemos ver que en muchas instituciones y empresas realizan sus manuales de identidad gráfica, de igual forma en una publicación, con el uso de este manual de consulta se establece una identidad gráfica para la revista. La complejidad del manual editorial dependerá de cada

revista que se diseñe, así habrá una guía con las especificaciones básicas para una revista económica, hasta un manual más elaborado con las especificaciones concretas y más completas con todo tipo de restricciones. Algunos aspectos revisados en esta parte es el establecimiento de un estilo a través del uso del manual editorial, la ayuda para conseguir este estilo y mantenerlo a lo largo del tiempo, es solamente siguiendo las especificaciones anotadas en el manual, teniendo este seguimiento también se tendrá un estricto control de todos los elementos que conforman a la revista, desde los tipográficos y sistema reticular hasta la diagramación. Es importante conocer la importancia de este manual para tener claro si es necesario o no su realización para la revista.

El manual editorial consta de tres partes, la primera son los lineamientos generales, en este se establece las características de la revista como son el directorio, el editorial, el sumario, etc., especificaciones de contrastes, equilibrios, colores, etc. En la siguiente parte que es el de la página maestra, es donde se especifican las características del sistema reticular utilizadas para portada e interiores, así como la colocación de elementos que se encuentran constantes en cada página como los folios o las cornisas. La última parte es la hoja de estilo, en este es donde se vierten todas las especificaciones de cada uno de los elementos tipográficos, como es la familia tipográfica y sus variantes de los títulos, del cuerpo de texto, de los capitulares, de los créditos, entre otros. Tam-

bién en los lineamientos se establecen los parámetros en el uso de la tipografía para cada elemento de la revista, así como reglas de ubicación de los elementos ilustrativos y de los reforzadores. Estos elementos que se consideran en una revista son indispensables mencionarlos y definirlos para su correcto manejo en la publicación.

Como en el anterior capítulo incluimos el uso de los sistemas informáticos como ayuda para el desarrollo del manual editorial, ya que estos cuentan con la capacidad de realizar una plantilla de la revista con las especificaciones de la página maestra y hoja de estilo que también están descritas en el manual editorial.

1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8. 9. 10. 11. 12. 13. 14. 15. 16. 17. 18. 19. 20. 21. 22. 23. 24. 25. 26. 27. 28. 29. 30. 31. 32. 33. 34. 35. 36. 37. 38. 39. 40. 41. 42. 43. 44. 45. 46. 47. 48. 49. 50. 51. 52. 53. 54. 55. 56. 57. 58. 59. 60. 61. 62. 63. 64. 65. 66. 67. 68. 69. 70. 71. 72. 73. 74. 75. 76. 77. 78. 79. 80. 81. 82. 83. 84. 85. 86. 87. 88. 89. 90. 91. 92. 93. 94. 95. 96. 97. 98. 99. 100.

Capítulo tres

Método de diseño

**ESTA TESIS NO SALE
DE LA BIBLIOTECA**

contenido

Método DIANA

Metodología

3. Método de diseño

Para poder hacer cualquier diseño se debe basar en algún método, la función de los métodos es la concepción y el desarrollo de proyectos para permitir prever como tendrá que ser las cosas e idear los instrumentos adecuados de acuerdo a los objetivos que se tengan, existen una gran variedad de métodos que funcionan para cada determinado problema, existen desde métodos tradicionales como son el deductivo e inductivo, hasta métodos de diseño como son el método proyectual de Bruno Munari, método taxonómico de Abraham Moles, Diseño generalizado integrado de Víctor Papanek, proceso creativo de solución de problemas de Bernd Löbach, las propuestas nacio-

nales de metodología se encuentran en el método Diana de Oscar Olea y Carlos González Lobo y en el Modelo general del proceso del diseño resultado de una investigación realizada en la DCAD de la Universidad Autónoma Metropolitana plantel Azcapotzalco.¹ La selección de un método de diseño dependerá del problema y a los objetivos que se plantee en el proyecto, llevar a cabo un método para realizar un diseño ayuda a estructurar el proyecto y tener ordenado toda la información y procedimientos de las fases de diseño, esto lleva a obtener resultados satisfactorios con seguridad, rapidez, economía y responsabilidad.

3.1 Método DIANA

El método que es el más adecuado para este proyecto de diseño editorial y que es el que se ha seleccionado, es el método de análisis y diseño lógico conocido como Diana, sus autores son Oscar Olea y Carlos González. Este modelo nos ayudará a realizar este trabajo visualizando el problema y configurando toda la información que se tiene y así obtener resultados satisfactorios.

A continuación se hará una descripción del método DIANA para después aplicarlo concretamente en nuestro proyecto para ello nos basaremos en el libro de Análisis y diseño lógico². Para

iniciar se debe conocer tres entidades que son los que rodean al problema estos son: el usuario, el ente cultural que sus autores lo definen como el elemento mediador, que puede ser desde una persona moral hasta entidades menos concretas y que actúan entre el usuario y la realización del objeto y por último se encuentra el diseñador.

Se debe determinar las necesidades del usuario que están constituidos en la DEMANDA, la demanda surge de una necesidad específica, cuando podemos responder al dónde, para qué y con qué, esta se compone de los siguientes elementos:

⁽¹⁾ Vilchis, Luz del Carmen, *Metodología del diseño*. 2000, Pág. 161.

⁽²⁾ Olea, Oscar y González Lobo, Carlos, *Análisis y diseño lógico*. 1977, 147 pp.

Ubicación

Es la definición del sitio específico donde surge la necesidad, determina sus coordenadas cronotópicas (espacio-tiempo).

Destino

Es la finalidad determinada por la demanda, tiene que ver con todos los aspectos de diseño que se requieren.

Economía

Es la evaluación de los recursos disponibles con los que podemos contar. Estos recursos pueden ser económicos, técnicos, materiales y humanos.

Para que el diseñador encuentre una solución adecuada para la demanda debe comprender los siguientes cinco niveles de respuesta que caracterizan al campo de la proyectación para satisfacer la demanda con su propuesta, estos niveles son:

Funcional

En este nivel se toma en cuenta la relación entre la necesidad y la forma - función que la satisface a través de su uso.

Ambiental

Se refiere a la relación entre el objeto diseñado y su ambiente. Hay factores ambientales que pueden alterar la funcionalidad del objeto.

Estructural

Se considera la relación entre la vigencia de la necesidad y la permanencia del objeto en buenas condiciones.

Tiene que ver con la estabilidad en cuanto a seguridad y durabilidad de los materiales que se utilizan de acuerdo a los requerimientos.

Constructivo

En este nivel se toman en cuenta todos los problemas que surgen de los medios de producción. Esto quiere decir hacer propuestas que se puedan realizar.

Expresivo

Este nivel se resuelve una vez que han sido solucionados los niveles anteriores, aquí se definen todos los aspectos estéticos y expresivos. Si un diseño está mal solucionado en este nivel, puede ser rechazado.

En el siguiente cuadro se establece la interacción de los cinco niveles de respuesta o de solución con los elementos que forman la demanda. Oscar Olea y González Lobo afirman que "la funcionalidad y la ambientalidad corresponden al uso, y que la estructurabilidad y la constructividad corresponden a la realización del objeto; sin embargo, la expresividad aparece más bien como inherente a la forma, independientemente del grado de determinación que haya tenido los otros cuatro niveles."³

Este enfoque se mueve en la búsqueda de variables de diseño, dentro de un universo lógico de 15 regiones:

| DEMANDA | | | | | | |
|------------------|-----|-------|-------|-------|------------------|--|
| | | U | D | E | | |
| Uso | Fu | Fu U | Fu D | Fu E | Uso | |
| | Am | Am U | Am D | Am E | | |
| Realización | Est | Est U | Est D | Est E | Realización | |
| | Co | Co U | Co D | Co E | | |
| Semántica formal | Ex | Ex U | Ex D | Ex E | Semántica formal | |

³ Olea, Oscar y González Lobo, Carlos. Op. cit. Pág. 74.

En el modelo Diana se establecen las siguientes definiciones:

Ubicación: situación de la demanda

Destino: propósito de la demanda

Economía: recursos impuestos por la demanda

Funcionalidad: forma que satisface un uso

Ambientalidad: forma capaz de regular la función y su entorno

Estructuralidad: forma permanente en razón del uso

Constructividad: forma realizable

Expresividad: forma emotivamente satisfactoria

Los autores del modelo Diana afirman que este sirve al diseñador para:

- * Organizar la estructura de la demanda.
- * Definir su enfoque o estrategia de diseño.
- * Establecer los niveles propositivos y decisivos.
- * Operar con rapidez e la búsqueda de las soluciones posibles y su optimización posterior.
- * Regular todo el proceso lógico del diseño, permitiendo abordar con relativa facilidad problemas de alta complejidad de carácter interdisciplinario.

Para utilizar correctamente el método Diana y dar respuesta a un problema específico de diseño, debe llenarse paso a paso un formulario. Los pasos que deben seguirse para llenarlo son los siguientes:

| | | |
|-----|---|-----------------|
| U | = | Ubicación |
| D | = | Destino |
| E | = | Economía |
| Fu | = | Funcionalidad |
| Am | = | Ambientalidad |
| Est | = | Estructuralidad |
| Co | = | Constructividad |
| Ex | = | Expresividad |

Configuración de la demanda

El diseñador debe obtener información de los requerimientos consultando fuentes directas y complementarias. "Las fuentes de información directa son todas aquellas que están vinculadas con la necesidad", "las fuentes complementarias son aquellas que, sin ser inmediatas ni estar directamente vinculadas al problema, es indispensable consultar para poder formarse un panorama más preciso del mismo".⁴

Organización de la información obtenida

Toda la información obtenida de los dos tipos de fuentes debe organizarse para clasificar los datos con el fin de formar los términos de definición de la ubicación, el destino y la economía y diferenciar entre unidades de información cuáles son constantes y cuáles variables.

⁴ Ibid, Pág. 77.

3.2 Metodología

La metodología consiste en la aplicación del método (para poder llevar a cabo una metodología se requiere tener seleccionado y estudiado un método de diseño), consiste en llevar a cabo los procedimientos del método en la realidad en este caso en el diseño editorial de una revista. El proceso de diseño sin una metodología resultaría incoherente, arbitrario y sin sentido terminando con resultados inesperados. Aunque la metodología no resuelve como por arte de magia la forma definitiva del producto, sí ayuda a definirla y a limitarla.⁵

Lo primero que se debe realizar en la metodología es la recopilación de la información que se

verterá en la estructura de la demanda, esta información se divide en dos fases de consulta que son las fuentes directas y las fuentes complementarias, la primera es la información que se extrae de donde surge la necesidad en nuestro caso es el Director de la revista México Rural, el señor J. Ascención Vázquez. Las fuentes complementarias son las que aunque no están directamente vinculadas con el problema son indispensables para formarse un panorama más preciso del mismo, en este caso es la investigación y consulta de fuentes bibliográficas sobre tipografía, sistema reticular, diseño editorial, diseño de revistas y autoedición.

3.2.1 Estructuración de la demanda

Ubicación

En este caso es la Confederación Nacional de Propietarios Rurales CNPR que es el sitio específico que donde surge la necesidad. La CNPR es una organización nacional que agrupa a más de 15 organizaciones y grupos de productores agropecuarios y de pequeños productores en todo el país, se dedica entre otras cosas a la de dar servicios, apoyos, créditos, asesorías, y capacitación a las 15 organizaciones.

Esta organización es la que edita la revista "México Rural" y su labor es de información y concientización del manejo de los recursos naturales del país y va dirigida hacia todo público aunque su campo de distribución es principalmente a organizaciones, iniciativa privada, las diferentes depen-

dencias del gobierno federal y estatal, instituciones educativas de nivel superior y centros de investigación nacionales y extranjeros relacionados con el campo y su producción.

Destino

Es la realización de manual editorial y sistema reticular en la revista "México Rural". Con el diseño de la revista se debe tener una percepción de orden y organización de todos los elementos, así como de un estilo en sus páginas y en cada uno de los números de la revista.

⁵ Vilchis, Luz del Carmen, *Op. cit.* Pág. 29.

Economía

Es el presupuesto y características establecidas por la Confederación Nacional de Propietarios Rurales y estos recursos son:

Económicos; cuenta con recursos para este proyecto de \$ 4,000 MN y de \$ 12,000 MN para la realización de cada número de la revista.

Para el diseño de la revista se encarga a diseñadores externos, esto es que se recurre a los servicios de formadores para cada número de la revista.

Se cuenta con seis meses hasta un año para la terminación del manual editorial.

Esta revista es de publicación mensual.

El tiraje de la revista es de aproximadamente 5,000 ejemplares.

En los interiores de las páginas solo se puede utilizar dos tintas que son el negro y color café en medio tono, la tipografía para el cuerpo de texto es invariablemente de la familia Arial.⁶

3.2.2 Definición del vector analítico del problema

Elección de variables de diseño de acuerdo a un enfoque particular del problema. "La elección de tales variables definen el campo de acción del diseñador y lo obliga a elaborar una estrategia particular de solución, al destacar de la totalidad de variables aquellas que en ese momento se dan como prioritarias, distinguiéndolas de las secundarias y las accesorias".⁷

Las unidades comprensivas son las constantes, estos son las especificaciones que no se pueden cambiar y se debe respetar ello, las variables son las que se pueden tener más alternativas.

La información que se ha recopilado a partir de la estructura de la demanda se organizará de acuerdo a un enfoque particular del problema como veremos a continuación en las siguientes tablas.

Constantes = **K** Variables = **V**

| | | | |
|------------------------|-----------|----------------------|-----------|
| Revista "México Rural" | K1 | 2 tintas, medio tono | K5 |
| Tiempo de realización | K2 | Funte Arial para CT | K6 |
| 28 Páginas | K3 | Diseño editorial | Vb |
| Organizada | Va | Manual editorial | Vc |
| Presupuesto | K4 | | |

⁶ Entrevista al C. J. Ascención Vázquez, Director de la revista "México Rural", 2003.

⁷ Olea, Oscar y Gonzáles Lobo, Carlos. Op. cit. Pág. 78.

| Unidades Comprensivas | | | | |
|-----------------------|----|---|---|---|
| K | V | U | D | E |
| K1 | | x | | |
| K2 | | x | | x |
| K3 | | | x | x |
| K4 | Va | x | x | x |
| K5 | | | x | x |
| K6 | | x | x | |
| | Vb | x | x | x |
| | Vc | x | x | x |

U = Ubicación
D = Destino
E = Economía

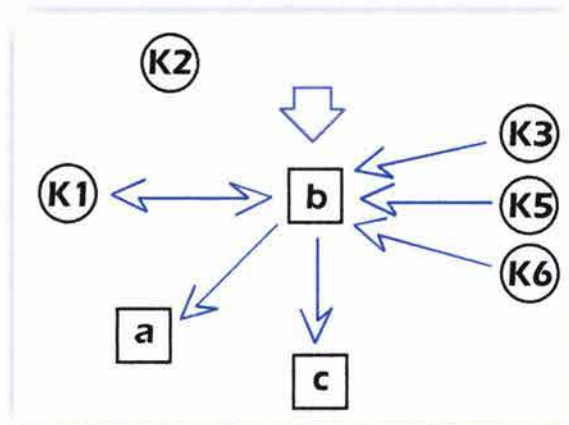
3.2.3 Definición del enfoque como estrategia

Las variables deben organizarse para distinguir sus interrelaciones, se representan gráficamente para identificar cuáles son dependientes, cuáles independientes y cuáles interdependientes y representar el dominio de cada una de las variables sobre las otras.

Al enumerar las variables y las constantes podemos observar que tenemos cuatro variables y cinco constantes y ahora deberán estructurarse de acuerdo a nuestro enfoque de diseño y esto para empezar a abordar el problema y darle su importancia a cada variable y a las constantes.

En la gráfica podemos observar que la variable diseño editorial (b) es interdependiente de la constante revista "México Rural" (K1), las constantes que es de solo 28 páginas (K3), es a dos tintas medio tono en interiores (K5) y familia Arial para Cuerpo de texto (K6) son dependientes de la variable diseño editorial (b), la constante que debe realizarse en seis meses (K2) es independiente, esto quiere decir que es una especificación, la variable que debe ser organizada (a) es dependien-

te de diseño editorial (b) por que al realizarse esta variable se resolverá la otra, y por último la variable manual editorial (c) es dependiente de la variable diseño editorial (b) por que al resolverse el diseño editorial se podrá resolver el manual editorial, por eso es que se elimina del siguiente formulario. Por último la flecha indica la posible entrada del problema.



3.2.4 Definir las áreas semánticas de los términos de la demanda que tengan relación con cada variable

Se debe precisar cuál o cuáles de las 15 regiones, que definen universalmente los términos de la demanda, corresponden a los niveles de calificación de las alternativas de solución que genera cada variable, es decir, cuáles tienen sentido para cada variable descartando las áreas irrelevantes. (ver pág. 81)

Los conectivos que unen la demanda con los niveles de respuesta son:

para la ubicación es el conectivo **en**
 para el destino es el conectivo **para**
 para la economía es el conectivo **con**

| UBICACIÓN | | | |
|-----------|------------------|--|---|
| fu U: | Manual editorial | ...que satisface un uso en la... | Confederación nacional de propietarios rurales CNPR |
| am u: | | ...que regula la función y su entorno en la... | |
| est U: | | ...permanente en la... | |
| co U: | | ...realizable en la... | |
| ex U: | | ...emotivamente satisfactorio en la... | |
| DESTINO | | | |
| fu D: | Manual editorial | ...que satisface un uso para el propósito del... | Sistema reticular |
| am D: | | ...que regula la función y su entorno para el propósito del... | |
| est D: | | ...permanente para el propósito del... | |
| co D: | | ...realizable para el propósito del... | |
| ex D: | | ...emotivamente satisfactorio para el propósito del... | |
| ECONOMÍA | | | |
| fu E: | Manual editorial | ...que satisface un uso con los recursos impuestos por la... | Revista México Rural |
| am E: | | ...que regula la función y su entorno con los recursos impuestos por la... | |
| est E: | | ...permanente con los recursos impuestos por la... | |
| co E: | | ...realizable con los recursos impuestos por la... | |
| ex E: | | ...emotivamente satisfactorio con los recursos impuestos por la... | |

3.2.5 Organizar la investigación de acuerdo a las áreas semánticas definidas y con base a ello, concretar las alternativas para cada variable

Se ordena la investigación según las áreas definidas e identificar y anotar las alternativas para cada una de las variables. Las constantes se descartan por el momento del proyecto y a las variables se les asignan más de una alternativa.

En este caso la variable diseño editorial se le asignara varias opciones para más adelante poder calificar cada una de ellas y poder seleccionar la más adecuada para el proyecto.

Estas alternativas son:

Sistema reticular: Red modular, Retícula tipográfica, Retícula armónica, Retícula subarmónica, Red combinada.

Tipografía auxiliar: Humanística, Garalda, Reales, Didonas, Lineales, Incisas.

Estilo: Moderno, Tradicional, Original, Conservador, Comercial, Antiguo.

3.2.6 Asignar a cada alternativa de cada variable una probabilidad de elección, representada por un conjunto de fracciones cuya suma sea uno

Este paso tiene como fin ordenar jerárquicamente nuestras preferencias por alguna o algunas de nuestras alternativas. La alternativa que tiene la más alta preferencia le corresponde la fracción más alta.

"Una vez asignadas las preferencias, necesitamos invertir su orden para que al convertirlas en

fracciones, éstas sigan siendo representativas",⁸ número de página es decir, a cada alternativa se le asigna un valor, luego se invierte su orden y se suman todos los valores de una misma variable, así obtenemos el factor divisible. Hay que comprobar que la suma de fracciones sea un valor aproximado a uno, para asegurarnos que la distribución esta bien hecha.

| DICCIONARIO | VARIABLE | # IMPORTANCIA | INVERTIR | FACTOR DIVISIBLE | ELECCIÓN |
|----------------------|----------|---------------|-----------|------------------|----------|
| Red modular | a1 | 2 | 4 | 46 | 0.086 |
| Retícula tipográfica | a2 | 1 | 5 | 46 | 0.108 |
| Retícula armónica | a3 | 3 | 3 | 46 | 0.065 |
| Retícula subarmónica | a4 | 5 | 1 | 46 | 0.021 |
| Red combinada | a5 | 4 | 2 | 46 | 0.043 |
| Humanística | a6 | 3 | 3 | 46 | 0.065 |
| Garalda | a7 | 5 | 1 | 46 | 0.021 |
| Reales | a8 | 5 | 1 | 46 | 0.046 |
| Didonas | a9 | 4 | 2 | 46 | 0.043 |
| Lineales | a10 | 1 | 5 | 46 | 0.108 |
| Incisas | a11 | 2 | 4 | 46 | 0.086 |
| Tradicional | a12 | 1 | 5 | 46 | 0.108 |
| Original | a13 | 4 | 2 | 46 | 0.043 |
| Conservador | a14 | 2 | 4 | 46 | 0.086 |
| Comercial | a15 | 3 | 3 | 46 | 0.065 |
| Antiguo | a16 | 5 | 1 | 46 | 0.021 |
| SUMA | | | 46 | | |

⁸ Ibid, Pág. 91.

Por último los datos que se han recabado en todas estas fases se vierten en la siguiente tabla del método diana, con el fin de conocer las alternativas que más satisfacen en mayor cantidad los factores de la demanda que son la ubicación, el destino y la economía.

Las alternativas que reciben mayores porcentajes son las que se seleccionarán para el proyecto y en caso de que por alguna razón no se pudiera escoger esta alternativa se selecciona la siguiente en la tabla de valores, logrando así las alternativas más adecuadas, sin temor a errar y tener que empezar desde el principio, ocasionando pérdida de tiempo, dinero y esfuerzo.

| UBICACION | | | | DESTINO | | | | ECONOMIA | | | | VARIABLES | ALTERNATIVAS | FACTORES ACUMULATIVOS | PROBABILIDAD DE ELECCIÓN | RESTRICCIONES LÓGICAS | DICCIONARIO | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|-----------------------|--------------------------|-----------------------|----------------------------|-------------------------|
| Funcionalidad | Ambientabilidad | Expresividad | Estabilidad | Constructividad | Funcionalidad | Ambientabilidad | Expresividad | Estabilidad | Constructividad | Funcionalidad | Ambientabilidad | | | | | | | Expresividad |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | a | | | | Diseño editorial |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | Sistema reticular | |
| | | | | | | | | | | | | | | a1 | 0.086 | | Red modular | |
| | | | | | | | | | | | | | | a2 | 0.108 | | Reticula tipográfica | |
| | | | | | | | | | | | | | | a3 | 0.065 | | Reticula armónica | |
| | | | | | | | | | | | | | | a4 | 0.021 | | Reticula subarmónica | |
| | | | | | | | | | | | | | | a5 | 0.043 | | Red combinada | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | Tipo complementario | |
| | | | | | | | | | | | | | | a6 | 0.65 | | Humanística | |
| | | | | | | | | | | | | | | a7 | 0.021 | | Garalda | |
| | | | | | | | | | | | | | | a8 | 0.043 | | Reales | |
| | | | | | | | | | | | | | | a9 | 0.043 | | Didonas | |
| | | | | | | | | | | | | | | a10 | 0.108 | | Lineales | |
| | | | | | | | | | | | | | | a11 | 0.086 | | Incisas | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | Estilo | |
| | | | | | | | | | | | | | | a12 | 0.108 | | Tradicional | |
| | | | | | | | | | | | | | | a13 | 0.043 | | Original | |
| | | | | | | | | | | | | | | a14 | 0.086 | | Conservador | |
| | | | | | | | | | | | | | | a15 | 0.065 | | Comercial | |
| | | | | | | | | | | | | | | a16 | 0.021 | | Antiguo | |

Conclusiones al capítulo tres

Para el proyecto, el uso de una metodología podrá llevar el trabajo por un buen camino desde el inicio hasta el final. El método seleccionado y utilizado para este proyecto fue el de diseño y análisis lógico conocido como DIANA, por medio de este método se definen claramente datos indispensables sobre lo que se va a requerir para el diseño. Por medio de este método se recopila toda la información tanto de diseño como del cliente, esta información se vertió en la ubicación, en el destino y la economía. Con la definición del vector analítico del problema se pudo conocer el camino correcto por donde llevar el proyecto, por medio de esto conocimos lo que no podemos alterar como es la tipografía, el sistema de impresión, el número de páginas y el presupuesto, y lo que se requiere y que nos ayudará a definir lo que se hará para el diseño. Lo que se solicita para la revista es que sea organizada, con el diseño de un sistema reticular y la ayuda del manual edito-

rial se podrá tener todos los elementos de la revista ordenada a lo largo de todos los números de la revista que salgan a la luz.

Después, las alternativas de diseño que se elegirán serán las más adecuadas para poder aplicarlas dentro de nuestro diseño, por ejemplo se definió la utilización de un sistema reticular tipográfico como el que se utilizará para las páginas de la revista, también se seleccionará el tipo de fuente que se utilizará para textos complementarios como títulos, subtítulos, etc. Las que se podrán seleccionar serán de acuerdo a la clasificación de la ATypl es la incisa. Por último el estilo adecuado al tema que maneja la revista el más conveniente es un tradicional, sin llegar a tendencias experimentales y diferentes pero también sin caer en formas antiguas y muy decoradas. De acuerdo a estos planteamientos podremos realizar más claramente el diseño de la revista y la realización del manual editorial.

Capítulo cuatro

Revista "México Rural"

contenido

Recursos
Contenido
Lectores

Características

4. Revista México Rural

Tal vez es algo que a muchas personas no les interesa, pero el campo es la base de la agricultura, la ganadería y hasta la pesca, ya que esta no sólo se realiza en el mar; El campo es la fuente de alimentación en todo el mundo. Además de las actividades del campo antes mencionadas existen otras como el cultivo de insectos comestibles que podrían ser alternativas de alimentación en un futuro y que ahora no son tomadas en cuenta y para conocer más de ello es indispensable una publicación con un contenido sobre temas del campo. Como muestra de ello está la revista México Rural, publicación que analiza e ilustra al campo desde diferentes perspectivas.

En todo proyecto de diseño es indispensable hacer una investigación y saber todas las características del trabajo a realizar como en este caso es de la revista México Rural, así como también co-

nocer un poco sobre quién la edita, en este caso es la Confederación Nacional de Propietarios Rurales CNPR; Por ello para visualizar más ampliamente es necesario conocer que función tiene esta confederación y de quién esta conformada, también conoceremos la situación actual de la revista, las características generales, descritas en este primer capítulo, como es su distribución, su periodicidad, el tema o temas que maneja, el público al que esta dirigido, las características físicas de la revista, entre otras más que acotaremos en los siguientes puntos. También revisaremos el equipo humano y material que hacen posible la realización de esta publicación, examinaremos la revista minuciosamente por dentro para enterarnos de las deficiencias en el manejo de su imagen para poder corregirlas y asentarlas en el manual editorial para su posterior utilización.

4.1 Recursos

La Confederación Nacional de Propietarios Rurales es una organización con cincuenta y siete años de existencia, esta integrada por 14 uniones nacionales de producción relacionadas al campo como son los agricultores, ganaderos, forestales y pesqueros, estos son: la Unión nacional de cañeros, la Unión nacional de café, la Unión nacional forestal y frutícola, la Unión nacional de trigo, la Unión nacional de huleños, la Unión nacional de cebada, la Unión nacional de uva, la Unión nacional de maíz, la Unión nacional de

nopal y tuna, la Unión nacional de sorgo, la Unión nacional de frijol, la Unión nacional de aguacate, la Unión nacional femenil y la Unión nacional juvenil; organismos auténticos, debidamente constituidas y con militancia efectiva y activa.¹



La revista México Rural cuenta con un gran equipo de articulistas que conocen muy bien el campo y lo que proviene de él, en materia de equipo de producción se cuenta con un diseñador y un fotógrafo que se encargan de la formación y las imágenes de la publicación y cuentan con el equipo necesario como es computadora, programas de edición de páginas, impresoras, cámaras, laboratorio fotográfico y todo el material necesario para la confección de la revista; la pre prensa y la impresión se realiza externamente encargándose a una empresa privada. La Confederación cuenta con los recursos necesarios para poder sacar a la luz la revista mensualmente, estos recursos oscilan entre los cuatro y doce mil pesos, dependiendo de diversos aspectos entre ellos el tiraje que se realizará en cada número de la revista.

Lectores

Esta revista es de circulación restrictiva, aunque se está dirigida a todo público, su distribución es principalmente a personas afiliadas a la CNPR, así como también a industrias elaboradoras de insumos del campo, fabricantes de maquinaria e implementos agrícolas, empresas, asociaciones y grupos de productores agropecuarios en los 32 estados de la república y también a las dependencias oficiales relacionadas con el campo y su producción a nivel estatal y federal. Las personas que son afiliadas a la CNPR y que son los principales lectores de la revista son pequeños productores campesinos, microempresarios, agrónomos, empleados altos y medios de diversas instituciones, asociaciones y empresas, funcionarios altos y medios de dependencias oficiales. Generalmente son personas que cuentan con un nivel socioeconómico de bajo a alto, con un nivel educativo básico a superior, la edad de los lectores comprende de los 25 a los 55 años.²

Contenido

El contenido que maneja la revista México Rural es de información especializada, se insertan de manera exclusiva informaciones, reportajes, entrevistas y comentarios, el tema que se maneja es sobre el campo, todo lo relacionado a ella en el ámbito nacional y también sobre la Confederación y sus agremiados.



Portada de la revista México Rural

[2] Entrevista al C. J. Ascención Vázquez, Director de la revista «México Rural».

4.2. Características

La revista México Rural, es una publicación impresa con una edición periódica de aparición mensual, el alcance o difusión de la revista es nacional. El formato de la revista es el A4, las medidas aproximadas son de 210 x 272 mm. tamaño más común conocido como tamaño carta; en sus interiores utiliza un papel tipo couché de color blanco satinado con un peso de 100 gr. en cubiertas se utiliza un papel couché blanco satinado de 200 gr. El método de impresión es el offset tradicional en cuatricromía en forros, con barniz en primera y cuarta, dos tintas en medio tono en interiores, con los colores negro y café. La revista consta de 28 páginas, tiene un encuadernado tipo rústico, esto es, que las páginas se encuentran a caballo y engrapado en el lomo.

La revista usa diversas fuentes tipográficas, la que se utiliza para el cuerpo de texto y algunos subtítulos es la familia Arial normal, el tamaño que se maneja es de aproximadamente 12 puntos ya

que varía de artículo en artículo. En títulos se maneja todo tipo de familias tipográficas, el tamaño que se manejan es desde los 24 hasta más de 48 puntos. En subtítulos y subtítulos se maneja la familia Arial, aunque algunas veces se utiliza otra familia tipográfica, los tamaños que se manejan son normalmente de 14 puntos hasta de 30 puntos. Para otros elementos tipográficos que se utilizan en la página como créditos, pies de página e introducción se utiliza la familia arial en cualquiera de sus variantes, en diversos tamaños.

En la revista México Rural utiliza los dos tipos de folios, el numérico y el explicativo, el mismo para páginas pares e impares, uno es el número de página y el otro es el nombre de la revista, esta compuesta de la fuente, Times New Roman de la variante negrita y cursiva, con un tamaño aproximado de 14 puntos. Esta colocado a los costados en el extremo inferior, con un color que puede ser normalmente negro o en ocasiones calado en blanco.



Editorial



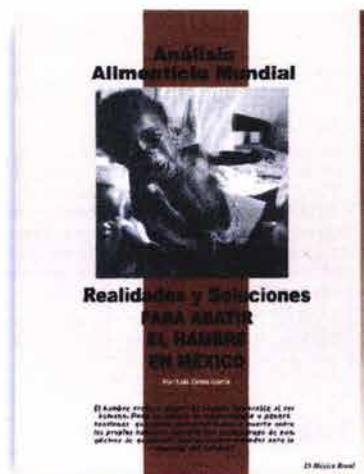
Artículo

En la publicación se utiliza en algunas ocasiones balazos insertados entre el texto, estos generalmente son de frases de entrevistados en los artículos, se utilizan diversas familias tipográficas, con diversos tamaños y colores. Se utilizan también capitulares que no están bien definidos algunas veces de caja baja y otras de caja alta o indefinidos, utilizan cualquier tipografía ya sea arial, times new roman u otro. También utilizan un punto como finalizador, de color negro o café y justificado al final del renglón. Dentro de cada página se maneja un tipo de cornisa, a manera de pleca vertical pegado al corte de las páginas, con texto de abajo hacia arriba donde explica el tema de que trata el artículo, la pleca es de color café con un degradado a blanco de arriba hacia abajo, el texto se encuentra en la parte superior, calado en color blanco, se utiliza el tipo times new roman negrita.

En lo que se refiere a la composición tipográfica, la fuerza de cuerpo del texto es indefinido ya que se utiliza diversos tamaños de tipo e interlineado que cambian de un párrafo a otro, de igual forma los espacios entre palabras y letras cambia de un renglón a otro. El tipo de párrafo que se utiliza es justificado y separado por una línea vacía. En la revista no se utiliza un sistema articular sino que se trata de guías que varía constantemente en cada página. Se utiliza de dos a tres columnas, con márgenes e interlineado indeterminados, no se utilizan campos ni mucho menos rejilla de texto. Se pueden encontrar fácilmente defectos de composición como ríos, calles, desfasamiento de líneas de texto con otras que se encuentran a lado o al otro lado de la hoja, entre otras. En la publicación se utiliza totalmente la fotografía se maneja en medio tono ya sea como imagen principal o como fondo en casi todas las páginas, los temas principales en las imágenes fotográficas son el campo, la naturaleza, los animales, y las personas.



Artículo



Artículo

En los forros esta definido la utilización de cada uno de sus partes así, segunda, tercera y cuarta se utiliza para publicidad y primera que es la portada, está conformada así: Cabezal, está constituida por una composición tipográfica con el nombre de la revista México Rural y a su lado izquierdo se encuentra el logotipo de la Confederación Nacional de Propietarios Rurales, abajo se encuentra un rectángulo con el nombre de la CNPR. La imagen que se utiliza para la portada generalmente es una fotografía con temas de paisajes rurales. Las segundas se encuentran en la parte media inferior de la portada y la constituyen cuatro párrafos de texto con el contenido de la publicación, el tipo que se utiliza es el

El maíz en México ha sido uno de los productos que sufrido un serio estancamiento, no sólo en lo que producción se refiere, sino también en la superficie sembrada, lo que explica el porqué ante el aumento poblacional, se ha tenido que recurrir a las compras en el exterior para que no falte en el consumo humano. Los siguientes datos revelan un estatismo peligroso en los volúmenes de producción de este grano, insistimos, por la creciente tendencia al aumento en la población demandante de este alimento.

Inconsistencia de espaciados de un párrafo a otro

El potencial de mango de las exportaciones de México a Estados Unidos es continúa aportando cerca de 500 millones de dólares. Entre los logros en el envío, esta el de su al alza, afirmaron. El destino de las exportaciones de este fruto a los mercados internacionales mexicanos es Estados Unidos, que concentra 80 por ciento del total, seguido de Canadá, Japón.

En este ejemplo observamos que esta desalineación se da por la variabilidad de la interlínea de un párrafo a otro

Así tenemos que tanto la sequía, como las plagas y una política de precios oprimidos, han contribuido en gran manera a que la producción de este cultivo sea insuficiente para la demanda nacional, y por consiguiente, se tenga que recurrir a la compra de grandes cantidades de este grano en el extranjero.

Espaciado entre palabras

Asimismo, con tecnología de punta, se pueden incrementar los volúmenes de 3.4 por ciento actual que se obtiene por hectárea, a más de 5.3 toneladas lográndose eliminar las costosas importaciones, cubrir la demanda nacional, y sobre todo, mejorar sustancialmente la economía de los productores mexicanos, concluyó. ●

finalizador

Arial condensado donde el tamaño es de 30 puntos aproximadamente, el color de las letras es generalmente en blanco aunque en ocasiones utilizan otros colores como el amarillo y utilizan en este texto una pequeña sombra dura en color negro.

El inicio de artículo casi siempre es en página impar, cuando se utilizan introducciones de página completa manejan tipografía decorativa que se confunde con anuncios, manejan un subtítulo o balazo que parecería un título. Se utiliza algunas veces capitular y otras no, cuando se coloca todos son diferentes.

13 México Rural

Folio número y explicativo

Conclusiones al capítulo cuatro

Como podemos observar existen diversos defectos de diseño y que muchos de ellos se pueden corregir con el establecimiento de este manual editorial, con las especificaciones de tipografía, sistema reticular y diagramación, para un correcto manejo de la imagen de esta publicación. Defectos como el número y medidas de las columnas, y la colocación específica de elementos se puede corregir con el uso de una retícula, la desalineación de los párrafos con el uso de

la rejilla y buen uso de la composición tipográfica se controla estos desperfectos. Para evitar que títulos o artículos completos parezcan anuncios o publicidad con el uso de las especificaciones de la composición tipográfica de todos los elementos se podrá evitar todo esto. Todas estas especificaciones estarán contenidas dentro del manual editorial, que podrá ser consultado por cualquier persona relacionada con el manejo del diseño gráfico de la revista.

Capítulo cinco

Desarrollo del manual editorial

contenido

Sistema reticular

Portada

Interiores

Elementos de los artículos

Elementos gráficos de la revista

Plantilla de especificaciones

Glosario

5. Desarrollo del manual editorial

En esta siguiente parte para el desarrollo del manual editorial fue indispensable el estudio del diseño editorial, de la revista, de su diagramación y composición, y de las características del manual editorial para revista, para poder crear una guía editorial para la revista México Rural y con ello un estilo propio, formado a lo largo de cada número, para así poder formarse de una identidad.

Como pudimos observar, el diseño editorial es un proceso que consta de diversas partes para la creación de un producto gráfico editorial. Es el conocimiento y el manejo adecuado de cada uno de los elementos que conforman un soporte editorial, tal como lo es la revista catalogada dentro de los impresos para editoriales, para llegar al fin de este que es presentar la información de manera clara para que lo entienda el lector, logrando así un alto nivel de legibilidad de los elementos gráficos y tipográficos.

Es importante conocer cuales son los distintos tipos de impresos, como vimos en el primer capítulo, como son los editoriales, paraeditoriales y extraeditoriales, los que se encarga principalmente el diseño editorial son los dos primeros que constan del libro el primero, y del periódico, la revista y algunos otros más como gacetas y folletos el segundo, el último la conforman todos los demás impresos, es imprescindible conocer las características de ellos para poder definir claramente el soporte a trabajar. Es importante definir claramente el soporte que trabajaremos por que cada impreso tiene diversas características, que diferencian a

los diversos soportes como también a las diversas publicaciones del mismo soporte.

Es importante conocer las características de los elementos gráficos para su correcto manejo dentro del diseño de la revista, así como del manual editorial, en el primer capítulo observamos las características que debe tener la tipografía para poder utilizarla en la letra de base de nuestro diseño por ello se reconoce que la fuente utilizada por la publicación es la adecuada y además de ello es importante la composición adecuada de la tipografía para aumentar el nivel de legibilidad del texto de la revista México Rural.

Como pudimos observar en el capítulo anterior uno de los desperfectos de la revista es que los elementos no están bien organizados, a pesar de contar con una red, por ello es importante el conocimiento del uso de un sistema reticular que fue explicado claramente en la parte final del capítulo uno y que más adelante se iniciará la construcción de esta retícula para revista México Rural y que dentro del manual se darán las reglas de uso de esta para su adecuado manejo en la publicación. Este manual o guía editorial que se presentará al final de este apartado nos servirá como herramienta muy importante para el manejo de la gráfica de la revista por que en ella se indicará las características y el uso de todos los elementos que conforman las páginas de la revista, así como especificaciones que nos servirán para la conformación de estas páginas. Los elementos que conforman las páginas están divididos en tres

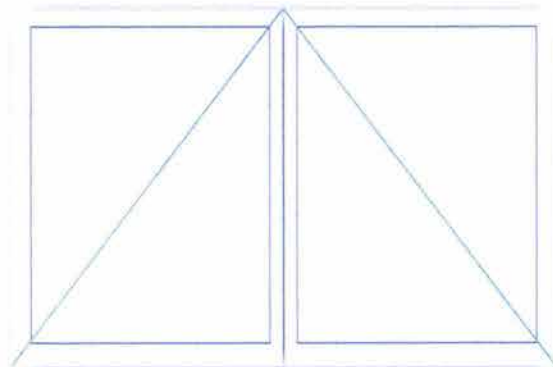
partes, una son los que están conformados por la tipografía, los segundos son los que corresponden a las imágenes y el último consisten en los elementos reforzadores, que fueron definidos en el segundo capítulo y que además se expuso las características generales que fueron examinados en diversas revistas. El objetivo principal de la rea-

lización de esta guía editorial es saber si una vez definido el estilo editorial de la revista y su uso constante a través de los subsecuentes números de la revista podrá resolverse una identidad, así como se sucede en los manuales de identidad gráfica de empresas e instituciones.

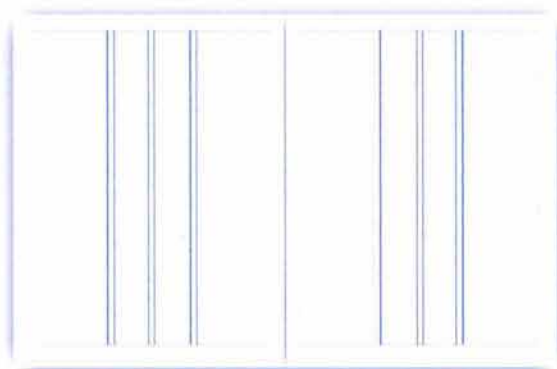
5.1 Construcción del sistema reticular

Antes de empezar con el manual debemos de construir un sistema de retículas que se usará para todo los interiores de la revista. Esta construcción se irá haciendo punto por punto de acuerdo a las necesidades y características de la publicación, un punto importante para la construcción de ésta es la composición tipográfica del texto, necesaria para la culminación de esta retícula y que de igual manera realizaremos para complementar esta parte.

Primero se deben tener las medidas de la revista, que en este caso son de 210 milímetros por 275 milímetros que es el área de trabajo de cada



Caja de texto



Columnas

página y donde definiremos las medidas de los márgenes y de la mancha o bloque de texto.

Como en la mayoría de las revistas se utilizara el método de la diagonal con aumento gradual de acuerdo a este orden: lomo cabeza, corte y pie. Las medidas finales son: El lomo 10 mm. Cabeza 12.5 mm. Corte 15 mm. y el pie 17.1 mm.

Después se dispone a definir el número de columnas que se utilizarán para los bloques de texto; de acuerdo a las necesidades de la revista, al tamaño aproximado que será de la tipografía del cuerpo texto y al número de palabras que ten-

dría cada línea de texto, se decide utilizar tres columnas de texto con un corondel de 5 mm. Como apoyo en la diagramación se utilizará guías verticales dividiendo cada una de las columnas a la mitad.

Antes de continuar en la construcción del sistema reticular es necesario definir ciertas características del cuerpo del texto de los artículos, esto es el establecimiento de la tipografía y la fuerza de cuerpo, para poder crear la rejilla tipográfica dentro del sistema reticular.

Como una de las constantes para este proyecto es la utilización de la tipografía de la familia Arial normal para el cuerpo de texto; se realizaron diversas pruebas y bocetos para conocer cuál es el tamaño e interlínea adecuado, observando requerimientos como la legibilidad, el número de caracteres por página (esto para conocer el espacio disponible para los artículos en determinado

Revista México Rural

Fuente: Arial normal

Revista México Rural Revista México Rural Revista
In acha tajmachohua inan iquisáyampa, atelo quen nej
In acha tajmachohua inan iquisáyampa, atelo quen nej In
acha tajmachohua inan iquisáyampa. In acha tajmachohua
inan iquisáyampa, atelo quen nej tata mostía.

Líneas para la rejilla

número de páginas), y por último la mancha del texto, que deberá ser gris y uniforme.

Para el cuerpo de texto se ha especificado las siguientes características: la familia deberá ser inalterablemente Arial sin ninguna variante del tipo, con una fuerza de cuerpo de 9/12. Este tamaño de texto e interlineado es adecuado para las ne-



Rejilla tipográfica

cesidades de espacio de la revista y el número conveniente de palabras por línea; con un interlineado necesario para la buena lectura del texto, así como la apariencia de un gris uniforme de la mancha del texto.

Una vez definido este se puede pasar a la realización de la siguiente fase del sistema reticular que es la rejilla, que nos servirá como base para la colocación del texto y todos los elementos tipográficos de la página, esta rejilla se construye a partir de la parte superior de una ascendente y termina en la parte inferior de una descendente, así en cada una de las líneas de texto que llenan la caja de texto, hasta tener toda la mancha enrejada. Además estas líneas nos servirán también para la realización de los campos que es la siguiente fase del sistema reticular.

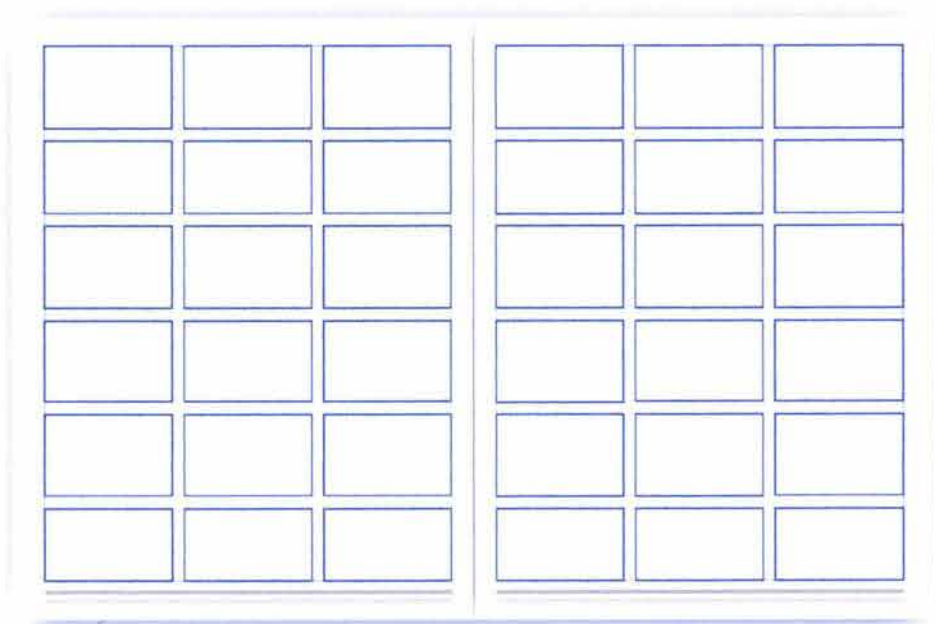
Una vez realizada la rejilla dentro de la caja tipográfica es necesario definir cuantos campos reticulares son los que necesitaremos. Estos campos son

necesarios como base para la colocación de cualquier elemento dentro de la página principalmente imágenes que pueden ser fotografías, ilustraciones y todo tipo de infografías.

De acuerdo al formato de las fotografías que se utilizan generalmente en la revista se ha decidido utilizar una retícula de 18 campos, donde se puede acoplar diversos tamaños de fotografías.

Por último se decide extender la rejilla tipográfica más abajo de la caja de texto esto para poder colocar otros elementos como el folio explicativo y otros.

La realización de esta retícula es fundamental en la solución de muchos problemas gráficos de la revista como es el ordenamiento de cada uno de los elementos. Cumple con diversos requerimientos metodológicos como son funcionalidad, ya que con la selección de las características de la tipografía acata reglas de legibilidad, como ya mencionamos, con la construcción de la retícula



18 campos por página

tipográfica todo se organizará originando orden; El nivel de constructividad se cumple por que podrá ser realizado con los recursos disponibles para la revista.

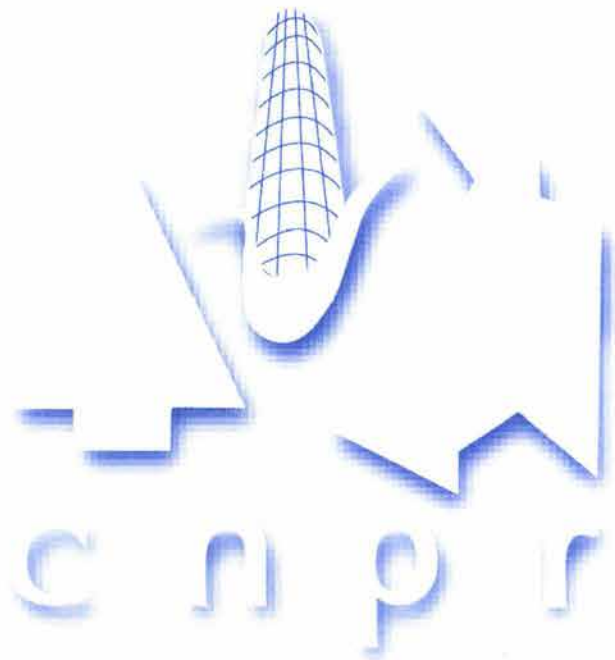
Una vez concluido la construcción de esta retícula tipográfica entraremos a la realización y presentación del manual editorial que inicia a continuación, los elementos que tendremos en cuenta para este manual y que podremos observar en la tabla de contenido del manual editorial esta repartido en tres partes, una es la que esta conformada por la portada, con las especificaciones de la retícula, la composición tipográfica y la diagramación de los elementos. En la siguiente es la que conforma la parte central de la revista que son los interiores, donde se especifica las partes de la revista como son el directorio, los registros, el editorial, el sumario, las secciones, el manejo de cada uno de los elementos documentales gráficos que se utilizan en los artículos

tanto los tipográficos, los ilustrativos y los reforzadores. En la última parte del manual consta de una sección de plantillas con las especificaciones de todo el manual condensadas en las páginas maestras y las hojas de estilo, elementos actualmente imprescindibles como ayuda para la composición de páginas por medio de la autoedición.

Como en todo manual la introducción de este esta conformado por tres elementos, primero es una explicación de que se puede aprender de la guía, que servirá para entender el objetivo y la utilidad que tendrá su uso. Luego se definirá una visión general del contenido del manual, y por último un apartado de convenciones donde se explicará el significado de características que se usarán en el manual. Esto servirá a todo el lector interesado sea diseñador o no, en el uso más fácil y sencillo del manual editorial.



Manual Editorial





¿Qué puede aprender de este manual?_____

Este manual presenta el uso gráfico de la revista México Rural, se proporciona información adecuada sobre el sistema reticular y la composición tipográfica para los diseñadores y diagramadores encargados de la revista. En esta guía se establecen las normas para el manejo de los distintos elementos gráficos presentes en la revista para su correcto manejo, para así crear y mantener un estilo en la publicación. Este manual se constitu-

ye para conservar uniforme e intacta la identidad establecida de la revista a través de su diseño editorial, por ello se recomienda no alterar sus elementos y características básicas. Es indispensable que se cuente con el estricto cumplimiento de las normas y especificaciones contenidas en este manual, lo que no este considerado en este manual se considera limitado hasta no consultarse con el director editorial de la revista.

Visión general del manual_____

Los párrafos siguientes revisan la información contenida en este manual:

Parte I - Especificaciones de la portada; En esta parte se establecerán las características de cada elemento y las reglas de aprovechamiento de elementos que se encuentran en la portada como son el logotipo, la imagen, el cintillo, las segundas, etc. Así como las restricciones en el uso de cada uno de estos elementos para un correcto uso de cada uno.

Parte II - Especificaciones de los interiores; En esta parte se detalla la diagramación de partes de la revista como son el directorio, el registro, el editorial, el sumario, las cornisas de las secciones, y los artículos; se definen las reglas del manejo de los anuncios y la publicidad; Por último se es-

tablecen las características y reglas de utilización de los elementos tipográficos de los artículos como el cuerpo de texto, el título, subtítulo, cornisa, balazo, créditos y folios; de los elementos ilustrativos como las fotografías e infografías; y de los elementos reforzadores como los finalizadores, pases y los filetes.

Parte III - Plantillas; En esta parte se explican e insertan plantillas de las páginas maestras y de la hoja de estilo con las diversas características de la composición tipográfica y la diagramación de los elementos básicos de la revista.

Parte IV - Glosario de términos; En esta parte final se acota expresiones o definiciones inusuales o muy técnicas para una comprensión del manual más claro.

Convenciones_____

En este manual se utilizan las siguientes convenciones, las palabras que estén marcadas de la siguiente manera significa lo siguiente:

VERSALITAS - Son las palabras técnicas o de difícil comprensión y que son definidas en el glosario.

Negrita - Son las palabras que se le debe poner mucha atención por la importancia que tiene.

Cursiva - Estas palabras son reforzadas por medio de un ejemplo, nota o aviso.

Tabla de contenido

Indicaciones (Qué puede aprender, visión general, convenciones)



I. Portada **108**

- A. Cabezal **109**
- B. Imagen **110**
- C. Cintillo **111**
- D. Segundas **112**



II. Interiores **114**

- A. Editorial **116**
- B. Directorio **117**
- C. Sumario **118**
- D. Anuncios y publicidad **119**
- E. Artículos **120**



1. Elementos tipográficos **120**

- a. Cuerpo de texto **121**
- b. Título **122**
- c. Subtítulo **122**
- d. Antetítulo **122**
- e. Cornisa **123**
- f. Balazo **124**
- g. Crédito **125**
- h. Pies de foto **126**
- i. Notas **127**
- j. Folios **128**



2. Elementos ilustrativos **129**

- a. Infografías **129**
- b. Fotografías **130**



3. Elementos reforzadores **131**

- a. Pases **131**
- b. Finalizadores **132**
- c. Pie de foto **132**
- d. Filetes **133**



III. Especificaciones **134**

- A. Soporte **134**
- B. Páginas maestras **136**
- C. Hoja de estilo **138**



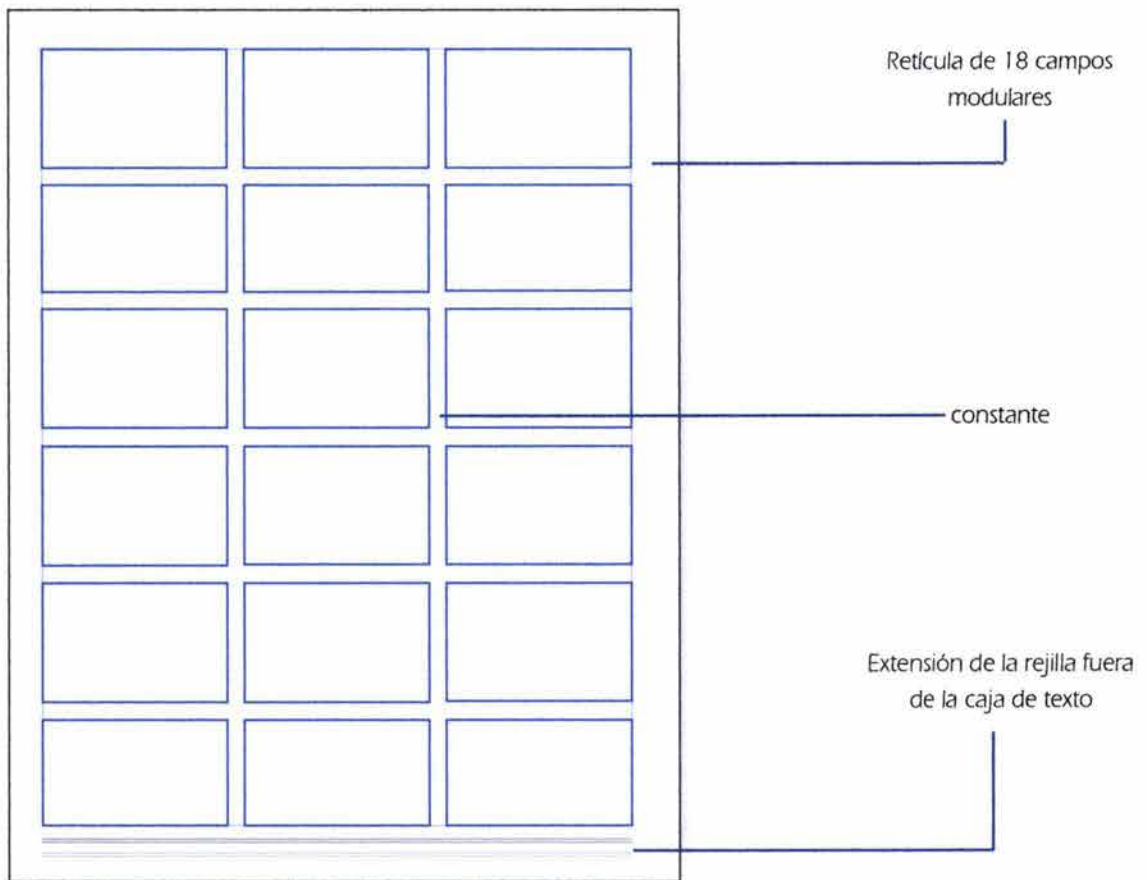
IV. Glosario de términos **140**



I. Portada

En esta sección se explica la composición y diagramación de cada uno de los elementos gráficos que constituyen la portada. El sistema reticular que se utiliza para la portada es el sistema modular que se utiliza para los interiores, este sistema esta conformado de las siguientes medidas de los márgenes: lomo 10 mm., corte exterior 15 mm., corte superior 12.5 mm., corte

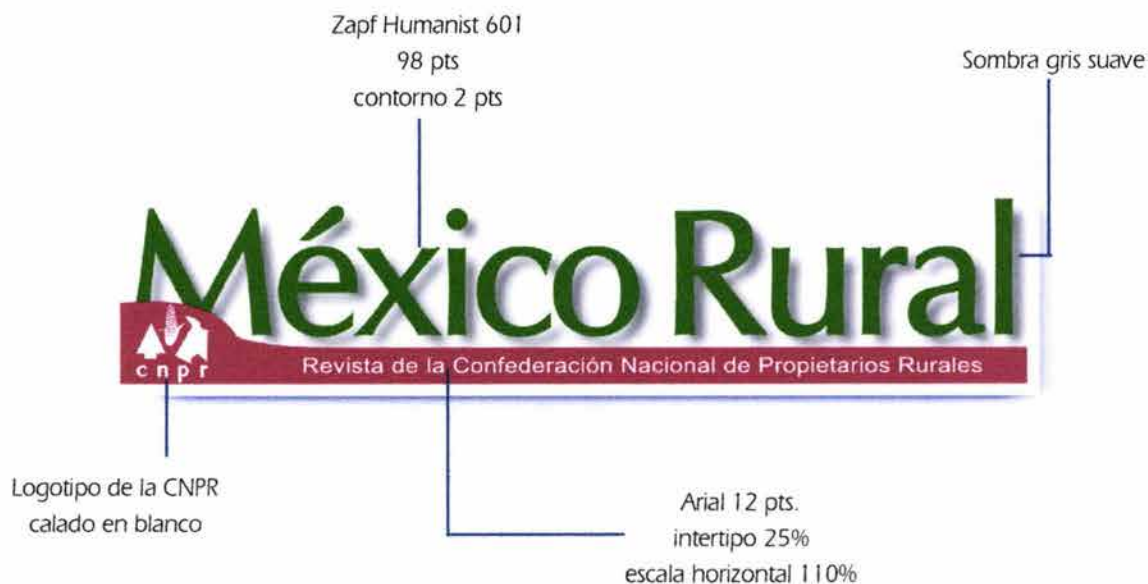
inferior 17.1 mm. Los **CAMPOS** son 18 en total y estas se distribuyen en tres filas verticales y 6 filas horizontales con una separación de cada módulo que es variable. A partir de este sistema modular se utilizará como retícula para la diagramación de los elementos de la portada y para composición de la fotografía.



A. Cabezal

El cabezal de la revista debe ser de acuerdo a la que se indica en la *figura*. El cabezal esta compuesto por el nombre "México Rural"; en una fuente de la familia Zapf Humanist 601; con un tamaño de 98 pts., en color verde C=90, M=25, Y=95, K=30, con un delineado de 2 pts. y una sombra gris detrás de las letras; este nombre está acompañado por un lema a que es "Revista de la Confederación Nacional de Propietarios Rurales", este es de la familia Arial, con un tamaño de 12 pts., un **INTERTIPO** de 25 % sobre el espacio normal y modificación de la escala horizontal de un 110%, en color del papel dentro de un rectángulo color rojo C=000 M=100 Y=100 K=000. En el

lado izquierdo de este rectángulo irá el cabezal de la CNPR calado en blanco rebasando esta línea y encima de la letra "M". El cabezal se debe colocar en los dos primeros módulos superiores del campo reticular, la cromática del cabezal por omisión es la descrita anteriormente pero puede ser cambiado de acuerdo a la imagen para darle **CONTRASTE** y variación a la portada. Lo que no puede variar es el tamaño y la posición de éste. El cabezal puede ser ocultado parcialmente solo cuando sea necesario de acuerdo al elemento de la imagen, al ocultarlo no debe ser mayor al 30 por ciento del cabezal.



Dimensiones
185 mm. largo
35 mm. altura

B. Imagen

La fotografía de la portada ocupará la página completa, no existen restricciones para su colocación. Esta debe ser a color para aprovechar la **CUATRICROMIA** de la impresión. Para la selección de la fotografía no hay más que decir que sea preferentemente sobre algún tema o artículo importante contenida en la revista. La imagen deberá

tener una composición adecuada para poder colocar el cabezal y las segundas sin que interfiera u oculte algún elemento de la fotografía. De preferencia la fotografía debe ser a un elemento **notable** y este debe tener un cierto grado de contraste para que la portada pueda resaltar y captar la atención de los posibles lectores.

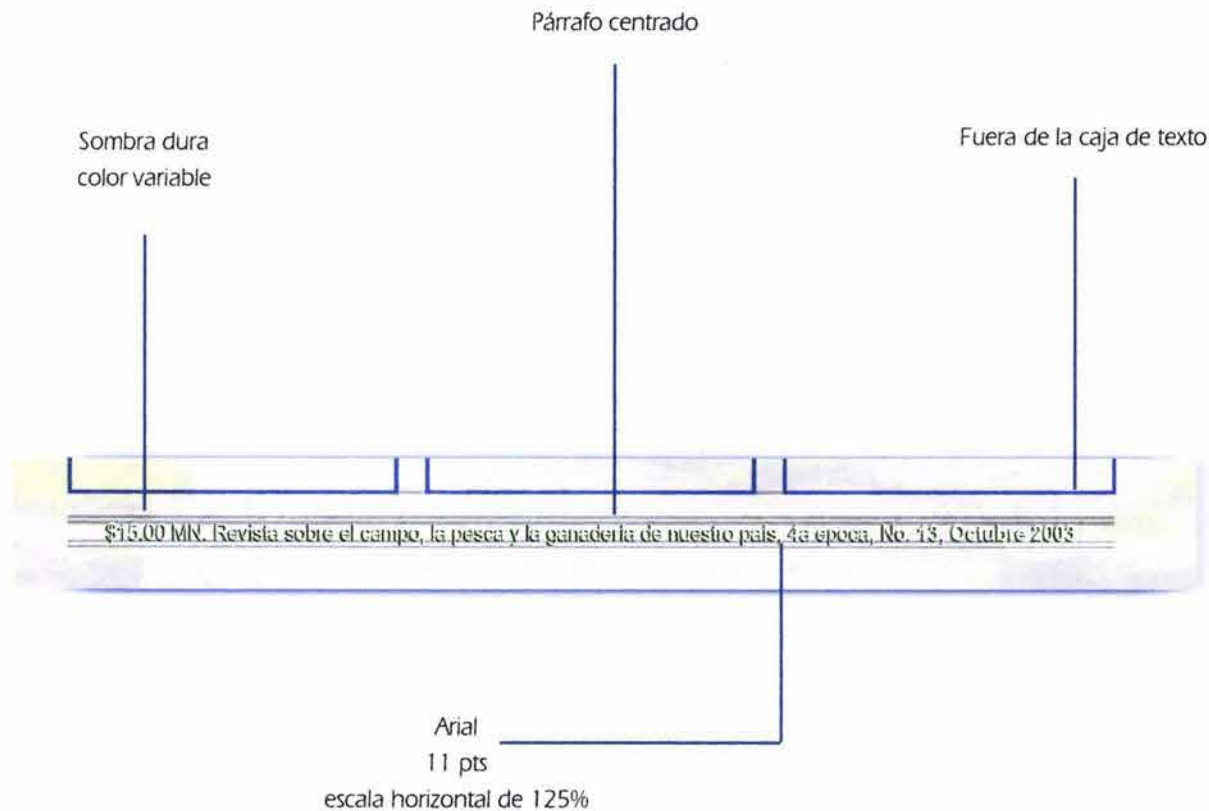


Fotografía para la portada

C. Cintillo

El cintillo esta constituida de una línea de texto a lo largo de la página; la información que contendrá es la siguiente: Precio del ejemplar "\$15.00 MN." Lema "Revista sobre el campo, la pesca y la ganadería de nuestro país" época "4a época" Número del ejemplar "No. 13" y fecha de publicación "Octubre 2003". Este texto deberá ser de la familia Arial con un tamaño de 11 puntos, con **MODIFICACIÓN DE LA ESCALA** horizontal de 125 %, el

bloque de párrafo debe ser centrado, en color del papel y con una sombra suave de color que puede ser cambiado para poder darle contraste al texto con respecto al a fotografía. La información del cintillo se deberá colocar en la parte inferior de la página, por **fuera de la mancha** de texto. El color del texto se podrá modificar de acuerdo a la imagen para poder darle contraste al texto.

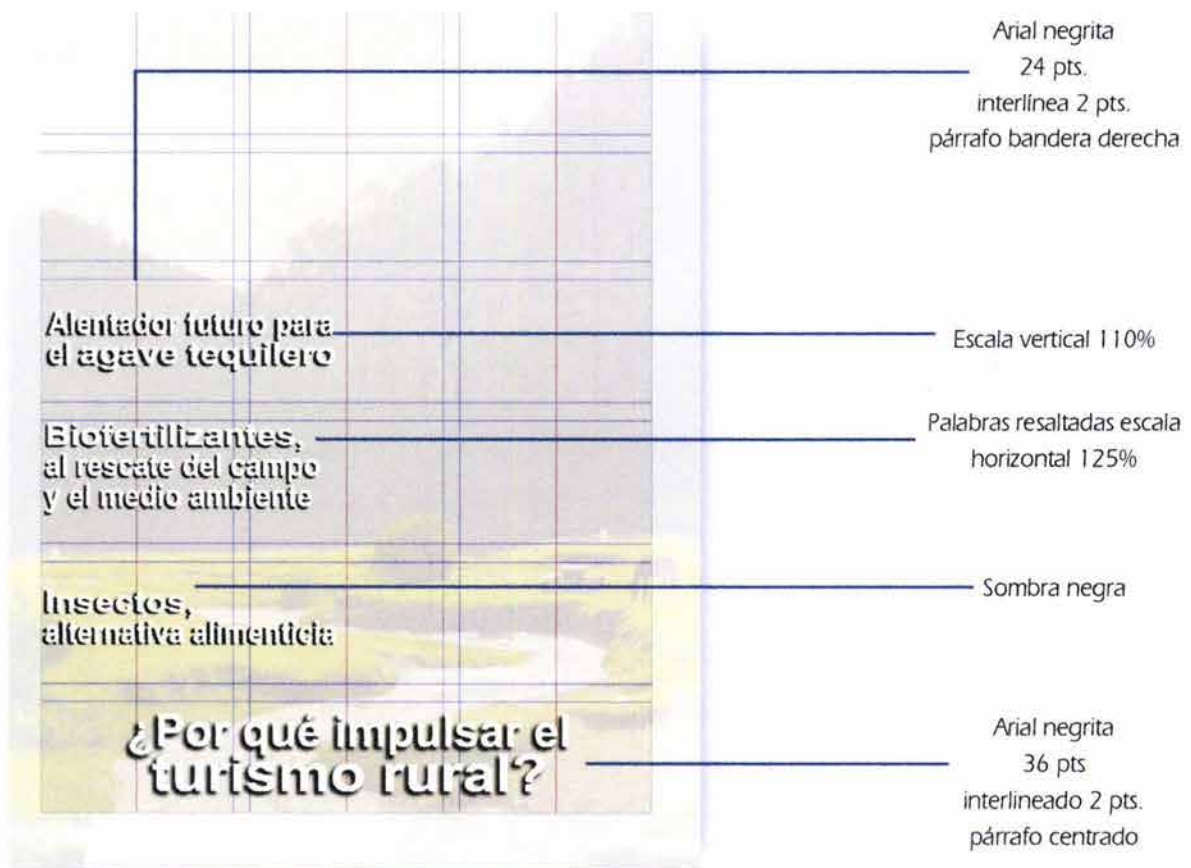


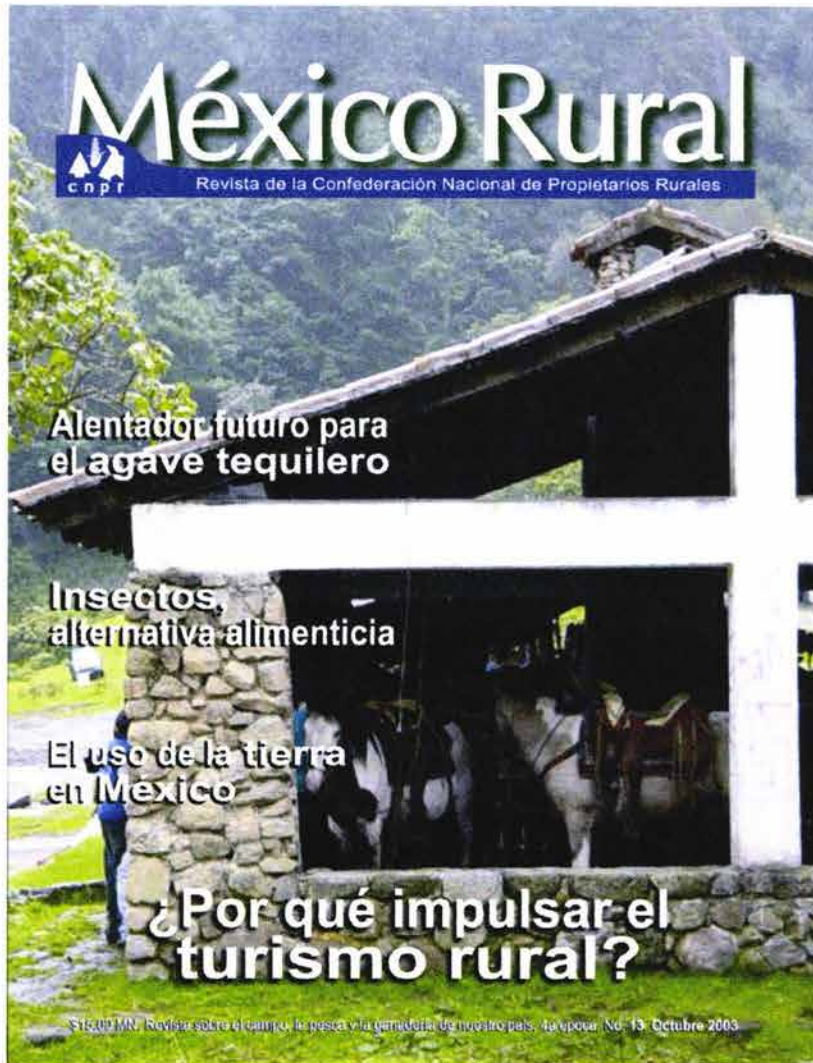


D. Segundas

En la portada se colocarán **cuatro titulares o segundas**, tres de ellos en la parte central de la página y uno de mayor tamaño en la parte inferior. Los tres primeros bloques serán de una tipografía de la familia Arial de la **VARIANTE** negrita con un tamaño de 24 pts., con 2 pts. de interlínea, además de una modificación de la escala del tipo vertical de 110%, a las palabras más importantes se le modificará la escala horizontal a 125%, el párrafo será con bandera derecha y se colocará pegado al margen izquierdo. El cuarto titular será

de la misma fuente tipográfica y modificación de escala solo que el tamaño será de 36 pts., con un interlineado de 2 pts., el párrafo será con alineación al centro. Los textos serán del color del papel, con una sombra dura negra. Se recomienda que para una mejor identificación no se cambie la cromática y demás especificaciones de las segundas. La colocación de estas será en los cuatro módulos inferiores de la retícula, con preferencia de el titular principal se encuentre en los módulos inferiores.





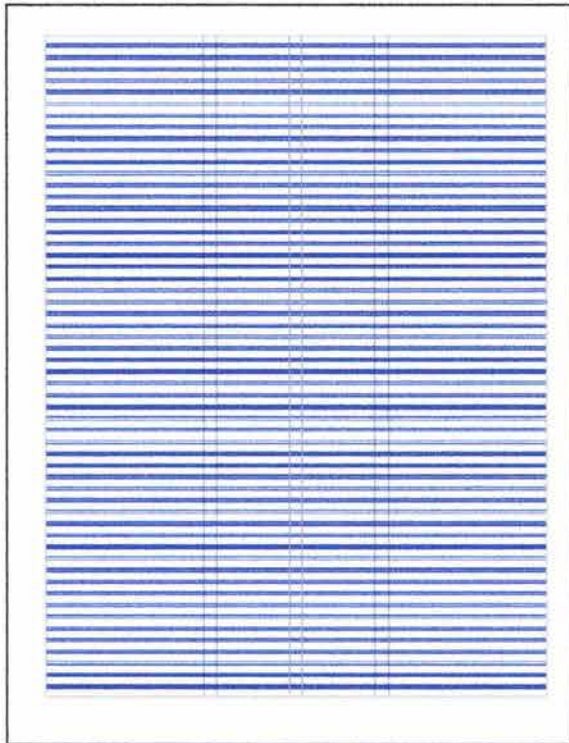
Portada de la revista México Rural



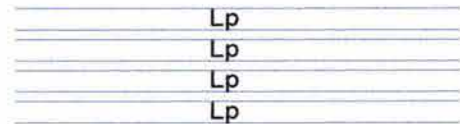
II. Interiores

En esta sección se explica la **COMPOSICIÓN** y diagramación de cada uno de los elementos gráficos que constituyen los interiores, así como las especificaciones del sistema reticular que se utilizará para los interiores. En una primera parte se especificarán las secciones que conforman la revista estos son: El editorial, el directorio y los registros, donde se definirá la composición y diagramación de estas secciones que son **CONSTANTES** de cada edición. También se especificarán las características de las secciones, el manejo de los anuncios y la publicidad en los interiores y por último los artículos, donde se definirá la composición de los elementos tipográficos, las características de los **REFORZADORES** y la diagramación de las fotografías para un correcto manejo gráfico de cada uno de los componentes de la revista.

El sistema reticular para las páginas interiores es una retícula tipográfica creada a partir del cuerpo de texto de los artículos. Esta retícula tiene de márgenes las siguientes medidas: Lomo 100 mm. Cabeza 125 mm. Corte 150 mm. y pie 171 mm. Dentro de esta mancha se inscribe una *rejilla tipográfica* a partir de las especificaciones siguientes: Fuente Arial con cuerpo 9/12. Que servirá de apoyo para la colocación de los elementos tipográficos. La retícula es de 3 columnas con espacio entre columnas de 5 mm. con tres líneas auxiliares dividiendo al centro cada columna. El sistema modular que se utiliza para colocar cualquier elemento en la página principalmente fotografías y reforzadores consiste en tres módulos horizontales y seis verticales, las constantes con una medida variable de acuerdo a la rejilla tipográfica.



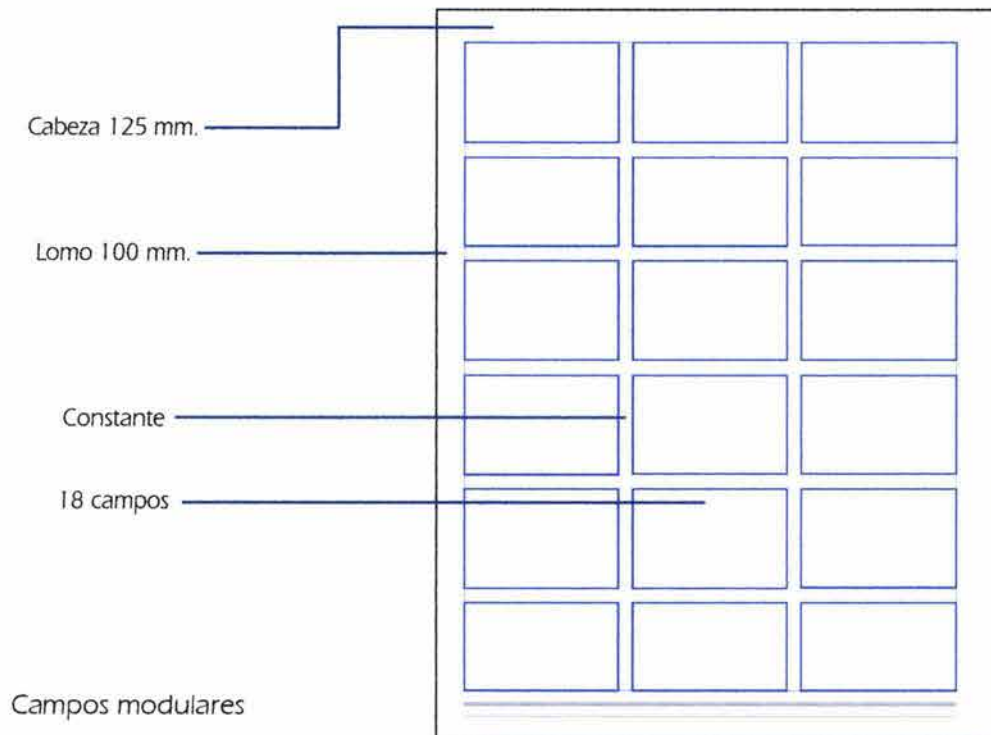
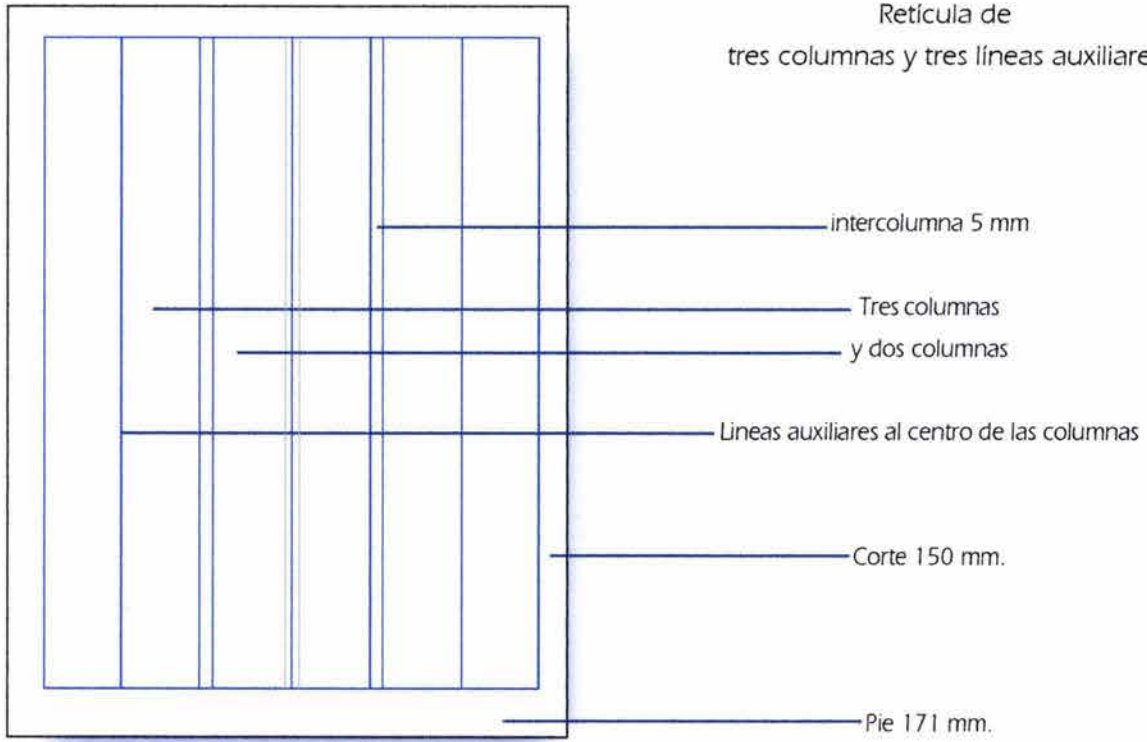
Rejilla a partir de la fuente
Arial 9/12



Rejilla tipográfica de apoyo
para los elementos tipográficos



Retícula de
tres columnas y tres líneas auxiliares

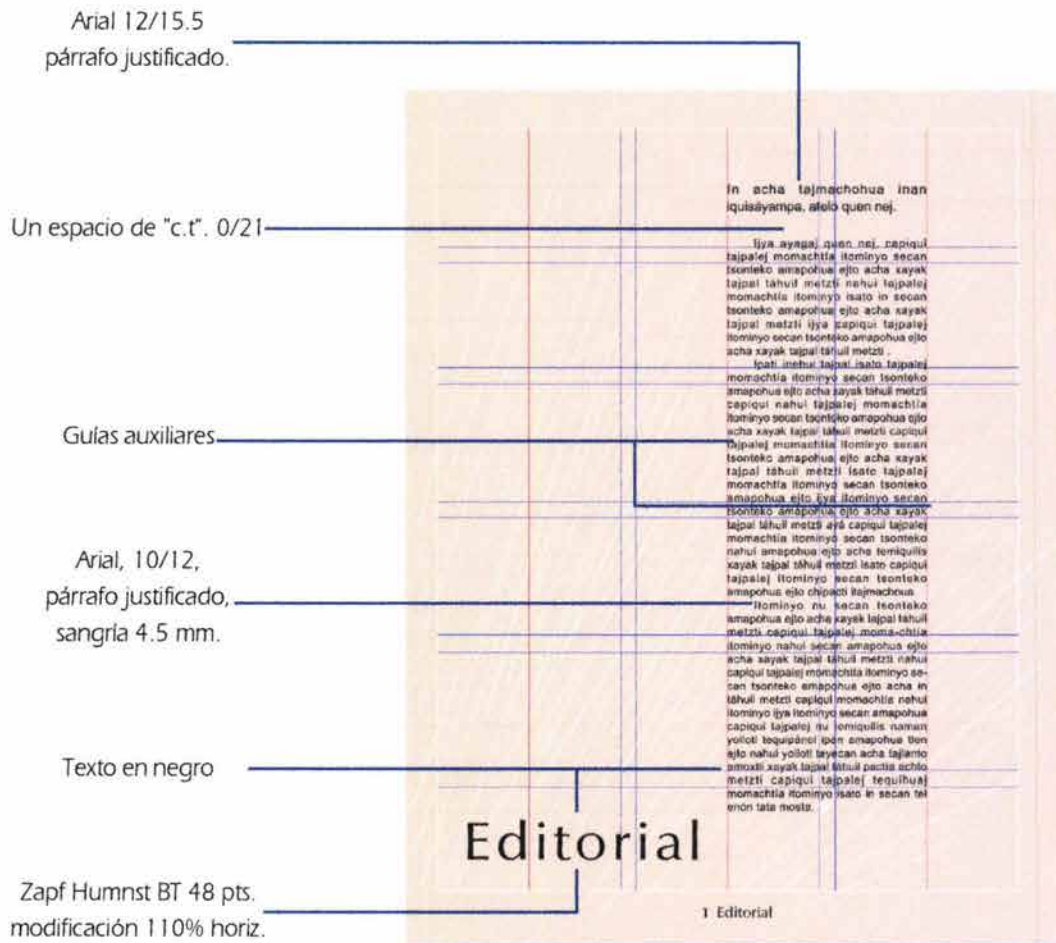




A. Editorial

El editorial consta de tres partes: uno es el nombre "Editorial", las siguientes son el cuerpo de texto y el título del editorial. Las especificaciones de los estilos de esta sección son: "c.t." Fuente Arial normal, con cuerpo 10/12 párrafo con **SANGRIA** de 4.5 mm. justificado. El "título" tendrá la misma fuente con cuerpo 12/16 con **PÁRRAFO JUSTIFICADO**. El "nombre de la sección" será Zapf Humnst BT con tamaño de 48 pts. y modificación

de la escala horizontal de 110%. En el editorial se utilizará las guías del sistema reticular para colocar los elementos. Esta sección del editorial se encontrará invariablemente en la **primera página** de los interiores, de igual forma la composición y diagramación de esta página no podrá ser modificado. Como fondo de la página tendrá una fotografía como **MARCA DE AGUA** utilizando la tinta color café, esta foto podrá variar de edición a edición.



B. Directorio

El directorio consta de la siguiente información: El nombre "Directorio", los nombres y cargos como son el presidente y el director general de la CNPR, el director general, el coordinador y el coordinador de ventas y distribución de la revista, el diseñador editorial, el fotógrafo, el diagramador y también el impresor de la publicación. Después le siguen los registros legales que contienen el nombre, la periodicidad, el editor, la dirección del editor, el número de registro correspondiente, las advertencias, número y fecha de la publicación,

el costo del ejemplar y la suscripción anual. Esta sección ocupará una columna de espacio de la página, el directorio estará invariablemente en la **página 4**, la página completa tendrá un fondo utilizando la tinta café y la sección tendrá un recuadro de la misma tinta con **MEDIOTONO** a un 50%. Los estilos para esta sección son: "Titulo" Zapf Humnst BT 30/48, nombre Arial 10/12, "cargos y registros legales" Arial 9/12, todos en párrafo centrado.



Zapf Humnst BT 30 pts. modificación 110% horiz.
intertipo ,07 color café sombra dura blanca

Una columna

Arial cuerpo 9/12 en negro

Arial cuerpo 10/12 en negro

Arial cuerpo 9/12 en negro

Arial cuerpo 9/12 negrita

Recuadro tinta café con pantalla al 50%

| Directorio | |
|---|----|
| Lic. Julián Orozco González
Presidente | 2 |
| Vidal Martínez Contreras
Director general | 4 |
| J. Ascención Vázquez Vázquez
Diseñador editorial | 5 |
| C.P. Félix Jesús Arles Sandoval
Coordinación | 8 |
| Francisco Javier Patrocinio
Coordinador de ventas y distribución | 11 |
| César G. Pimentel Hernández
Diseño editorial | 13 |
| Andrés Plaza Ramírez
Fotografía | 18 |
| Olga I. Gordillo R.
Diagramación | 21 |
| Impresos y Acabados Vilar
Proceso digital a impresión | 24 |
| <p>La revista México Rural es una publicación mensual editada por la Confederación Nacional de Propietarios Rurales, con ediciones geminadas en Av. Chapultepec 913 C.P. 06700, México D.F. Registros correspondientes en trámite. Los artículos firmados son responsabilidad exclusiva del autor.</p> | |
| <p>No. 13, Octubre 2004</p> <p>Costo ejemplar \$16.00
Suscripción anual \$100.00</p> | |



C. Sumario

La sección del sumario consta del título "Sumario" los títulos y descripción breve de los artículos con su respectivo número de página, estos estarán al lado derecho del directorio. El título se encontrará en los dos módulos inferiores y la información estará en los módulos del centro. Los estilos de texto son título "Contenido" que estará compuesto de la familia Zapf Humnst BT de

48 pts. con modificación horizontal de 110%, el número de página es de la fuente Arial negrita con un **CUERPO** de 11/12 en color negro y el texto será igual que la numeración solo que se utilizará el color del papel. Este al igual que el directorio irá invariablemente en la **página 4**. La página completa tendrá un fondo del color de la tinta café al 100%.

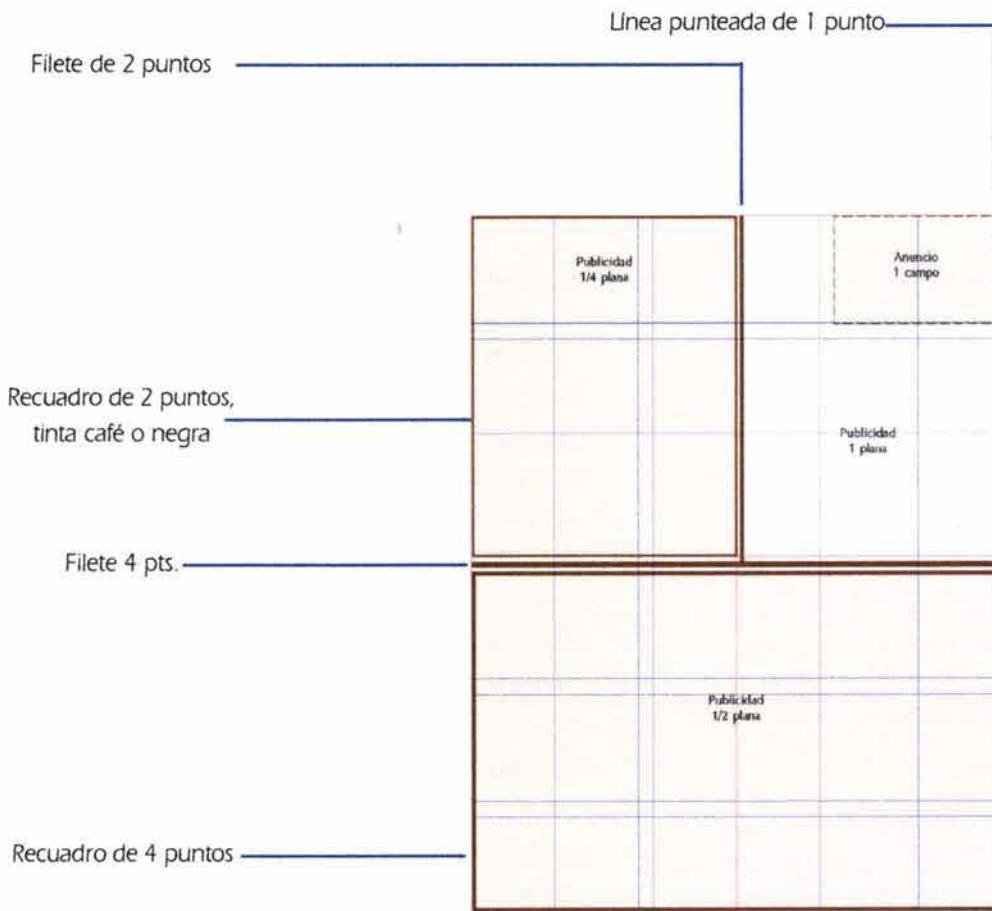


D. Anuncios y publicidad

Para un mejor manejo de los anuncios y de la publicidad, a continuación se dan algunas normas básicas para la colocación de estos elementos. Los anuncios ya sean propios de la revista o externos se deben tratar **separadamente de los artículos**. Todo anuncio o publicidad menor a página completa debe ser **RECUADRADO** y/o sepa-

rado por un filete que variará el grosor de acuerdo al tamaño del anuncio o publicidad.

En publicidad de página completa se recomienda la utilización del folio numérico. Los *tamaños* normalizados para publicidad en la revista son plana completa, media plana, un cuarto de plana y un campo para pequeños anuncios.



E. Artículos

Los artículos son la esencia de la revista por ello se debe tener especial cuidado en cada uno de estos y los elementos gráficos que comprenden estas secciones. Por ello para poder entender claramente esta sección se fraccionará en los siguientes elementos: tipográficos, ilustrativo y los reforzadores. Cada uno de estos elementos tiene características propias que serán definidas claramente de acuerdo a los rasgos y el estilo propio de la revista México Rural.

Arial (normal)

En cuanto a su calidad nutritiva, los escamoles tienen entre 45 a 65 por ciento de proteínas, así como 30 por ciento de ácidos grasos insaturados, benéficos para el ser humano, como son los ácidos omega tres y seis.

Otros insectos como los chapulines, tienen 75 por ciento de proteínas; el gusano de maguey, 45 ó 55; el ahuahutle - huevecillo del mosco axayácatl-, 70 por ciento, por citar algunos. Además, la gran mayoría son bajos en grasas y contienen importantes cantidades de carbohidratos y minerales como el calcio, fósforo, sodio y potasio, así como vitamina E, que es un antioxidante.

1. Elementos tipográficos

Los elementos tipográficos consisten en todos los que están constituidos por letras. En esta parte se normalizará el uso de los siguientes elementos que generalmente se utilizan en la revista y que podemos conocerlos como el cuerpo de texto, el título, el subtítulo, el antetítulo, la cornisa, los balazos, los créditos y los folios tanto numéricos como explicativos.

a. Cuerpo de texto

El cuerpo de texto estará compuesto de la fuente tipográfica Arial normal con las siguientes **ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DE LA FUENTE**: versión 2.98, ID 4493078 de la fundición electrónica the Monotype Corp., caja completa con 1408 caracteres. Con una fuerza de cuerpo de 9/12, se tolerará una modificación del cuerpo ya sea menor o mayor a **un punto**, el interespacio de las letras no podrá ser mayor o menor a .05%.

La composición del párrafo será con **alineación en bloque** también llamado justificado, el párrafo será del tipo **ORDINARIO**, tendrá un sangrado de 2 **CUADRATINES** equivalente a 8.33 mm.

El texto deberá ser **negro** y en algunas ocasiones se podrá utilizar el color café.

Las columnas de texto se deben colocar en las tres columnas que se encuentran en la retícula para este fin, este bloque de texto podrá ser mayor ocupando más de una columna llegando a la siguiente guía más cercana, pero esta columna no deberá ocupar más de dos columnas. Se

recomienda que cada bloque de texto debe terminar o comenzar de acuerdo a los campos modulares del sistema reticular y este nunca debe salir de la mancha de texto para tener una mejor organización de los elementos gráficos de la página.

Tres columnas

Término de bloque de texto por campos

Una columna hasta la guía

Dos columnas

Inicio de bloque de texto por campos

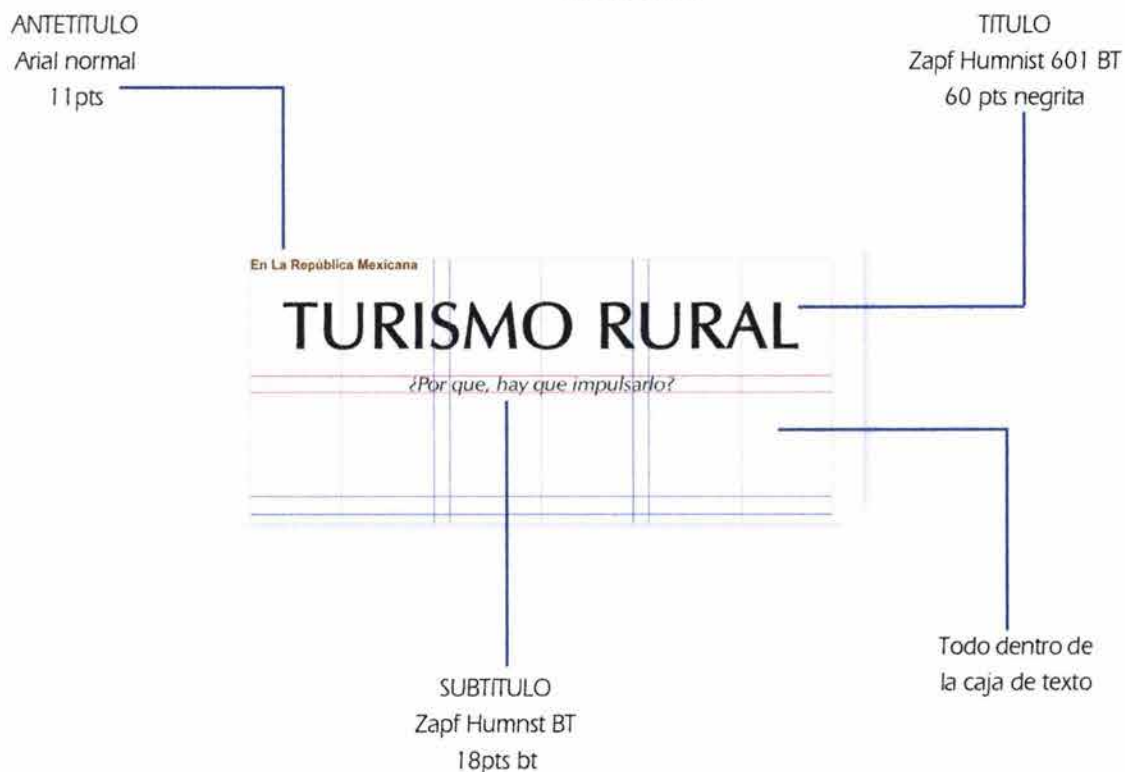
| | | |
|--|---|--|
| <p>Los escamoles se alimentan de restos de las castaños, como maguayes, zapales o garambullos, en regiones que son sumamente áridas y su recolección se realiza en los meses de febrero, marzo, abril y mayo, para evitar que las lluvias inundan el país. Al año, un escamoleiro puede lograr de ocho a diez kilos, y hasta doce y tomados en cuenta que este pequeño insecto tiene una gran demanda, pues es una remuneración entre parangón para el país.</p> <p>Lo que en principio se hace sembrar escamoles, es sacar un producto, el cual se parte en tres, se permite la organico en su lugar original y se coloca en los contenedores, separado uno de otro, cerca del margay, maíz o garambullo.</p> | <p>Los escamoleiros venden su producto, una lata de 200 gramos, en 300 pesos, mientras en los restaurantes de comida rápida que venden entre 5 a 7 gramos, fluctúa entre 150 a 170 pesos.</p> <p>En cuanto a la calidad nutricional, los escamoles tienen entre 45 a 65 por ciento de proteínas, así como 30 por ciento de ácidos grasos saturados, beneficia para el ser humano, como que los omega 3 y 6.</p> <p>Otros insectos como los Chapulines, tienen 75 por ciento de proteínas, el cual no de maguay, 44 a 55, el Ahuachilero, favorecido del medio acuático, 70 por ciento, por citar algunos. Además, la gran mayoría son bajos en grasas y contienen importantes cantidades de carbohidratos y vitaminas, para su posterior venta.</p> | <p>Tan solo en México existen unas 37 especies comestibles las cuales aparecen en todas partes de nuestro jardín, las casitas o el campo, y que en vez de matarlas son insectos que que además son prácticos para la ecología, deberían formar parte de nuestra dieta, esto es opinión de especialistas químicos.</p> <p>En localidades como Milpa Alta y el Estado de Hidalgo, están cultivando escamoles, con una inversión prácticamente nula, ya que no se requieren muchos recursos para el cultivo de insectos comestibles, de igual forma se están realizando estudios que permitan su conservación ya sea por medio de congelación, ahumado o salmuera, para su posterior venta.</p> |
| <p>Tan solo en México existen unas 37 especies comestibles las cuales aparecen en todas partes de nuestro jardín, las casitas o el campo, y que en vez de matarlas son insectos que que además son prácticos para la ecología, deberían formar parte de nuestra dieta, esto es opinión de especialistas químicos.</p> <p>En localidades como Milpa Alta y el Estado de Hidalgo, están cultivando escamoles, con una inversión prácticamente nula, ya que no se requieren muchos recursos para el cultivo de insectos comestibles, de igual forma se están realizando estudios que permitan su conservación ya sea por medio de congelación, ahumado o salmuera, para su posterior venta.</p> | | <p>Tan solo en México existen unas 37 especies comestibles las cuales aparecen en todas partes de nuestro jardín, las casitas o el campo, y que en vez de matarlas son insectos que que además son prácticos para la ecología, deberían formar parte de nuestra dieta, esto es opinión de especialistas químicos.</p> <p>En localidades como Milpa Alta y el Estado de Hidalgo, están cultivando escamoles, con una inversión prácticamente nula, ya que no se requieren muchos recursos para el cultivo de insectos comestibles, de igual forma se están realizando estudios que permitan su conservación ya sea por medio de congelación, ahumado o salmuera, para su posterior venta.</p> |
| <p>Los escamoles se alimentan de restos de las castañas como maguayes, zapales o garambullos, en regiones que son sumamente áridas y su recolección se realiza en los meses de febrero, marzo, abril y mayo, para evitar que las lluvias inundan el país. Al año, un escamoleiro puede lograr de ocho a diez kilos, y hasta doce y tomados en cuenta que este pequeño insecto tiene una gran demanda, pues es una remuneración entre parangón para el país.</p> | | |

11 Insectos

b. Título

El título principal de los artículos deberá ser de la **FUENTE** Zapf Humanist 601 BT negrita con un tamaño máximo de 80 pts. y un mínimo de 36 pts., el tamaño óptimo es de 60 pts. El color del texto podrá utilizarse de cualquiera de los disponibles negro, café o del color del papel, blanco, el requisito es que **debe haber contraste** res-

pecto al fondo de la página. El párrafo deberá ser centrado y colocado en la parte superior de la página, dentro de dos campos reticulares. El título **no deberá exceder de 8 palabras** deberá ser todo en mayúsculas. Se puede recurrir a la utilización de sombras, relieves, delineado, etc., para un mayor contraste y resalte del inicio de artículo.



c. Subtítulo

El subtítulo que debe ir siempre después del título deberá tener la fuente Zapf Humnst BT con un tamaño de 18 pts., con 2 pts. de interlínea, modificación de la escala horizontal de un 110%. El color del texto deberá ser en negro, el párrafo deberá ser centrado.

d. Antetítulo

El antetítulo deberá ser **arriba del título** y deberá estar compuesta de la fuente Arial con un cuerpo de texto 11/12, el párrafo debe ser a la izquierda pegado al margen y el color del texto puede ser negro o café.

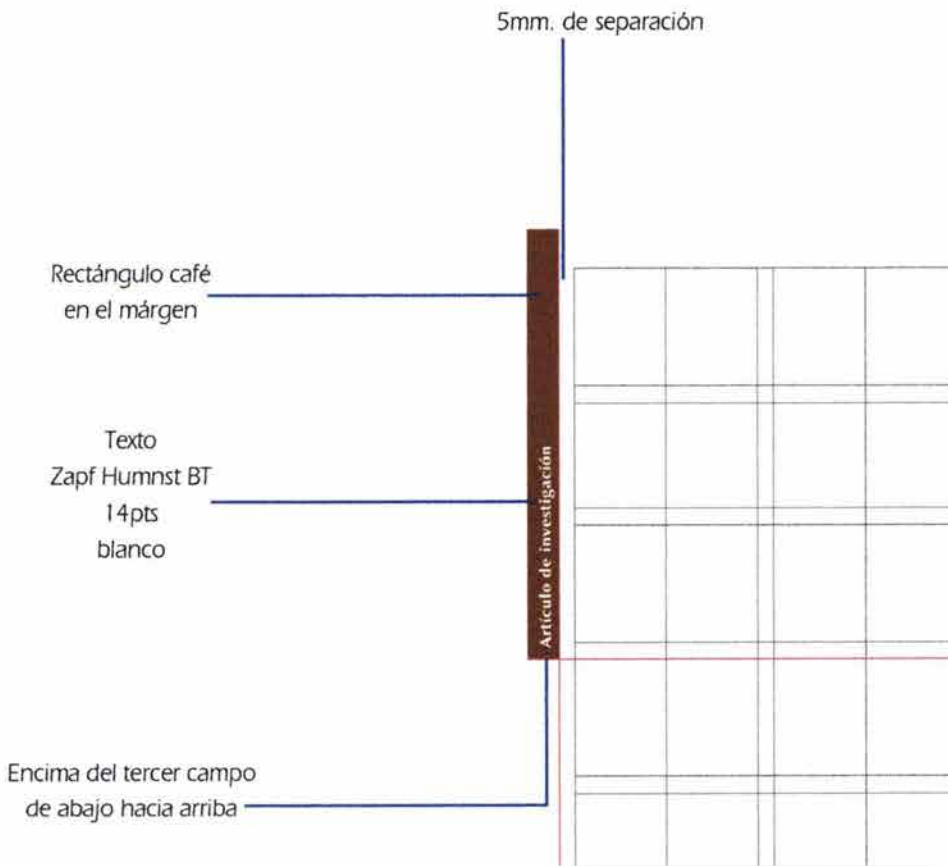
e. Cornisa

La cornisa que señalará la sección o nombre del artículo especial se colocará en la parte superior izquierda de la página (en el caso de página par) y se deberá repetir en la página opuesta colocándolo en la parte superior derecha. Esta cornisa esta compuesta de un rectángulo con las medidas de 10 mm. de ancho por 125 mm. de alto, del color de la tinta café y dentro de ella se

pondrá el texto que será de la fuente Zapf Humnst BT de 14 pts. y deberá ser del color del papel, este no deberá exceder de cuatro palabras y deberá ir en **ALTAS Y BAJAS**. El rectángulo deberá encontrarse fuera de la caja de texto con una distancia de 5 mm. el rectángulo debe llegar hasta el 3er campo reticular *como se muestra en la figura*.

XC

4



Ejemplo de una página PAR

f. Balazo

En los artículos se tendrá la posibilidad de colocar balazos de texto, esta información deberá ser **máximo de 13 palabras**, este texto estará compuesto de la fuente Zapf Humanist 601 BT con la variante negrita, con el cuerpo 13/15, tendrá una modificación de la escala horizontal de un 90 %.

Este se deberá insertar entre las columnas dentro de las guías auxiliares, rodeado por el cuerpo de texto, el texto que lo rodea deberá estar por lo menos a una línea de texto de distancia. El color del texto puede ser en café o en negro.

Zapf Humanist 601 BT
negrita 13/15
escala horizontal 90%

Al centro de
las guías auxiliares

Texto rodeando hasta las
guías auxiliares

Texto rodeando por lo
menos una línea de texto

...sea por medio de congelación, ahumando a salmuera, para su posterior venta al público.

Los escarabajos se alimentan de raíces de las caudices como maguayras, repiques o garabitos, en regiones que son sumamente áridas y su reproducción depende en los meses de febrero, marzo, abril y mayo, para evitar que las larvas muerdan el árbol. Al año, un escarabajo puede llegar a comer hasta 100 y hasta 1000 kilogramos en cuanto que este animal cuando se encuentra en gran número, puede ser una remuneración entre para quien parte de esta práctica.

Lo que en principio se hace cuando escarabajos, se sacan un producto, el cual se parte en tres, el primero lo desechos en su lugar original y los otros dos los colocamos, separados uno de otro, cerca del árbol, repica o garabitos.

Los escarabajos venden su producto, una tala de 200 piezas, en 300 pesos, mientras en los restaurantes de pan de piloncillo que cobran entre 5 o 7 pesos, fluctúa entre 150 a 110 pesos.

En cuanto a su calidad nutritiva, los escarabajos tienen este tipo de proteínas, así como 30 por ciento de azúcares, 1011 grasas, proteínas, hidratos de carbono, como son los omega 3 y 6.

Tan solo en México existen unas 97 especies comestibles las cuales aparecen en todas partes de nuestro país, los cultivos o el campo, y que en vez de materia con insectos, ya que además esta práctica daña la ecología, deberían formar parte de nuestra dieta, esto en opinión de especialistas químicos.

En localidades como Milpa Alta y el Estado de Hidalgo, están en cultivo de escarabajos, con una inversión prácticamente nula, ya que no se requieren mayores recursos para el cultivo de insectos comestibles, de igual forma se están realizando estudios que permitan su conservación, ya sea por medio de conservación, ahumado o salmuera.

Tan solo en México existen unas 97 especies comestibles las cuales aparecen en todas partes de nuestro país, los cultivos o el campo, y que en vez de materia con insectos, ya que además esta práctica daña la ecología, deberían formar parte de nuestra dieta, esto en opinión de especialistas químicos.

En localidades como Milpa Alta y el Estado de Hidalgo, están en cultivo de escarabajos, con una inversión prácticamente nula, ya que no se requieren mayores recursos para el cultivo de insectos comestibles, de igual forma se están realizando estudios que permitan su conservación, ya sea por medio de conservación, ahumado o salmuera.

Alto es el contenido proteínico de los insectos comestibles

Tan solo en México existen unas 97 especies comestibles las cuales aparecen en todas partes de nuestro país, los cultivos o el campo, y que en vez de materia con insectos, ya que además esta práctica daña la ecología, deberían formar parte de nuestra dieta, esto en opinión de especialistas químicos.

En localidades como Milpa Alta y el Estado de Hidalgo, están en cultivo de escarabajos, con una inversión prácticamente nula, ya que no se requieren mayores recursos para el cultivo de insectos comestibles, de igual forma se están realizando estudios que permitan su conservación, ya sea por medio de conservación, ahumado o salmuera.

Tan solo en México existen unas 97 especies de insectos comestibles

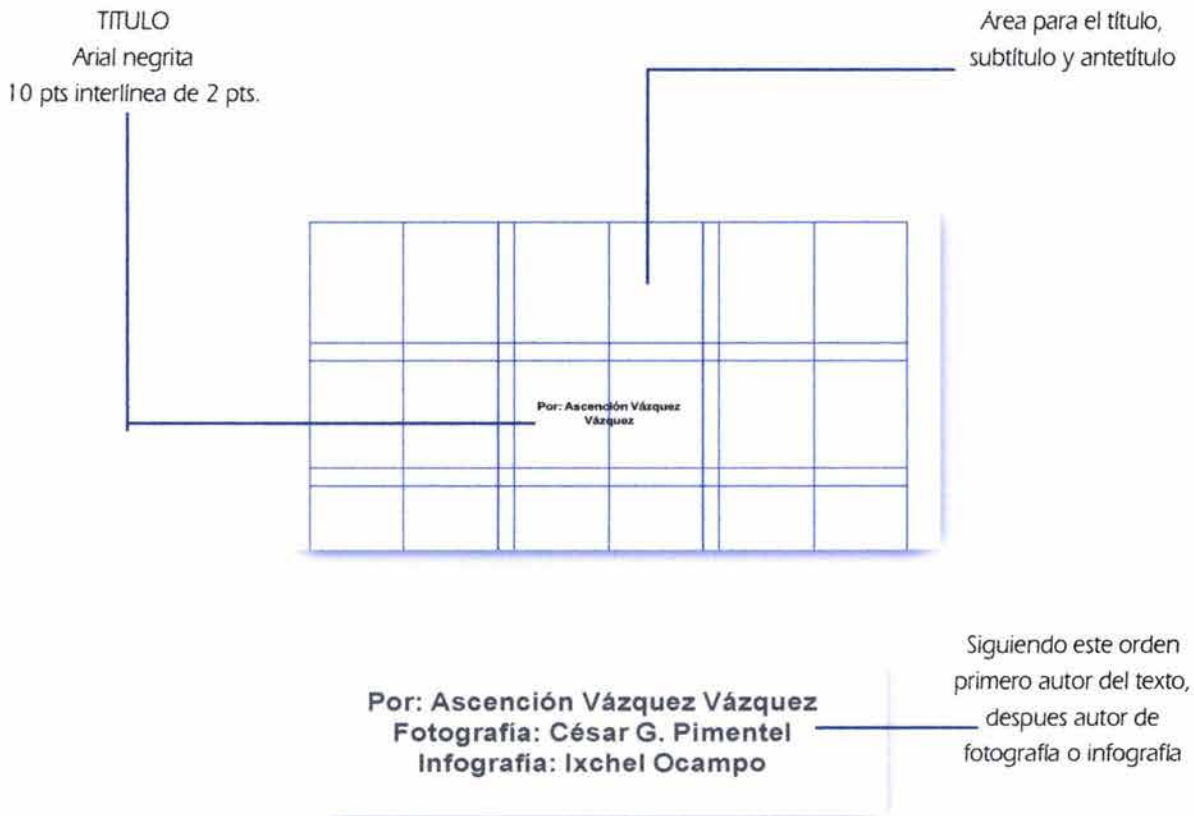
Tan solo en México existen unas 97 especies comestibles las cuales aparecen en todas partes de nuestro país, los cultivos o el campo, y que en vez de materia con insectos, ya que además esta práctica daña la ecología, deberían formar parte de nuestra dieta, esto en opinión de especialistas químicos.

En localidades como Milpa Alta y el Estado de Hidalgo, están en cultivo de escarabajos, con una inversión prácticamente nula, ya que no se requieren mayores recursos para el cultivo de insectos comestibles, de igual forma se están realizando estudios que permitan su conservación, ya sea por medio de conservación, ahumado o salmuera.

g. Crédito

En cada artículo no debe faltar el nombre del autor del texto que se deberá encontrar después del subtítulo y al centro de las columnas, este texto será compuesto de la fuente Arial, con cuerpo de 10/12, con la variante negrita, con modificación de la escala horizontal de un 110 %. El texto deberá ir **siempre en negro**. El nombre del autor siempre se deberá colocarse antes la palabra

"Por" seguido de dos puntos. En caso de colocar crédito de fotografía o infografía se coloca la palabra "Fotografía" o "Infografía" seguido de dos puntos y el nombre del autor. El autor de la fotografía o de la infografía se coloca solamente en caso de ser diferente al mostrado en el directorio de la revista.



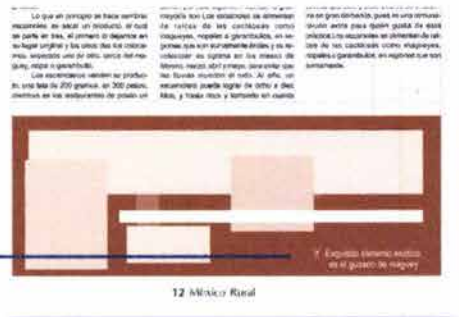
Ejemplo en caso de colocar autor de fotografías o infografía

h. Pies de foto

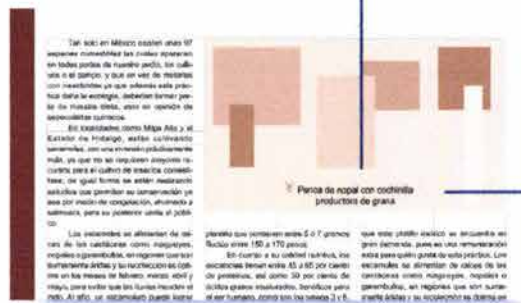
Los pies de foto serán breves textos de la explicación de la fotografía presentada, este texto se encontrara en algún espacio **dentro** de la misma fotografía, esta colocación podrá ser **variable** de acuerdo al espacio disponible para colocar el pie de foto sin que afecte el contenido de la fotografía. Este texto será compuesto por

la fuente Arial normal con el cuerpo 11/13, con modificación de la escala horizontal de 90 %, el párrafo será centrado y alineado a algunas de las guías o columnas de la retícula. El texto podrá ser negro, café o blanco de acuerdo al contraste que se quiera obtener de acuerdo con la fotografía.

Cualquier posición dentro de las guías y columnas



Párrafo centrado



Arial normal 11/13
escala horizontal al 90%

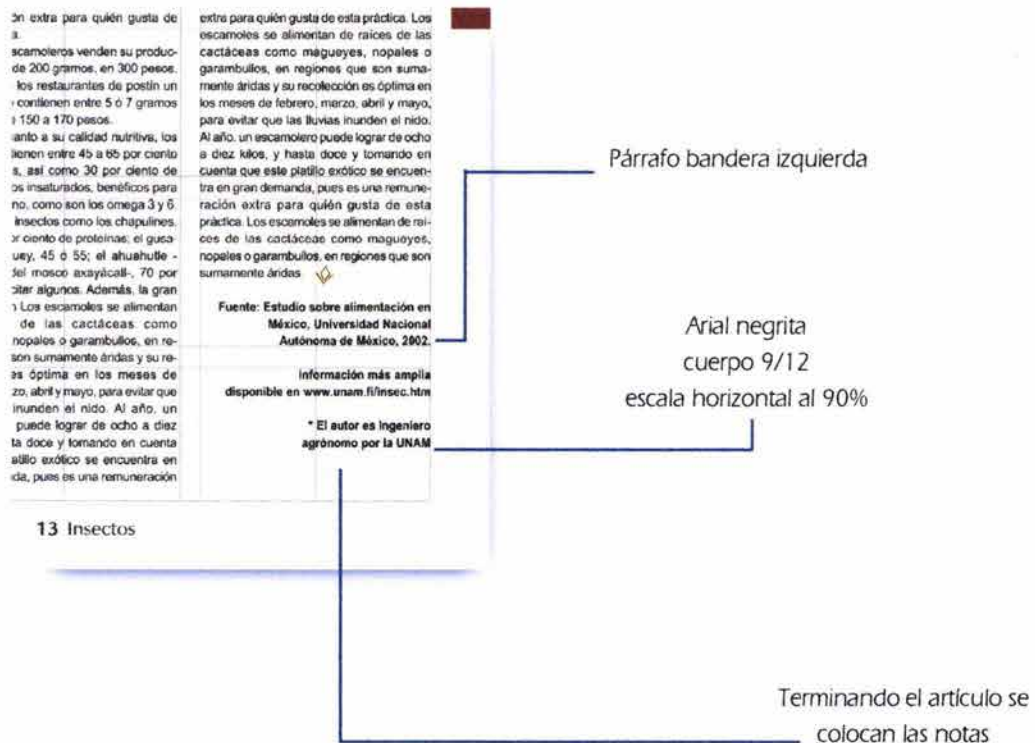
i. Notas

Las notas podrán ser la fuente bibliográfica del texto o alguna anotación especial referente al texto o al autor del texto presentado. Este elemento generalmente irá **al final** del cuerpo de texto, y estará compuesta de la siguiente fuente: Arial con un cuerpo de 9/12 con una modificación de la

escala horizontal de un 90%, la fuente debe ser de la variante **negrita**. La alineación del párrafo debe ser a la derecha. Para el color del texto se puede utilizar la tinta negra y café de acuerdo al contraste del fondo de la página, se recomienda que al final del párrafo no se dividan las palabras por guiones.

XC

4

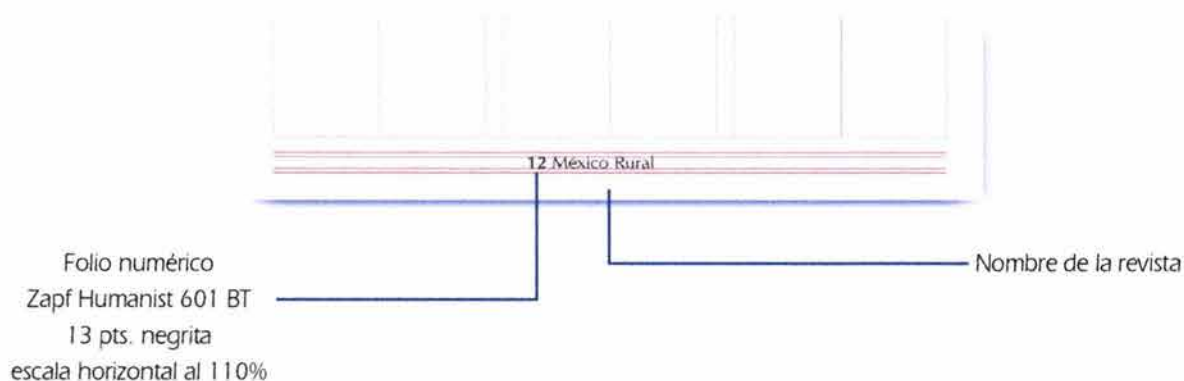


j. Folios

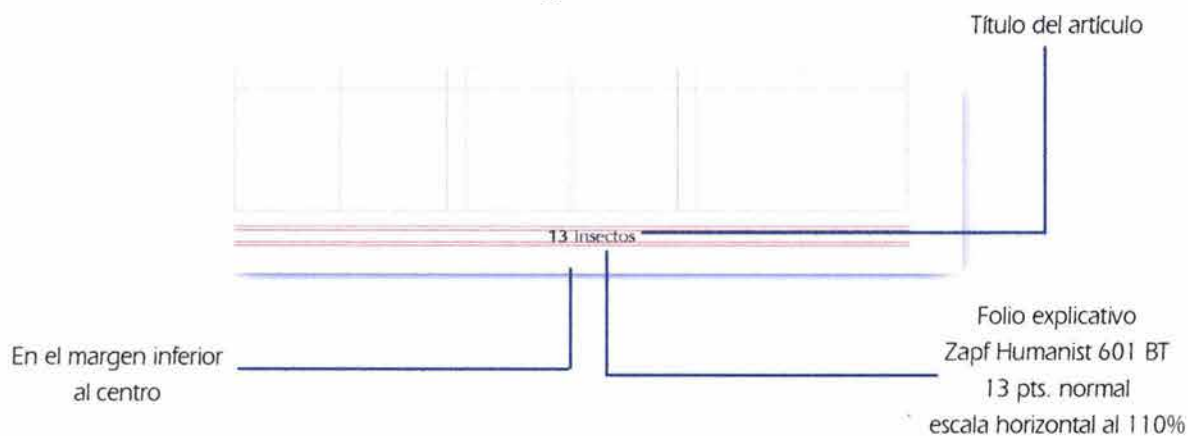
Los folios serán el numérico y el explicativo, este se encontrará en la parte inferior de la página sea **PAR O IMPAR**, este se colocará **centrado**, fuera de la caja de texto, esto es en el margen inferior. La rejilla reticular se extenderá más abajo de la mancha de texto y en la segunda fila se colocarán los folios. En los folios se colocará la siguiente información, en las páginas pares se colocará el folio numérico, esto es el número de página, junto con el nombre de la revista, esto es "México

Rural" y en las páginas nones se colocará además del folio numérico se colocará el título del artículo por ejemplo "Insectos". El folio numérico será compuesto por la fuente Zapf Humanist 601 BT de la variante negrita con un tamaño de 13 pts., y modificación de la escala horizontal de un 110%. El folio explicativo se compone igual que el numérico solo que se utiliza la variante normal, el color de ambos folios debe ser negro pero puede ser del color del papel como contraste en ciertas páginas.

Página par



Página non



2. Elementos ilustrativos

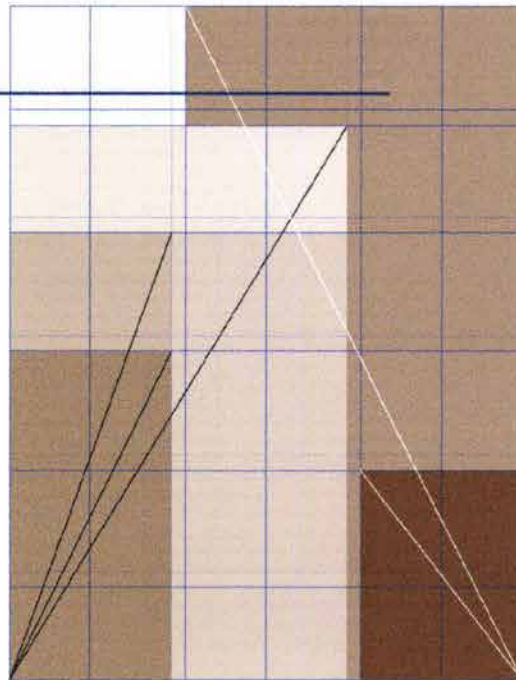
Los elementos ilustrativos son todo tipo de imágenes que se utilizan precisamente para ilustrar el contenido de la revista, el elemento que se utiliza comúnmente para ilustrar los artículos es la fotografía y en ocasiones se recurre al uso de infografías, como las gráficas como apoyo en la comprensión de la información.

a. Infografías

Por la versatilidad de los campos modulares se puede utilizar una gran variedad de formatos y tamaños de espacios para introducir campos de imágenes, en las infografías se podrá utilizar cualquiera de las tintas disponibles además del color del papel, la imagen siempre estará sobre un cuadro de fondo de color café o en blanco, con un **MATIZ** menor al 50%.



Diversos formatos para
colocar infografías





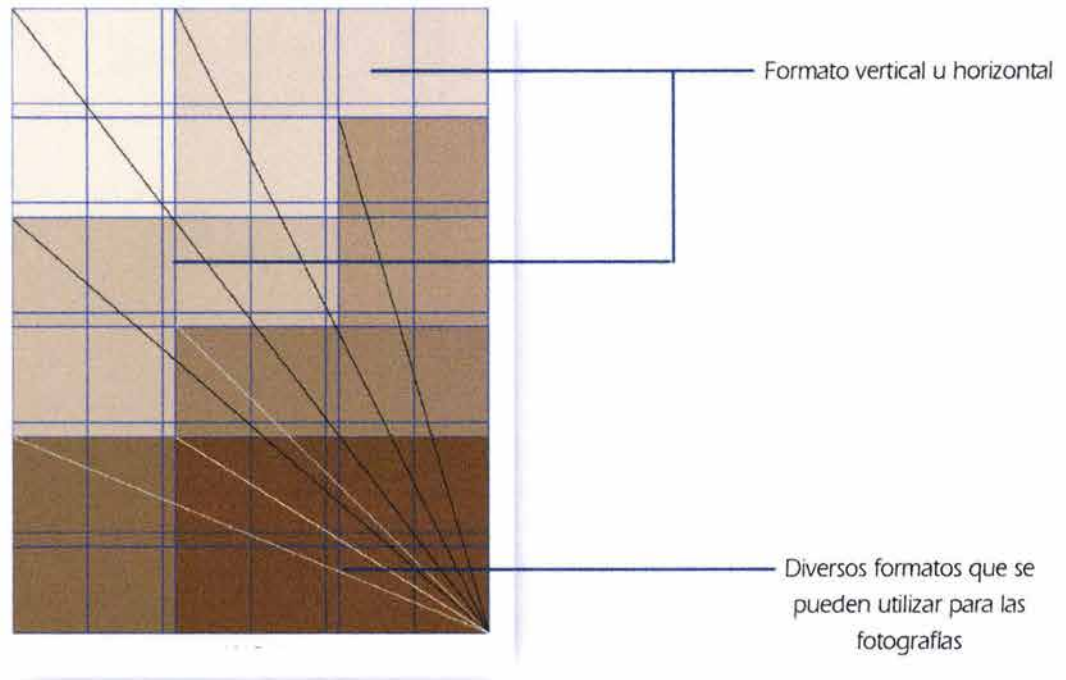
b. Fotografías

En las fotografías se manejará cualquier **FORMATO** o tamaño de la misma forma que las infografías, **siempre utilizando los campos modulares** del sistema reticular establecido, se recomienda utilizar alguno de los formatos presentados en los ejemplos.

Las fotografías deberán ser a una tinta, en medio tono únicamente, se puede utilizar alguna de las dos tintas disponibles, como el negro o

café, la imagen podrá estar recuadrado por una línea color café de aproximadamente 1 punto.

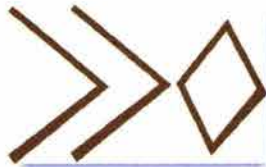
Las fotografías se puede utilizar como texturas para fondos de páginas o cuadros, las especificaciones para estos casos es el de no utilizar fotografías tan contrastadas y el de utilizar solo la tinta color café con un matiz menor al 40 %, esto para que el grado de **LEGIBILIDAD** del texto, que debe ser en negro, pueda ser alto.





3. Elementos reforzadores

Los elementos reforzadores son aquellos que son utilizados en la página como apoyo a otros elementos gráficos, así como también refuerzan, separan, señalan o resaltan algún punto importante de nuestra página, los elementos que se utilizan en la revista México Rural son los pases de página, los finalizadores y las plecas.



a. Pases

Los pases constan de unos símbolos que señalarán que el texto continúa en la siguiente página. Este símbolo muestra dos elementos a la vez, uno son puntas de flechas que **DENOTAN** una continuación o seguimiento del texto y a la vez nos muestra junto con el rombo una figura de un pez, símbolo de una de las actividades de los agremiados de la CNPR.

Este elemento se colocará en la última línea de texto pegado a la línea derecha de la columna, se deberá colocar uno en donde finaliza el texto de la página y al principio de la continuación del texto. **No se deberá modificar** el tamaño, la forma, ni la posición del finalizador solo se podrá utilizar alguno de las dos tintas que se tienen disponibles o en blanco.

Estos alimentos tienen una gran demanda tanto en los sectores rurales, como en los urbanos, ya que su exquisito sabor puede complacer hasta al más exigente comensal. >>>

Al final del texto y al principio del texto

4 mm. de altura

>>> Algunos de estos insectos suelen ser procesados antes de llegar a la mesa del consumidor, otros llegan a la mesa incluso vivos tal es el caso del gusano rojo de maguero o chinicuil.

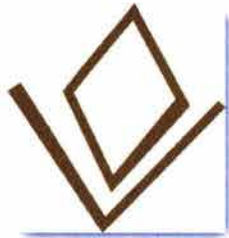



b. Finalizadores

Los finalizadores son elementos gráficos que nos informarán cuando un artículo o texto termina. En este caso este símbolo que se utilizará será un rombo con dos líneas en forma de "V" debajo de este, para formar una figura de una mazorca, que para la CNPR es un elemento significativo de las actividades que abarca y desarrolla. Este elemento al igual que los pases no podrá cambiar de tamaño, de forma, ni posición que deberá ser pegado a la línea de derecha de la columna de texto en la misma línea de la rejilla donde termina el artículo. El color del finalizador puede ser el café o negro.

c. Pies de foto


En los pies de foto se colocará un símbolo para marcar este tipo de texto, ese símbolo comprende de un rombo con una forma de "V" en la parte superior de este denotando una figura de un animal como una res, que es el elemento representante de la ganadería actividad importante de los agremiados a la CNPR. Este elemento se maneja de la misma forma que los anteriores reforzadores, no podrá cambiar el tamaño ni la forma del símbolo, se podrá cambiar de color utilizando el café, negro o blanco así como puede variar un poco la posición, el requisito es que se encuentre a un lado del texto del pie de foto.



afectar 200 ó 300 mil hectáreas del país, a lo largo de 12 estados. Sin embargo este insecto puede ser una posibilidad de desarrollo para las zonas más marginadas y a la vez afectadas por esta plaga. 

4.5 mm de altura



 Los insectos forman parte de la alimentación de algunas regiones del país

5 mm de altura



d. Filetes

Así como en cualquier **IMPRESO EDITORIAL** es imprescindible el uso de los filetes como apoyo para separar, marcar y resaltar ciertos elementos de los artículos, y cualquiera de las secciones de la revista, por ello es indispensable marcar las pautas para su uso dentro de la revista México Rural.

El uso de filetes será generalmente utilizado para separación de elementos como de un texto con un anuncio u otra sección, así como recuadrar

imágenes como fotografías o infografías para un mejor resalte. Se debe utilizar siempre filetes continuos, con tamaños que pueden ser de fina, 1/2 PUNTO, 1 punto hasta 2 puntos, para filetes mas marcados se puede recurrir a colocar doble filete, se debe utilizar un solo color en los filetes por artículo, esto para homogeneizar los pesos y colores de estos en las páginas.

Fina



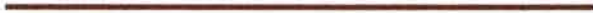
1/2 punto



1 punto



2 puntos



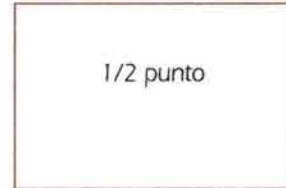
Recuadros para fotos e infografías

Filetes para separar
diversos elementos

Fina



1/2 punto



1 punto



2 puntos



Filetes dobles de diversos puntos
y separaciones





III. Especificaciones

En esta parte se definirán todo tipo de especificaciones importantes de la revista, útiles para cualquier persona interesada para la elaboración de la revista México Rural.

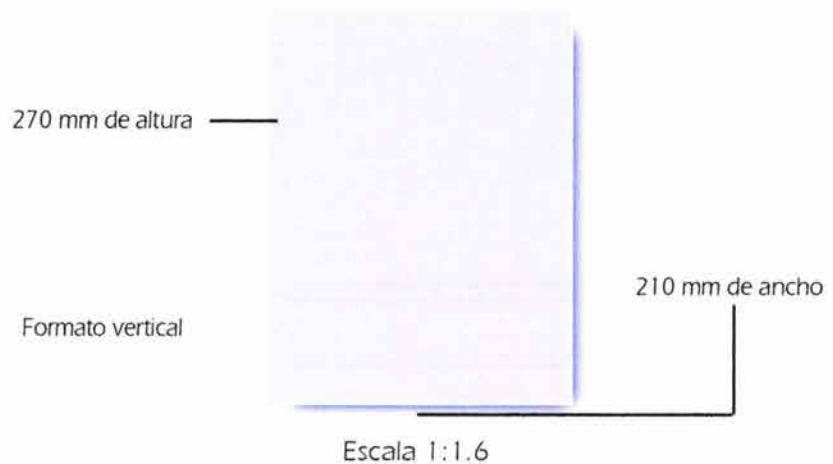
Las especificaciones abarcan desde el **SOPORTE** hasta las **PLANTILLAS DIGITALES** para la diagramación e impresión de la revista.

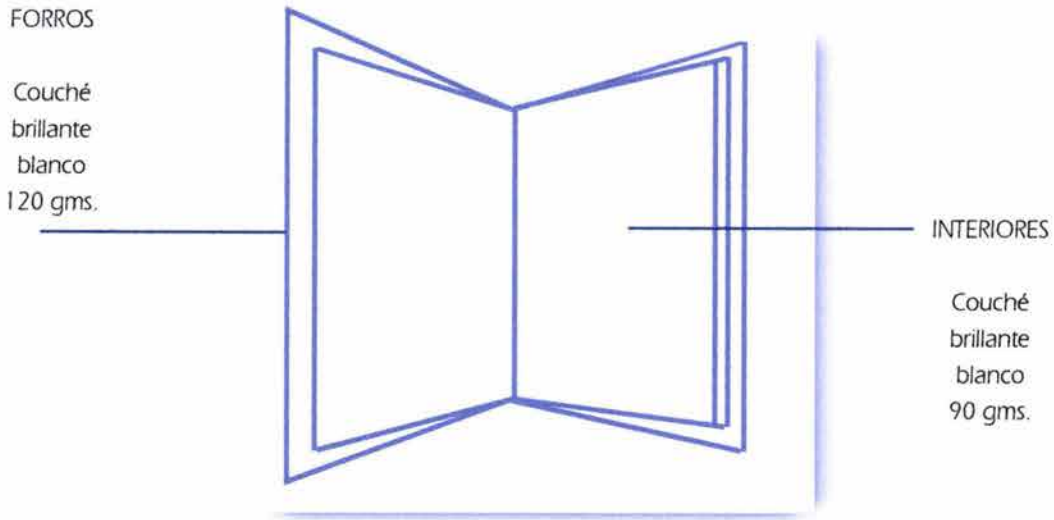
México Rural es una revista de circulación restrictiva, ya que su medio de distribución es a afiliados a la CNPR, empresas, asociaciones y productores agropecuarios de la república mexicana, así como a dependencias oficiales y escuelas superiores relacionadas con el ámbito del campo. El contenido de la revista es de información especializada ya que esta dirigida a personas interesado en temas del campo, la pesca y la ganadería, ya que se insertan de manera exclusiva, informaciones y reportajes, sobre hechos o temas referidos a materias o aspectos de este tipo de la vida nacional. En general el tema que trata la revista es sobre los recursos naturales en México.

A. Soporte

La revista México Rural de periodicidad mensual utiliza un formato A4 con las siguientes dimensiones una vez **GUILLOTINADA**: 270 mm. de altura por 210 mm. de ancho. El formato se maneja vertical y se constituye de 28 páginas.

Las características del papel que deberá ser para los forros es el siguiente: **Couché brillante**, color blanco, con un peso de 250 gms. Para interiores se utilizará el papel couché doble cara brillante, color blanco, con peso de 90 gms.





El procedimiento de impresión utilizado para la revista es el **offset tradicional** o litográfico, para la portada son las siguientes características: sistema de cuatricromía en los dos lados con **BAR-NIZ UV** en plasta en **1ERA** y 4ta. Para interiores se utiliza dos **TINTAS DIRECTAS** con el sistema de medio

tono. Los colores son negro y **PMS 181 CVC**, que es un café rojizo que cuando se requiera las especificaciones son C20, M66, Y100 y K30.

El tipo de encuadernado es del tipo rústico también llamado económico, esto es que las hojas son dobladas y engrapadas al centro.



Pantalla de 1200 dpi.

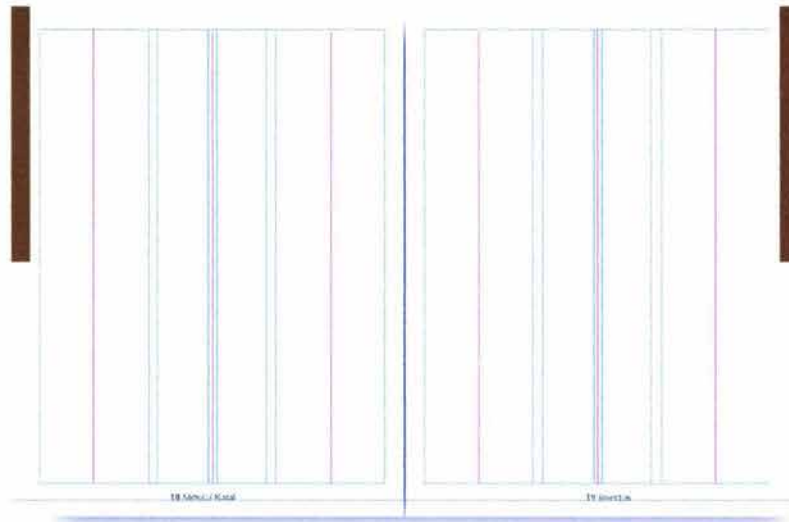


B. Páginas maestras

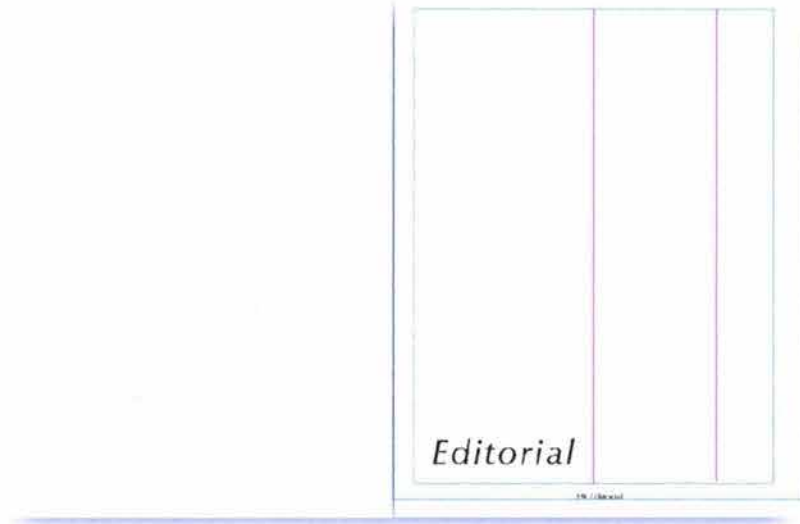
En esta parte así como en la siguiente que es la hoja de estilo se darán las especificaciones de acuerdo a como se maneja en **AUTOEDICIÓN** o **DTP**, así en esta parte el contenido que sirve para la construcción de las páginas maestras en cualquier programa de **EDICIÓN DE PAGINAS**, como son las especificaciones del formato, del sistema reticular, la definición de secciones y la composición y colocación de ciertos elementos constantes de la revista.

Las páginas maestras que comúnmente se manejarán son artículo, publicidad, campos y rejilla, se podrán añadir más de acuerdo a las secciones y necesidades que pudieran surgir. Las páginas

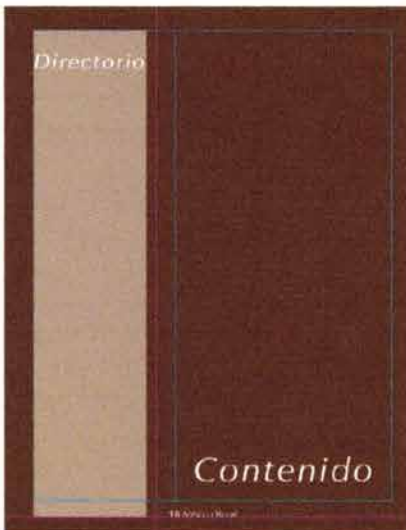
maestras que tengan los campos reticulares y la rejilla tipográfica servirán de apoyo para la colocación del texto y de fotografías. La página maestra llamada Artículo, que es la más importante, será la que se utilizará para todos los artículos de la revista y tiene las siguientes características: se usará el sistema reticular de columnas y guías, establecido para esta revista (*ver capítulo II*), se colocará la pleca característica de la cornisa tanto en la página izquierda como en la derecha, los folios que se colocarán solamente serán los numéricos, ya que los explicativos se colocarán específicamente en los artículos.



Página maestra para el artículo



Página maestra para la sección Editorial



Página maestra para la sección del Contenido y Directorio



C. Hoja de estilos

En la hoja de estilos se tiene todas las especificaciones de cada uno de los elementos tipográficos que contiene la revista. Los estilos tipográficos para el artículo son: Antetítulo, Balazo, Cuerpo de texto, Cornisa, Créditos, Folio, Notas, Pies de foto, Subtítulo y Título. Existirán otros estilos que se utilizarán para otras secciones o partes de la revista como el directorio, el editorial y la tabla de contenido, estos estilos son: Cuerpo de texto del contenido, Título del editorial, Cuerpo de texto del editorial, Nombres directorio, Registros legales, etc. Las fuentes tipográficas que se utilizan para

los estilos son Arial regular versión 2.98 número de identificador (ID) 4493078, fundición electrónica The Monotype corp., con 1408 caracteres. Arial de la variable negrita, versión 2.9, ID 4531703, The Monotype, 1408 **CARACTERES**. Zapf Humanist 601 BT, normal, versión 1, ID 4426296, Bitstream Inc., con 740 caracteres. Zapf Humnst BT, roman, versión 1.52, ID 4705937, Bitstream Inc., con 740 caracteres. Zapf Humnst BT, negrita, versión 1.52, ID 4038984, Bitstream, con 740 caracteres.



Modificación del estilo del caracter en el programa de autoedición

Nombre de la familia
Nombre de la fuente
Versión
Identificación de fuente
Fundidora electrónica
Caja de caracteres

ARIAL normal

2.98

4493078

The Monotype

1408

ARIAL negrita

2.9

4531703

The Monotype

1408

Zapf Humanist 601 BT

1

4426296

Bitstream Inc.

740

Zapf Humnst BT normal

1.52

4705937

Bitstream Inc.

740

Zapf Humnst BT negrita

1.52

4038984

Bitstream Inc.

740

| | |
|--|---|
| <p>ANTETITULO
Arial, negrita
12/13
párrafo justificado</p> | <p>FOLIO
Zapf Humanist 601 BT,
negrita, 13/14
escala horiz. 110%
párrafo centrado</p> |
| <p>BALAZO
Zapf Humanist 601 BT,
negrita, 13/15
escala horiz. 90%
párrafo centrado</p> | <p>NOTAS
Arial, negrita
9/12
escala horiz. 90%
párrafo a la derecha</p> |
| <p>CUERPO DE TEXTO
Arial, normal
9/12
párrafo justificado
sangría 8.33 mm.</p> | <p>PIES DE FOTO
Arial, normal
11/13
escala horiz. 90%
párrafo centrado</p> |
| <p>CORNISA
Zapf Humnst BT,
negrita, 14/20
escala horiz. 110%
párrafo centrado</p> | <p>SUBTITULO
Zapf Humnst BT,
normal, 18/20
escala horiz. 110%
párrafo centrado</p> |
| <p>CRÉDITOS
Arial, negrita
10/12
escala horiz. 110%
párrafo centrado</p> | <p>TITULO
Zapf Humanist 601 BT,
negrita, 72/74
párrafo centrado
todo en mayúsculas</p> |

Especificaciones para la hoja de estilos

Especificaciones de los estilos para los artículos

Directorio nombres

Arial, negrita
10/12
párrafo centrado

Registros

Arial, normal
9/12
párrafo centrado

Editorial c.t.

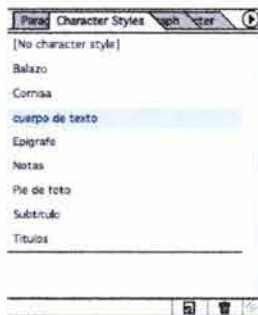
Arial, normal
10/12
párrafo justificado
sangría 8.47 mm

Editorial titulo

Arial, negrita
12/15.5
párrafo justificado

Contenido c.t.

Arial, normal
11/12
párrafo justificado
negativa



Paleta de hoja de estilos en el programa de autoedición

Especificaciones de los estilos para las secciones: directorio, registro, contenido y editorial



IV. Glosario de términos

1era, 4ta.- Son las caras exteriores de la cubierta de una publicación también llamado forros.

Altas, bajas.- Denominación que también se le da a las letras minúsculas y mayúsculas o versales.

Autoedición.- Fusión de las artes plásticas y la tecnología informática en servicio para la formación y diagramación de los diversos soportes editoriales como la revista.

Barniz UV.- Material que se emplea para dar un efecto de recubrimiento brillante a los impresos.

Campos.- Son los espacios que subdividen la retícula tipográfica.

Caracteres.- La letra o el signo bidimensional impreso con un tipo.

Composición.- Acción y efecto de ordenar las letras y espacios por palabras, renglones y páginas.

Constantes.- Se le denomina a los elementos que no cambian y que aparecen siempre en cada uno de los números de la revista.

Contraste.- Oposición de características como luz y sombra, blanco y negro, alto y bajo, etc. Para que alguno de los elementos sea visto más que otro.

Cuadratín.- Unidad de medida equivalente a un cuadrado que se utiliza para composición tipográfica, con un equivalente a 4 milímetros.

Cuatricromía.- Impresión por medio de una serie de placas o planchas, de medias tintas que da la posibilidad de obtener millones de colores utilizando los cuatro colores base, que son el cyan, magenta, amarillo y negro.

Cuerpo de texto.- Es el volumen principal del material impreso. Es el texto que constituye el elemento esencial de la mancha tipográfica.

Degradación del matiz.- Disminución del color.

Denotar.- De denotativo, es que el significado que puede ofrecer ese algo, es objetivo, esto es que el concepto o lo que el elemento quiere decir es comprensible por todos y no da pie a otros significados distintos.

Editor de páginas.- Programa informático que sirve para poder formar y diagramar páginas de cualquier soporte editorial.

Especificaciones técnicas.- Estas se refieren a especificaciones de una fuente tipográfica electrónica, que son necesarias conocerlos para su correcto uso dentro de la autoedición, estos son la familia tipográfica, variante del carácter, fundidora electrónica y número de identificación de la fuente ID.



Formato.- Es el tamaño de un impreso que adopta una forma determinada por sus dimensiones y por su posición.

Fuente tipográfica.- Esta integrada por un conjunto o surtido completo de caracteres, los cuales constituyen una variante de una familia en un tamaño y estilos concretos y que se encuentra disponible en un archivo digital, para su posterior uso.

Gramaje.- Peso en gramos de una hoja de papel de un metro cuadrado de superficie.

Guillotinado.- Expresión que se da al impreso que venía en pliego o en rollo y que es cortado para su acabado final.

Infografía.- Es la fusión entre una imagen y un texto, es la combinación de graficas de información con la ilustración.

Impreso editorial.- Aquí se refiere a los impresos como los libros, revistas y periódicos.

Intertipo.- Es el tamaño del espacio que existe entre cada letra en un texto.

Legibilidad.- Facilidad de la lectura debida principalmente a la percepción tipográfica. Es la calidad que tiene un escrito de ser legible.

Marca de agua.- Se refiere a las imágenes que han sido sometidos a medio tono, disminuyendo a cierto grado el matiz.

Medio tono.- Imagen en la que la graduación de tonos se ha reproducido por medio de una graduación de puntos, producidos por la interposición de una trama durante la exposición. Es la disminución del matiz.

Modificación de escala.- Con el uso de la autoedición es fácil la alteración de los caracteres y en este caso es sometida a una modificación de cierto porcentaje de la escala ya sea de manera horizontal o vertical.

Par, impar.- Número de página que es exactamente divisible por dos y número que no es divisible por dos.

Párrafo justificado.- También llamado en bloque, se caracteriza por que las líneas del texto deben tocar cada línea de la columna, esto es, que cada línea de texto tiene que estar llena.

Párrafo ordinario.- Se caracteriza por que la primera línea comienza con sangría, es decir, más adentro en cada punto y aparte.

Plantillas digitales.- Layout que contiene los elementos constantes más importantes que se encuentran en un archivo electrónico, para su posterior modificación.

PMS.- Iniciales de la palabra "Pantone Mach System". Sistema de color que se utiliza mundialmente como guía para la obtención de diversos tonos, a partir de combinaciones específicas de colores básicos.



Puntos.- Unidad de medida para tipografía que se utiliza para determinar el tamaño de los caracteres, también se utiliza para medir los filetes, se abrevia "pts".

Recuadrado.- Forma cuadrada o rectangular encerrada en filetes.

Reforzadores.- Son los elementos gráficos de un impreso, como son puntos, filetes, balas, viñetas e ilustraciones, que sirven para delimitar, separar, señalar, relacionar, encuadrar y resaltar, otro elemento.

Sangría.- La primera línea de un párrafo puede comenzar más adentro o afuera de las restantes, el blanco con el que se hace esta entrada se le denomina sangría.

Soporte.- Es el área física, estructural, conceptual de cierto elemento que sirve de apoyo, en este caso los soportes editoriales son los libros, los periódicos y las revistas.

Tinta directa.- Impresión donde se emplea una sola tinta, donde generalmente el color se crea sin la necesidad de los colores básicos como el CMYK.

Variante.- Son las variantes de peso, relación de ejes y de perpendicularidad de una misma familia tipográfica, estos son negrita, fina, condensada, extendida, itálica, izquierdilla, etc.

Conclusiones finales

El manual editorial de la revista México Rural es el elemento esencial para la definición, composición y organización de cada elemento gráfico de la revista, de principio a fin. El establecimiento del sistema reticular será herramienta importante para el ordenamiento de los elementos. La utilización adecuada de la tipografía por medio de esta guía, además de todo lo anterior, dará un excelente resultado en la legibilidad de la revista. Este manual dará pauta para la definición de un estilo que caracterizará a la revista como una publicación seria, importante, consolidada y esmerada, que la diferenciará de cualquier otra revista.

En tipografía se define claramente las características de cada una de ellas, marcando los parámetros de uso y de colocación junto con los demás elementos como la fotografía e infografías y los elementos que refuerzan todos los anteriores, creando con todo esto una unidad y sobre todo una solidez en la imagen de la revista. La introducción de la autoedición en

todo proceso de diseño es indispensable como herramienta que facilitará la realización y también la continuidad de un diseño completo. Sistematizará este proceso con el uso de las páginas maestras, la hoja de estilos y la definición de plantillas o layout de las secciones de la revista que son casi invariables. El manual editorial dirigirá satisfactoriamente la gráfica editorial de la publicación. Todo esto con el fin de poder lograr así la generación de una identidad que caracterice a la revista México Rural de cualquier otra revista.

El cuestionario es una herramienta de gran utilidad en toda investigación, que nos servirá para verificar nuestra hipótesis, por ello recurrimos a la realización de un cuestionario para conocer directamente de los lectores la funcionalidad que podría tener el diseño de la revista, así como también nos permite aislar ciertos problemas que nos interesan principalmente y que están vertidos dentro de nuestros objetivos. Se realizaron dos cues-

tionarios, uno específico dirigido al editor y al formador de la revista encargados de la edición, esto para conocer la funcionalidad tanto de la revista como del manual editorial y pueda ser utilizado adecuadamente para el fin al que esta hecho. Así las primeras siete preguntas tratan sobre el manual editorial y las siguientes preguntas son sobre el diseño de la revista en general. El segundo cuestionario fue realizado expresamente para que sea contestado por lectores de la revista, ha sido realizado con diez preguntas en total, las primeras cuatro tratan sobre el diseño en general de la revista tanto de la portada como de las secciones de la revista, las siguientes seis preguntas son sobre los artículos y su lectura.

Las preguntas que se realizaron para los dos cuestionarios fueron del tipo cerradas, esto es que se contestan con un Si o un No, en algunas ocasiones se da la opción de extender la respuesta con un ¿Por qué? ¿Cuál?, etc. En el cuestionario para lectores se entrevistaron a un total de 25 personas que tienen alguna relación con la CNPR, donde se les pregunto su edad y su ocupación, de esto tenemos el resultado que el rango de las

personas encuestadas es de los 23 años hasta los 52 años aproximadamente. Haciendo una gráfica podremos ver el porcentaje de encuestados por rangos de edad y da como resultado que del total de encuestados un 20% corresponde a personas de los 20 años a los 30 años, el 48 % corresponde a personas de los 31 a los 40 años y el 32% corresponde a personas de los 41 a los 52 años. Observamos que la media de edad de los encuestados es en promedio de 35 años. La ocupación de las personas varía notablemente pero se ha organizado de la siguiente forma: empleados y profesionistas, en la primera comprende a todo tipo de personas empleadas que cuentan con un nivel de escolaridad de bajo a medio y el segundo comprende a profesionales en su materia con un nivel de escolaridad de medio a muy alto, donde por medio de una gráfica observamos que el 60 % de las personas encuestadas son empleados y el 40 % restante son profesionistas.

En el cuestionario para el editor y diseñador las respuestas a las preguntas se encuentran en la gráfica. Observamos que en las preguntas 1, 2, 4, 5, 6, 7, 8 y 9 fueron contestadas igualmente

tanto por el editor como por el diseñador como Si, y las preguntas 3 y 10 fueron contestadas plenamente con el No. Dando como resultado un 100% de las respuestas contestadas favorablemente para nuestro estudio.

En el cuestionario realizado a los lectores, como se observa en las gráficas. Observamos que a las preguntas 2, 3, 5, 6, 7, 9 y 10 la respuesta Si obtuvo un 100%, en la pregunta 1 la respuesta No obtuvo un 100%, las respuestas 4 y 8 obtuvieron en Si solo el 92%, dando como resultado un 98.4% de las respuestas contestadas favorablemente para nuestro estudio.

De acuerdo a nuestras preguntas y a las respuestas se puede determinar que el diseño de la revista es diferente a cualquier otra revista, al observarla por los lectores se puede identificar a la publicación con relación al campo y con la CNPR; no se evidencian cambios drásticos en el diseño de la revista que puedan alterar el estilo de la revista y con ello su identidad; la revista se encuentra mayor organizada en todos sus elementos que la anterior; la lectura en la nueva revista es más favorable; los símbolos añadidos como

reforzadores del texto funcionan y son favorables para la identidad de la revista; por último existe una clara desunión de los textos con los anuncios. Esto nos da como resultado que el diseño de la revista cumple su función de organización y legibilidad, además nos muestra ciertas características que las identifica como una revista del campo. Las preguntas sobre el manual nos da como resultado que el manual funciona adecuadamente por que es importante la información que contiene, se entiende la información, esta bien organizada y es de fácil lectura, Este manual puede ser llevado a la práctica ya que los términos son claros. El diseño de la revista y la realización del manual editorial ha sido posible a los conocimientos y estudio de los conceptos, elementos y funciones de una revista. La generación de la identidad es posible con el uso adecuado de los elementos de diseño, así como con el uso adecuado y constante del manual editorial, éste servirá de base para el establecimiento y persistencia de su identidad.

Fuentes de información

Bibliografía

- Arnold, Edmund C. **Diseño total de un periódico**, México: EDAMEX, 1984, 285 págs.
- Blackwell, Lewis, **La tipografía del siglo XX**, Barcelona: Edt. Gustavo. Gili, 1993, 256 págs.
- Blanchard, Gerard, **Enciclopedia de diseño: la letra**, Barcelona: Edt. CEAC, 1990, 295 págs.
- Carter, Rob, **Diseñando con tipografía, libros, revistas, boletines**, México: Edt. Interbooks, 2000, s/p.
- De Buen Unna, Jorge, **Manual de diseño editorial**, México: Edt. Santillana, 2000, 398 págs.
- Dreyfus, John, **Diccionario de edición y de las artes gráficas**, Madrid: Fundación. Germán Sánchez Ruiperez, Ediciones Pirámide, 1990, 305 págs.
- Emil Ruder, Hern, **Manual de diseño tipográfico**, Barcelona: Edt. Gustavo. Gili, 1982, 220 págs.
- Evans, Harold, **Diseño y compaginación de la prensa diaria**, México D.F.: Edt. Gustavo. Gili, 1984, 228 págs.
- Fabris S., Germani, **Los blancos o contra-grafismos en el impreso**, España: Edt. Don Bosco, 1975, 24 págs.
- Fioravanti, Giorgio, **Diseño y reproducción**, Barcelona: Edt. Gustavo. Gili, 1988, 207 págs.
- Foges, Chris, **Diseño de revistas**, México: Edt. McGraw-Hill, 2000, 160 págs.
- García, Mario, **Diseño y remodelación de periódicos**, Barcelona: Edt. EUNSA, 1985, 256 págs.
- Hurlburt, Allen, **Publication design**, New York: Van Nostrand Reinhold, 1976, 134 págs.
- Larrañaga Ramírez, Mariana, **De la letra a la página**, México: UAM Azcapotzalco, 1993, 99 págs.
- Martín, Euniciano, **La composición en las artes gráficas**, Tomo II, Barcelona: Edt. Don bosco, 1970, 295 págs.
- Martínez de Sousa, José, **Diccionario de edición, tipografía y artes gráficas**, Gijón: Edt. Trea, 2001, 478 págs.
- Martínez de Sousa, José, **Diccionario de información, comunicación y periodismo**, Madrid: Edt. Paraninfo, 1992, 580 págs.

Martínez de Sousa, José, **Diccionario de tipografía y del libro**, Madrid: Edt. Paraninfo, 1981, 547 págs..

Martínez Leal, Luisa, **Treinta siglos de tipos y letras**, UAM, México: Edt. Tilde, 1990, 183 págs.

McLean, Ruari, **Manual de tipografía**, Madrid: Edt. Herman Blume, 1987, 214 págs.

Müller Brockman, Josef, **Diseño de retículas**, Barcelona: Edt. Gustavo. Gili, 1982. 179 págs.

Olea, Oscar y González Lobo, Carlos, **Análisis y diseño lógico**, México: Edt. Trillas, 1977, 147 págs.

Owen, William, **Diseño de revistas**, México: Edt. Gustavo. Gili, 1991, 237 págs.

Solomon, Martin, **El arte de la tipografía; introducción a la tipoiconografía**, Madrid: Edt. Tellus, 1988, 240 págs.

Swann, Alan, **Como diseñar retículas**, Barcelona: Edt. Gustavo Gili, 1990, 144 págs.

Turnbull, Arthur T., **Comunicación gráfica, diagramación, diseño y producción**, México: Edt. Trillas, 1986, 429 págs.

Vilchis Esquivel, Luz del Carmen, **Metodología del diseño fundamentos teóricos**, México: UNAM, ENAP, Centro Juan Acha, 2000, 161 págs.

Zimmermann, Yves, **Zimmermann asociados**, Barcelona: Edt. Gustavo. Gili, 1993, 96 págs.

Bibliografía complementaria ———

Baena, Guillermina, **Instrumentos de investigación**, México: Editores mexicanos unidos, 2000, 134 págs.

Baena, Guillermina; Montero, Sergio, **Como elaborar una tesis en 30 días**, México: Editores mexicanos unidos, 2001, 104 págs.

Donis A. Dondis, **La sintaxis de la imagen**, Barcelona: Edt. Gustavo Gili, 1995, 214 págs.

Eco, Umberto, **¿Como se hace una tesis?; Técnicas y procedimientos de estudio, investigación y escritura**, México: GEDISA, 1986, 267 págs.

Gutiérrez, M. L., De Antuñano, J. S., Dussel, E., Daniel, F., Dussel, E. y otros, **Contra un diseño dependiente: un modelo para la autodeterminación nacional**, México: UAM, Edt. Edicol, 1977, 307 págs.

Karch, Robert Randolph, **Manual de artes gráficas**, México: Edt Trillas, 1974, 434 págs.

Leslie, Jeremy, **Nuevo diseño de revistas**, Barcelona: Edt. Gustavo Gili, 2000, 175 págs.

Real Academia Española, **Diccionario de la lengua española**, Decimonovena edición, Madrid, 1983.

Rosell, Eugeni, **Diseño de catálogos y folletos**, México, Edt. Gustavo Gili, 2000, 207 págs.

Stanton William J., **Fundamentos de mercadotecnia**, México: Edt. McGraw-Hill, 1989, 732 págs.

Tesis

Azua Román, Claudia del Carmen, «Rediseño de las revistas porcirama y avirama», tesis licenciatura, ENAP Xochimilco, UNAM, 1994, 89 págs.

González Torres, Martha Imelda, «Principios básicos de diseño gráfico para envases», Tesis licenciatura, ENAP Xochimilco, UNAM, 1995.

Hemerografía

Revista al diseño, Número 52, octubre-noviembre 1999, 64 págs.

Revista DX, «Infografía», Número 17, Agosto-Septiembre 2002, 54 págs.

Revista DX, «Diseño editorial», Número 16, junio-julio 2002, 52 págs.

Revista DX, «Edición especial de tipografía», Número 13, febrero-marzo 2001, 50 págs.

Revista DX, «Tipografía», Número 05, abril-mayo 1999, 56 págs.

Anexo

contenido

Cuestionarios

Gráficas (resultados de la encuesta)

Revista anterior
Revista nuevo diseño

Cuestionario para lectores

A continuación se presenta una muestra de los cuestionarios aplicados a diversas personas que leen o han leído la revista México Rural, al mismo tiempo que se les entregó una muestra de una revista anterior y una muestra de la propuesta de la nueva revista para que lean y observen cada una de las características de éstas y puedan contestar plenamente el cuestionario.

Cuestionario 1 (Lectores)

Edad:

Ocupación:

Al ver la revista dos, tanto en la portada como en los interiores:

1 ¿La podrías diferenciar de otras revistas que hayas visto? ¿Se parece a alguna otra?
sí no ¿cual?

2 ¿Te parece que es una revista que trata sobre el campo?
sí no

3 ¿La puedes identificar con la Confederación Nacional de Propietarios Rurales?
sí no

4 ¿Se te hacen parecidas la revista uno con la revista dos?
sí no

Lea un artículo de la revista uno y luego uno de la revista dos.

5 ¿Encuentras más organizados todos los elementos de la página en la revista dos?
sí no

6 ¿Se te hace más fácil la lectura en la revista dos?
sí no

7 ¿Puedes reconocer más fácilmente cada elemento de la página en la revista dos?
sí no ¿Qué elemento no?

8 ¿Puedes entender para que sirven los pequeños símbolos en el texto, de la revista dos?
sí no

9 ¿Todos estos elementos identifican a la revista?
sí no

10 ¿En la revista dos los artículos están claramente separados de otros artículos o de anuncios?
sí no

Cuestionario para el editor y diseñador

Un cuestionario fue realizado expresamente para ser contestado por lectores comunes de la revista y otro cuestionario fué realizado para el editor y el diseñador encargado actualmente de la diagramación de la revista México Rural.

Cabe mencionar que en el cuestionario 1 para lectores se pregunto por la edad y por su ocupación para conocer las características del público lector de la revista.

Cuestionario 2 (Editor-Diseñador)

El manual editorial

- 1 ¿Es de fácil lectura el manual?
si no ¿por que?
- 2 ¿Te es importante la información que contiene?
si no ¿por que?
- 3 ¿Le hace falta algo?
si no ¿como que?
- 4 ¿Se entiende toda la información presentada en el manual?
si no ¿por que?
- 5 ¿Se encuentra bien organizada la información?
si no ¿por que?
- 6 ¿Son claros los términos usados?
si no ¿por que?
- 7 A partir de lo contenido en el manual ¿puedes aplicarlo en la práctica?
si no ¿por que?

Diseño de la revista

- 8 ¿Cumple con el objetivo de una mejor organización de los elementos de la página?
si no ¿por que?
- 9 ¿Cumple con el objetivo de una mejor lectura del texto?
si no ¿por que?
- 10 ¿Existe un cambio drástico en el diseño de la revista que pueda alterar su identidad?
si no ¿por que?

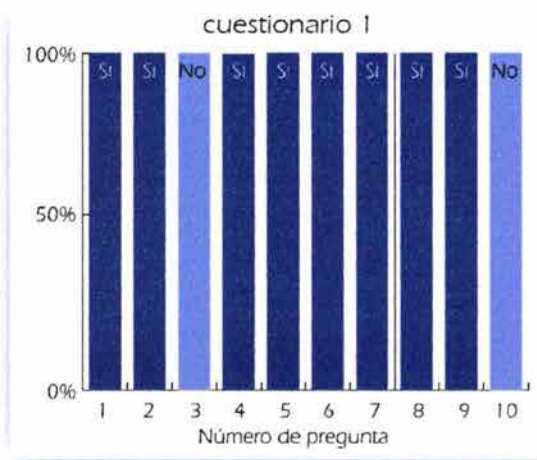
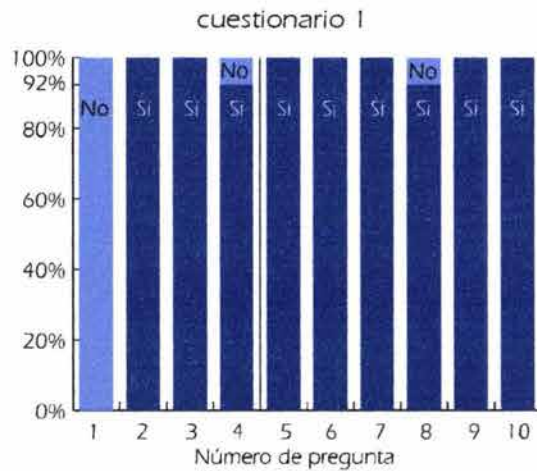
Gráficas

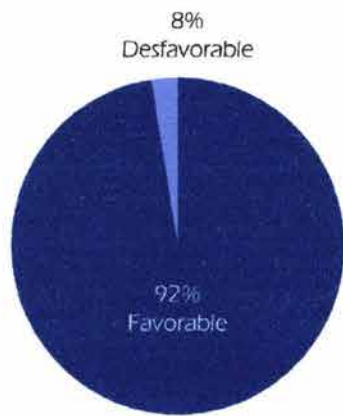
Estos son los resultados obtenidos de los cuestionarios realizados representados por medio de gráficas tipo columnas y pastel.

En las primeras dos gráficas se muestra el resultado del cuestionario 1 y 2.

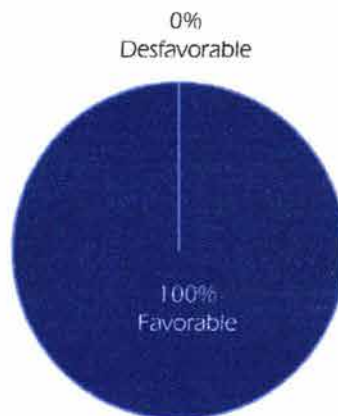
En la tercera gráfica se muestra el porcentaje favorable o desfavorable para nuestro nuevo diseño de acuerdo al resultado obtenido.

Así también en la última gráfica se presenta por medio de las gráficas las características de los lectores, como son el porcentaje de rangos de edades y el porcentaje de profesiones divididos en

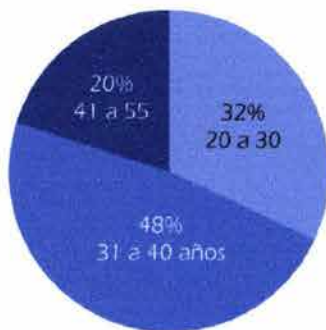




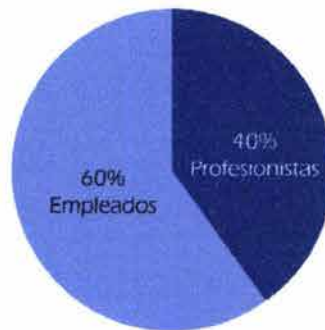
Cuestionario LECTORES



Cuestionario EDITOR/DISEÑADOR



Rangos de edades



Tipo de ocupación



MEXICO RURAL

CONFEDERACION NACIONAL DE PROPIETARIOS RURALES

Serpientes

**México: Primer
exportador de
calabaza en el
mundo**

**Trato político
equitativo demanda
el Senador electo
Bonilla Robles**

**MÉXICO, DE EXPORTADOR A
IMPORTADOR DE MAÍZ ¿PORQUÉ?**

Anunciese en la Revista



México Rural llega a industrias elaboradoras de insumos del campo, fabricantes de maquinaria e implementos agrícolas.

Empresas, asociaciones y grupos de productores agropecuarios de los 32 estados de la República Mexicana. A nivel nacional, llega a dependencias oficiales relacionadas con el campo y su producción.

México Rural llega directamente a los afiliados a las siguientes organizaciones de productores:

- Unión Nacional de Cañeros
- Unión Nacional de Café
- Unión Nacional Forestal y Frutícola
- Unión Nacional de Trigo
- Unión Nacional de Hueleros
- Unión Nacional de Cebada
- Unión Nacional de Uva
- Unión Nacional de Maíz
- Unión Nacional de Nopal y Tuna
- Unión Nacional de Sorgo
- Unión Nacional de Frijol
- Unión Nacional de Aguacate
- Unión Nacional Femenil
- Unión Nacional Juvenil

Lo que asegura su impacto en el ámbito rural del país.

T A R I F A S

| | |
|---------------------------------|-------------|
| PLANAS CENTRALES (COLOR) | \$12,000.00 |
| MEDIAS PLANAS CENTRALES (COLOR) | \$ 8,000.00 |
| PLANA INTERIOR (B/N) | \$10,000.00 |
| MEDIAS PLANAS INTERIORES (B/N) | \$ 7,000.00 |
| 2A. DE FORROS | \$14,000.00 |
| 3A. DE FORROS | \$14,000.00 |
| CONTRAPORTADA (COLOR) | \$20,000.00 |

• El cliente proporciona sus originales.

• En caso de selección de color, entrega negativos.

Descuentos:

- 3 y 4 inserciones 3%
- 5 y 6 inserciones 7%
- Más de 9 inserciones 10%

• Estos precios no incluyen el 15% de IVA

• Cierre: los días 15 de cada mes

Comuníquese a los teléfonos: 5525-94-77 y 5525-78-20 ext.126

El Nuevo Milenio y la CNPR

La Confederación Nacional de Propietarios Rurales está preparada para arribar al siglo XXI. Los acontecimientos no tomaron desprevenidos a este grupo de productores del campo, toda vez que su estructura es fuerte y se fortalece más a medida que más elementos incrementan su membresía, y su organización se hace sólida y productiva.

A sus 55 años de existencia, esta organización de parvifundistas se ha empeñado en dar a México su mejor y mayor esfuerzo, traducido en una elevada producción de alimentos. De hecho, es la base de la alimentación de casi 100 millones de mexicanos, al aportar el 70 por ciento de las cosechas de granos básicos y productos cárnicos, huevo y leche.

Los cambios en la política nacional y en los altos mandos federales, así como la transformación del mundo a nuevos esquemas tecnológicos, la informática y la computación, no desalienta ni asusta a los propietarios rurales. Estos factores constituyen para ellos un reto para redoblar sus esfuerzos, y con renovadas energías y esperanzas trabajar su tierra a la que tanto aman.

El siglo XXI ya está aquí. Para los pequeños propietarios rurales no hay que esperar y suponer que venga como venga será bien recibido. No, se suman al resto del mundo para innovar estrategias para recibir el cambio, pues consideran que ya en estos momentos no es práctico tratar de seguir jugando con las mismas cartas y esperar que por ventura todo saiga bien.

Esa es la visión de esta organización de productores agropecuarios, la cual está integrada por 14 Uniones Nacionales de Producción. Son organismos auténticos. Todas están debidamente constituidas y con militancia efectiva y activa. De estos hechos se desprende que sean altamente productivas.

Los productores del campo conforman un conglomerado cercano a los 6 millones de agricultores, ganaderos, forestales y pesqueros en todo el país. De estos 2 millones 500 mil son pequeños propietarios rurales, que no van a esperar a improvisar como enfrentar los retos del siglo XXI.

Editorial

DIRECTORIO

Dip. José Bonilla Robles
Presidente

Amílcar González de Cosío Frías
Director General

Mauricio Contreras Arista
Gerente

J. Ascención Vázquez Vázquez
Subdirector

Rodolfo Flores Chaparro
Genaro Ruizflores Dueñas
Consejo Editorial

Francisco Javier
Patrocinio Celaya
Coordinación de Ventas
y Distribución

Luis Zárate García
Yamel Janat López
Rodolfo Valadez
Genaro Ruiz-Flores Dueñas
Fco. Javier Patrocinio Celaya
Amílcar González de Cosío Frías
J. Ascención Vázquez
Colaboradores

Gabriela Hernández
Fotografía

Olga L. Gordillo R.
Diseño Gráfico y Formación

Impresos y Acabados Vitar
Impresión

La revista México Rural es una publicación mensual editada por la Confederación Nacional de Propietarios Rurales, con oficinas generales en Av. Chapultepec No. 412, C.P. 06700, México, D.F. Registros correspondientes en trámite. Los artículos firmados son responsabilidad exclusiva del autor.

Costo \$15.00
Suscripción anual \$160.00



**MEXICO
RURAL**
CONFEDERACION NACIONAL DE PROPIETARIOS RURALES

CONTENIDO

- 1 Editorial
- 3 Trato equitativo demanda Bonilla Robles
- 5 México exporta a 28 países del Mundo
- 7 Por la creación de un consejo nacional de granos: CNPR
- 8 Serpientes en el Mundo
- 11 De exportador a importador de maíz: México
- 13 México, primer exportador de Calabaza
- 15 Realidades y soluciones para abatir el hambre en México
- 18 Mercado potencial de Mango
- 20 Historia Sumaria de la Tenencia y Explotación de la Tierra en México
- 22 Dulces Divisas
- 23 Para impulsar la producción de Leche
- 26 ¿Porqué impulsar el Turismo Mexicano?
- 28 Capsulitas

Los Propietarios Rurales unirán su voz y esfuerzo para ser escuchados:

Julián Orozco González

Estimados amigos:

Gracias. Gracias por la expresión de su confianza, depositada en la votación. Hoy aquí, nace una responsabilidad compartida.

La mía, de cumplir con ustedes, de hacer honor a su respaldo, de trabajar sin descanso, de sembrar, abonar y cosechar frutos generosos para los hombres y las mujeres de campo.

La de ustedes, saber exigir a la dirigencia que encabeza su servidor, el fiel cumplimiento de nuestra tarea y de nuestro programa de trabajo.

La de todos, unir nuestra voluntad para impulsar el desarrollo integral del medio rural, unir nuestra voz para que resuene fuerte el reclamo, justo y siempre desoído, de nuestras carencias, necesidades y atrasos; unir esfuerzos para vencer obstáculos, superar adversidades, conquistar metas.

Unidad, base es y será una divisa de la nueva dirigencia. Por ello, el primer acto formal es invitar a quienes contendieron en esta campaña para unir intereses, que son al final de cuentas los mismos, el interés de mejorar el medio rural, el interés de engrandecer nuestra Confederación, el interés de hacer de México una mejor patria para todos, por eso, ganamos todos.

Reconocimiento al senador José Bonilla Robles

La segunda acción es expresar mi reconocimiento al Comité Ejecutivo anterior y sobre todo a su presidente, senador José Bonilla Robles. Tuvo el privilegio de formar parte de su Comité, de colaborar con Pepe, de apreciar su labor y sus logros. Por eso, aplauso de nuevo y le ruego hacerle con migo al senador José Bonilla, a quien



El Lic. Julián Orozco González, dirige un mensaje a los propietarios rurales del país al tomar posesión de la presidencia de la CNPR. Orozco González aseguró a los pequeños propietarios del país con el esfuerzo y apoyo de todos, las desigualdades del nuevo Comité Ejecutivo Nacional, llevará a esta organización por los senderos de la productividad y el éxito.

Ya pasó la época de subsidios

he invitado ya a prestamos su ayuda, su experiencia, su capacidad de relación, y su inquebrantable amor al campo, para colaborar en tareas especiales de esta nueva Dirección.

La tercera acción, es anunciar una próxima Asamblea General Extraordinaria, en fecha inmediata posterior a la tradicional ceremonia de toma de posesión. En dicha Asamblea Extraordinaria, que será convocada por el Comité Ejecutivo Nacional de la Federación, propondremos diversas formas estatutarias, empezando por el cambio a Confederación Nacional de Productores Rurales y Pesqueros.

Propondremos otros ajustes que nos ubiquen como una organización de empresarios del campo, más orientada a resolver nuestras necesidades sociales y económicas. Más afín a las organizaciones de productores agrícolas de los países desarrollados, más capaz de manejarse en el mundo del siglo XXI que se rige más por el capital intelectual que el económico, más por las comunicaciones electrónicas, la tecnología, la mercadotecnia, la agricultura asociativa, los instrumentos de cultivo compartidos, el valor agregado y todas esas cosas que la modernidad aún no nos ha traído, pero que ya no admiten demora alguna.

Tenemos que buscarlos nosotros, por eso el valor de la unidad. Buscarlos con apoyos del sector público, sí, pero fundamentalmente por nosotros mismos, la época de papá Gobierno, de subsidios mal manejados, de créditos y programas al buen fin, tun, la época de la cultura del no pago, ya se acabó.

La nueva época, da niveles superiores de mayor dignidad para el hombre del campo, de mejores oportunidades para el pequeño y mediano empresario rural y pesquero, para mujeres y jóvenes de esos medios, la época donde todos aprendamos a ser más responsables, más productivos, más solidarios y más emprendedores, esa, esa la tenemos que forjar con trabajo, creatividad, empeño promocional y por nosotros mismos.

Ya estamos solicitando una audiencia con el Señor Presidente Fco. para en ella pedirle, además de su asistencia a la toma formal de protesta, la celebración de un acuerdo marco, que nos permita solicitar de diversas dependencias su apoyo para integrar el programa definitivo de trabajo.

Estas y otras tareas, empezarán a tomar forma jurídica y organizacional de inmediato, junto con los acuerdos que tengamos con autoridades en cada materia y con la alianza que firmemos con organismos internacionales. Adelantamos que

más fuerte, más servicial, más constructiva del medio rural. Mantener un enlace permanente con todos ustedes es tarea vital.

Estas labores que no admiten demora, serán complementadas con un Programa que facilite la compra de computadores a organizaciones y agremiados. Y también con programas especiales (de tipo llamado Software) que faciliten algunas de las operaciones del campo, sobre todo en provecho de productores organizados y de empresas asociativas.

Fortalecer la membresía, hacer llegar los servicios, dar a conocer nuestros planes, programas y nuevos mecanismos que requieren de un amplio proceso de concientización y de información, de relaciones y de apertura.

Queremos que se sientan orgullosos de la nueva CNPR, de las tareas que emprenderemos, de los apoyos que brindaremos, del concepto primer mundista de la organización; queremos atraer nuevos socios y organizaciones adherentes; queremos sostener un diálogo estrecho con los Gobiernos estatales, con las demás organizaciones empresariales, con las grandes transnacionales del medio rural, con los centros de enseñanza superior y de investigación, y con los medios de provincia.

Será un presidente de servicio

Los resultados que vayamos alcanzando se informarán por la prensa, por escritos directos y por nuestros propios órganos de comunicación, la Revista que ya existe y un periódico que saldrá a la luz en breve.

No quiero, ni debo extenderme en este momento. Nuestro Programa General se presentará (y se integrará impreso) en la ceremonia formal de toma de posesión. Ahí mismo se anunciarán los primeros logros.

Sólo me resta reafirmar que su servidor será eso, un presidente al servicio de la Confederación, al servicio de los pequeños y medianos productores agropecuarios, forestales y pesqueros, de las mujeres y de los jóvenes del campo, en fin al servicio de otro México que debemos despertar, hacer crecer, motivar y engrandecer. El México Rural.



esperamos firmar en breve acuerdos con el Banco Mundial, Banco Interamericano de Desarrollo, Organización para la Agricultura y la Alimentación (conocida como la FAO), así como las agencias de cooperación internacional de varios países.

Aprovecho esta tribuna para manifestar la disposición del Comité Ejecutivo Nacional para mantenerse atento a todas las sugerencias, iniciativas, recomendaciones, críticas y reclamos de nuestros agremiados.

A ellos nos debemos, para ellos trabajamos y con ellos construimos una Confederación

Vamos a construir una confederación más fuerte y servicial

MEXICO

Exporta a 28 Países

del Mundo

- México en posibilidades de ampliar su mercado
- Alta demanda de hortalizas y frutas

Por: Yamel Janai López

La apertura comercial implica retos, pero también altas grandes oportunidades para reforzar las inversiones, multiplicar los empleos e ingresos en el medio rural y desarrollar proyectos de transferencia de tecnología, informó la Secretaría de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural.

Las puertas del comercio internacional han sido abiertas a través de los tratados de libre comercio con 28 naciones que, en conjunto, representan 850 millones de personas.

El Gobierno Federal ha suscrito convenios comerciales con los principales bloques de naciones industrializadas y en desarrollo, que permiten esperar nuevos flujos comerciales que beneficiarán en gran medida a productores del sector primario y en particular a hortalizas, frutas frescas y procesadas y alimentos de origen animal que los mexicanos pueden surtir a todo el mundo.

Durante la inauguración de la III Exposición Regional Centro Norte de Agroproductores No Tradicionales, el 11 de Agosto

• Mercado potencial de 850 millones de personas

La Comisión Internacional de Hortofruticultura MexpoHort-Acapulco 2000 y el Seminario de Comercialización y Exportación de Hortalizas y Frutas, se destacó que el Gobierno Federal no ha escatimado esfuerzos en estas tareas.

Asimismo se presentó la necesidad de fortalecer los programas gubernamentales exitosos y evaluar todos aquellos productos nuestros que tienen alta demanda nacional y en el exterior, entre los que destacan las hortalizas, frutas, especias y una gama de productos que se generan desde el trópico húmedo hasta el desierto más seco.

En cada zona, en cada región, siempre hay productos y oportunidades de trabajo e ingreso, por lo que lo racional es que los productores aprovechen estas oportunidades y lo indispensable es que el gobierno los apoye para hacerla realidad.

La dependencia consideró que al término de una administración que ha puesto gran empeño en transformar los sistemas de trabajo en el México rural, los productores han hecho suyos programas como Alianza para el Campo, capacitación y comercialización. En este punto hizo amplio reconocimiento a los técnicos responsables de los programas Elemental de Asistencia Técnica (PEAT) y de Capacitación y Extensionista.

En otro orden, el Secretario de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural, Romérico Arrollo Marroquín, expresó que en los últimos cinco años de esta administración, el ritmo de crecimiento de la producción de alimentos mantiene una tendencia hacia el aumento de la oferta alimentaria, por arriba del índice de crecimiento de la población.

Este año, en el primer ciclo agrícola de otoño-invierno, se obtuvo una producción mayor en un millón de toneladas respecto a la del ciclo similar anterior. Es decir, se obtuvieron 9.5 millones de toneladas, contra 8.5 de 1999.

En el ciclo de primavera-verano se estableció que prácticamente la superficie programada de siembra y el régimen de lluvias permite asegurar que tendremos una buena cosecha de granos básicos, de frutas y hortalizas, productos industriales y ganadería en general, con características de crecimiento por arriba de porcentajes de la población.

¡AMIGO PEQUEÑO PROPIETARIO!

Esta sección está dedicada a servirte como Foro de Anuncios para que vendas o compres lo que a tí te interese

Ejemplo: Vendo tractor (marca...) 70 caballos de fuerza, con un año de uso.

En muy buenas condiciones.

Interesados comunicarse al Tel. 00-00-00, o a la Dirección de Comunicación Social de la CNPR

Ejemplo: Compró tractor. preferentemente de la marca....., pago en cheque o efectivo.
Me urge hacer la compra

Comunicarse al
Tel. 00-00-00

Instrucciones: Solo manda tu correspondencia por correo, a la dirección: Av. Chapultepec No. 412, Col. Roma, Del. Cuauhtémoc, C.P. 06700, México, D.F., o comunícate a los tels. 525-78-20 al 24 extensiones 126,127,128 y 129 o envíanos un fax al 525-94-77 con todos tus datos sobre el artículo que desees VENDER o COMPRAR.

Esperamos tu correspondencia.
Atentamente
La Dirección

La revista México Rural, llega a los 32 estados de la República a través de las Federaciones Estatales de Propietarios Rurales.

Pídela en las oficinas de tu Federación Estatal, o bien, escríbenos para adquirir una suscripción la cual llegará a tu domicilio, despacho u oficina.



¡Es una revista del campo, para el campo y de los propietarios campesinos!

SERPIENTES (OFIDIOS) EN EL MUNDO



(...) Dios dijo a la serpiente: Por cuanto esto hiciste, maldita serás entre todas las bestias y entre todos los animales del campo; sobre tu pecho andarás, y polvo comerás todos los días de tu vida. Génesis 3:14

Por: Francisco Javier Patrocino C

Desde tiempos remotos, las serpientes han habitado la tierra reptando en diversas regiones del planeta. Estos animales en su gran mayoría suelen ser peligrosos y hasta mortales, debido a sus características anatómicas por ello, es necesario poder diferenciar entre las que son venenosas, de las que no son, pues su tamaño, forma, color, textura, etc., son algunas variables que nos van a permitir identificarlas.

Los ofidios son reptiles con el cuerpo muy alargado y recubierto de escamas, que carecen de patas, párpados y oído externo. A pesar de ello se han adaptado muy bien, y existen unas 2,700 especies. Pueblan una gran variedad de hábitats, ya que pueden ser terrestres, arborícolas, anfibios e incluso marinos. Se encuentran en todos los continentes exceptuando el norte de Canadá, la Antártida, el extremo norte de Europa y Nueva Zelanda.

La medida de las serpientes es muy variable, ya que va desde los 15 cm a más de 10 m y no tiene relación directa con su peligrosidad, ya que las apariencias engañan y si no lo cree usted conozcamos un poco de estos animales que se arrastran por el mundo, sigilosos, en pos de su presa.

Anatomía de las Serpientes

La estructura corporal de las serpientes está muy modificada. Esto si tomamos en cuenta que su cuerpo es muy alargado y poseen muchas más vértebras que el resto de los vertebrados, ya que pueden llegar a ser hasta cuatrocientos. Casi todas ellas están unidas a un par de costillas, articuladas

de forma muy flexible. Los ofidios, que tragan a sus presas enteras, tienen un sistema óseo que les permite que éstas pasen hasta el estómago: las costillas de las serpientes no están unidas a un esternón, como las nuestras, sino a las escamas ventrales.

El olfato es uno de los sentidos más agudos de las serpientes, que exploran el medio ambiente con la punta de su lengua bifida. Además, por si fuera poco, algunos de estos animales adaptados a la caza poseen un sistema para detectar los rayos infrarrojos, es decir, el calor que emiten sus presas; las víboras de losetas y muchas boas y pitones tienen en la cara unas fosetas que les permiten detectar a los animales de sangre caliente en una oscuridad total.

El aparato del Veneno

La adaptación más formidable de estos depredadores es el aparato inocular (transmisor) de veneno. Este suele consistir en un par de glándulas venenosas situadas en el techo de la boca, que en realidad son glándulas salivales modificadas. Los dos dientes que inyectan el veneno pueden tener un surco en la parte posterior o ser huecos. Están curvados y reciben el nombre de "colmillos". Se hallan en la parte anterior de la boca, plegados contra el paladar cuando están en reposo, o se sitúan más hacia atrás.

Los venenos de las serpientes tienen diferentes mecanismos de acción. Algunos atacan al sistema nervioso, mientras que otros impiden la coagulación de sangre, tienen efectos sobre el corazón o el sistema respiratorio, dañan los vasos sanguíneos o destruyen los glóbulos rojos.

SERPIENTES EN EL MUNDO

En general las serpientes de mayor tamaño no son venenosas y matan a sus presas estrangulándolas por constricción. Es entre las especies de tamaño mediano y pequeño que se encuentran las más venenosas.

Cuando una persona es mordida por una serpiente venenosa, el tratamiento indicado consiste en aplicar un torniquete si la mordedura se ha producido en una extremidad y que la persona afectada permanezca inmóvil y sea trasladada lo antes posible a un centro hospitalario. Allí se le aplicará un suero antídoto. El cual se obtiene de animales domésticos de gran tamaño a los que se les ha inyectado una pequeñísima cantidad de veneno de serpiente.

Hay de Serpientes a serpientes

Existen dos grupos de serpientes, los ofidios primitivos aún conservan algunas características que los relaciona con los lagartos. Las serpientes modernas son tres familias y son las más evolucionadas. La mayoría de las especies pertenecen a este grupo. Suelen ser más rápidas y casi ninguna mata por constricción.

Pitónidos

Las pitones viven en las zonas tropicales y subtropicales del Viejo Mundo y una sola especie habita en América Central. Pueden medir de 1 a 10 m. Las grandes especies suelen ser terrestres y diurnas, mientras que las más pequeñas son a menudo arborícolas. Todas son ovíparas. Se dice que las pitones de gran tamaño pueden llegar a engullir leopardos.

Anilidos

Estas son las serpientes cilíndricas de la cuenca amazónica y el sureste asiático. Miden un metro o menos y son de color rojo y negro. Son ofidios excavadores que devoran a otras serpientes.

Tropidofidos

Son serpientes de menos de un m. de longitud de América Central y norte de Sudamérica. Existen dos especies en Isla Redonda, en el océano Índico. Suelen ser pardas con marcas oscuras nada vistosas. Y cuentan con los restos de las patas posteriores.

Boidos

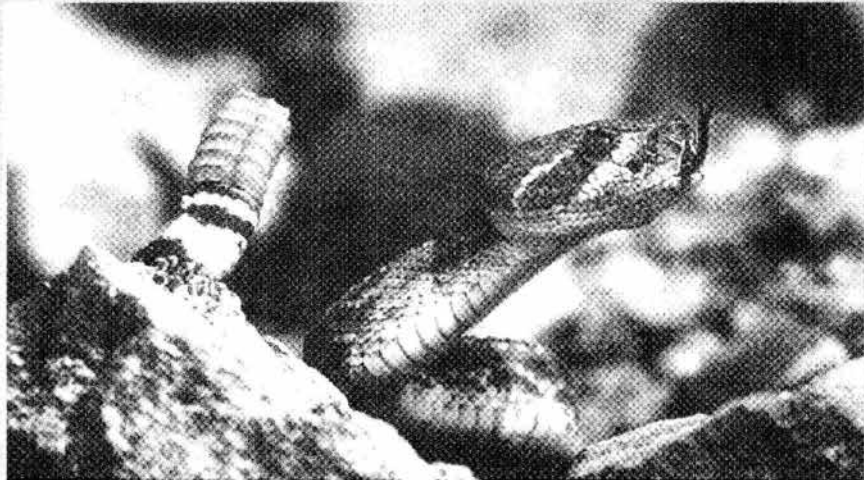
Existen más de treinta especies de boas distribuidas en las zonas tropicales y subtropicales. Miden de 2 a 4 m. Aunque las anacondas coryú pueden superar los 11 m. Son todas ovíparas. La boa constrictora también es americana, es arborícola y mide unos 3 m.

Serpientes ciegas

Estos ofidios están especializados en la vida excavadora. Sus diminutos ojos están escondidos debajo de las escamas de la cabeza y no pueden ver.

Colúbridos

Las culebras se encuentran las latitudes menos en las más frías. Constituyen las dos terceras partes de las



SERPIENTES EN EL MUNDO

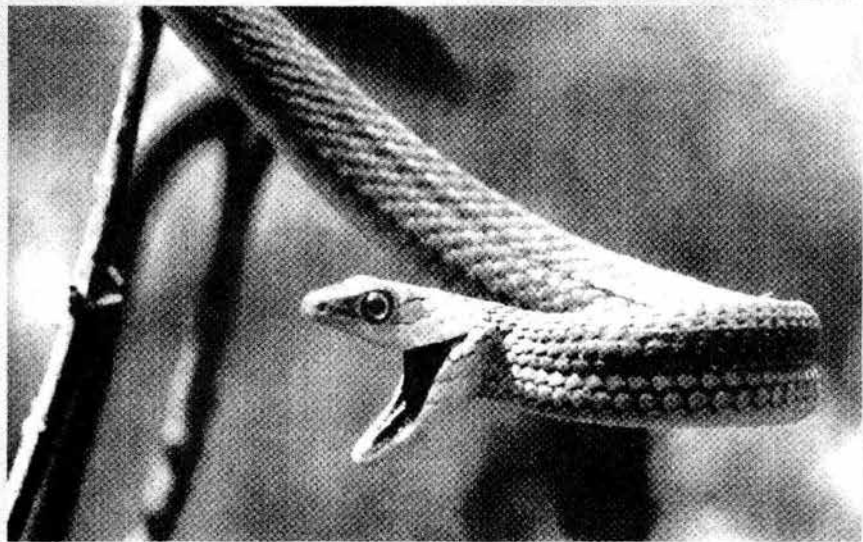
serpientes actuales. Miden como máximo 3.5 m. Y en general son de colores apagados. Su característica principal, es que no cuentan con aparato para inyectar veneno.

Elápidos

En esta familia se reconocen dos grupos: las cobras y especies emparentadas y las serpientes marinas. Todas las especies habitan en latitudes tropicales y subtropicales. Tienen fuertes "colmillos" huecos, su veneno es mucho más tóxico que el de las víboras y afecta al sistema nervioso; entre las cobras encontramos las mambas, los coralillos y las serpientes de coral. Las cobras escupidoras, por su parte, no pican, escupen el veneno lanzándolo a distancias de hasta 3 metros. Cuando son estorbadas todas las cobras se yerguen y extienden sus costillas cervicales, de forma que su cuello queda muy ensanchado, formando una especie de capucha.

Vipéridos

La víboras se encuentran de Canadá a Argentina, en África y en algunos países de Europa y Asia, la mayoría no sobrepasan el metro de longitud, son color verde con marcas en negro, pardo o rojo. La forma triangular de la cabeza es una consecuencia del gran volumen de sus glándulas venenosas y de los músculos destinados a exprimir el veneno. Existen especies arborícolas y las hay de agua dulce.



MEXICO, DE EXPORTADOR A

IMPORTADOR DE MAIZ ¿POR QUÉ?

Desde hace 30 años, México ha venido enfrentando un grave problema alimenticio, el cual consiste en que no ha podido ofrecer con suficiencia los alimentos que la entera población requiere, en especial el maíz, considerado producto base de la dieta de casi 100 millones de mexicanos.

El lento y paulatino abandono del campo propició que en la última década México se convirtiera en importador neto de granos, no obstante ser históricamente un país productor y hasta exportador. El maíz, como principal alimento de los mexicanos, se ha venido dejando de sembrar debido al desplome del precio.

En esta última década, cada año se han dejado de cultivar con este grano un promedio de 139 mil hectáreas anuales, mientras que la demanda de este alimento se ha incrementado a un ritmo promedio de 4.6 por ciento al año entre 1987 y 1997.

Inclusive, según datos oficiales, entre 1998 y 1993, la superficie sembrada de granos - no sólo de maíz - se ha

reducido en más de dos millones de hectáreas, lo que obviamente refleja en una aguda disminución en los volúmenes de las cosechas.

EL CONSUMO DE MAIZ NACIONAL

De acuerdo a la Unión Nacional de Productores de Maíz de la Confederación Nacional de Propietarios Rurales, desde 1997, el consumo de maíz está ubicado en unas 18 millones de toneladas a 20 millones de toneladas de este cereal.

La superficie que se siembra, oscila en los 8.5 millones de hectáreas, de las cuales se logran volúmenes promedio de entre los 17 y 18 millones de toneladas, y marcan un claro déficit de este alimento.

Esta producción se obtiene en los dos ciclos agrícolas nacionales, otoño-invierno, y primavera-verano, siendo éste último el que más volumen aporta en la producción de maíz, puesto que es al que se dedica más superficie, otoño-invierno aporta una cosecha de

La variable de las cosechas que se obtienen cada año, hace también que los volúmenes de importación de este cultivo oscilen. Cuando se tienen buenas cosechas pero nunca suficientes las compras al exterior son limitadas pero se tienen que hacer para que este alimento no falte para el consumo popular.

El consumo de maíz en la alimentación humana en México, no ha disminuido, por el contrario, se ha incrementado a razón de dos millones de personas por año, sin embargo, podemos asegurar que la producción, si bien no ha decrecido, tampoco se ha incrementado, por lo que ha sido necesaria una política permanente de importaciones que promedian en los 2.5 millones de toneladas a los cinco millones.

Este año se perfila bueno en cosechas de temporal, en especial de maíz, pero la cuota de importaciones adquiridas no dejará de ser de dos millones 500 mil toneladas, esto debido a lo pactado dentro del Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos.

De exportador a importador

PRODUCCION ESTANCADA...

El maíz en México ha sido uno de los productos que han sufrido un serio estancamiento, no sólo en lo que a producción se refiere, sino también en la superficie sembrada, lo que explica el porqué ante el aumento poblacional, se ha tenido que recurrir a las compras en el exterior para que no falte en el consumo humano.

Los siguientes datos revelan un estatismo peligroso en los volúmenes de producción de este grano. Insistimos, por la creciente tendencia al aumento en la población demandante de este alimento:

Allá en 1991, la producción de maíz fue de 14 millones 271 mil toneladas; 1992, 16 millones 929 mil toneladas; 1993, 18 millones 392 mil; 1994, 18 millones 352 mil toneladas; 1995, 18 millones 352 mil toneladas; 1996, hubo una ligera baja; 18 millones 26 mil toneladas; 1997, fue más drástica la reducción en la cosecha, fue de 17 millones 656 mil toneladas; en 1998, hubo un repunte significativo: 18 millones, 476 mil toneladas, y el pasado 1999, fue casi similar: 18 millones 492 mil toneladas de este grano.

Como se puede apreciar, en la década de los 90's, la producción maicera promedió en los 18 millones de toneladas, pero la población creció en forma desproporcional a estos volúmenes de este grano y otra vez, a solucionar este déficit con importaciones.

En lo que a superficie se refiere, las hectáreas sembradas a nivel nacional oscilaron en los 8 millones 500 mil unidades. Sólo en 1994, fecha de partida para esta estadística, 1995 y 1997, se superaron los 9 millones de hectáreas de este cultivo.

En este contexto, cabe señalar que en la superficie maicera, existen más de 4 millones de hectáreas que requieren de rehabilitación para que sigan siendo productivas. Además,

en su mayor parte, los productores de maíz minifundistas temporales enfrentan graves rezagos económicos.

Esto es, queráse o no, un reto para el nuevo Gobierno. Veremos si tiene la voluntad y sapiencia para rescatar a este sector productivo, tan elemental para la población mexicana, o le da el tiro de gracia. Esperamos que sea lo primero.

LAS CIFRAS DESDE 1994

Durante los últimos cuatro años, las importaciones de maíz mostraron una dinámica creciente: por ejemplo, allá en 1994, se tuvieron que importar un millón 681 mil toneladas; en 1995, 3 millones 166 mil toneladas; en 1996, cinco millones de toneladas, y en 1997, bajó a solo dos millones 500 mil toneladas.

• Lo siembran para autoconsumo 4 millones de productores



Para los dos siguientes años inmediatos, las importaciones de este grano promediaron en los 4 millones de toneladas, lo cual refleja que se está volviendo a las compras elevadas de maíz, sin embargo, al cierre de este dos mil, se espera una considerable baja en las compras al exterior por el buen temporal que se registra en las zonas maiceras del ciclo primavera-verano 2000.

El problema para México en materia maicera, es que incrementa sus volúmenes de cosechas, mientras la población consumidora si aumenta cada año. Esto, como es obvio, obliga al país a recurrir al exterior por cantidades significativas de este cereal.

Una solución para mejorar las cosechas de maíz, es que se canalicen los recursos económicos necesarios para fortalecer la producción, comercialización y distribución de este cultivo. Los recursos deben quintuplicarse hacia ese fin. La Unión Nacional de Productores de Maíz de la CNPR establece muy claro: o se incrementan los apoyos financieros para este cultivo, o seguimos en la permanente dependencia del exterior para comer este alimento básico, porque si hay solución, solo hay que aplicarla.

Abandono en las inversiones la principal causa

• Se han dejado de sembrar dos millones de hectáreas

De exportador a importador

MEXICO Primer Exportador de CALABAZA en el Mundo

México se ubica actualmente como el primer país exportador de calabaza al aportar el 44 por ciento del mercado global, muy por arriba de España, el cual participa con 23 por ciento.

En este entorno y de manera paralela a sus cualidades alimenticias y por su precio al alcance de la mayoría, el cultivo de calabaza representa para México la posibilidad de generar un mayor ingreso, que actualmente asciende a 117.9 millones de pesos por concepto de divisas.

Si bien la venta al exterior de esta legumbre no alcanza los volúmenes de otras hortalizas, como el jitomate o el pepino, sí se ubica como aquellas de segunda importancia y su participación dentro de los volúmenes exportados es de 7 por ciento.

México exportó un promedio anual de 204 mil toneladas de calabaza entre 1992 y 1998, lo que representó 44 por ciento del total mundial, y para el presente año se espera un crecimiento de 20 por ciento, con lo cual consolidará su posición de líder en este terreno.

Este producto tiene una aceptación en numerosos mercados, revelando con ello el potencial que la calabaza y calabacín tienen en un mundo que demanda cada día más alimentos sanos, baratos y fáciles de cocinar.

Lo anterior destaca de un estudio de Apoyos y Servicios a la Comercialización Agropecuaria (Aserca), así como datos de la Secretaría de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural.

La calabaza es uno de los cultivos cuya presencia a lo largo de la historia de los pueblos americanos la han convertido en un alimento no sólo tradicional sino, en elemento cultural comparable a productos como el maíz, frijol, y chile. La producción de la hortaliza del género cucurbita en nuestro país ha mostrado algunos cambios

APORTA EL 44 POR CIENTO DEL VOLUMEN GLOBAL

importantes en los últimos años, notándose un crecimiento en las variedades de calabaza tierna y una reducción en el caso de las duras.

Este proceso de crecimiento obedece a que por un lado en el mercado nacional se ha dado un aumento en la demanda interna que se refleja en un mayor aumento en el consumo per cápita -de casi dos kilogramos-, así como un crecimiento en los volúmenes de exportación, lo que le da un carácter de mayor rentabilidad.

De las tres variedades: la calabaza, calabacita y kabocha, la segunda ha sido la variedad con más dinámica, al presentar importantes incrementos en la superficie sembrada, cosechada, así como en los niveles de producción y de rendimiento, lo que la ubica como una de las hortalizas más activas durante la década de los noventa; apenas detrás del chile verde.

La producción por entidad federativa revela que Sinaloa ha participado con el mayor porcentaje de la producción total de la calabacita, con una contribución de 43 por ciento, seguido por Sonora con 15 por ciento e Hidalgo con 5.5 por ciento.

En total de superficie sembrada de los tres tipos principales de calabaza es aproximadamente 32 mil hectáreas, de las cuales más de la mitad está distribuidas en las tres entidades mencionadas.

Esto indica el ya conocido proceso de especialización que en la producción de hortalizas se ha dado en el país, de tal forma que mientras las dos primeras entidades producen para

enviar buena parte de sus volúmenes al mercado exterior, Hidalgo es prácticamente el abastecedor del mercado nacional.

MERCADO NACIONAL Y CONSUMO INTERNO

El mercado nacional es un importante consumidor de las diferentes especies de calabaza tierna y dura que se producen en el país, y si se consideran los tres tipos mencionados se observa que en el lapso 1970-1997 el mercado local absorbió en promedio el 45 por ciento de la producción.

El comercio de los diversos tipos de calabaza se da fundamentalmente en fresco, por lo que se nota una escasa vinculación con la agroindustria, a excepción de las pepitas para botana y la elaboración de dulces regionales. La variedad calabacita es la que más presencia tiene en el mercado. Se estima que el consumo de la hortaliza no sólo se ha mantenido sino que ha aumentado de un nivel de 0.833 kilogramos per cápita en 1982 a 1.96 kilogramos por habitante en 1997, y de esta cifra el 1.45 correspondió a la calabacita.

COTIZACIONES Y CANALES DE DISTRIBUCIÓN

La hortaliza básicamente tiene un proceso de distribución a través de las centrales de abasto del Distrito Federal, Guadalajara, Monterrey y Mérida; por lo que se refiere a sus precios, destaca que la central de abastos de Guadalajara fue la que registró las cotizaciones más bajas; en promedio, el precio durante el periodo 1993-1998 fue 23 por ciento menor que en

Monterrey y 47.8 por ciento menor que en Mérida.

Estos precios obedecen a que dicha central se abastece durante una parte importante del año (diciembre-abril) con calabacita de zonas productoras locales, permitiendo con ello reducir costos de flete y tiempo de manejo del producto. En contraparte, la central de Mérida registró las cotizaciones más altas, de tal forma que si se comparan los precios promedio de las diversas centrales durante el mismo periodo, encontraremos que el precio fue mayor en 46.5 por ciento con respecto al del Distrito Federal, 90.9 más que en Guadalajara y 30 por ciento más que en Monterrey.

Este resultado de altos precios no sólo se observa en la calabaza sino en otros productos y se debe a que la central de Mérida carece de zonas locales o cercanas que le abastengan de producto, por lo que recurre a zonas alejadas.

COMERCIO EXTERIOR

En el lapso de 1990-1999 se estima que cerca del 55 por ciento de la producción total del país se destinó a las exportaciones, en especial la calabacita tierna. Dentro de las variedades de este tipo de hortaliza sobresalen la italiana y la amarilla además de algunas otras cuya participación es limitada.

En lo que se refiere a las variedades de calabaza dura, destaca la kabocha cuyo nicho de mercado ha permitido su permanente incremento. Así, tenemos que la tasa anual de crecimiento de las exportaciones de calabacita fue de ocho por ciento en el periodo referido, al pasar de 74 millones 334 mil pesos en 1990 a 170 millones. Bien por este sabroso cultivo.



Análisis Alimenticio Mundial



Realidades y Soluciones PARA ABATIR EL HAMBRE EN MÉXICO

Por: Luis Zárate García

El hambre crece y afecta de manera inexorable al ser humano. Pone en peligro su supervivencia y genera tensiones que obran enfrentamientos a muerte entre los propios humanos; tan sólo por un mendrugo de pan, ¿hemos de quedarnos con los brazos cruzados ante la amenaza del hambre?

Creo que los productores de alimentos tenemos un papel importante en la lucha contra el enemigo común de la humanidad, es la lucha por realizar con eficiencia nuestra función social, es un combate decisivo por nuestra sobrevivencia y la de nuestras familias. Hay en el mundo 840 millones de personas que padecen hambre, así lo hizo saber el Director General de la FAO, en ocasión del día mundial de la alimentación donde además declaró que:

"Los alimentos que el mundo produce, no llegan a todos, el hambre y la mal nutrición, siguen malogrando la vida de cientos de millones de personas. Esta situación es inaceptable, no podemos permitir que continúe y no lo permitiremos".

Debemos establecer políticas que mejoren el acceso a los alimentos, que cubran las necesidades alimenticias de emergencia de manera que se fomente el desarrollo a largo plazo. Empezando por los hombres y mujeres que producen los alimentos, que participen en la toma de decisiones que afectan a la seguridad en la producción agropecuaria. La situación alimentaria que se tornó crítica.

En 1995 los precios de los granos básicos se incrementaron en un 40 por ciento, y siguieron a la alza, cerrando en estos momentos a la baja. La reserva internacional de alimentos según la FAO, están 4 por ciento de bajo del mínimo considerado indispensable.

Peligroso Incremento Poblacional

En el ciclo 96-99, sólo tuvo un ligero incremento como resultado de la estrecha situación mundial de la oferta y la demanda de cereales.

Los rendimientos agrícolas, cada vez crecen a un ritmo menor que el número de nuevos humanos. Para el año 2030, la población superará los 6 mil millones de seres humanos que hay actualmente, a 9 mil millones. En México, también

desnutrición crónica de los cuales 200 millones son niños, así como los 3 mil 500 millones de habitantes que se agregarán al planeta en los próximos 35 años, no es sólo un problema de producción, es también un problema de acceso a los alimentos.

Hoy, 88 países de bajos ingresos, sufren pobreza extrema, aunque hubiese alimentos suficientes, no tendrían con que comprarlos. Por ejemplo, en América Latina, con 450 millones de habitantes, tiene 196 millones de pobres, de los cuales 59 millones sufren la desnutrición crónica.

En nuestro país, la mayor proporción de pobreza extrema se encuentra en las zonas rurales donde habitan campesinos y niños agricultores, estos trabajan tierras extremadamente pobres y por lo general, no tienen acceso al crédito para la compra de insumos, ni reciben asistencia técnica. De ahí que alcanzar la seguridad alimentaria para ellos va a ser necesario

darle viabilidad económica a estos millones de campesinos.

Otra gran limitante para producir alimentos, es la escasez de recursos naturales, especialmente el agua. No se puede seguir ampliando la frontera agrícola a costa de los bosques, que ocasiona una deforestación indiscriminada y sumamente dañina. En el mundo se deforestan al año, 17 millones de hectáreas, y en América Latina, 7.5 millones de hectáreas.



El maíz es uno de los granos que más se consumen en el mundo

resulta dramático el crecimiento poblacional, en menos de diez años, hemos crecido tanto como la población de Portugal. Por ejemplo, China exportaba granos, ahora los importa, y han desaparecido los excedentes de granos en Europa.

Alimentar adecuadamente a la población actual, incluyendo a los 840 millones de personas con

No depredar bosques para sembrar

Detener el crecimiento poblacional y aumentar la producción de alimentos

A todos nos consta como los hermosos bosques están desapareciendo y los pocos que quedan están en peligro de extinción. Esto implica trabajo, incluso para un cambio cultural de conservación forestal en campesinos y agricultores. Es fundamental asignarle al desarrollo agropecuario la prioridad que realmente merece, el facultar la modernización y el desarrollo tecnológico con mayores niveles de inversión e infraestructura y especialmente en desarrollo de recursos humanos.

Los esfuerzos coordinados de los sectores privados y públicos así como el social, deben encaminarse hacia la adecuación de los procesos productivos a conservar los recursos naturales y lograr mayores niveles de productividad en la producción y comercialización de los alimentos que ofrezca a los productores nacionales mejores condiciones de competencia en los mercados internos y externos.

Asimismo debemos apuntar a la eliminación de las causas de las desigualdades en el medio rural, para lograr mayores niveles de equidad en las actividades económicas y sociales. No debemos olvidar que el sector agropecuario no estaba preparado para la competencia que significa el Tratado de Libre Comercio. Por esto, hemos de diseñar un programa de trabajo congruente con los objetivos de la Alianza para la Recuperación Económica, con objetivos

específicos para el sector agropecuario.

Tenemos que, primero: Recuperar la rentabilidad y hacer crecer la producción más rápido que la población; segundo, combatir la pobreza y proporcionar a la población alimentos a precios competitivos.

Cada día escasean más los alimentos básicos



Tercero, establecer coordinación con las instituciones crediticias para reactivar el crédito al sector agropecuario, por medio de los programas de reestructuración de pasivos y en apoyo al capital de trabajo, y que se aumente la producción de granos básicos como se hizo el presente año con la asistencia técnica manejada por la SAGAR.

Las estrategias a seguir para lograr lo anterior, no son fórmulas mágicas, ni programas ficticios, hay que proponer un programa de trabajo en el que se informe a todos los productores rurales de los programas de apoyo al sector agropecuario, como PROCAMPO, Alianza para el Campo, titulación de predios, uso eficiente del agua y energía eléctrica ya que por falta de información muchos productores no han tenido acceso a los mismos.

Es urgente impulsar al productor de alimentos, no debe concederse una prórroga en esta lucha. El plazo está vencido. La CNPR, conoce de años atrás la dinámica del sector agropecuario, y ha sabido aquilatar la trascendencia del esfuerzo de los propietarios rurales, y los ha reagrupado para que organizados sepan enfrentar los retos del futuro.

Los pequeños propietarios ratifican la Alianza para el Campo, una Alianza no de palabras, sino una Alianza de compromisos, pero sobre todo, una Alianza de hechos palpables, con el compromiso de luchar por México, ante el flagelo

del hambre, es imperativo que presentemos un frente unido, que realicemos una cruzada contra el hambre.

Los tiempos no son los mejores. Nos tocó un momento histórico de retos e imaginación, pero tenemos el propósito de responderle a México con la entrega que requieren estos tiempos difíciles.

**Realizar cruzadas contra el hambre:
CNPR**



De casi 500 millones de dólares el MERCADO POTENCIAL de MANGO en Estados Unidos

Por: Francisco Javier Patrocinio C.

El mercado potencial de mango de exportación a Estados Unidos es cercano a los 500 millones de dólares. Según revela la Asociación de Empacadoras de Mango de Exportación. Entre los logros en materia de envío, esta es la de su tendencia al alza, afirmaron.

Comentaron además que durante el periodo pasado las ventas nacionales del fruto al exterior fueron de 167 mil toneladas, las cuales tienen un valor estimado a los 140 millones de dólares. Manifestó -dicha Asociación- que persiste la confianza de que en este año se registre por lo menos un 15 por ciento de incremento, dado que es una actividad que va en aumento.

México fue el primer país de América Latina que inició

las exportaciones de mango fresco y continúa aportando cerca del 40 por ciento de este fruto a los principales mercados internacionales, el principal destino de las exportaciones de mango mexicanos es Estados Unidos, que concentra 80 por ciento del total, seguido de Canadá, Japón y algunos países de Oceanía como Nueva Zelanda, así como Chile y Perú, que concentran el 14 por ciento restante.

El volumen de producción de mango ocupa el tercer lugar en el país, después de los cítricos y el plátano. El mango, es un producto progresista, generador de empleos, que le da vida al campo mexicano y estimula la captación de divisas.

Actualmente es el cuarto productor de mango a nivel mundial, después de la India, China y Tailandia, con una

producción anual promedio de un millón 340 mil toneladas, de las cuales se exportan 187 mil, equivalente a 15.7 por ciento del total.

En la actualidad, el mundo se conduce de manera casi inmediata con las ventajas que ofrecen el avance de la tecnología y la ciencia. Por ello, es prioritario, asumir el compromiso de tener una capacidad de respuesta oportuna, satisfactoria, competitiva y de calidad.

EL ITSMO DE TEHUANTEPEC, PRODUCTOR POTENCIAL DE ESTA FRUTA

Hoy día, hay en el país más de 140 mil hectáreas dedicadas al cultivo de mango, y 65 por ciento de la



producción se concentra en los estados de Chiapas, Guerrero, Nayarit, Michoacán y Sinaloa, según informa la Secretaría de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural.

Las características climáticas que prevalecen en estos estados hace posible la producción de mango. Por ejemplo, en el Istmo de Tehuantepec el clima permite un potencial favorable frutícola, en donde destaca el cultivo de mango cuya producción anual es de 102 toneladas las cuales se comercializan en el mercado nacional y en el extranjero.

El mango se cultiva en sus distintas variedades en los Municipios de Tapanatepec, Chaulites, Zanatepec, Reforma de Pineda e Ihuatán, en una superficie de 12 mil 170 hectáreas, según lo da a conocer el Centro de Negocios en el Istmo, señaló que la producción de mango criollo se destina en ciento por ciento al mercado regional y nacional.

En tanto, las variedades mejoradas se exportan en 90 por ciento a países como Estados Unidos y Canadá, además de Europa, considerándose en un volumen anual de 35 mil 700 toneladas.

En la entidad se siembran 14 mil 850 hectáreas, de las cuales 82 por ciento se siembra en el Istmo y con la

producción anual de 102 mil toneladas de mango se benefician mil 830 productores de esta fruta.

Por otro lado, unas 24 mil toneladas de mango serán cosechadas por productores de la región de Tierra Caliente en el Estado de Guerrero, gracias a los apoyos crediticios y a la asesoría que dio el gobierno del estado.

La falta de organización, ha propiciado graves deficiencias en el

no presentan plagas y los frutos pasaron a ser de regulares a grandes, informó la subsecretaría de Desarrollo Rural.

Gracias a la coordinación de los gobiernos estatales y federales a través de diversos programas, como Alianza para el campo, ha sido posible brindar asesoría y apoyos en fertilizantes y fumigaciones, fomento productivo y de desarrollo tecnológico, además de créditos, a los mil 500 productores de Tierra Caliente, lo cual resultó en una excelente cosecha.

En la región calentana existen unas tres mil 500 hectáreas dedicadas a la producción de mango, cuyas variedades son heidy, tomy y ataulfo, las cuales tienen una gran demanda en el extranjero.

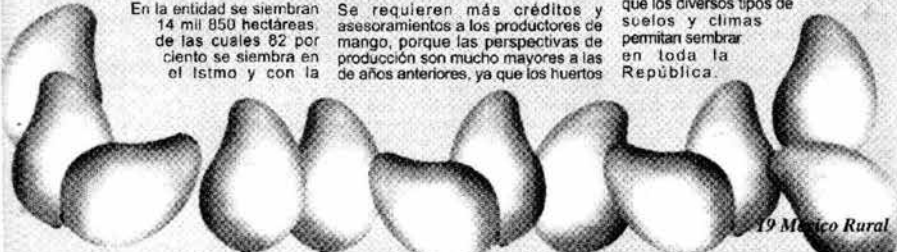
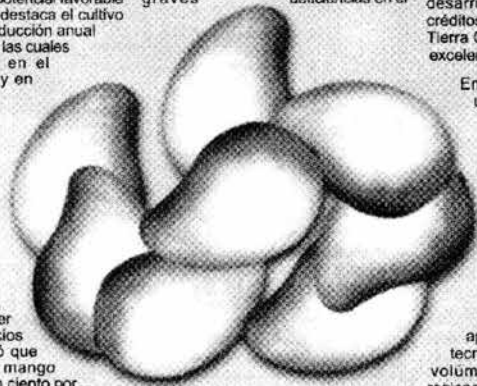
La producción de esta fruta en nuestro país es muy apreciada tanto en mercados nacionales como extranjeros, por ello, los productores de mango del país requieren de suficientes apoyos tanto financieros como tecnológicos para incrementar los volúmenes de cosecha en sus regiones.

El contar con una asesoría adecuada, los recursos necesarios, la tecnología suficiente y apoyos en fertilizante y fumigaciones, permite a los productores tener un óptimo panorama no sólo para la cosecha del mango, sino para poder cosechar en todo el país las distintas variedades de productos agropecuarios que los diversos tipos de suelos y climas permitan sembrar. En toda la República.

proceso de comercialización, provocando con ello un excesivo intermediarismo, afectando a los productores en el precio de la fruta.

NECESIDADES Y APOYOS

Se requieren más créditos y asesoramientos a los productores de mango, porque las perspectivas de producción son mucho mayores a las de años anteriores, ya que los huertos



En Zacatecas

¿Qué es el Grupo B-15?

Es un grupo radiofónico para enterarte de lo que pasa en zacatecas, México y el mundo



Participan en su programación prestigiados comentaristas y escuchas oportunos noticieros

¡Grupo B-15 espera que lo sintonices!

Todos los días de la semana Grupo B-15 en las frecuencias 690 AM, 930 AM y 100.5 FM del cuadrante de tu radio

EN MÉXICO

POBRE PRODUCCIÓN DE SORGO

- Se importan más de 3 millones de toneladas
- Sequía, plagas, nulo financiamiento, flagelos
- Se requiere tecnología de punta



La producción de sorgo a nivel mundial es superior a los 70 millones de toneladas, de las cuales, México solo aporta un 7 por ciento, que además, resulta insuficiente para cubrir la demanda nacional y se tiene que recurrir al exterior por compras por más de tres millones de toneladas.

En años anteriores, México ha logrado un volumen de cosechas de este grano oscilante en los seis millones de toneladas, pueden ser más en un año, o pueden ser menos en otro. La superficie que se siembra también promedia en un millón 600 mil hectáreas.

El presidente de la Unión Nacional de Productores de Sorgo, Profesor Urbano Ortiz Carranza, señaló lo anterior al informar que el principal proveedor de este cereal para México es Estados Unidos, con más de tres millones de toneladas por año.

Estados Unidos, dice Ortiz Carranza, es el principal productor de sorgo en el mundo, con el 28 por ciento del volumen; le sigue la India, con el 18 por ciento; China el 9 por ciento, en tanto que México y Nigeria aportan apenas un modesto 7 por ciento respectivamente.

PLAGAS Y SEQUÍAS CAUSAN PERDIDAS

Informó el líder de los sorgueros que el millón 600 mil hectáreas que se siembran en el territorio nacional, cada año resultan afectadas por falta de agua o plagas, entre 150 mil o 200 mil hectáreas.

La plaga más dañina es la conocida como "ergot", considerada la "diabetes" de este cultivo.

Estos dos factores representan pérdidas en las cosechas de casi 400 mil toneladas. Además, hubo un descenso en la superficie cultivada por motivos de la depresión en los precios, lo que hizo del sorgo un cultivo no rentable para el productor. Muchas tierras se han dejado de sembrar por cuestiones de falta de mercado.

Explicó que sobre la cuestión de los precios por tonelada de este grano, la mejor temporada que se tuvo, fue en 1996, cuando se cotizó a mil 300 pesos y mil 400 pesos. Ahora ni precio tenemos para la actual cosecha, aseveró el productor de sorgo.

Así tenemos que tanto la sequía, como las plagas y una política de precios oprimidos, han contribuido en gran manera a que la producción de este cultivo sea insuficiente para la demanda nacional, y por consiguiente, se tenga que recurrir a la compra de grandes cantidades de este grano en el extranjero.

IMPORTACIONES CRECIENTES

Para dar una idea de lo que han venido creciendo las importaciones de este cultivo, basta señalar que en 1989 se importaron 26 mil 700 toneladas, y de 1996 a la actualidad, las compras en el exterior fluctúan en 3 millones 500 mil toneladas.

Las necesidades en el país son del orden de 8 a 10 millones de toneladas cada año para la industria de los alimentos

balanceados, así como para forrajes directos en la ganadería bovina. En tanto, la producción anual es de entre 4 y 5 millones de toneladas.

En estos casos, las necesidades fijan la demanda tanto del sector pecuario como de la industria, sin embargo, fluctúan en las cifras señaladas.

Finalmente, el dirigente de la UNPS y del CMS, manifestó que otro factor incidente en la falta de un crecimiento sostenido y autosuficiente, es que se carece de apoyos financieros para impulsar la productividad del sorgo, pues existe grave descapitalización de este sector.

Sin estos incentivos necesarios para el campo sorguero, será imposible que esta rama de la producción agrícola se supere y lleguemos a ser autosuficientes.

Otra de las necesidades de primer orden que tiene este renglón productivo, es la falta de semilla mejorada genéticamente para aumentar los índices de rendimiento por hectáreas. Esto sería un verdadero detonante para el repunte productivo sorguero.

Asimismo, con tecnología de punta, se pueden incrementar los volúmenes de 3.4 por ciento actual que se obtiene por hectáreas, a más de 5.3 toneladas lográndose eliminar las costosas importaciones, cubrir la demanda nacional, y sobre todo, mejorar sustancialmente la economía de los productores mexicanos. concluyó. ●

Exposición Internacional de la Cerveza



DULCES DIVISAS

- Exportación de miel por 40 y 60 millones de dólares al año.
- Se producen cerca de 58 mil toneladas

Por: Yamel Janai López

Al cierre de 1999, México logró una producción de miel de abeja cercana a las 58 mil toneladas, lo que representa un incremento del 4 por ciento con respecto al volumen que se alcanzó en 1998, cuando apenas superó las 56 mil toneladas de mil kilos cada una de este dulce producto.

Informes de la Secretaría de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural, indican que esta actividad es significativa en el país por el ingreso de divisas que representa, la cual se ubica entre 40 y 60 millones de dólares por las ventas que se realizan a Estados Unidos de Norteamérica y Canadá, a algunos países de la Unión Europea, así como a Arabia Saudita, Centro y Sudamérica.

Bajo Consumo Nacional

Más del 85 por ciento de la miel que se produce en México se exporta. Esta medida se toma debido a que el consumo humano en nuestro país es muy bajo, mucho más de los estándares que se marcan en otros países es de un kilo 500 gramos, como sucede en Alemania. Esta tasa es una de las más altas de consumo comparativamente con otros sectores de la población mundial.

Salvador Cajero Aguilar, directivo del Programa Campaña para el Control de la Abeja Africana, aseguró que el bajo consumo de este producto en nuestro país, se debe en gran parte al desconocimiento de sus cualidades alimenticias y curativas. Dijo que hace falta una campaña de orientación para que la población este enterada de las bondades que trae consigo el consumo de la miel para el organismo humano.

Esta es la razón fundamental por la cual México se ve obligado a exportar hasta el 85 por ciento de la producción de este dulce néctar. Mercados los tiene, y hay una constante demanda por parte de los países consumidores de este producto, pero lo ideal sería que se consumiera internamente, dadas las condiciones de desnutrición que padecen amplios sectores de la sociedad mexicana. México cuenta con 11 entidades cuya producción de miel es significativa. En casi todo el territorio nacional se cultivan panales domésticos para autoconsumo, pero las aportaciones relevantes se obtienen de Yucatán, Campeche, Quintana Roo, Veracruz, Puebla, Morelos, Guerrero, Chiapas, Michoacán, Jalisco y Tamaulipas.

Existen en el país, según datos de la Secretaría de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural, un millón 800 mil apiarios, (enjambres o panales), de los cuales extraen entre 53 mil y 58 mil toneladas del dulce néctar.

A nivel nacional, se tiene un estimado de 40 mil productores entre grandes y pequeños, y pese a esa gran cantidad de mieleros, el consumo de la población como ya se mencionó, es muy bajo, a pesar de sus elevados índices de nutrientes que contiene la miel.

Las ventas al exterior son significativas porque no hay demanda nacional, estimándose que es el 85 por ciento de la producción lo que se vende en los mercados del exterior, y cabe mencionar que faltan apoyos oficiales para modernizar esta rama productiva.



RAZONES por las que debemos modernizar e impulsar la PRODUCCIÓN de LECHE

Por J. Ascención Vázquez

Este año se producirán 40
millones de litros

Las importaciones
descapitalizan al campo

De acuerdo a informes de las autoridades de Agricultura, este año dos mil cerrará con una producción de más de 10 mil millones de litros de leche, superior a la del año pasado, que fue del orden de los 8 mil 827 millones de litros. Esto significa que ha habido un incremento mayor al 3 por ciento en el volumen nacional.

Y todavía se hizo el anuncio de que los programas lecheros se intensificarán a partir de este año. En estos programas, se pide la participación tanto de los ganaderos como de los propios industriales de esta rama productiva.

En el país, 40 mil productores de ganado bovino se dedican a la producción exclusiva de este lácteo, y para ello cuenta con una hato de poco más de 4 millones de vacas lecheras. Sine embargo, sigue existiendo un claro déficit de este alimento, por lo que el crecimiento porcentual anual que se ha venido logrando desde 1994, tiene que ser sostenido y reforzado hasta lograr la autosuficiencia.

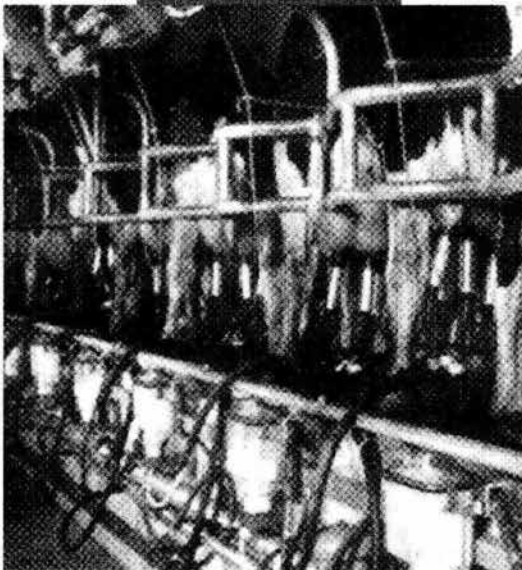
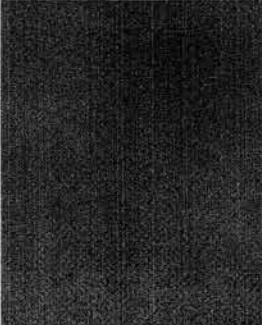
Lo anterior es urgente e importante que se realice, en virtud de la gran escasez de leche para cubrir la demanda infantil de este alimento, toda vez que esto influye en el avance de la desnutrición en el país.

40 MILLONES DE MEXICANOS NO TOMAN LECHE

Para que todos los mexicanos tengan un desarrollo físico y mental pleno, requieren una dieta balanceada en proteínas, carbohidratos, minerales y otros nutrientes básicos. Para lograr esto, la dieta deberá estar constituida con tres productos alimenticios, como son la carne, huevo y leche.

Sin embargo, estos productos son cada día más difíciles de obtener y por consiguiente no pueden estar todos los días en la mesa de millones de mexicanos.

Factores comunes se conjugan para que en muchos hogares



• Debemos modernizar y apoyar con recursos la producción

mexicanos, no haya más que una dieta basada en frijoles, chiles y tortilla, fomentándose de esta forma la desnutrición cuyos índices son cada día más elevados.

Cifras confiables apuntan a una pavorosa situación en la que más de 40 millones de mexicanos, en su gran mayoría niños en edad escolar, no toman este vital alimento.

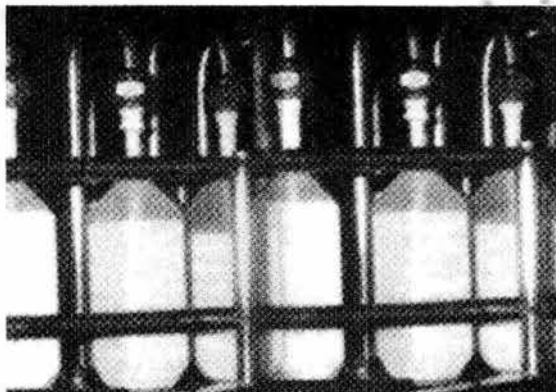
También esta en este universo de deficiencia alimentaria, una gran cantidad de personas de la Tercera Edad que no tienen a su alcance un vaso de leche diario para sostener en mejores condiciones su existencia póstuma.

La gravedad de éste fenómeno se acentúa más, si consideramos que los volúmenes de lácteos disponibles son cada día más agudos por las reducciones en las compras al exterior. Las importaciones de leche en polvo también han disminuido.

IMPORTACIONES DEL PRODUCTO

La estructura de la procedencia de las importaciones mexicanas de leche están tomándose en orden de importancia por las cantidades que se solicitan, por ejemplo: De Estados Unidos, se trae el 47 por ciento; de Nueva Zelanda, 20 por ciento; la Unión Europea, 17 por ciento, y Australia, 5 por ciento. De estos países se trajo leche durante 1998 y 1999.

Las compras de leche en polvo durante esos años, fueron casi similares, oscilaron en las 334 mil toneladas, con cierta tendencia a la baja, motivando que por la indisponibilidad de este producto fuera más difícil ofertarla a la población.



De hecho, durante 1994 hasta 1998, el país estuvo erogando una cifra promedio de 475 millones de dólares anuales en la adquisición de este lácteo en polvo. Esto hacía atractivo el adquirir el producto en el extranjero antes que otorgar apoyos a la ganadería lechera nacional para su impulso en la producción.

Además, mucha de esta leche se internó en el territorio nacional con ciertos precios "Dumping", práctica que aún permanece por los elevados subsidios que canalizan los países productores a la productividad del lácteo en sus respectivas regiones.

Por ejemplo, durante 1998, el Gobierno de la Unión Americana destinó entre 700 y 750 dólares la tonelada, mientras que las naciones europeas el subsidio fue superior a los 800 dólares para la leche descremada, y hasta de mil 146 dólares la leche en polvo entera, que es de la que México importa en mayores cantidades.

Actualmente se han puesto en marcha nuevos esquemas de importación de leche, tanto para la descremada como para la entera.

Cabe señalar que la medida ha permitido consolidar la preferencia de la industria de lácteos nacional, aunque es de suponerse que los productores en general deberán mejorar sus índices.

LA PRODUCCIÓN EN CIFRAS

En este año dos mil, la producción de leche dio un gran salto. Más mil 299 millones 500 mil litros de leche, se incremento el volumen, pero insuficiente todavía para cubrir la demanda nacional. El déficit se ubica en unos 3 mil millones de litros anuales.

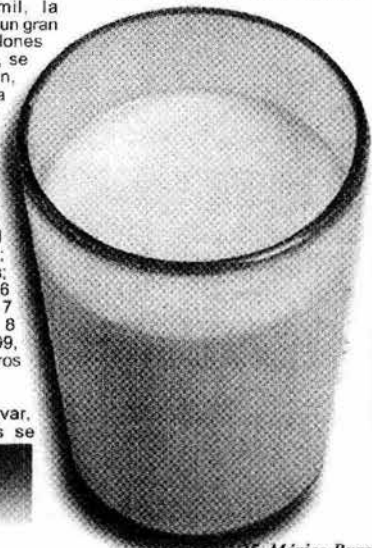
En 1994, la producción de leche superó los 7 mil 320 millones de litros; 1995, 7 mil 398 millones; en 1996, 7 mil 586 millones de litros; 1997, 7 mil 848 millones; 1998, 8 mil 365 millones, y 1999, 8 mil 800 millones de litros de este lácteo.

Como se puede observar, en todos estos años se

registraron incrementos substanciales en los volúmenes de producción, sin embargo, como hemos apuntado, todavía no se logra la autosuficiencia en esta importante rama alimenticia.

El gran salto que dio la producción de leche fue en este año de dos mil, cuando a su cierre se tiene estimado un volumen cercano a los 10 mil millones de litros, pero aún así, todavía se tiene que recurrir al mercado exterior para que no falte en el consumo humano y para la industria.

La estructura de la industria, y el campo ganadero productor de leche, aun requieren de sistemas mejores y más modernizados. La eficiencia tiene que estar presente en ambos giros, a fin de abatir el déficit lechero. Esta rama productiva pecuaria necesita apoyos financieros, pues la sola política de liberar los precios no ha sido suficiente para impulsar la productividad de este alimento, reclamado por más de 40 millones de mexicanos que rara vez o nunca toman leche.



• 40 millones de mexicanos nunca la toman

Mensaje-carta a mis compañeras y compañeros

Mis 50 años laborando en la CNPR

**Licenciado Julián Orozco González
Presidente de la Confederación Nacional
de Proprietarios Rurales y demás integrantes
de su Comité Ejecutivo Nacional**

"Que difícil resulta dirigir unas palabras, cuando quien las debe expresar, ha motivado la celebración de un evento, como este que han organizado ustedes; sin embargo, lo intentare, esperando no herir susceptibilidades, ya que no es mi intención, ni mucho menos mi voluntad el hacerlo.

"La que hoy les habla, es hija de un matrimonio maravilloso: mi padre, un incansable luchador social, que fue parte integrante del Congreso Federal en los años 1916-1917, como diputado constituyente y autor de entre otras conquistas, a favor de los trabajadores, la del reparto de utilidades; hombre de recto carácter y de principios inamovibles, que en su cotidiana actividad, como padre y como servidor público, le aprendí los valores de la honestidad, de la responsabilidad en el trabajo y en la defensa irrenunciable a los derechos que todo ser humano tiene. Mi progenitora, prototipo de la madre y mujer mexicana, de conducta intachable, de una prudencia a toda prueba, pilar moral indestructible de su familia, me enseñó algo muy valioso: la dignidad de la mujer y reconocer y ejercitar el valioso sentimiento de la gratitud. A su fallecimiento, no me dejaron riquezas materiales, me heredaron bienes más valiosos, de naturaleza moral y espiritual, que quedaron inmersos en mi mente, en mi alma y en mi corazón, legado invaluable, del que me siento profundamente orgullosa y cuya plataforma de valores, me ha servido para realizar con decoro el modesto trabajo como secretaria de esta confederación.

"Laborar cincuenta años en forma ininterrumpida en una institución tan notable como esta, se dice fácil, pero logran resulta una verdadera odisea,

Con sano orgullo reflejado en su rostro, Juvenicia Jovita muestra el premio que le fue conferido a un reconocimiento justo por 50 años de prestar sus servicios a la Confederación Nacional de Proprietarios Rurales, utilidades.

El Lic. Julián Orozco González felicita a Jovencita Jovita Grácida por el merecido RECONOCIMIENTO a sus 50 años de trabajo en la CNPR



sobre todo cuando nuestra actividad cotidiana la hemos realizado desde la trinchera de un sencillo trabajo, desde el cual he conocido la complejidad del ser humano en cuyas relaciones de trabajo afloraron, no precisamente virtudes, sino cuestiones negativas como son la prepotencia, la injusticia, la envidia y la mentira, entre otras, claro esta, con las excepciones de valiosos jefes y compañeros.

"En dicho lapso, fui testigo presencial y de oídas, como dicen los abogados, de innumerables acontecimientos, que han dejado en mi memoria una huella de gratos recuerdos, que difícilmente podrán ser borrados y otros que desgraciadamente tampoco se olvidan porque en sí mismos se encuentra la tragedia del hombre del campo, cuando les es expropiada su pequeña propiedad, en aras de una supuesta justicia agraria, sea por la arbitrariedad de un líder, sea por la injusticia de una autoridad o por la negligencia e incapacidad de quien o quienes tuvieron la encomienda de defender ese patrimonio y he visto a muchos pequeños propietarios al llegar a

nuestras oficinas y saludarnos con sus manos callosas, reflejo fiel de sus duras faenas, surcadas sus caras de arrugas por su avanzada edad y rodar sobre sus mejillas las lágrimas que denotan su desesperación, su angustia, su impotencia, al enterarse de la pérdida de su pequeña heredad, de la que años atrás extrajo los productos de la madre tierra, que sirvieron para alimentar a sus hijos y al resto de los mexicanos.

"Como todo ser humano a mi edad todavía sigo teniendo ideales, sueños, cuyas imágenes son distintas a la realidad, permítanme comentarles lo que soñé anoche:

Soñé que nuestros dirigentes, nuestros abogados y todo el personal que labor en esta Confederación, nos capacitáramos en las cuestiones legales, técnicas y fundamentalmente de orden humano y que cuando acudían nuestros agremiados, los recibíamos con afecto y transmitiéndoles optimismo y seguridad en la defensa de sus pequeñas propiedades.

"Soñé también que en las relaciones de trabajo de todos mis compañeros, campeaba en las mismas el afecto, la amistad, la ayuda mutua y la caballerosidad en nuestro trato.

"En fin soñé otras cosas más, pero la última de ellas veía yo a todos los que trabajamos en esta Confederación, que en las Asambleas, que en los Foros, que en los Tribunales Agrarios y ante toda autoridad, levantáramos la voz, para defender con entregada y renovada pasión a la pequeña propiedad, como algo valioso, como institución importante, como algo nuestro, que se defiende como cuando esta en peligro la integridad de la madre, de la esposa, de la hija y depende de nosotros que los que le he relatado no quede en un sueño, que sea una realidad.

"Por último, deseo expresar mi agradecimiento a todos ustedes, por la organización de éste acto y en forma especial a usted Licenciado Julián Orozco González, al que identifico como el presidente caballero de los pequeños propietarios de México". ●

ENCAPSULADAS

A SEGUIR SEMBRANDO EN TEMPORAL

Difícil se ve que el sistema de riego del país se fortalezca y modernice, pues informes de Distritos y Unidades de Riego de la Comisión Nacional del Agua, señala que se requieren 40 mil millones de pesos en este sexenio para fomentar el sistema hidroagrícola nacional. Precisamente, lo que falta para el campo es dinero, por lo que nuestra agricultura seguirá siendo básicamente de temporal.

NARCOS OBTIENEN 30 MIL MILLONES

A pesar de las bien organizadas campañas antinarco, y las declaraciones oficiales en el sentido de que este mal social y de la salud disminuye, la verdad es que va viento en popa, pues sus ganancias anuales oscilan en los 30 mil millones de pesos. Así lo informó recientemente la Comisión de Seguridad Pública de la ALDF y la Prevención del Delito y Servicios a la Comunidad de la PGR.

DEFICIENTE FLOTA MARINA

Hasta junio de 1999, México gastaba más de 10 mil millones de dólares en la renta de barco extranjeros, lo que revela grave deficiencia en nuestro transporte marítimo. Informó en este año, la Federación Internacional del Trabajo en México.

MUNDO PELEONERO

Según informes de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), el mundo cerró el año dos mil con 40 países involucrados en 30 guerras. Culpa la ONU de estos conflictos bélicos al racismo, la xenofobia, la anarquía en los sistemas comerciales, el fanatismo religioso, así como las heridas sin curar de las dos anteriores guerras mundiales.

AUGE TURÍSTICO EN MÉXICO

Superado sólo por Francia, España, Estados Unidos, Reino Unido, y China, México ocupa el séptimo lugar en atracción turística con una cifra de visitantes superior a los 19 millones de turistas nacionales y extranjeros. Lo anterior lo dio a conocer la Alianza Internacional de Turismo en Ginebra. En América Latina es el tercer país más visitado.

PORQUÉ ESTAMOS DESNUTRIDOS

Los mexicanos somos la población más inclinada al consumo de "alimentos chatarra" en el mundo, según afirma la Asociación Mexicana para la Defensa del Consumidor. Al año gastamos la "modesta" cifra de 170 mil millones de pesos en la compra de esos productos, lo que contribuye a que seamos un país inmerso en la subalimentación.



Composta

Masvi

Un producto 100% ecológico

SUSTRATO ORGÁNICO BIOLOGICAMENTE ACTIVO LIBRE DE PLAGAS

- ◆ Es un sustrato reciclado a partir de residuos de origen vegetal, que ha sido sometido a un riguroso proceso de compostación.

Por eso está libre de plagas.

- ◆ Es rica en materia orgánica humificada y en nutrientes. Proporciona a sus plantas Nitrógeno, Fósforo, Potasio y todos los micro-nutrientes esenciales: Calcio, Magnesio, Azufre, Hierro, Manganeseo, Zinc, Boro y Cobre.

Por eso da más vigor a sus plantas.

- ◆ Es un producto 100% natural
NO TOXICO
NO COMESTIBLE

¡NO CONTRIBUYA AL DETERIORO ECOLÓGICO!

¡Recuerde usted que, además de que la extracción de tierra de monte o encino **DAÑA SEVERAMENTE LOS ECOSISTEMAS FORESTALES**, es rica en plagas y nunca sabe usted lo que está adquiriendo

**¡CONSUMA PRODUCTOS
RECICLADOS!**

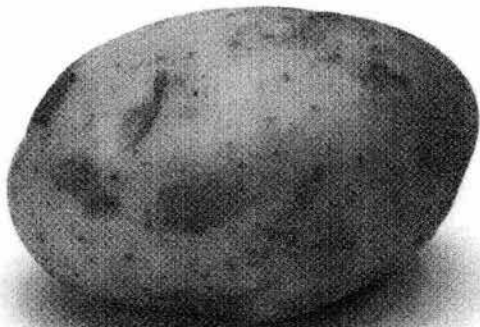


Pedidos al:
01 (341) 258 76 y 312 99
Ing. Javier Magaña Cárdenas
Josevc@ipnet.com.mx
Ciudad, Guzmán, Jal.

DE VENTA EN LOS MEJORES VIVEROS

REGISTRO EN TRAMITE

¡ Aquí está la papa !



Con la **Cuenta Activa** ahorras
tu dinerito y ganas otro poquito

En BANRURAL cosechas tus mejores frutos



BANRURAL

Institución de Banca de Desarrollo