



UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA DE
MÉXICO

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLÁSTICAS

“ILUSTRACIÓN DE PORTADA PARA LA REVISTA KRATOS
DEL PARTIDO ACCIÓN NACIONAL”



TESIS
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
LICENCIADO EN DISEÑO GRÁFICO

PRESENTA:
DIANA ANGÉLICA ALAVES PÉREZ PAULIN

DIRECTOR DE TESIS:
LIC. GUILLERMO ALBERTO RIVERA GUTIÉRREZ

MÉXICO, D.F., 2007



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas

Tesis Digitales

Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©

PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLÁSTICAS

“Ilustración de Portada para la revista Kratos
del Partido Acción Nacional”

Tesis

Que para obtener el título de:

Licenciado en Diseño Gráfico

Presenta:

Diana Angélica Alaves Pérez Paulin

Director de Tesis: Lic. Guillermo Alberto Rivera Gutiérrez

México, D.F., 2007

AGRADECIMIENTOS

A MIS PADRES:

Por ser mi mejor ejemplo a seguir, por todo su apoyo, amor y confianza incondicional, para lograr una de las metas y realizaciones más importantes de mi vida, pero sobre todo por hacerme crecer como persona y enseñarme día a día, a ser un mejor ser humano.
Los amo mucho.

A MIS HERMANAS:

Por existir, por su cariño y apoyo, gracias por ser no sólo mis hermanas sino también mis mejores amigas
Las amo mucho.

A MI CABECITA DE ALGODÓN:

Aunque hace poco te nos adelantaste a una nueva vida de paraíso, te pienso día a día, Tu sabías muy bien que este día llegaría, pues confiabas en mí, me hubiera encantado que estuvieras en este momento tan importante como siempre lo hiciste, pero ahora disfruto de tu nueva compañía que en todo momento está presente.
Te amo Abuelita.

A LA UNAM, A LA ENAP, Y A MIS PROFESORES:

Gracias por brindarme la oportunidad de tener una formación universitaria de primer nivel y ser una orgullosa egresada de la Máxima Casa de Estudios, así como a mis profesores el brindarme sus conocimientos .
Muchas gracias.

TEMA: Diseño Editorial e Ilustración

TITULO: Ilustración de portada para la revista política KRATOS del Partido Acción Nacional

OBJETIVO GENERAL

Reestructuración de la portada de la revista política KRATOS, apoyándome en la ilustración digital, persiguiendo el interés por la lectura de ésta publicación, así como su difusión entre los servidores e interesados en cuestiones políticas gracias a la ilustración que se utilizará en cada publicación.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La revista Política Kratos, es una publicación trimestral que realiza la Secretaría de Acción Gubernamental. Esta publicación para los editores tiene como objetivo primordial ser una herramienta importante para el ejercicio ético y eficiente del poder público de los servidores del Partido Acción Nacional, sin embargo, igual que varias de sus publicaciones internas, carece de público lector debido a sus diseños de portada e interiores poco estructurados, equilibrados y actuales, que tienden a ser más bien densos y confusos, y sin transmitir un mensaje concreto, ni reflejar el contenido y tendencia de la publicación dando como resultado revistas poco atractivas visualmente para los servidores que conforman este partido, no invitan a su lectura.

Busco cubrir las deficiencias en el diseño y estructuración básica que se han manejado en las portadas para sus publicaciones y números anteriores, apoyándome en la ilustración digital persiguiendo hacer de la Revista **KRATOS** una revista gráficamente atractiva, por medio de una ilustración conceptual moderna y novedosa, diferente de los cánones establecidos en las publicaciones anteriores del partido, que invita a la lectura y obteniendo el interés de los servidores internos del PAN al igual que los de otras secretarías y dependencias del gobierno.

Indice

INTRODUCCIÓN	I
 CAPÍTULO 1 Diseño Gráfico Editorial	
1.1 ANTECEDENTES DEL DISEÑO EDITORIAL	5
1.2 ESTRUCTURAS BÁSICAS DEL DISEÑO EDITORIAL	25
 CAPÍTULO 2 Diseño Editorial	
2.1 ANATOMIA DE LAS PUBLICACIONES	42
2.2 LA REVISTA	46
2.2.1 TIPOGRAFÍA	49
2.2.2 COLOR	58
2.2.3 DISEÑO EDITORIAL DIGITAL	64
 CAPÍTULO 3 Ilustración	
3.1 ANTECEDENTES	67
3.2 ILUSTRACIÓN EN LA REVISTA	75
3.3 CLASIFICACIÓN	78
3.4 TÉCNICAS DE ILUSTRACIÓN	80
3.5 ILUSTRACIÓN DIGITAL	87
3.5.1 IMAGEN DIGITAL	91
3.5.2 RESOLUCIÓN (TIFFS, JPG, MAPA DE BITS, VECTORES)	95

CAPÍTULO 4 Revista Kratos

4.1	ANTECEDENTES DEL PAN (PARTIDO ACCIÓN NACIONAL)	101
4.2	REVISTA KRATOS	104
4.3	DIRECTORIO DE LA REVISTA KRATOS	106
4.4	ESTRATEGIAS MERCADOLÓGICAS DE VENTA Y DISTRIBUCIÓN DE LA REVISTA	107

CAPÍTULO 5 Propuesta Gráfica y Metodología 108

CONCLUSIONES 131

BIBLIOGRAFÍA 135



Introducción

1 <http://www.newsartesvisuales.com/>

2 Jorge Frascara, "Diseño gráfico y comunicación". Ediciones Infinito, 1988.

La finalidad del diseño gráfico es transmitir ideas, mensajes, afirmaciones visuales, el diseño editorial interviene como medio importante del mundo informativo y de comunicación visual de empresas y organizaciones".¹

Estamos rodeados de Diseño Gráfico. Lo encontramos en los periódicos, las revistas, los libros, la señalización de las calles o recintos, las camisetas, el brik de leche, el paquete de café, las cajetillas de tabaco, los carteles de la calle, las instrucciones de lavado de nuestras prendas o en las instrucciones de montaje de un mueble.

Para definir al Diseño Gráfico se puede recurrir al desdoblamiento de sus dos términos: La palabra "diseño" se usará para referirse al proceso de programar, proyectar, coordinar, seleccionar y organizar una serie de factores y elementos con miras a la realización de objetos destinados a producir comunicaciones visuales.

La palabra "diseño" se usará también en relación con los objetos creados por esa actividad. La palabra "gráfico" califica a la palabra "diseño" y la relaciona con la producción de objetos visuales destinados a comunicar mensajes específicos.

Las dos palabras juntas: "diseño gráfico", desbordan la suma de sus significados individuales y pasan a ser el nombre de una profesión.

En función de proponer una definición inicial, se podría decir que el diseño gráfico, visto como actividad, es la *"acción de concebir, programar, proyectar y realizar comunicaciones visuales, producidas en general por los medios industriales y destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos determinados."*²

Su capacidad comunicativa se mide por la influencia que ejerce en el público y por la eficacia de los medios utilizados para difundir esos mensajes.

INTRODUCCIÓN

Abraham Moles fue el que estableció, originariamente, la relación existente entre los fines y los medios del Diseño, y sobre su carga semántica denotativa (lo que quiere decir) y su carga estética connotativa (cómo nos atrae diciéndolo). El Diseño Gráfico surge como una integración comunicacional de las distintas especializaciones. El Diseño en general se divide en:

- Diseño industrial: diseño de objetos (lámpara, sillas, coches...)*
- Diseño arquitectónico: proyectos de edificios, casas, oficinas... así como su decoración.*
- Diseño de modas: diseño de indumentaria (bolsos, zapatos, vestidos...)*
- Diseño gráfico: a su vez lo podemos dividir en:*
- Diseño editorial: periódicos, revistas, libros, manuales de instrucción, etc.*
- Diseño publicitario: anuncios, folletos, carteles...*
- Diseño multimedia: páginas web, CD-Rom...*
- Identidad corporativa: logotipos, manuales de identidad, señalización...*
- Packaging: embalajes, cajas, bolsas.*

Las funciones del Diseño Gráfico serían las siguientes:

Función comunicativa: mediante la composición el Diseño Gráfico ordena la información para hacerla más clara y legible a la vista del receptor.

Función publicitaria: intenta persuadir al receptor con una puesta en escena visualmente atractiva.

Función formativa: tiene mucho que ver con la función comunicativa en la ordenación del mensaje, pero aplicado a fines educativos y docentes.

Función estética: forma y funcionalidad son dos elementos propios del Diseño Gráfico cuyo producto tiene que servir para mejorar algún aspecto de nuestra vida y también para hacernos más agradable su uso.

Cualquier publicación para obtener cierta demanda, debe poseer un buen contenido, pero sobre todo impacto visual y eficacia comunicativa, la portada de toda revista es importante además de ser carta de presentación, pues otorga a cada edición una personalidad propia que le hace dife-

INTRODUCCIÓN

renciarse del resto de los impresos.

Tomando como referencia varias publicaciones internas del Partido Acción Nacional, cabe mencionar que éstas carecen de impacto visual, resultado de la falta de orden, composición y criterios de estructura que sirvan como guía para el total del contenido y que impiden comunicar eficazmente el mensaje y contexto de las mismas al público receptor, que en su mayoría son servidores funcionarios del partido.

Todo lo anterior trae como consecuencia falta de demanda y ninguna posibilidad de colocar alguna de estas publicaciones en el mercado, pues la mayor parte del trabajo de diseño se relaciona específicamente alrededor de la venta o la promoción de un producto o servicio y actualmente la industria se desarrolla rápidamente, dado a que la competencia entre los productores de mercancías y suministradores de servicios es cada vez mayor, por lo que todos intentan establecer una imagen única y promocionar sus bienes y servicios de un modo original y eficaz para comunicarse con su mercado potencial.

Es entonces donde interviene el profesional de diseño como intérprete e intermediario entre el producto y el mercado; mi objetivo primordial es demostrar que un diseñador es capaz de convertir unos datos simbólicos en un proyecto funcional, aplicando sus conocimientos, formación técnica, flexibilidad psicológica, sensibilidad y sentido creativo para resolver problemas de comunicación. En la propuesta gráfica para la publicación **Kratos**, particularmente me apoyaré en la ilustración digital y criterios estructurales como recursos principales y a continuación utilizaré algunas pautas a seguir para la realización de dicha propuesta.

I.- Tener la máxima información posible sobre el tema (idea, empresa, imagen) que vamos a transmitir. Así como saber a qué segmento de la población va dirigido y qué margen geográfico vamos a cubrir (nacional, internacional, provincial).

INTRODUCCIÓN

Nuestro público clave es aquel preocupado en la crítica, análisis, objetivos, políticas públicas, logros y éxitos de los gobiernos emanados por el partido, política nacional e internacional, análisis de prospectiva, finanzas públicas, análisis de iniciativas de ley y aquellos interesados por la comunicación, ética gubernamental y obtener algunas herramientas que apoyen a los servidores públicos en su tarea diaria de gobierno.

2.- Seleccionar los elementos conceptuales que vamos a utilizar, dichos elementos de la composición deben tener un por qué de su utilidad, en la interpretación final de nuestro mensaje, no sólo interviene la colocación de distintos elementos sino la percepción final que tenga nuestro receptor.

3.- Tomar en cuenta las percepciones relacionadas con el ámbito cultural en el que nos movemos y las distintas significaciones que pueden tener ciertos elementos: colores, orden de lectura, significaciones compartidas en el entorno y relacionadas con el ser humano y tomar en cuenta también que la proporción es una importante variante que influye en el modo en el que percibimos las cosas.

La finalidad principal de esta tesis es demostrar que la revista *KRATOS* por medio de un diseño de portada coherente y estructurado e ilustración, puede reflejar su tendencia política ya que cada elemento gráfico que coexiste con el hombre tiene un sentido y una percepción y es menester que cada profesional del área de diseño logre que esa percepción sea recibida y codificada adecuadamente por el receptor y más importante aún, provocar su demanda, no sólo de los miembros del partido original de la revista, sino también de otras secretarías y lectores interesados en el tipo de temas tratados dentro de la revista.

I.1 Antecedentes del Diseño Editorial

El habla es la habilidad humana de producir sonidos articulados para comunicarse, fue una de las primeras habilidades desarrolladas por el hombre. Un avance importante que le permitió tener la capacidad de organizar una comunidad y lograr, en cierta medida, controlar su destino.

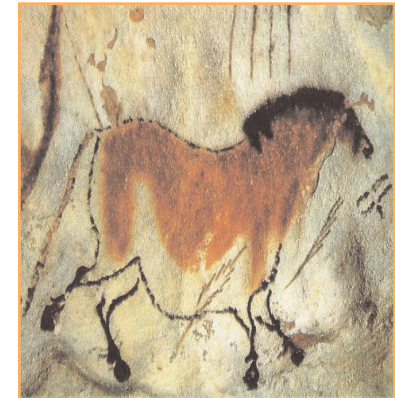
Sin embargo, la palabra hablada sufre una limitante: se encuentra determinada por la capacidad de memoria de los individuos y por el carácter inmediato de la expresión, que si bien ha sido fundamental para la comunicación del ser humano, no puede trascender el tiempo ni el espacio; pues ésta se desvanece sin dejar rastro y la palabra escrita, aún se conserva. La especie humana siempre ha tenido la necesidad de dejar vestigio de su existencia en este mundo: marcas, símbolos, imágenes dibujadas sobre piedra y cavernas son claros ejemplos.

El desarrollo de la escritura y el lenguaje visual tienen sus orígenes en imágenes sencillas, existiendo una relación estrecha entre el acto de dibujar y el del trazo de los signos de la escritura. Ambas son maneras naturales de comunicar ideas y el hombre primitivo las utilizó como medio elemental, para registrar y

transmitir información.

En sus inicios, la escritura era ideográfica, sus signos significaban ideas abstractas, pero al buscar un lenguaje escrito que funcionara de la misma manera que el habla, surgió la necesidad de representar sonidos hablados, que eran difíciles de ilustrar. Los pictogramas comenzaron entonces a significar el sonido del objeto descrito, en vez del objeto mismo, transformándose en ideogramas. Cabe recalcar, la importancia de la escritura, la cual registró y llevó el esplendor de las civilizaciones de la antigüedad a otros pueblos, permitiendo preservar el conocimiento, experiencias y pensamientos de dichas civilizaciones hasta nuestros días. La literatura floreció cuando se grabaron en tablas de arcilla mitos, himnos, relatos épicos y leyendas, la escritura fomentó un profundo sentido de la historia y las tablas hacían una reseña meticulosa de los acontecimientos que ocurrían durante el reinado o gobierno de cada monarca.

La escritura permitió a la sociedad, establecerse bajo la autoridad y la ley. Un adelanto importante dentro de la comunicación visual, fue desarrollada por los egipcios; la utilización



Cueva pintada en Lascaux, entre los años 15 000 y 10 000 a.C.



Jeroglíficos

3 Philip, Meggs. "Historia del Diseño Gráfico". Ed. Trillas. 1991. pag. 156

del papiro, una especie de papel, utilizado para escribir manuscritos, los egipcios fueron el primer pueblo que elaboró manuscritos ilustrados, en ellos las palabras y los dibujos se combinan entre sí para transmitir la información. Estos dibujos son llamados jeroglíficos; que representaron sonidos por medio de figuras de objetos y por símbolos cuyos nombres son similares a la palabra o sílaba a comunicar.

Con los egipcios podría observarse el inicio del diseño de formato, la distribución y la utilización de la ilustración. En un manuscrito egipcio generalmente a lo largo de las partes superior e inferior de éste, corrían dos bandas horizontales regularmente coloreadas, en las que se escribía en columnas verticales de izquierda a derecha separadas por rayas, las imágenes se insertaban entre el texto, en algunas ocasiones se dividía la hoja en zonas rectangulares a fin de separar el texto de las imágenes. Existió una integración funcional de texto e imagen, estéticamente agradable, ya que la textura densa de los jeroglíficos dibujados a pincel, contrastaba con los espacios abiertos y las plastas planas de color de la ilustración.

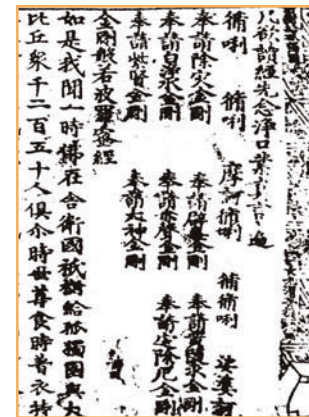
En la antigüedad clásica los griegos y romanos, también diseñaron e ilustraron manuscritos; La invención del alfabeto ABC (derivado de las primeras dos letras del alfabeto griego) representó un gran paso en la comunicación humana. *“Un alfabeto es una serie de símbolos visuales simples que representan sonidos elementales”*³.

Estos símbolos se pueden unir y combinar para formar una configuración visual capaz de representar todos y cada uno de los sonidos, sílabas y palabras articuladas por la voz humana. La escritura alcanza niveles de calidad formal por lo que atañe al diseño de la letra y tipología. Por ejemplo la escritura epigráfica o lapidaria puede considerarse como el antecedente o cimiento de todo el diseño tipográfico posterior, gracias a la relación y equilibrio de la forma y la proporción que existía entre las letras, la alineación, interlineado y la composición del bloque de texto.

Los romanos también utilizaron su propio alfabeto, la invención del pergamino: superficie para escribir hecha de pieles de animales domésticos, se convirtió en un popular material para la escritura de ese tiempo, ya que



Entre los egipcios, existió una integración funcional de texto e imagen, estéticamente agradable entre los jeroglíficos y la imagen.



Caligrafía China

era más grande, durable y flexible abrió las posibilidades al diseño y la ilustración. Los primeros rollos de la época de Julio César ya contenían numerosas ilustraciones pequeñas, sencillas y frágiles dibujadas en el texto, la frecuencia con que éstas aparecen nos permite hacer una comparación con un libro de dibujos animados contemporáneo. Casi al iniciarse la era cristiana en Roma y Grecia existió un diseño de formato que revolucionó al rotulus o rollo. Este nuevo formato, llamado Codees se hacía reuniendo el pergamino en grupos de dos, cuatro u ocho hojas.

Estas se doblaban, se cosían y se combinaban en códices con páginas, como un libro de nuestro tiempo. Esto abrió más posibilidades al diseño y la ilustración, ya que puede apreciarse una concepción un poco más clara del diseño gráfico: textos escritos con mayúsculas en una columna ancha en cada página, ilustraciones enmarcadas con bandas de colores (frecuentemente rojo), este estilo pictórico de la ilustración de libros es comparable al último periodo de la pintura romana.

Por otro lado, la cultura del medio oriente, floreció en virtual aislamiento de la civilización

occidental, pero fue conocida gracias a Marco Polo, quien llevó a Occidente las innovaciones aportadas por los chinos entre las cuales se encuentran algunas que cambiaron el curso de la historia.

La caligrafía, sistema visual más utilizado en la actualidad, fue una de sus aportaciones más importantes, al igual que la invención del papel, dejando atrás a las tablillas, los papiros de los egipcios o el pergamino de los romanos. Y el papel se convirtió entonces en el sustrato ideal para la transmisión de la información.

El uso de la imprenta, invento de los chinos para la duplicación de las palabras e imágenes, amplió la difusión del pensamiento y de los hechos. En occidente el papel y la imprenta significaron un nuevo método para reproducir y extender el lenguaje europeo, su cultura, religión y ley por todo el mundo. Durante las últimas décadas del Imperio Romano, el formato gráfico se convirtió en símbolo de creencia religiosa. El propósito del cristianismo, que buscaba universalidad y la conversión de todos los pueblos, elevó los libros y la escritura a un nivel de importancia mucho mayor que la que existió en el mundo antiguo.

A la desaparición del imperio romano, siguió una era de incertidumbre en occidente, después de que el imperio se dividió en 2 partes con capitales en Bizancio y Roma. La parte oriental se convirtió en la sofisticada sociedad bizantina y la porción occidental vió la degeneración de las ciudades, transformándose en pequeños villorrios, donde los lenguajes regionales, costumbres y divisiones geográficas de Europa comenzaron a formarse en áreas aisladas.

La población en general se hundió en el analfabetismo, pobreza y superstición, se estableció una sociedad feudal donde los terratenientes tenían el poder dictatorial sobre las personas que trabajaban en sus tierras. El conocimiento y cultura del mundo clásico estaban casi perdidos y la fe cristiana en los escritos religiosos se convirtió en el principal estímulo para la preservación de los libros.

Los monasterios cristianos se transformaron en centros de actividad cultural. La búsqueda de preservar el conocimiento incluía la elaboración de manuscritos ilu-

minados, su elaboración era costosa y tomaba mucho tiempo, el soporte gráfico era un pergamino o vitela que necesitaba muchas horas de elaboración. En la elaboración de los colores usados en la ilustración de los manuscritos se utilizaron sustancias minerales, animales y vegetales, la tinta negra se obtenía de hollín fino, la tinta roja que se utilizaba en títulos y marcas de párrafo se elaboraba de la mezcla de goma con tiza roja o sanguínea. En el caso del color café se empleaba raspadura de hierro, por citar algunos ejemplos.

Para efectos de diseño, a veces se utilizaban herramientas para trabajar metales a fin de punzar o labrar. El manuscrito obtuvo el nombre de iluminado gracias al brillo deslumbrante del oro, que se obtenía martillando éste hasta lograr una fina lámina que se colocaba sobre una base adhesiva. Las tapas de los libros eran tablas de madera generalmente cubiertas de piel, en el cuero se aplicaban modelos decorativos labrados. Los trabajos más importantes de ésta época fueron las escrituras cristianas.

La elaboración de manuscritos tenía la colaboración de 3 personas: un erudito que

conocía el griego y el latín, quien funcionaba como editor y director de arte, tenía la responsabilidad total de los manuscritos; el copista que pasaba todo el tiempo escribiendo a pluma, y el ilustrador o iluminador que era el artista responsable de la ejecución de los ornamentos y la imagen que servía como apoyo visual del texto, pues la ilustración y ornamentación no sólo constituían un mero adorno, debido a que para el cristiano del medievo los escritos sagrados tenían gran significado gráfico e ilustrativo, y los dibujos, así como los adornos tenían que crear matices místicos y espirituales que refozaran visualmente el significado de la palabra.

La producción de manuscritos creó un vasto vocabulario de formas gráficas, composición de páginas, estilos de ilustración, letras y técnicas. El período romanesco (1000-1150) fue un período de renovado fervor religioso, la religión se encontraba unificada por conquistar la Tierra Santa por medio de las Cruzadas y se produjeron grandes libros litúrgicos, incluyendo Biblias, evangelios y salmodias.

Las características más notables de ésta época en los libros fue el gusto de distorsionar fi-



El manuscrito obtuvo el nombre de iluminado gracias al brillo deslumbrante del oro, que se obtenía martillando éste hasta lograr una fina lámina que se colocaba sobre una base adhesiva.

4 Ibidem, pag. 156

guras que combinaran con el diseño total de la página, éstas se colocaron contra fondos de hoja de oro de patrones texturizados.

El período romanesco evolucionó al período gótico que duró desde el año 1150 hasta el renacimiento de la cultura europea que se inició en Italia en el siglo XIV, caracterizado por ilustraciones divididas en segmentos por medio de marcas muy elaboradas, estas ilustraciones eran figuras alargadas que se elevan en un movimiento vertical que a menudo llevan elegantes vestidos ajustados a la moda de la época o túnicas sueltas, el texto utilizó el estilo de letra textur, que se parece a una cerca de estacas por la rígida repetición de verticales rematadas con agudos bigotillos, los trazos redondeados casi se eliminaron y las letras así como los espacios estaban condensados con la finalidad de ahorrar espacio, el efecto visual da como resultado una textura en un negro muy intenso, se utilizaron colores azules, verdes, rojos, castaños, grises y amarillos.

Para principios del siglo XV, la tendencia gótica hacia la abstracción y la presentación estilizada de las formas, dio marcha atrás.

Ahora se buscaba un realismo convincente, y la ilustración adquiere otras dimensiones, con el empleo de la perspectiva atmosférica para colocar planos y volúmenes en espacios profundos, y la perspectiva lineal. Existió un fuerte sentido de masa y volumen y en algunas ilustraciones las luces y las sombras proyectadas son creadas por medio de una sola fuente de luz, en contraposición con los períodos anteriores donde todo era plano.

Se utilizó una paleta de colores más amplia, con variaciones de color, existiendo ya dos tonos de azul, ultramarino y cobalto así como dos de verde, uno hecho de carbonato de cobre y otro de hojas de iris. También se preocuparon por la preservación de los colores en la imagen, mezclando goma arábica con agua a fin de utilizarla como adhesivo.

Al mismo tiempo aparecía en Europa un nuevo medio de comunicación visual: la impresión en bloques de madera, mejor conocida como xilografía, el texto y la ilustración eran grabadas a mano sobre un mismo soporte; la xilografía fue el primer procedimiento mecánico de difusión de copias idénticas a partir de un original, las primeras impresiones con blo-

ques de madera con propósito de comunicación fueron las impresiones devocionales de santos así como los juegos de naipes, gracias a éstos se introdujo el reconocimiento de símbolos a las masas. El grabado de la inscripción y la imagen en un mismo bloque de madera dio origen a los libros de bloque, que eran libros con imágenes de contenido religioso y texto breve.

“El libro de bloque precedió al libro tipográfico. Se caracteriza por un trazado simplificado en la ilustración con predominio de elementos visuales comparable a un libro de historietas de nuestro tiempo”⁴. Este tipo de libro se usó para la instrucción religiosa de los iletrados, la mayoría de los libros de bloque contenían entre 30 y 50 hojas, la coloración de las ilustraciones era manual y se utilizaban estenciles para aplicar áreas lisas de color a los textiles, juegos de naipes y después a las tallas de madera para libros de bloque. En algunas impresiones se utilizó pasta o goma rociados con diminutos fragmentos centelleantes de metal e incrustaciones de diminutos cristales de cuarzo con color y lana en

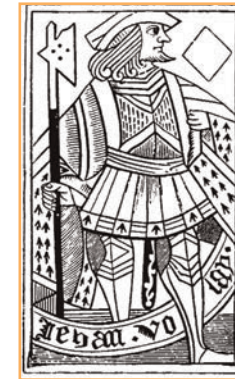
polvo, éstos fueron usados como elementos de diseño para lograr una atractiva calidad al tacto y luminosidad en la imagen, pues si bien tenían la ventaja de reproducirse varias copias en un tiempo menor, era necesario cubrir las deficiencias en la ilustración debido a la imposibilidad de tener un control total en el trazo sobre la madera y por tanto la ilustración carecía de la calidad en perspectiva, masa y volumen que contenían los libros artesanales anteriores.

Durante el siglo XV y en general a lo largo de todo el Renacimiento destaca notablemente la disciplina editorial y con ella especialmente el libro que hasta entonces había permanecido postergado al consumo público, sirviendo más a aficiones inventariales que al propósito social de divulgación de conocimiento.

En el Renacimiento culmina la supremacía del pensamiento condensado en el libro impreso, el libro adquirió como objeto cultural un valor de absoluta plenitud, la llegada de la tipografía como nuevo invento despertó gran entusiasmo, los editores renacentistas muy pronto comenzaron a experimentar alternativas originales, desde la creación de tipos, la revisión

de formatos y el ornamento de la encuadernación, con lo que el libro adquirió una entidad formal muy distinta al del modelo histórico tradicional de siglos pasados. La impresión tipográfica que precedería al libro de bloque en bloque, debido a que la impresión xilográfica o de madera era demasiado frágil, probablemente para los chinos fue ventajosa porque la alineación entre sus caracteres no era difícil, pero la clasificación de más de 5000 caracteres básicos era insostenible.

En contraste, la necesidad de una alineación exacta y el sistema alfabético sencillo con cerca de dos docenas de letras, hicieron posible en occidente la impresión de textos por medio de tipos independientes movibles y reusables, estos se hicieron a partir del grabado en metal, creado por John Gutenberg quien juntó complejos sistemas y subsistemas necesarios para imprimir un libro tipográfico, alrededor del año 1450. Desarrolló diversos trabajos en metal y en el arte del grabado para hacer tipos, Gutenberg observó la necesidad de una alineación exacta y el sistema alfabético sencillo con cerca de dos docenas de letras, y esto hizo posible en occidente la



Sota de Diamantes, naipes grabado en madera en 1400. El diseño plano y estilizado de las barajas ha cambiado poco en más de 500 años. Los signos visuales para designar el palo, se establecieron conforme a las cuatro clases de la sociedad medieval. Los corazones simbolizan el clero, las espadas representaban la nobleza; la hoja de trébol a los aldeanos, y los diamantes a los burgueses.



Página de libro de bloque. este tipo de libros se caracteriza por un trazado simplificado en la ilustración con predominio de elementos visuales comparable a un libro de historietas de nuestro tiempo. La historia de la Santa Virgen, año 1400.

impresión de textos, por medio de tipos independientes, movibles y reusables.

Para la creación de la impresión tipográfica fueron necesarios una serie de pasos. Había que seleccionar un tipo de letra, Gutenberg hizo una elección de letra cuadrada, de estructura compacta, usada comúnmente por los escribas alemanes de su época. “*Los primeros impresores buscaron competir con los calígrafos imitando su trabajo lo más apegado posible*”⁵.

Este estilo de “valla puntiaguda” de la letra de bloque, carente de curvas sutiles, fue tan bien desarrollado por Gutenberg que los caracteres en la Biblia de 42 líneas son difícilmente distinguibles de la buena caligrafía. Después cada carácter en la fuente, letras mayúsculas y minúsculas, números, puntuación ligaduras, debían ser grabados en lo alto de la barra de acero para hacer un troquel, este era llevado a una matriz de cobre o latón más suave para hacer una impresión de la letra en negativo.

La clave de la invención de Gutenberg fue el molde de tipo usado para la proyección de letras individuales. Cada carácter debía ser paralelo al plano en cada dirección de la

misma altura exacta. El molde tipo de dos piezas se ajustaba a la adaptación de matrices para caracteres angostos así como para los anchos. La fabricación del tipo requería de un metal suave para fundirse, pero lo suficientemente duro como para soportar miles de impresiones.

El diseño de prensa de John Gutenberg consistía en un gran tornillo que bajaba y subía una plancha para imprimir. Entre los ejemplos de los primeros diseños tipográficos e impresos fue la Biblia de 42 líneas, el número abundante de caracteres alternos y ligaduras permitieron que ésta tuviera una gran riqueza y variedad de la página manuscrita y con la búsqueda de un enriquecimiento posterior, se dejaron espacios en blanco para que un copista dibujara las iniciales decorativas.

Al mismo tiempo y en la misma región de Europa en la que Gutenberg inventó el tipo movable, se hacían grabados en cobre. Para producir un grabado en lámina de cobre, se dibujaba sobre una lámina pulida de metal, la tinta se aplicaba en las ranuras y el papel era presionado contra la placa para recibir la imagen en tinta, la colocación de las imágenes

dentro del espacio y el dibujo eran minuciosas así como el empleo de la línea para efectos tonales.

Conforme la Biblia era publicada edición tras edición, el aumento de su estudio condujo a los hombres de toda Europa a formular sus propias interpretaciones en lugar de apoyarse en los líderes religiosos, eso llevó directamente a la Reforma de Lutero, que dividió al cristianismo en cientos de sectas. La imprenta jugó un papel clave en las revoluciones sociales, económica y religiosa que se suscitaron en los siglos XV y XVI.

Para estos fines se habían establecido imprentas en toda Europa, sin embargo como cita Philip Meggs en su libro Historia del Diseño Gráfico “*Pocos impresores contribuyeron al desarrollo del diseño gráfico. La mayoría se contentaron con imprimir copias de manuscritos o reimprimir las primeras ediciones.*”

La innovación en el diseño de libros tuvo lugar en Alemania, donde los artistas grabadores en madera e impresores

6 Ibidem

tipográficos colaboraron a fin de desarrollar el libro ilustrado y los pliegos sueltos. El primer libro tipográfico con ilustraciones de grabados en madera fue impreso en 1460, para el siguiente año se establecieron varias imprentas, con lo que se enriqueció la variedad tonal y el diseño de las páginas. En Italia los estilos de letra y el diseño del formato heredados de los manuscritos iluminados dieron paso a un enfoque de diseño único para el libro tipográfico. Los primeros impresores siguieron la costumbre de poner manuscritos el título y el autor en la parte superior de la primera página, en el mismo tamaño y estilo de letra del texto, pero para el año de 1463 se imprimió la primera portada. Esta se convirtió posteriormente en un vehículo esencial de expresión del diseño gráfico.

Para 1490 la mayoría de los impresores tenían problemas con la venta de libros grandes por lo que abandonaron el formato grande de las Biblias litúrgicas y adoptaron páginas de formatos más pequeños que eran más convenientes y económicas para el consumidor privado. Un personaje notable de la ilustración metálica y de madera fue Alberto Durero, quien se dio a conocer con la publicación en

latín y alemán de El Apocalipsis.

*“El Apocalipsis de A. Durero tiene una fuerza emotiva sin precedente. La tinta negra sobre papel blanco crean volumen y profundidad, luz y sombra, textura y superficie y se convierte en una metáfora de la luz en un mundo turbulento de poderes imponentes”*⁶

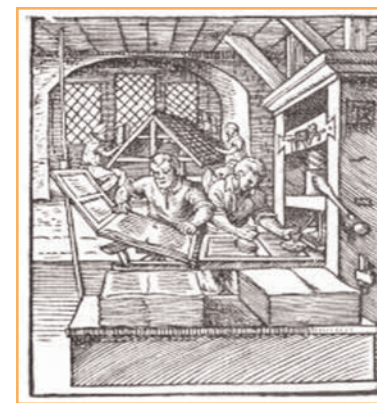
Para 1500 comienza en Italia el Renacimiento, período en donde resurge la literatura clásica de la antigua Grecia y Roma, este periodo y el trabajo de los humanistas italianos está estrechamente ligado con el enfoque innovador del diseño del libro.

Existió un nuevo enfoque de diseño, distinto al del libro alemán ilustrado. Este nuevo enfoque se inició en Venecia y continuó ahí durante las últimas décadas del siglo XIV. En el Renacimiento se desarrolló una inclinación por la decoración floral; flores silvestres y enredaderas se aplicaron a mobiliario, arquitectura y al manuscrito.

El libro continuó siendo una colaboración entre el impresor tipográfico y el iluminador quien se encargaba de añadir iniciales y orna-



Biblia de Gutenberg



Diseño de Prensa de Gutenberg

mentos. Dentro de las innovaciones se encuentran el uso de orillas e iniciales grabadas como elementos de diseño, estos diseños decorativos incluyen figuras naturalistas inspiradas en la antigüedad occidental y formas moldeadas derivadas de las culturas islámicas orientales, algunas veces estos elementos decorativos se imprimían con tinta de color rojo.

Pero la plenitud de la decoración gráfica en el libro impreso no comienza sino hasta que termina el siglo. Para este siglo los diseños de página son muy peculiares; el texto está dispuesto a partir de una columna cerrada con anchos márgenes exteriores, y las imágenes libremente moldeadas en trazos dinámicos sin geometría, en un despliegue a toda página se muestra la presencia reiterada de torres y arrietes que en la punta tienen la forma de una cabeza de carnero, la unión de estos elementos da a las páginas un ritmo visual muy vivo.

El Renacimiento de Italia empezó a debilitarse con el saqueo de Roma en el año 1527, así la vitalidad cultural de Italia fue importada a Francia. Esta época fue fértil para el diseño gráfico y la impresión, pues pronto los libros

impresos en tipos romanos con portadas e iniciales inspiradas en los Venecianos brotaron por todo París.

Sin embargo, la censura se convirtió en un problema cada vez mayor durante el siglo XVI, a medida que la Iglesia y el Estado buscaban mantener su autoridad y control.

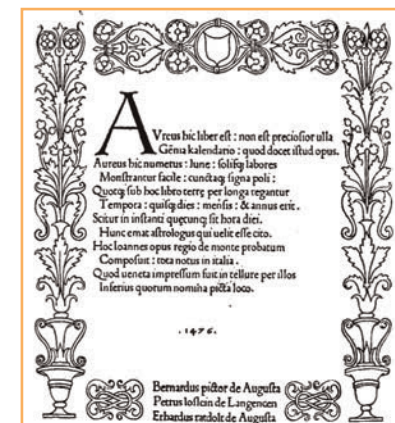
Los líderes impresores produjeron libros de bellas proporciones, así como una destacada legibilidad, bella tipografía y elegante ornamentación.

El siglo XVII fue una época relativamente tranquila para la innovación del diseño gráfico después del notable progreso que tuvo lugar durante las décadas de los Incunables y la tipografía y diseño del libro del Renacimiento.

Se disponía de gran número de troqueles, matrices y bloques de madera del siglo XVI pero existía poco incentivo por parte de los impresores para que se encargaran de nuevos materiales gráficos. El diseño y la impresión del libro se caracterizaba por una actitud de negocios. En el siglo XVII tuvo lugar el despertar del genio literario, se publicaron trabajos



Diseños decorativos del Renacimiento.



Los diseños decorativos incluyen figuras naturalistas inspiradas en la antigüedad occidental y formas moldeadas derivadas de las culturas islámicas orientales.

7 Ibidem

inmortales de autores talentosos incluyendo al dramaturgo William Shakespeare y al novelista y dramaturgo español Miguel de Cervantes Saavedra.

Para este siglo, se crearon nuevos estilos tipográficos, estos tipos rompieron con una tradición de estilo caligráfico, rasgos finales cerrados y trazos cargados relativamente parejos de las fundiciones del estilo antiguo. El grabado de láminas de cobre seguía creciendo en popularidad conforme al refinamiento técnico aumentaba sus variedades de tono, textura y detalle.

Se establecieron talleres de grabado independientes, estos talleres producían además de comisiones para grabados en lámina de cobre destinados a la ilustración de libros, grabados para colgar en la pared, también se producían pliegos, tarjetas de publicidad y otros impresos. El estilo imaginativo del arte y la arquitectura franceses, floreció desde el año 1720 hasta 1770, la cual recibió el nombre de Rococó, caracterizado por un florido e intrincado ornamento que se compone de curvas con forma de S y C, volutas, adornos góticos y dibujos de plantas derivadas de la naturaleza

del arte clásico, del arte oriental y hasta obras de fuentes medievales.

*"Este derroche de expresión de la época del Rey francés Luis XV encontró su mayor expresión del diseño gráfico en el trabajo de Pierre Simon Fournier, estableció una operación independiente de diseño de tipo y fundición. Fournier surtió a los impresores del Rococó con un sistema completo de diseño (romanas, itálicas y plumilla, estilos decorativos, rayas y ornamentos) de medidas estandarizadas cuyas partes se integraban tanto visual como físicamente"*⁷.

Los libros de este estilo se hicieron populares y estuvieron de moda hasta la Revolución Francesa en el año 1789, que acabó con la monarquía y la era del Rococó.

Durante los años decadentes del siglo XVIII, William Blake grabador e impresor, dio un nuevo matiz a los libros de esa época, pues cada página estaba impresa como una monocromía combinando palabras e imágenes, después se coloreaba a mano cada página con acuarela o imprimían colores. Cada copia con cubiertas de papel se encuadernaba a mano, Blake logró que en sus libros de



William Blake dió un nuevo matiz a los libros de la época, combinando imágenes coloreadas a mano, para alcanzar una expresión gráfica distinta.

poesía, los dibujos que lo acompañaban fueran un esfuerzo por superar el material de diseño gráfico e impresión para alcanzar una expresión distinta. La Revolución Industrial, tuvo lugar por primera vez en Inglaterra entre los años 1760 y 1840, la energía fue el impulso básico para la transformación de la sociedad agrícola en una sociedad industrial. En 1796, el austriaco Alois Senefelder inventa la técnica de impresión denominada litografía. Se trata del primer proceso de impresión en plano. Para esta técnica se emplean como soporte, placas de piedra caliza que absorben las sustancias grasas y el agua, aunque éstas no se mezclan entre sí. Si se dibuja o escribe sobre dicha piedra con un color graso y acto seguido se humedece la superficie con agua, ésta penetrará en la piedra sólo en aquellos lugares no cubiertos por los trazos escritos. Si se aplica después tinta grasa de impresión sobre la piedra, las zonas mojadas no la aceptan, mientras que queda adherida al resto de la plancha, pudiendo procederse así a la impresión.

Durante el transcurso del siglo XIX la cantidad de energía generada por vapor se incrementó mas de 100 veces. Se desarrolló un sistema fabril de manufactura mecánica y con

ésta, la división del trabajo.

Fue posible disponer de nuevos materiales en especial el hierro y el acero. Circunstancia que facilitó la producción en masa, lo que provocó un incremento en la presencia de productos disponibles en el mercado y la reducción de los costos. La abundancia de mercancía barata estimuló un mercado masivo y por consiguiente su demanda.

Los diversos materiales gráficos, jugaron un papel importante en la comercialización de la producción industrial. El nivel de vida en Europa y América mejoró para algunos sectores, notablemente durante el siglo XIX, ya que empezó a existir una necesidad de encontrar un grado de igualdad, que se inició a partir de las revoluciones francesa y americana lo que trajo consigo un mejoramiento en la educación pública y por tanto, la posibilidad de leer y escribir, por lo que el público lector consecuentemente aumentó. Este período se caracterizó, por una mayor trascendencia y disponibilidad de la comunicación gráfica.

En el transcurso del siglo XIX la especialización del sistema de fábricas, dividió la



Imprenta Litográfica



Thomas Bewick

comunicación gráfica en dos partes diferentes, diseño y producción. La naturaleza de la información visual sufrió un cambio profundo, se expandió la escala de medidas tipográficas y el estilo de los tipos de letras. Por toda Europa y América los impresores de libros y ahora de periódicos, comenzaron a retirar sus prensas manuales y reemplazarlas por las de energía de vapor. El costo de la impresión tan elevada en un pasado, se desplomó, mientras el tamaño de las ediciones aumentó.

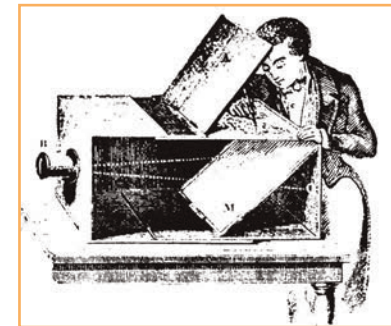
La imprenta comenzó su increíble desarrollo, pues los periódicos y libros se multiplicaron, ahora los impresores no sólo atendían las necesidades relativamente limitadas de la Iglesia y el Estado, ahora eran portadores de cultura a todos los aspectos y sectores de la sociedad.

La invención de la fotografía y más tarde, la de los medios para imprimir imágenes fotográficas ensancharon el significado de la documentación visual y de la información pictórica. La fotografía se convirtió en una nueva herramienta de comunicación visual, pues al comienzo de la década del año 1840, el nivel creciente del grabado en madera, que se inició con Thomas Bewick, quien es llamado el padre del grabado

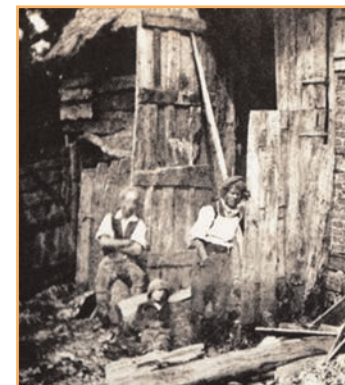
en madera, con su singular técnica de "línea blanca" empleó un buen grabador para alcanzar efectos tonales delicados, cortando con el grano en los bloques de madera de boy turco, en lugar de con el grano en los bloques de madera más blandos usados para crear grabados, esta técnica se convirtió en el método más importante para la impresión de letras de imprenta hasta el advenimiento del medio tono fotomecánico de casi un siglo después. Bewick fomentó el uso más frecuente y efectivo de imágenes en comunicaciones editoriales y de publicidad.

El grabado en madera predominó en la ilustración de libros, revistas y periódicos debido a que los bloques grabados en madera eran de tipo alto y podían ser acomodados en una impresión tipográfica e impresos con letra, mientras que los grabados en placas de cobre y acero o litografías tenían que ser impresos en un tiraje de prensa por separado.

Sin embargo la preparación de bases de impresión grabadas en madera era muy costosa, por lo que hubo una búsqueda de encontrar un procedimiento en donde se pudiera trasladar dibujos e imágenes en placas para imprimir, que



Cámara oscura portátil de principios del siglo XIX, los principios ópticos de la fotografía eran bien comprendidos y utilizados por los artistas como una ayuda para el dibujo.



Talbot

no fueran por medio del dibujo.

Esta búsqueda la inició primero el francés Niepce y posteriormente Daguerre, así como muchos inventores y estañadores que continuaron con la investigación a fin de encontrar un procedimiento de fotograbado confiable y económico para preparar placas de impresión. Antes de que fuera posible imprimir fotografías, la fotografía se usaba como medio de investigación para el desarrollo de ilustraciones talladas en madera. La realidad documental de la fotografía ayudó al ilustrador en su estudio para captar los acontecimientos del momento.

Durante la década de 1860, los tallados en madera derivados de fotografía se generalizaron en las comunicaciones masivas, la infinita proximidad de la fotografía con el mundo real, configuró un documento histórico para ayudar al hombre a comprender su historia, al dejar ésta vestigios fidedignos de su existencia. Así continuó la incansable búsqueda por imprimir fotografías en máquinas impresoras. Los experimentadores tal es el caso de Talbot, que inventó el fotograma, con el fin de capturar imágenes naturales que se imprimieran en forma durable y permanecieran fijas en un

papel, se dieron cuenta que si se inventaba una placa de impresión fotográfica que pudiera imprimir los sutiles matices de tono que se encuentran en una fotografía, era necesario encontrar un método para separar los tonos continuos en puntos de diversos tamaños; así, podrían lograrse los tonos, a pesar de la aplicación uniforme de tinta de la prensa en relieve.

Muchas personas trabajaron en el problema y contribuyeron a la evolución del procedimiento. Una patente francesa respaldó la trama de fotograbado con líneas en una sola dirección, producida al rayar una serie de líneas horizontales en un fondo opaco. La solución llegó con **un descubrimiento importante cuando el New York Daily Graphic imprimió en un periódico la primera reproducción de una fotografía con una serie completa de tonos, la cual se imprimió a partir de una tosca pantalla de fotograbado en medio tono y con el título "Una escena en Shantytown, esta innovadora pantalla fue inventada por Stephen H. Horgan. La trama de fotograbado dividió la imagen en una serie de pequeños puntos, cuyos diferentes tamaños crearon los tonos. Se simulaban valores según la cantidad de tinta impresa en cada área de una imagen que iban desde el**

simple papel blanco hasta la tinta negra sólida.

La cantidad de luz que podía pasar a través de cada pequeña cuadrícula formada por las líneas determinaba que tan grande sería el punto. La suma de todos estos puntos configuraban una imagen que daba la apariencia de tonos continuos. Max y Louis Levy produjeron tonos intermedios, con el uso de pantallas de vidrio grabadas al agua fuerte.

Después que se usó ácido para grabar al agua fuerte, las líneas rayadas en el vidrio, las hendiduras de las líneas se rellenaban con un material opaco y dos láminas de este vidrio con rayas se intercalaban, cara con cara, entre una serie de líneas de trazo horizontal y otra serie de trazo vertical. Con las pantallas de los Levy podían hacerse soberbias imágenes de tonos intermedios y así llegó la época de las reproducciones fotográficas.

Aunque después imprimir imágenes a color se convirtió en un objetivo importante, las primeras ilustraciones fotomecánicas a

8 Ibidem, pag. 199.

color las imprimió la revista de París L' Illustration (1881) en su edición de Navidad. Compleja y exigiendo mucho tiempo por la necesidad de separación fotomecánica del color, ésta permaneció como forma experimental hasta fin de siglo. La reproducción fotomecánica tuvo un gran auge, dando como resultado que la tecnología comenzara a eliminar rápidamente al antiguo intermediario, esto es, a todos los artesanos que con gran habilidad transfirieron durante años los diseños de los artistas.

Todos los años de aprendizaje y práctica profesional se hicieron obsoletos por el clic de una cámara, pues anteriormente, hasta una semana tomaba al artesano realizar el complicado tallado en madera, cuestión que, el proceso fotográfico redujo mediante la placa para imprimir a una o dos horas con costos muy rebajados.

El francés F.T. Nadar, realizó una gran contribución a la fotografía, fue el pionero de la fotografía con luz artificial, al usar iluminación de gas para fotografiar las antiguas catacumbas y el extenso alcantarillado de Francia. Es entonces cuando se utiliza la capacidad de la

fotografía para proporcionar una relación histórica y definir de esta forma la historia humana para las generaciones venideras.

Después de la guerra civil, ésta llegó a ser una herramienta de comunicación documental importante en la exploración de nuevos territorios y el comienzo del Oeste americano. Edward Muybridge se interesó en fotografiar los troncos de un caballo a intervalos regulares y el resultado fue sin duda *"La simultaneidad de tiempo y espacio, fueron captados sobre una superficie gráfica"*⁸.

El desarrollo posterior de la fotografía de movimiento, el medio cinético de luz cambiante que pasa a través de una serie de fotografías inmóviles unidas por el ojo humano a través de la visión persistente, fue la ampliación lógica de la innovación de Edward Muybridge. Los inventores del siglo XIX como Talbot, Niepce, Daguerre, etc., tuvieron una repercusión colectiva y significativa sobre el diseño gráfico. A la llegada del siglo XX la fotografía se había convertido en una herramienta importante en la reproducción del diseño gráfico. Las nuevas tecnologías alteraron radicalmente las ya existentes y tanto las



Edward Muybridge captó sobre una superficie gráfica, la simultaneidad de tiempo y espacio.

9 Ibidem, pag. 246.

técnicas gráficas como la ilustración sufrieron un cambio dramático.

La fotografía se convertía en una realidad visual de 1/125 de segundo, afirmando así su importancia documental, no igualada por otro procedimiento para fabricar imágenes.

Al tiempo que la producción fotomecánica reemplazó las placas hechas a mano, los ilustradores ganaron una nueva libertad de expresión. La fotografía alejó gradualmente al ilustrador de los documentos basados en hechos hacia la fantasía y la ficción. Las propiedades de textura y colorido de la imagen de tono intermedio cambiaron la apariencia visual de la página impresa.

Este siglo se caracterizó por su experiencia estética de imágenes a color, que pasó de las clases privilegiadas a toda la sociedad, así la litografía a color dio un toque de colorido a muchos hogares, fue un siglo dinámico, exuberante, que presenció un desfile de nuevas tecnologías y expandió las aplicaciones del diseño gráfico. En el siglo XX, el Art Nouveau guarda el cambio de siglo y la explosión de las formas que invadieron todas las artes del di-

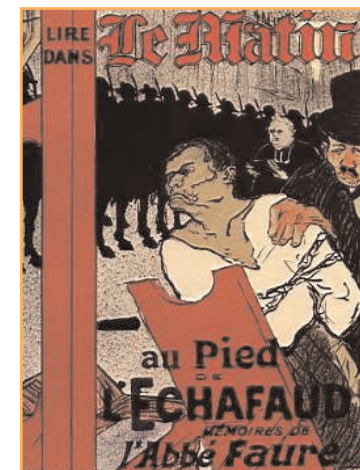
seño. "La cualidad visual que identifica al Art Nouveau es una línea parecida a una planta orgánica. Carente de raíces y sobriedad, puede ondular con la energía del látigo o fluir con la elegante gracia al mismo tiempo que define, modula y decora un determinado espacio" ⁹.

El Art Nouveau o Arte Nuevo es el estilo de transición que se desvió del historicismo que dominó al diseño durante la mayor parte del siglo XIX, éste preparó el camino del siglo XX; la decoración, estructura y función en este arte están unificadas debido a que sus formas y líneas en lugar de copiarse de la naturaleza o el pasado eran inventadas, logrando una revitalización del proceso de diseño que apuntaba sin duda alguna hacia el arte abstracto. Las ideas, los procesos y las formas del arte del siglo XX pueden dar testimonio importante de ésta transformación. Chéret creó una nueva rama de arte que promovió la imprenta y sirvió a las necesidades del comercio y la industria: el Cartel.

Toulouse-Lautrec, sentó nuevas bases en los diseños de carteles, su dominio del dibujo directo sobre piedras litográficas era extraordinario, utilizaba modelos dinámicos con el



Toulouse-Lautrec, sentó, nuevas bases en el diseño de cartel.



Toulouse-Lautrec, utilizó modelos dinámicos para expresar detalles y conceptos de la época con profundidad.

10 Ibidem, pag. 301

objeto de formar imágenes que expresaran detalles y conceptos de la época con profundidad. El arte de Lautrec se basaba en la simplificación y reducción del naturalismo en el lenguaje gráfico de las formas, además de la inclusión de su cuidadosa técnica de rociado.

El diseño gráfico, más efímero y oportuno que la mayor parte de otras formas de arte, por la utilización de formas estilizadas y dinámicas, comenzó a codificar rápidamente hacia la fase floral del Arte Nuevo al tiempo que Chéret, Grasset y Toulouse-Lautrec especialmente, incorporaban motivos del Art Nouveau.

Este arte encontró su manifestación más amplia en el trabajo de Alphonse Mucha su tema dominante era una figura central femenina rodeada de formas estilizadas, derivadas de plantas y flores, sus mujeres proyectan un prototípico sentido de irrealidad.

Exóticas y sensuales. Sus peinados estilizados llegaron a ser un distintivo de la época. El arte gráfico francés y británico unieron sus fuerzas para invadir Norteamérica, ya que la industria publicitaria de los Estados Unidos fue la primera en adoptar el cartel visual y así

comenzaron a aparecer rótulos a colores en los puestos de periódicos anunciando ediciones importantes de revistas.

Las primeras dos décadas del siglo XX fueron una época de efervescencia y cambios insólitos que alteraron radicalmente todos los aspectos de la condición humana.

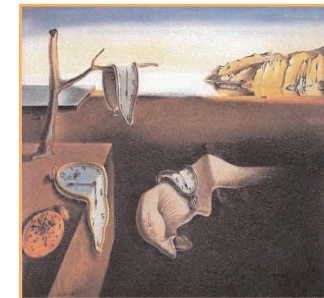
*"las artes visuales experimentaron una serie de revoluciones creativas que cuestionaron sus valores, sistemas de organización y funciones sociales"*¹⁰

La representación de las apariencias externas no satisfacía las necesidades y la visión de la naciente vanguardia europea. Ideas elementales del color y de la forma, la protesta social, las concepciones de la teoría psicoanalítica y de los estados emocionales más íntimos se apoderaron de muchos artistas.

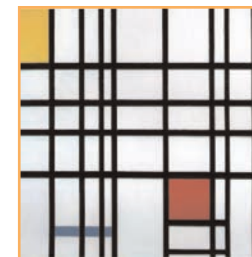
Mientras algunos de estos movimientos tuvieron una escasa influencia en el diseño gráfico, por ejemplo el Fauvismo y el Expresionismo alemán, otros como el Futurismo de Marinetti, Soffici, Depero, el Cubismo de Braque, Picasso y Gris; Blaue



Alphonse Mucha, su tema dominante, la figura femenina rodeada de formas estilizadas.



Salvador Dalí, uno de los exponentes del surrealismo.



El Dadaísmo de Piet Mondrian

Reiter de Vassily Kandinsky y Franz Marc; Suprematismo de Kasimir Malevitch y Naum; el Dadaísmo de Tristan Tzara, Hugo Ball, Hans Arp, Stijl de Theo Van Doesburg, Vilmos Huszar y Piet Mondrian; el Surrealismo de André Breton, René Magritte y Salvador Dalí; en el papel de puente entre el futurismo y el Dadismo desempeñado por Marcel Duchamp con sus experiencias personales.

"Las artes gráficas se han convertido en ciencias y técnicas, lo que había sido intuición y talento, se ha convertido en talento puesto a disposición de lo que llamamos en la actualidad "comunicación visual."¹¹

Estos movimientos constituyeron una totalidad expresiva, tanto por su contenido gráfico como informativo, e influyeron en el proceso de transformación gráfica y apoyaron al diseño gráfico para adoptar nuevos principios de expresión, infundiendo un sentido de síntesis, orden y precisión, así como la evolución de técnicas de producción, reproducción y difusión de mensajes. Propiciaron además los antecedentes de una ruptura formal y conceptual que incide de pleno en la embrionaria construcción de un nuevo diseño gráfico más

11 Luc, Janiszewski y Abraham, Moles. "Grafismo funcional". Enciclopedia del Diseño. Ediciones Ceac., Barcelona, 1987.

técnico o interdisciplinario, en el cual irán integrándose paulatinamente las distintas especialidades del sector (cartelismo, diseño tipográfico, ilustración comercial, diseño publicitario, imagen de identidad, etc.) clasificadas desde entonces en categorías multidisciplinarias, que tuvieron un impacto directo sobre el lenguaje gráfico de la forma y la comunicación visual de este siglo.

Posteriormente, La Bauhaus impone el diseño gráfico como categoría disciplinar. En Europa la renovación del diseño gráfico se produce básicamente en los campos del diseño tipográfico y en la evolución y aplicación de la fotografía como medio de representación en la comunicación de carácter publicitario.

"Así como desde J.Gutenberg hasta los primeros carteles, la tipografía fue un medio de unión (necesario) entre el contenido de una comunicación por un lado y el hombre que lo recibía por el otro. Con los primeros carteles dio comienzo una nueva etapa en su evolución... Se empezó a tener en cuenta el hecho de que forma, formato, color y disposición de los materiales tipográficos (letras y signos) poseen una eficacia visual. La organización de estas posibilidades de eficacia

12 Santue, Enric." El diseño gráfico desde los orígenes hasta nuestros días". Ed. Alianza. Madrid, 1990. pag. 157

13 Lázlo Moholy-Nagy, "Tipografía moderna, Fines, actividad..." op. cit.

visual da también una forma válida al contenido de la comunicación. En otros términos, por medio de la imprenta el contenido es también fijado en forma de imágenes"¹².

Esta sistematización tipográfica, se complementa con la teoría compositiva desarrollada por Mohogoly-Nagy, en donde se puntualizaba que una *"armónica articulación de las superficies, por los nexos y por las tensiones lineales invisibles, aunque claramente perceptibles, que, además de un equilibrio basado en la simetría, permiten otras numerosas posibilidades compositivas"*¹³.

El método interdisciplinar de la enseñanza de La Bauhaus, supuso la progresiva intervención del diseño gráfico en otros campos de actuación.

Por una parte debido a la enorme repercusión de los trabajos experimentales del Moholy-Nagy en la fotografía publicitaria, en la tipografía y en el diseño de publicaciones y de la variada producción de Hebert Bayer en el diseño de anuncios, la estructura pedagógica permitió la orgánica relación del diseño gráfico con la arqui-

itectura, el diseño industrial y el teatro, integrando esta multiforme actividad del diseño gráfico en una dinámica interdisciplinar, al tiempo que en función de ésta, el diseño adquiriría desde entonces una categoría específica dentro del cuerpo de enseñanzas académicas. Por tanto, en conclusión se puede pensar que conforme avanza el tiempo, las cualidades y exigencias funcionales de la tecnología y evolución humana, somenten al diseño gráfico a condicionamientos funcionales además de la adaptación propia a distintos soportes y aplicaciones.

Mientras tanto en algunos países del continente americano, la historia del diseño gráfico empezó hasta después de la Segunda Guerra Mundial, a excepción de países como México, Cuba o Argentina.

Diseño Gráfico en México

México llena por sí solo la historia antigua del continente desde los siglos XVI al XIX, casi sin oposición alguna, Cuba, por su singular circunstancia política, es el único país del continente con un régimen socialista y esto ha dado un giro espectacular a la historia ameri-

cana del diseño gráfico en especial del cartel, desde los años sesenta, Argentina comienza tardíamente a finales del siglo XIX.

Representa la reproducción más fiel en el continente de las tendencias gráficas y publicitarias europeas influida por la desmesurada emigración europea que recibe en los primeros años del siglo XX. México es la referencia histórica y la muestra de identidad gráfica de todo el continente y no sólo de América Latina.

Esto comienza con la perpetuación de los gloriosos estilos del grabado xilográfico de finales del siglo XIX.

La obra del insigne José Guadalupe Posada, hay que enmarcarla en la historia del diseño gráfico, este artista se convirtió en el equivalente a lo que fue en Francia unos setenta años antes, Charles Pellerin, Posada fue capaz de hacer una producción casi tan abundante y variada como lo fue la francesa, además era artista, ilustrador y todavía más que eso un cronista gráfico de todo acontecimiento de la vida mexicana, utilizando un sin fin de soportes de diversas características.



Moholy Nagy



José Guadalupe Posada, grabador, artista, ilustrador y cronista gráfico de todos los acontecimientos de la vida mexicana.

José Guadalupe Posada, supo desarrollar en hojas gráficas de tamaño modesto un estilo tan personal a la vez que sobrepersonal que pudo valerse, en el México Post-revolucionario, base de toda producción artística, no sólo de las artes gráficas sino también de los murales. El sucesor de Posada fue el ilustrador Julio Ruelas, creó un gran número de viñetas para ilustrar la Revista Moderna.

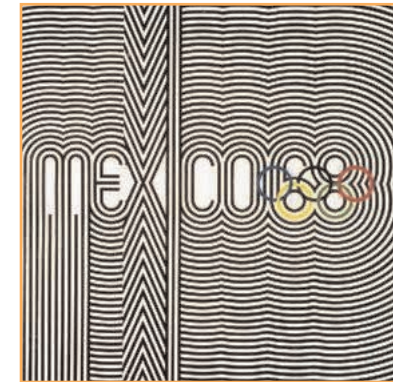
Para los años siguientes se alumbra otro importante grabador: Leopoldo Méndez, es uno de los más activos miembros fundadores de la Asociación de Artistas y Escritores, y de la editorial El Taller de Gráfica Popular, en la que se proponían trabajar colectivamente, evitando disociar los objetivos artísticos de las intenciones sociales y hacer de sus obras accesibles a los miembros de todas las clases sociales.

El primer creador moderno dispuesto a poner su talento al servicio del Diseño Gráfico fue Gabriel Fernández Ledesma, fundó y editó la Revista *Forma* y consagrándose en la creación de catálogos de diseño excepcional calidad representando una tendencia artística contemporánea.

En sus catálogos se aprecia la influencia de temas Art-Decó resueltamente alejados de la tendencia nacionalista mexicana que imperaba entonces en casi todos los sectores de dominio tipográfico. Francisco García de León, compañero de Fernández Ledesma comparte el éxito histórico de su colega en el diseño de carteles y catálogos.

El círculo de influencia de la imprenta llevó a la creación del Grupo Madero, un equipo de diseñadores formados en el departamento de la industria gráfica, de los que destacan Rafael López Castro, Bernardo Recamier, Peggy Espinosa, Germán Montalvo, Luis Almeida etc. Alberto Beltrán fue un inevitable grabador artístico, como la mayoría de sus compatriotas colaboró en la construcción de la historia del diseño gráfico americano.

Beltrán se caracteriza por su interés en la caricatura política (en la que destacan también Rogelio Naranjo y Abel Quesada), lo que le lleva entre otras cosas a fundar, las revistas político-satíricas *Ahí va el golpe* y *El Coyote Emplumado*. Otros miembros de El Taller de Gráfica Popular, ocasionalmente dedicados a ilustrar libros o publicaciones son Adolfo



Poster realizado para las Olimpiadas de México 68.



Sistema Gráfico Realizado para los Juegos Olímpicos de México 68.

Mexiac, Adolfo Quinteros Gómez junto a Fernando Castro Pacheco.

Sobre el cartel comercial, el diseño tipográfico, el diseño publicitario e incluso el diseño de imagen de identidad, los ejemplos de alcance internacional son el sistema gráfico elaborado para los Juegos Olímpicos de México 68 y la señalización del metro mexicano, estos fueron diseñados por Lance Wiman, secundado por los arquitectos mexicanos Pedro Ramírez Vázquez como presidente del Comité Organizador y Eduardo Terrazas como director del Departamento de Diseño.

Sin embargo, en México, así como en el resto de América Latina, sigue imperando en el campo publicitario mexicano el modelo norteamericano más estereotipado.

El siglo XX fue un siglo de diversidad de opciones vanguardistas, que proyectaron sobre el diseño gráfico un amplio y variado abanico especular que contiene todos los instrumentos lingüísticos posibles para hacer frente, con distintos repertorios icónicos a las variantes disciplinarias que la demanda industrial o social contribuyó para engendrar el di-

seño publicitario, diseño de imágenes de empresa, diseño político y social, diseño editorial y el de indentificación y pedagogía del diseño.

El desarrollo de los productos y servicios ha crecido espectacularmente, lo que obliga a los ofertantes a competir entre sí para ocupar un sitio en el mercado. Es en este momento cuando surge la publicidad, y con ella la evolución del diseño gráfico como forma estratégica de comunicar, atraer y ganar la batalla frente a los competidores.

El cómo se transmite una determinada información es un elemento significativo y trascendental para lograr persuadir, convencer, e incluso manipular a gran parte de la sociedad.

Es aquí donde es necesario destacar la participación del diseñador gráfico como agente "embellecedor" de su liturgia persuasiva, si bien la participación de individuos dotados de la habilidad gráfica para la elaboración de mensajes objetivos se ha hecho manifiesta a lo largo y ancho de las sucesivas etapas de la historia y la comunicación humana, el diseñador actual gracias a los avances tecnológicos,

ensanchó el significado de la documentación visual, de la información pictórica, y significó una técnica valiosa para los diseñadores gráficos de nuestra época en la búsqueda de nuevas composiciones y formas.

El diseñador de este siglo, crea mensajes formalizados, transmite una idea, un concepto o una imagen de la forma más eficaz posible.

De acuerdo a lógicas internas y perfectamente coherentes con la función que hoy desempeña el diseño gráfico al servicio de la industrialización y comercialización de mercancías o ideologías.

1.2 Estructuras básicas del Diseño Editorial

Todo trabajo de diseño se debe regir por una estructura previamente estudiada. Esto permite obtener claridad, legibilidad y funcionalidad a la composición, además de facilitar el trabajo creativo.

EL FORMATO

Se refiere a la proporción del cuadro donde se va a representar la imagen, o sea, el espacio plástico: lo que implica una relación interna en sentidos vertical y horizontal, espacio en el que se van a representar y estructurar los elementos morfológicos de la imagen.

Seleccionar uno u otro formato influirá marcadamente en la composición general y determinará un tipo u otro de representación y significado. Es importante seleccionar el más adecuado para cada caso representativo, ya que el formato debe favorecer la adaptación al campo visual humano por ser el primer condicionante para lograr una composición adecuada y porque afecta a la significación plástica del cuadro.

Debemos buscar la armonía entre la dimensión vertical y la horizontal, lo que nos sugerirá cierto orden visual al que nuestro

entendimiento tiende. Pues existe una clara correspondencia entre la estructura del formato y el tema que la imagen compone y significa, acentuando o disipando ciertas tendencias visuales que se corresponden con la composición.

Así, los formatos horizontales son los más estáticos, los verticales y circulares lo más dinámicos. En el Diseño Editorial existen ocasiones en las que el formato puede ser elegido por el diseñador, lo que da muchas posibilidades de composición. Pero en la mayoría de los casos, esto no sucede, y el espacio o formato está predefinido, lo que obliga al diseñador a adaptarse a dicho formato. De cualquier forma, la composición o ubicación de los elementos, deberá hacerse en coherencia con el formato.

Un aspecto que debemos tener en cuenta dentro de los formatos es el margen, es decir el espacio en blanco que rodea la composición. Dependiendo del tipo de trabajo que estemos realizando el margen tendrá una función diferente. Por ejemplo, si lo que estamos haciendo es el diseño de un libro, los márgenes pueden tener una doble misión. Por un



El formato ofrece un sin fin de posibilidades al diseñador para realizar una composición.

lado estética, dejando un margen blanco en los extremos (superior, inferior, derecho e izquierdo) de la composición para que ésta sea más clara y agradable de leer. Por otro lado práctica, ya que los márgenes pueden servir para facilitar la encuadernación del libro. Dentro de la acepciones de formato más comunes dentro de una revista tenemos las siguientes:

La página, es un formato adecuado para crear impacto y no pasar desapercibido. Los anuncios que ocupan este espacio son impactantes y no pasan desapercibidos. Según su posición en la publicación se encarecerá más o menos dependiendo de si se encuentra en una situación concreta así como en página impar o par, siendo la impar la más cara y eficaz.

La doble página, es utilizada normalmente por empresas grandes. Este formato corre el riesgo de ser pasado por alto, ya que el lector percibe rápidamente que no contiene noticias, solo publicidad. Pero normalmente este formato es aún más impactante y eficaz que la propia página. Su precio es alto, más si hablamos de la Doble Página Central, que tiene la particularidad de no encontrarse el anuncio

dividido en dos partes. Dentro de las subdivisiones del uso de la página tenemos las siguientes:

El módulo, es el formato mínimo de representación de un anuncio. Cuando establecemos el tamaño que tendrá nuestra retícula en una determinada publicación estableceremos ese tamaño de módulo que no será igual en todos los periódicos o publicaciones.

Este se establecerá como la expresión mínima de un anuncio (excluyendo a los anuncios por palabras) y normalmente sólo están compuestos de texto o de una ilustración u ornamentación mínima.

El faldón, es aquel formato que ocupa la parte inferior de la página, y que puede tener una altura variable, siendo siempre inferior a media página.

La media página, se puede disponer de dos formas diferentes: horizontal y verticalmente. La media página vertical aunque en un formato que puede resultar un tanto forzado para algunos diseños, por lo general es más ágil, eficaz y visible, ya que en la horizontal suele ha-



DOBLE PÁGINA



PAGINA

cerse más complicada la comunicación al tener el peso de las noticias encima. Suele tener el inconveniente de que la otra media página está ocupada por noticias independientes en su contenido a dicho anuncio.

El Falso Robapáginas, el espacio que deja para las noticias es mayor que el del anuncio del Robapáginas. Robapágina, este formato ocupa la página casi entera, de tal forma que puede crearse un anuncio casi de las mismas características que el de una página entera, siendo a su vez más barato y teniendo una alta efectividad aunque pagando evidentemente un precio menor publicitario que por la página completa.

LA RETICULA

Cualquier diseño implica la resolución de una serie de problemas tanto a nivel visual como a nivel organizativo. Imágenes y símbolos, campos de texto, titulares, tablas de datos: todo ello debe reunirse con el fin de comunicar. La retícula es una forma de presentar juntas todas esas piezas. Las retículas pueden ser flexibles y orgánicas, o bien rigurosas y mecánicas..¹⁴

Entre otras cosas, la retícula está indicada para ayudar a resolver problemas de comunicación

que presentan un alto grado de complejidad, ya que aporta a la maquetación un orden sistematizado, distinguiendo los diversos tipos de información y facilitando la navegación del usuario a través del contenido.

El uso de una retícula permite que un diseñador pueda maquetar cantidades ingentes de información, asimismo permite que muchas personas colaboren en el mismo proyecto, o bien en una serie de proyectos relacionados, a lo largo del tiempo, pasando de un proyecto al siguiente sin que las características visuales se vean afectadas por ello.

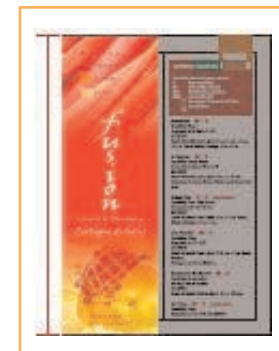
Explorar los conceptos básicos de la construcción tipográfica ayuda a comprender las características visuales dinámicas que son inherentes a las formas mismas. Dentro del formato, las alineaciones entre elementos crean una estructura.

En estas composiciones el espacio está dividido en función del contenido: del mismo modo que se agrupa cierta información, la de diversa índole se separa. Los cambios de peso y escala aportan una jerarquía -un orden visual- a la información. El trabajo con retículas

14 Samara, Timothy. "Making and breaking the Grid". Rockport Publishers Inc., USA, 2005.



MEDIA PAGINA



MEDIA PAGINA VERTICAL

depende de dos fases de desarrollo. En la primera fase, el diseñador se propone valorar las características informativas y los requisitos de producción del contenido.

La segunda fase consiste en maquetar el material de acuerdo con las guías establecidas por la retícula. Es importante comprender que la retícula, a pesar de ser una guía precisa, nunca debería imponerse a los elementos que se colocarán dentro de ella.

Su trabajo es proporcionar una unidad global sin rebajar la vitalidad de la composición. Una retícula realmente bien planeada crea infinitas oportunidades de investigación.

Todos los problemas de diseño son distintos, y cada uno de ellos exige una estructura reticular que sea útil para sus elementos particulares. Existen algunas clases de retícula básicas y, como punto de partida, cada una de ellas es adecuada para resolver determinados problemas.

El primer paso del proceso radica en considerar cuál es el tipo de estructura básica que se adaptará mejor a las necesidades específicas del proyecto.

PARTES DE UNA RETICULA

Los márgenes.

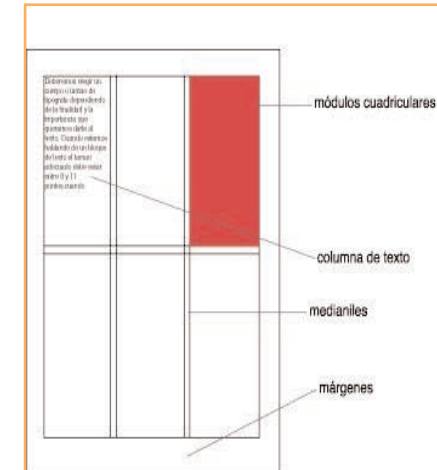
Los márgenes son los espacios negativos entre el borde del formato y el contenido, que rodean y definen la zona “viva” en la que pueden disponerse la tipografía y las imágenes. Las proporciones de los márgenes requieren una consideración profunda, ya que contribuyen a establecer la tensión general dentro de la composición. Los márgenes pueden utilizarse para dirigir la atención, pueden servir como espacio de descanso para el ojo, o bien pueden contener a determinada información secundaria.

Las líneas de flujo.

Las líneas de flujo son alineaciones que rompen el espacio dividiéndolo en bandas horizontales. Estas líneas guían al ojo a través del formato y pueden utilizarse para imponer paradas adicionales y crear puntos de inicio para el texto o las imágenes.

Las zonas espaciales.

Las zonas espaciales son grupos de módulos que, en su conjunto, forman campos claramente identificables. Puede asignarse un papel



PARTES DE UNA RETICULA

específico a cada campo para mostrar información; por ejemplo, un campo alargado horizontal puede reservarse para imágenes, y el campo situado debajo de éste puede reservarse para una serie de columnas de texto.

Los marcadores.

Los marcadores son indicaciones de posición para texto subordinado o repetido a lo largo del documento, como los folios explicativos, los títulos de sección, los números de página o cualquier otro elemento que ocupe una única posición en una maqueta.

Los módulos.

Los módulos son unidades individuales, de espacio que están separados por intervalos regulares que, cuando se repiten en el formato de la página, crean columnas y filas.

Las columnas.

Las columnas son alineaciones verticales de tipografía que crean divisiones horizontales entre los márgenes. Puede haber un número cualquiera de columnas; a veces, todas tienen la misma anchura y, a veces, tienen anchuras diferentes en función de su información específica.

TIPOS DE RETICULAS

Retícula de manuscrito

La retícula de bloque o manuscrito es, estructuralmente, la retícula más sencilla que puede existir. Como su nombre implica, su estructura de base es un área grande y rectangular que ocupa la mayor parte de la página. Su tarea es acoger textos largos y continuos, como en un libro, y se desarrolló a partir de la tradición de manuscritos que finalmente condujo a la impresión de libros.

Tiene una estructura principal -el bloque de texto y los márgenes que definen su posición en la página-, y una estructura secundaria, que define otros detalles esenciales: las posiciones y relaciones de tamaño del folio explicativo, los títulos de capítulo y la numeración de las páginas, junto con un área para las notas a pie de página, si es necesario.

Incluso dentro de una estructura tan simple es preciso tomar precauciones para que la textura de tipografía continua pueda leerse cómodamente página tras página. Un gran volumen de tipografía es, en esencia, una composición pasiva y gris. Es importante crear un

interés visual, comodidad y estimulación a fin de motivar de manera constante al lector y evitar que el ojo se fatigue demasiado pronto durante sesiones prolongadas de lectura.

Una de las formas de introducir interés visual es ajustar las proporciones de los márgenes. Dentro de una doble página, los márgenes interiores tienen que ser suficientemente anchos como para evitar que el texto desaparezca en él.

Una estructura asimétrica añade espacio blanco en el que descansar la vista o en el que colocar notas, ilustraciones pequeñas u otros elementos editoriales que no se dan con regularidad y que, por lo tanto, en realidad no exigen la articulación de una verdadera columna para ellos.

El cuerpo de la tipografía en el bloque de texto -al igual que el interlineado, el espacio entre palabras y el tratamiento del material secundario- tiene una enorme importancia.

Considerar el cuerpo de la tipografía para el texto y sus características de espacio permitirá al diseñador añadir interés visual al con-

junto, creando un sutil efecto de contraste con el tratamiento del material secundario.

Retícula de columnas

En la maquetación editorial, a menudo se usan retículas de tres columnas y retículas de una o dos columnas asimétricas. Una retícula precisa de cuatro columnas no excluye necesariamente una maquetación dinámica. En esta doble página, el cambio de escala de algunos elementos tipográficos contrasta con la retícula.

La información que es discontinua presenta la ventaja de que puede disponerse en columnas verticales. Dado que las columnas pueden depender unas de las otras en el caso del texto corrido, pueden ser independientes si se trata de pequeños bloques de texto, o bien pueden cruzarse para crear columnas más anchas, la retícula de columna es muy flexible y puede utilizarse para separar diversos tipos de información. Por ejemplo, pueden reservarse algunas columnas para el texto corrido y las imágenes de mayor tamaño, tanto que los pies de foto pueden situarse en la una columna adyacente: esta disposición separa claramente los pies de foto del material principal,

pero a la vez permite que el diseñador establezca una relación directa entre ambos.

La anchura de las columnas depende del cuerpo de letra del texto corrido. Debe encontrarse una anchura en la que quepan tantos caracteres como resulte cómodo leer en una única línea tipográfica de un cuerpo determinado. Si la columna es demasiado estrecha, probablemente habrá demasiadas particiones de palabras, y será difícil conseguir una bandera uniforme. En el extremo contrario, con una columna demasiado ancha para un cuerpo de letra determinado, al lector le resultará más difícil encontrar el principio de las líneas consecutivas.

En una retícula de columna existe también una estructura subordinada. Se trata de las líneas de flujo: intervalos verticales que le permiten al diseñador acomodar los cortes poco frecuentes que se dan en el texto o las imágenes en una página, y que crean bandas horizontales que atraviesan el formato. La línea superior es una clase concreta de línea de flujo: se trata de la

primera línea del bloque de texto corrido, situada encima de todas las demás. Esta línea define la distancia vertical desde la parte superior del formato del papel, desde donde comenzará siempre el texto de las columnas. En ocasiones, una línea de flujo próxima al borde superior de la página indica el lugar destinado a los folios explicativos, a la paginación o a las divisiones de sección; otras líneas de flujo adicionales, situadas en el medio o hacia el borde inferior de la página, pueden establecer áreas que el diseñador destine a imágenes solamente, o bien a diferentes tipos de texto corrido que deben aparecer junto al texto principal, como referencias temporales, subartículos o citas.

Cuando se dan diversas clases de información que hay que tratar de manera yuxtapuesta y que son radicalmente diferentes entre sí, puede optarse por diseñar una retícula de columna concreta para cada tipo de información, en lugar de intentar construir una única retícula de columna para todas ellas. La naturaleza de la información que hay que maquetar podría exigir una retícula compuesta de dos columnas, y una segunda retícula de tres columnas, ambas con los mismos márgenes. En

este tipo de retícula de columna compuesta, la columna central de la retícula de tres columnas cabalga sobre el medianil que queda entre las columnas de la retícula de dos columnas. Una retícula de columnas compuesta se puede componer con dos, tres, o más retículas, cada una de ellas para un contenido concreto.

Retícula modular

Titulares, imágenes y pies de foto se coordinan en este periódico mediante una retícula modular. Una gran variedad de formatos de imagen, texto y pies de foto se unifican en una presentación de “álbum de recortes” para este libro ilustrado.

Los proyectos de gran complejidad requieren cierto grado de control que va más allá del que ofrecería una retícula de columnas. En esta situación, la elección más eficaz podría ser una retícula modular.

Una retícula modular es, en esencia, una retícula de columnas con un gran número de líneas de flujo horizontales que subdividen las columnas en filas, creando una matriz de celdas que se denominan módulos. Cada módulo define una pequeña porción de espacio infor-

mativo. Agrupados, estos módulos definen áreas llamadas zonas espaciales, a las que pueden asignárseles funciones específicas. El grado de control dentro de la retícula depende del tamaño de los módulos. Los módulos pequeños proporcionan mayor flexibilidad y precisión, pero el exceso de subdivisiones puede resultar confuso o redundante.

Las proporciones de los módulos pueden determinarse de muchas formas. A veces, por ejemplo, el módulo puede tener la anchura y la longitud de un párrafo medio de texto principal, en un cuerpo de letra determinado. Los módulos pueden ser de proporción vertical u horizontal, y esta decisión puede estar vinculada al tipo de imágenes que se vayan a organizar, o bien al tono general que el diseñador considere más adecuado.

Las proporciones de los márgenes deben considerarse de manera simultánea a las de los módulos y los medianiles que los separan. Las retículas modulares se utilizan sobre todo para coordinar los sistemas extensivos de publicación. Si el di-

señador tiene la oportunidad de considerar todos (o la mayoría de) los materiales que se quieren presentar por medio de un sistema determinado, los formatos pueden convertirse en una extensión del módulo, o viceversa.

Una retícula modular también resulta adecuada para el diseño de información tabulada, como cuadros, formularios, programaciones o sistemas de navegación. La repetición rigurosa del módulo ayuda a estandarizar el espacio de las tablas o los formularios, y también puede contribuir a integrarlos en la estructura del texto y las imágenes que los rodean.

Retícula jerárquica

Esta retícula se adapta a las necesidades de la información que organizan, pero están basadas más bien en la disposición intuitiva de alineaciones vinculadas a las proporciones de los elementos, y no en intervalos regulares y repetidos. La anchura de las columnas, al igual que los intervalos entre éstas, tienden a presentar variaciones.

El desarrollo de una retícula jerárquica empieza por analizar la interacción óptica que provocan los diversos elementos si se sitúan

de manera espontánea en diferentes posiciones y, a continuación, habrá que elaborar una estructura racionalizada que los coordine.

Si se presta atención a las variaciones que provocan los cambios de peso, cuerpo de letra y posición en la página, quizá se encuentre un armazón que pueda repetirse a lo largo de muchas páginas.

En ocasiones, una retícula jerárquica unifica elementos dispares, ó crea una superestructura que se opone a los elementos orgánicos situados en un formato sencillo, como un cartel. Una retícula jerárquica también puede utilizarse para unificar los lados de determinados envoltorios, o bien para crear nuevas disposiciones visuales si éstos se muestran en grupos.

Este tipo de retícula, tanto si se utiliza para construir libros como si se usa para diseñar carteles o páginas Web, constituye una aproximación casi orgánica a la manera en que se ordenan la información y los elementos que la integran; y, aun así, también fija todas las partes al espacio tipográfico de una forma arquitectónica.

Caja Tipográfica

Dentro de la retícula, el sector impreso en todas y cada una de las páginas estará determinado por un límite virtual llamado caja tipográfica, que dará lugar a cuatro márgenes (superior, inferior, lateral izquierdo y derecho). La dimensión de los márgenes se hará según el criterio de equilibrio más acorde al caso en cuestión.

El margen respecto al lomo debe dimensionarse de manera que no perjudique la lectura. Para la elección de la medida de dicho margen hay que tener en cuenta el tipo de encuadernación, ya que según la variante, permitirá mayor o menor apertura de las páginas.

En cuanto a los márgenes superior e inferior, deben permitir la ubicación del cabezal, pie de página y folio.

Los formatos de la caja tipográfica se pueden dividir en diferentes estructuras:

* Formatos de una columna, suele emplearse para libros, mostrando solo texto, una imagen acompañada de texto, o solo imagen.

- * Formatos de dos columnas, ofrece más posibilidades para combinar textos e imágenes.
- * Formatos de tres columnas, también ofrece muchas posibilidades con respecto a la combinación de imágenes y textos de diferentes tamaños.
- * Formatos de cuatro columnas, se suele utilizar en periódicos y revistas, ya que facilita la composición cuando se trata de mucho texto. En cualquier caso hay que tener en cuenta el tamaño de las columnas, ya que condicionará el tamaño de la tipografía.

COMPOSICIÓN

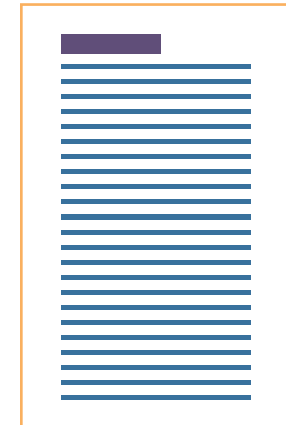
Es la forma de ordenar y organizar los elementos morfológicos de la imagen en el espacio estructural que nos ofrece el formato, lo que determinará una estrategia para lograr un efecto visual y funcional definido.

La composición reúne cada una de las identidades plásticas de dichos elementos, en una propuesta visual unitaria que constituye una imagen dentro de un marco que la delimita. Sin embargo, no podemos olvidar que hablar de composición implica un orden determinado. El principio de unidad y claridad constituyen la

base fundamental de toda composición. Los elementos visuales no deben estorbarse creando confusión, sino que todos deben aparecer resueltos, individualmente y entre sí, constituyendo una unidad que asegure una determinada significación plástica, así como un sentido.

Todos los componentes deben participar en ella equilibradamente, en un orden identificable y fácilmente comprensible, y estéticamente agradable, destacando aquello que nos interesa señalar. Sin eliminar la importancia de crear diversidad y contraste que conceda una característica dinámica, incluso asimétrica a la imagen, que la enriquecerá. La diversidad no va en contra de la unidad, sino que, bien compuesto, lo hace más atractivo y refuerza el significado; pero también es cierto, que ofrece mayor dificultad compositiva. Es fácil crear confusión, lo difícil es lograr una composición sencilla que no entorpezca la lectura, por lo que no podemos distribuir los elementos al azar.

Pero una composición equilibrada no ha de ser estática. Equilibrio no es sinónimo de estatismo. Una composición estática implica continuidad y uniformidad, mientras que una composición dinámica busca la variación, la combi-



Formato de una columna



Dos columnas.



Tres columnas.

nación de ritmos y el contraste. La respuesta necesaria en una composición es delimitar claramente el centro de interés de la misma, o sea, aquel que atraerá la mirada del espectador. El centro de interés estará determinado por un elemento, se constituirá como el dominante en la escena, y debe ser el que resulte más adecuado para captar el sentido de la imagen.

Nos ayuda a componer -no olvidemos- el modo que tenemos de leer: en occidente, de izquierda a derecha y de arriba abajo, pues condiciona el modo que tenemos de mirar las cosas y nuestros puntos innatos de atención.

En la composición de un cuadro, en función de dónde se ubique un elemento, su valor compositivo variará.

Para lo cual, resulta muy interesante conocer la impronta visual que poseen las diferentes zonas de una estructura compositiva. En una orientación vertical es muy difícil lograr un equilibrio regular, la parte superior de la composición siempre pesará más que la inferior y es necesario compensar eso para equilibrar el peso visual de la imagen.

Esto hace que estas composiciones exijan espacios con una simulación mayor de profundidad que un espacio horizontal o diagonal, debido a la mayor estrechez del espacio.

En una composición diagonal de izquierda a derecha se induce un sentido siempre descendente, hacia el ángulo inferior derecho y viceversa, lo que se puede usar para lograr dinamismo, pero, genera tensión e inestabilidad, sobre todo en la parte superior.

En una composición horizontal los elementos situados a la derecha de la imagen tienen mayor peso visual y por tanto, son más atractivos. Mientras que una composición centrada, por un lado es muy estable y además crea una zona muy importante de atracción visual, el centro, que generalmente suele coincidir con la situación del punto de vista del observador.

Pero, el centro geométrico es una zona débil para situar en ella una llamada de atención y su uso frecuente resulta pesado, lo mismo que si nos desviamos demasiado hacia los extremos laterales. Es más interesante situar el centro de interés en el punto en el que se cruzan las dos diagonales de composición. Una

composición circular, o lo que generalmente se denomina tondo, las imágenes parecen todas situadas bajo un eje vertical, sobre todo si están centradas y contrastan con la horizontal.

Para lograr el equilibrio hay que tratar de adecuarse a todo el formato, haciendo que los elementos lleguen incluso a fluir de forma circular o concéntrica.

Normalmente generan tensión, ritmo y movimiento. En estas composiciones las formas redondas u ovaladas se refuerzan.

La zona inferior de la imagen suele ser más estática y sólida que la superior que resulta más llamativa y más dinámica. La izquierda de la composición es más estable y permite colocar en ella pesos mayores sin parecer demasiado desequilibrado y además da sensación de espacio. Mientras que la situación en la parte derecha provoca sensación de pesadez y estrechez.

Tampoco podemos olvidar que el tamaño de los elementos también influye, pues el elemento cuanto mayor sea, más importancia compositiva adquirirá.

LA PLANTILLA Y ESTILO

Por otro lado, tanto las revistas como los periódicos y los libros, deben diseñarse con arreglo a un patrón único, creando de esta forma una sensación de unidad.

Por ejemplo, en un catálogo esa sensación de unidad es manifestada u organizada por medio de columnas o similitud de tamaños en sus elementos. Por otro lado, las revistas combinan más el texto y las imágenes de diferentes tamaños.

Lo que queremos decir con esto, es que aun siendo publicaciones con diferencia de contenido, todas utilizan un método común, una plantilla o maqueta para todas sus páginas y de esta forma cada publicación presente el mismo estilo en todas sus páginas y ediciones.

La plantilla no es más que un instrumento para medir y organizar los espacios y los elementos de la composición de una forma coherente y equilibrada. Por lo general la plantilla se crea a doble página como si la revista estuviese abierta, de esta forma veremos mejor el resultado que ésta tendrá.

* www.artesvisuales.com/editor

Puede que tengan modificaciones en secciones diferentes por ejemplo, que varíen algunos aspectos cuando se pasa de un apartado de noticias a otro en el que expone un artículo, pero en general, las partes comunes o básicas de una determinada revista seguirán en todas sus publicaciones manteniendo un estilo propio, que se puede basar en:

Número de columnas en cada página y dimensiones de las mismas.

Tamaño del medianil. El medianil es la distancia que existe entre las columnas.

Color que se le aplica a los titulares y a otros elementos de la publicación.

Tipografía estándar y tamaños utilizados en todas las publicaciones, así como el interlineado utilizado.

El estilo de la portada, secciones, encabezados, compaginación y en algunos casos la forma de presentar las imágenes y otros elementos ornamentales.

Estos son algunos conceptos que se pueden utilizar para crear un estilo que diferencia unas publicaciones de otras. Cada información o cada elemento de una página necesita un tratamiento específico, por tanto, hay que

tener en cuenta estos aspectos (imágenes, texto, tipo de información), porque de ellos dependerá la maqueta. Cuanto más variada es la información, más flexible ha de ser la estructura.

Veamos ahora las dos formas básicas de presentación del contenido podemos encontrar en el diseño editorial: texto e imágenes.

***Texto:** titulares, subtítulos bloque de texto, pie de foto y flash.

***Imágenes:** fotografías, ilustraciones y espacios en blanco. Dependiendo del trabajo que realice, una revista o libro se utilizarán, texto, imágenes o ambos y en cualquier caso cada uno de los elementos utilizados debe tener su función y su correcta disposición dentro del diseño.

***El titular.** Es el elemento lingüístico más importante de la composición, ya que tiene la misión de llamar la atención e introducir al resto del contenido. El titular puede ser largo, corto, más o menos grande, aunque no hay leyes sobre este tema, sí algunas recomendaciones que parten de estudios realizados.



Tipografía y color aplicado a los titulares de una publicación



La plantilla agrega una sensación de unidad a las publicaciones por la disposición del acomodo similar en todas las páginas.

Algunos autores recomiendan las frases y las palabras cortas, también que los titulares estén compuestos de mayúsculas y minúsculas, que sea tipografía con serifa para su mejor legibilidad, que el texto no esté en negativo, o que no se utilicen elementos de puntuación en los titulares cortos.

Pues bien, es cierto que todos estos puntos facilitan la lectura, la atención, y mejoran el diseño en general, todo depende de cómo se traten los elementos y su composición.

Lo importante es que llame la atención y transmita un mensaje rápido siendo igualmente bueno una frase larga que un anuncio con titular corto, de acuerdo al mensaje que se quiera transmitir. Lo lógico es que el tamaño del titular sea mayor que el resto de texto que exista en la composición, sin olvidar que aún teniendo diferentes tamaños, los textos deben estar equilibrados.

*El cuerpo de texto. Es peculiarmente el elemento al que menos se le presta atención, bien porque resulta pesado, aburrido, o por la sencilla razón de que en algunas ocasiones, con la imagen (infografía, ilustración...) y el ti-

tular, pudiera creerse, que se han desarrollado los elementos fundamentales, además de que el texto "nadie lo lee". La cuestión es tener siempre presente que cuando hablamos de un anuncio, por ejemplo, aunque el tanto por ciento de personas que lean el texto sea bajo, para quien sí lo lee, el cuerpo de texto puede ser nuestro mejor vendedor, por lo que deberemos cuidarlo.

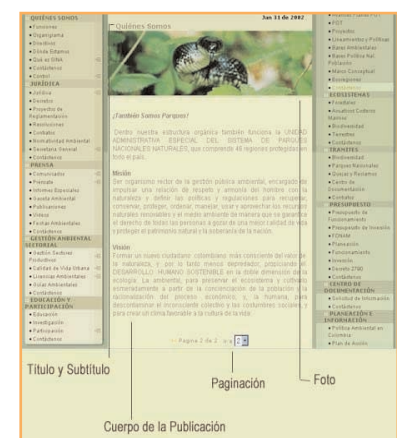
Es quizá por este motivo por el que debemos prestarle una atención especial al bloque de texto (si lo hay), haciéndolo lo más legible y claro posible, procurando que no sea pesado o denso, elementos que nos ayudarán a cruzar la barrera del desinterés. Visualmente el bloque de texto debe invitar al receptor a leerlo.

*Pie de foto. Este elemento tiene función principal dar información sobre la fotografía. Normalmente es preciso y no muy denso.

Aunque pueda parecer de poca importancia, el pie de foto es uno de los elementos que más se leen, por lo que debemos aportar una información suplementaria a la imagen y que pueda despertar más interés en otros elemen-



Los titulares y el pie de foto son elementos lingüísticos importantes informativos dentro de la composición.



El cuerpo de texto visualmente debe invitar a la lectura al receptor.

tos de la composición. Normalmente al pie de foto se le aplica un cuerpo pequeño (6, 7 u 8 puntos), no debemos pensar que eso evita su poder de atracción o visibilidad, ya que normalmente el receptor se siente atraído tanto por la tipografía grande como por los cuerpos pequeños en los que hay que esforzarse para saber qué dicen. Este ejerce un gran poder de atracción sobre el receptor.

*Los subtítulos. Simplemente adelantan o resumen en pocas palabras el contenido del bloque de texto.

*El flash. Es un elemento destacado con métodos distintos (color diferente, otro estilo tipográfico) que comunica un mensaje especial, como por ejemplo un servicio especial, un anuncio importante o los componentes del producto.

*Fotografía e ilustración. Son por lo general los elementos que más llaman la atención, así como el foco de atención principal de toda composición. La presencia de una imagen abre al diseñador un abanico de posibilidades más amplio, por ser ellas los elementos que: *Proporcionan información.*

*Enseñan el producto tal como es.
Hacen la comunicación más real y creíble.
Sugieren, expresan sensaciones, estimulan...*

La fotografía, aporta realismo y constituye en la mayoría de los casos un modelo de la realidad, por tanto, debe tener fuerza y un sentido específico y claro. Debemos procurar que las fotografías utilizadas no contengan información innecesaria, ya que esto puede provocar confusión y desinterés. En la composición de una revista o periódico, las imágenes nos explican o aclaran de forma visual, una situación o noticia.

A su vez, las fotografías pueden ser clasificadas por su impacto, esto es, su forma de llamar la atención. Por ejemplo, si se quiere representar la seguridad de un coche familiar con la imagen de una o varias personas, puede que la presencia de un niño pequeño sea más eficaz e impactante que la de un adulto. La ilustración, es otra forma de transmitir una idea o un concepto. Puede ser tan eficaz como la fotografía y de igual manera representar sensaciones. Dependiendo de la composición o estructura que tenga la ilustración, reflejará sensaciones diferentes. Por ejemplo:

Las rectas pueden expresar fuerza, definición, direccionalidad...

Por otro lado las líneas horizontales reflejan calma y serenidad. Las líneas verticales, majestuosidad, superioridad...

Las curvas pueden expresar movimiento, belleza o flexibilidad. En muchos casos muestran una gran dosis de originalidad. Hay que tomar en cuenta que la ilustración dentro de un diseño, no es una parte independiente, sino un elemento que forma parte de un todo. El objetivo de una ilustración es llamar la atención y comunicar un mensaje.

Las figuras, los fondos y todos los elementos que compongan la ilustración han de tener un aspecto agradable y atractivo.

Además debemos conseguir no sólo el aspecto estético o de atracción, sino que exprese las cualidades o características de lo que estamos representando, es decir de lo que queremos comunicar.

*Espacios en blanco. Los espacios en blanco transmiten claridad, libertad, espacio, y

ayudan en muchos casos a equilibrar la composición.

LEGIBILIDAD TIPOGRÁFICA

La puesta en página de texto e imagen debe presentar fundamentalmente comodidad en la legibilidad para el lector. El grado óptimo de legibilidad se da cuando el contraste entre tipografía y fondo es máximo, es decir, blanco sobre negro o viceversa.

Teniendo en cuenta este criterio y las posibles variantes en las necesidades de la comunicación, se podrán buscar formas alternativas y hasta transgresoras.

Ahora bien, una vez determinada la familia tipográfica a utilizar para el texto y sus variables (cuerpo, tono, inclinación, etc.), se buscará el interlineado que mejor se adapte a la lectura teniendo en cuenta que la cantidad de palabras promedio por línea no debe superar las diez ni ser inferior a siete.

En relación con interlineado se puede decir, por simple comparación, que las líneas demasiado próximas entre sí perjudican la

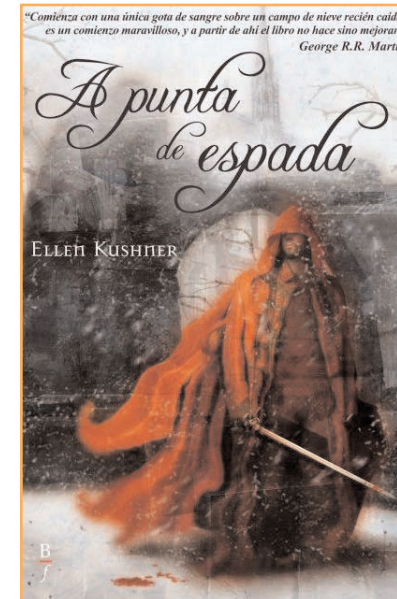
velocidad de lectura puesto que entran al mismo tiempo en el campo óptico el renglón superior e inferior. Este problema también se aplica al interlineado excesivo, ya que al lector le cuesta encontrar la unión con la línea siguiente.

IMAGEN

La imagen puede ser abordada de diferentes maneras, ya sea ésta una fotografía o una ilustración. Puede abarcar, por ejemplo, toda la superficie de la página hasta el corte, tener un encuadre ubicado convenientemente en relación con el texto, estar con algunos de sus lados al corte, calada, a modo de viñeta, etc.

LA COMPAGINACIÓN

Es la manera de reunir armónicamente todos los elementos que integran las páginas, que habrían estado funcionando como elementos separados: texto, ilustraciones, pies, titulares, etc. Las páginas de la publicación deben tener las mismas medidas, para que una vez hecha la impresión, coincidan perfectamente, para esto deben estar casadas las páginas, es decir, dispuestas de modo distinto para su impresión



La foto y la ilustración son los elementos que más llaman la atención dentro de la composición, sugieren, expresan sensaciones y estimulan..

según el número, tamaño y forma, quedando así en orden coherente los folios una vez doblado el pliego impreso. Un pliego normalmente es impreso en múltiplos de 4 por ejemplo: 4, 8, 16 ó 32 páginas por ambas caras. El corte o refino sirve para que las hojas queden del mismo tamaño y sin dobleces que impidan separar las hojas.

COMBINACIÓN DE IMÁGENES Y TIPOGRAFÍA

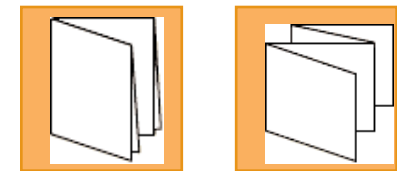
Mediante la fotografía o las ilustraciones conseguiremos establecer una serie de puntos de atención que aportarán color, texturas y dinamismo que serán elementos de inmediata comunicación. La ilustración puede ser más eficaz cuando se trata de transmitir ideas, mientras que la fotografía se usa de forma más literal.

En la maquetación de textos e imágenes podemos seguir una pauta rígida que nos ajuste tanto un elemento como el otro a la retícula base o la línea de base, ya que muchos programas de composición lo realizan de forma automática. Aunque lo normal será que luego tengamos que ajustar las imágenes

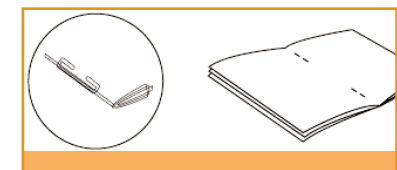
con respecto a algunas líneas de texto o a los pies de foto. Deberemos cuidar la retícula con respecto a las imágenes, ya que la mayor importancia visual la tienen éstas y su disposición dentro de la página condicionará el orden de lectura, el recorrido visual y la atención del lector.

Lo normal es que una vez que disponemos de los tamaños de las imágenes con las que tenemos que trabajar, ajustemos la retícula y las columnas que la componen, ya que en muchos casos nos encontraremos con el impedimento por parte de nuestro cliente de modificar el tamaño de éstas imágenes; además en otros casos la adaptación de las imágenes a los formatos de nuestra retícula serán imposible o difíciles de realizar sin tener pérdida de proporciones o encuadres.

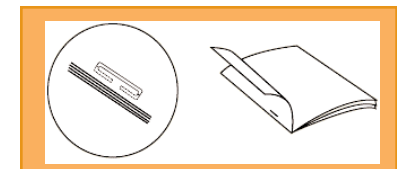
Otra posibilidad que se ha generalizado desde que el diseñador utiliza herramientas informáticas es la de que las imágenes rompan la estructura rígida establecida por la retícula y se inserten dentro de los propios bloques de textos de una forma más libre: giradas, contorneadas o atravesando diversos bloques de texto y siendo contorneadas por las propias



COMPAGINACIÓN . Un pliego normalmente es impreso en múltiplos de 4 ejemplo: 4,8,16,32 páginas en ambas caras.



Encuadernación A Caballo



Tandem

líneas de los párrafos en los que se inserta.

El contorneo debe ser en este caso, amplio como para que deje suficiente aire o espacio de reserva entre la imagen y las líneas que están alrededor, asimismo como cualquier otro elemento que se contornee las columnas deben ser suficientemente anchas como para que lo permitan y no queden espacios de la columnas demasiados pequeños.

El espacio reservado es el espacio que se ajusta entre el texto y los lados de la caja de éste que lo contiene cuando estamos poniendo una imagen o ilustración o cuando introducimos un corondel junto a esa caja de texto.

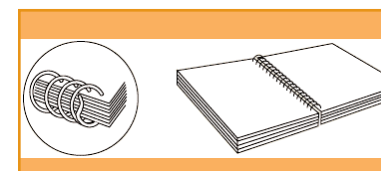
Corondel: Línea fina que separa dos columnas en sentido vertical. En separaciones con blanco únicamente se denomina Corondel ciego. En muchas publicaciones, se utiliza un espacio reservado de 3 o 4 puntos, que tendrá que ser doble cuando la caja tiene un fondo de color.

El ancho de la columna, los medianiles o los márgenes definirán los tamaños de las imágenes o ilustraciones que insertemos en nuestro espacio de página, ya sean unidas en

algunos casos o separadas, verticalmente por el espaciado entre líneas y horizontalmente por la pauta de las columnas.

La mayoría de las publicaciones siguen unas pautas ya establecidas en el diseño editorial y no se apartan de las reglas, pudiendo resultar correctos aunque no especialmente interesantes desde el punto de vista del diseño.

La monotonía que puede dar la utilización del texto, puede ser compensada cuando comenzamos a combinar el texto con imágenes de distintas formas, obteniendo resultados que pueden ser sorprendentes para el lector. Asimismo el texto también puede tener un uso más gráfico que textual.



Encuadernaciones Mecánicas (espiral de alambre).



Combinación de Imágenes y Tipografía.

2.1 Anatomía de las Publicaciones

Con el arribo del siglo XX, los antiguos talleres de imprenta del siglo anterior poco a poco dejaron de ser pequeñas imprentas personales para convertirse en verdaderas industrias editoriales. La producción de publicaciones mexicanas circuló bajo la perspectiva empresarial, la gubernamental y la académica.

El siglo XX afianzó el desarrollo tipográfico desde lo manual, hasta el diseño por computadora, la ilustración se diversificó y pasó del grabado y el arte hasta la fotografía y el color, los grandes tirajes estimularon también la sociedad de consumo y el libro de texto gratuito se editó para toda o casi toda la población.

El libro mexicano en el siglo XX vio debatir su porvenir entre los best-seller, la multiplicidad de soportes de información, la explosión bibliográfica, los recursos de información en medios magnéticos, el libro electrónico, las bases de datos y finalmente, la producción bibliográfica comprimida a un clic de acceso, que nos acerca a la red de redes, la *Internet*. A finales de siglo XX el concepto de libro y conocimiento pareciera ser sustituido por el de información. Libros tecnología y sociedad

experimentaron cambios radicales.

*“Los impresos mexicanos finalmente lograron desafiar los retos vaticinados por sus detractores y cruzar la frontera del tiempo, desde las ediciones lujosas y de circulación limitada, hasta los impresos sencillos y los de uso colectivo y masificado”.*¹⁵

Las publicaciones, no obstante de verse enfrentadas con los nuevos medios de comunicación masiva, siguen conservando todas sus oportunidades y beneficios, tal es el caso de la revista y el libro, que han ocupado un lugar importante en la expresión del pensamiento y en la conservación de los conocimientos.

Cuando hablamos de *anatomía*, nos referimos a las diferentes partes en que se puede dividir un libro, una revista o un periódico. Existen algunas secciones utilizadas por todos, otras son más características de un tipo de publicación determinada. Una revista puede constar de portada, contraportada, editorial, sumario o contenido, así como el desarrollo del contenido, además de diferentes temas y anuncios.

Sin embargo, un libro puede tener infinidad de

¹⁵ Liber; Revista de Bibliotecología, “Historia del libro y las bibliotecas en México”, Vol. 5, No. 2, Abril-junio 2003. Ed. Asociación Mexicana de Bibliotecarios A.C. pag. 12.



Tapa



Sobrecubierta

partes diferentes como: la portada, contraportada, página de guarda, presentación, prólogo, bibliografía, cubierta, lomo, solapas, página de créditos, la dedicatoria, el prefacio, la nota de agradecimientos, el sumario, el texto -con sus partes, capítulos e ilustraciones- y los materiales finales como apéndices, notas bibliográficas, página de créditos de las ilustraciones, glosarios, índices, colofones...

Pese a todo, en el diseño editorial actual *"la anatomía o partes que componen una publicación deben ser consideradas de una forma más flexible añadiendo y eliminando partes, ordenando éstas de una forma diferente a la tradicional o uniéndolas para dar una estructura diferente sin perder la perspectiva tradicional de la edición."*¹⁶

Para ver las diferentes partes que puede tener una publicación y las funciones que estas desempeñan, utilizaré como ejemplo la anatomía de un libro.

El exterior del libro puede constar de:

Sobrecubierta, Es la parte colocada sobre la cubierta. Se utiliza en algunos casos para añadir calidad a la publicación y como elemen-

to decorativo y protector de la edición.

Normalmente adquiere el mismo diseño que la cubierta, pero en aquellos libros en los que la cubierta es de piel o tela, la sobrecubierta es en papel impreso y contiene diferentes datos de la obra (título, autor, editorial, etc.).

Solapas, Parte lateral de la sobrecubierta, que se dobla hacia el interior.

En muchas ocasiones se utiliza este espacio para incluir datos sobre la obra (sinopsis), el autor (bibliografía) u otras colecciones o títulos de la misma editorial.

Tapa (cubierta), cada una de las cubiertas de un libro encuadernado. Las cubiertas de un libro pueden ser de diferentes materiales, papel, cartón, cuero u otras menos comunes.

En la parte anterior de la cubierta, tanto en la forma como en el concepto a transmitir debe estar relacionado con el contenido del libro. Los elementos que normalmente aparecen en ella son el título de la obra, autor y la identificación gráfica de la editorial.

Normalmente se incluye alguna fotografía o ilustración o elementos ornamentales que lo identifiquen con una determinada colección.

Lomo, la parte del libro en la que se unen los pliegos de hojas constituyen el canto del libro, por lo que dependiendo del número de éstas, del gramaje del papel y del tipo de encuadernación, variará, el grosor. Normalmente en esta parte se coloca el título del libro, el autor del mismo y la editorial o logotipo de la misma.

Faja, es una tira de papel que solo se utiliza en algunas ocasiones y que rodea el libro. En ocasiones es utilizada como un elemento informativo y de reclamo, por ejemplo indicando el número de ejemplares vendidos, la edición del libro, novedades, etc.

Contratapa, no tiene un uso predeterminado. En las novelas se utiliza como resumen del texto principal o, en ciertos casos, para ubicar la biografía del autor.

También, como continuación del concepto predominante o del diseño de la tapa. En el diseño editorial actual la anatomía o partes

que componen una publicación deben ser consideradas de una forma más flexible añadiendo y eliminando partes, ordenando estas de una forma diferente a la tradicional o uniéndolas para dar una estructura diferente sin perder la perspectiva tradicional de la edición.

Siguiendo con el ejemplo de la anatomía del libro, mencionaré las partes internas, que puede tener una publicación y las funciones que estas desempeñan:

Página de guarda, es una parte del libro que va pegada a la cubierta y que une la primera y la última hoja.

Página de cortesía o de respeto, son páginas en blanco que se colocan al principio, al final, o en ambos sitios, dependiendo de la calidad del libro.

Portadilla, es la primera página impar anterior a la portada. Se suele escribir solo el título de la obra o también con el nombre del autor.

Contraportada, es la parte del libro

enfrentada con la portada. A veces contiene otras obras del autor u otros aspectos, y otras veces no lleva ningún tipo de contenido.

Portada, la primera página impar que contiene el nombre de la obra y en algunas ocasiones el nombre del autor y la editorial. Suele contener los mismos datos de la tapa.

Créditos. Contienen datos específicos de la edición: año y número de la misma, nombres de los colaboradores (diseñador, fotógrafo, ilustrador, traductor, etc.), Copyright (derechos reservados al autor y editor) e ISBN (International Standard Book Numbers, que corresponde al código numérico del país de edición, editorial y temática del libro).

Dedicatoria, es la página impar en la que el autor dedica la obra.

Índice. En el supuesto caso de tratarse más de un tema existirá la necesidad de poder ubicarlo y ver la distribución de los mismos. Para esto se establecerá un

índice al principio o al final del texto principal.

Texto principal. Estará compuesto en la tipografía elegida, y según la elección del cuerpo, interlineado y característica de la caja tipográfica variará su longitud. Se alternarán texto e imagen en la medida de considerarse conveniente.

En relación con la tipografía podrá hacerse uso de más de una familia o de variaciones dentro de una misma familia para poder diferenciar entre títulos, subtítulos, epígrafes, citas, notas, etc. El cuerpo del libro contiene también, presentación, prólogo, introducción, capítulos o partes, anexos y bibliografía, además de las ilustraciones, láminas o fotografías que contenga.

Cabezal / encabezamiento. Es la indicación del nombre de la obra, autor, capítulo o fragmento ubicado en la parte superior de cada página correspondiente al texto principal (no siempre se utiliza).

Pie de página. Es la ubicación habitual del folio (o numeración de página) y de las notas y citas correspondientes al texto principal.

Folio o numeración de página. Es la indicación de la numeración en cada una de las páginas. Para la numeración se considera a partir de la portada en adelante. No se folian las páginas fuera del texto principal, ni las blancas.

Biografía del autor. Se la puede ubicar en las solapas, si las hubiera, o en la contratapa.

Colofón o pie de imprenta. Son los datos que informan de los participantes de esa edición (imprentas, fotocromistas, compoñedores de textos, etc.), el papel utilizado, las tipografías seleccionadas y la fecha y lugar en que terminó de imprimirse.

Se ubica al final del libro en página par o impar. Es importante saber que no todos los libros tienen esta estructura, ya que depende en gran medida del presupuesto y de la imagen que queramos dar.

De cualquier forma la utilización o no de estos elementos o partes del libro pueden determinar la calidad de nuestra publicación. Por otro lado, el periódico o diario al igual que la revista, normalmente reduce su estructura a

portada, contraportada y contenido. En el caso de la revistas también encontramos un sumario o índice.

2.2 La Revista (introducción y características principales)

La revista es uno de los medios informativos más utilizados por las personas, y la vida funcional de ésta depende en gran medida de la aceptación de la gente gracias a su contenido visual y textual.

Cuando tomamos una revista, no leemos, o no tenemos por que leer. Miramos e interactuamos. Las revistas nos invitan a hojear, pasear a elegir el camino por donde queremos ir. El balance entre buscar entretenimiento y encontrar información varía de acuerdo con nuestros deseos y necesidades; varía según la revista seleccionada, pero casi siempre, incluso en la revista más aburrida, hay algo que puede servir de entretenimiento para el lector. Normalmente y de forma inevitable, las revistas combinan elementos como la claridad o concisión, así como el discurso predecible y la transparencia.

En esto las revistas oscilan entre lo racional y lo intuitivo, persiguiendo respuestas de ambos lados del cerebro.

La primera impresión que se da en el usuario será perdurable, si el medio informativo es consistente, esto quiere decir, que durante todo el tiempo que se esté haciendo la revis-

ta, no existan fallas informativas que provoquen dudas.

Las primeras revistas aparecieron en Inglaterra a principios del siglo XVIII; eran semanales y más analíticas que los periódicos (de hecho las revistas nacen como una variante polémica de los periódicos que aún se parecían mucho a las hojas informativas del siglo anterior). Pero al igual que con cualquier industria en desarrollo, los editores de revistas ponían a prueba sus posibilidades y exploraban nuevos espacios, empujados casi siempre por presiones económicas, y por la exigencia de los lectores en busca de nuevas sensaciones. Aunque los beneficios económicos no eran la única fuerza motriz de la revista, ya que esta en su historia se encuentra cargada de innovaciones motivadas por fines propagandísticos.

Tomando como ejemplo The Penny Magazine, publicada en Inglaterra a partir de 1832. Fue una revista pionera en el uso de grabado en las ilustraciones, pero no lo hizo para aumentar sus beneficios económicos, en realidad se estableció un precio de venta bajo, a pesar de que el costo del proceso de producción era

muy elevado. Se publicó gracias a la Sociedad para la Difusión del Conocimiento Util (Society for the Diffusion of the Useful Knowledge) con la finalidad de captar la atención del artesano instruido, y esto produjo que se buscaran avances y los que experimentaron las revistas ilustradas a mediados del siglo XIX, continuaron buscando la manera de llegar a la atención y al bolsillo de un conjunto de lectores cada vez más educados y específicos.

Un factor clave, a menudo ignorado en el desarrollo de la estructura y diseño de revistas, hoy en día considerado como un factor dominante, fue el incremento de publicidad que se experimentó a finales del siglo XIX. En poco tiempo pasó de ser una fuente extra de ingresos a ser un componente clave del modelo económico. Los editores se dieron cuenta de que para maximizar su competitividad con el fin de atraer a nuevos lectores y anunciantes, debían establecer el precio de acuerdo con el bolsillo del lector deseado. Asimismo, llegaron a la conclusión de que si la revista abarcaba un amplio mercado,

podían cobrar una tasa más alta a los anunciantes de tal manera que cubrirían los gastos de impresión y se generarían beneficios. La publicación de revistas pasó de ser en casi todas la economías capitalistas un negocio basado en la construcción de una comunidad de lectores a la que se podía vender el producto, ofreciéndole a cambio información y entretenimiento.

La combinación entre un marketing incipiente y los nuevos imperativos del comercio electrónico hace que las nuevas revistas, tengan un cambio drástico en el contenido de estas en los últimos años. Se calcula que en la última década, las imágenes han pasado a ocupar ocho veces más espacio que el ocupaban hace diez años. Este aumento se debe al desarrollo de la tecnología digital y a la reducción de costos de la impresión a color, combinado con la presión por lograr un contenido atractivo capaz de competir en un entorno sobrado de imágenes. Una revista no es una sola cosa, sino muchas; se define por su publicación repetitiva y poco más; de ninguna manera por sus contenidos y cada vez menos por su formato.

Las características principales de una revista

retomadas del libro de Stacey King, “Diseño de revistas”, y de Leslie Jeremy .“Nuevo Diseño de revistas” son:

La portada, la portada es la tarjeta de presentación y el gancho para llamar la atención del lector, debe vender la idea de la revista y ser novedosa, el alcance de una publicación se encuentra determinado por el tiraje y la aceptación del público.

La portada crea gran interés en el lector, induce a tomarla, hojearla, leerla y dependiendo del caso quedársela; en ella se encuentran imágenes, títulos, subtítulos y el logotipo de la revista, por lo regular se ubica en la cabecera de la revista para ser reconocida con facilidad por los lectores, este lugar es el más importante, por que en el estante sobresalen las cabeceras de las revistas, y con el tiempo las revistas van adquiriendo usuarios, que transcurrido ya algún tiempo, aprenden a reconocer las portadas de sus revistas favoritas y las toman fácilmente.

Una revista con su portada debe reflejar el contenido, personalidad y tono de la revista, la portada sirve para atraer al lector por prime-

ra vez, y el contenido es lo que ayudará a venderla por segunda ocasión; en esto el diseño es esencial para captar la atención.

Formato, El formato comprende el logo, los titulares de portada, el tamaño de la revista, los títulos de las secciones y el pie de página. En cuanto formato se refiere, las revistas junto con los libros y los periódicos, son uno de los pocos medios de comunicación de masa cuyo formato responde a la elección del diseñador. No existe ningún estándar de tamaño, formato o extensión que impida que funcionen. Una revista puede ser de cualquier tamaño y del formato que se considere apropiado. Tan sólo las técnicas de impresión- las dimensiones físicas de las bobinas de papel y las prensas- pueden limitar al diseñador. Aunque muchas revistas han aparecido en el mercado en formatos irregulares, la realidad económica ha sido la única que ha forzado a realizar las revistas en un formato más convencional.

Fórmula, Resume el enfoque de la revista, sobre el contenido editorial, tipo y extensión de los artículos, las secciones

en las primeras y últimas páginas del ejemplar, estilo fotográfico e ilustración.

Las imágenes dentro de la revista son muy importantes, pues las revistas siempre han sido una mezcla de palabras e imagen, estos dos elementos se combinan para crear el aspecto único de cada publicación. La tecnología ha desarrollado un papel muy importante en esta relación; la habilidad de reproducir imágenes y palabras, ha mejorado sensiblemente tanto en calidad como en la facilidad para su producción. Esta tecnología también ha ido desapareciendo la frontera entre ilustración y fotografía, ya que varios programas informáticos, ofrecen al fotógrafo y al ilustrador, nuevas posibilidades de manipulación, y en el caso específico del ilustrador, la capacidad de elaborar interpretaciones de objetos y personas extremadamente reales.

En una revista independientemente del estilo que se adopte, los elementos básicos siempre son los mismos; el lector habitual de revistas espera encontrar un titular y un extracto o subtítulo seguido de un texto. Las palabras destacadas que aparecen al principio de cada artículo, palabras como el autor, fotógrafo o

alguna cita, se etiquetan con su nombre genérico. Tal vez irrelevantes para el lector, pero estos elementos son clave en cualquier estructura y maquetación, ya que emplazan sutilmente al conjunto de elementos fijos que componen la primera página de cualquier artículo.

Por tanto lo que define el carácter de una revista es la manera en que se diseñan y se combinan estas partes, la forma en la que interactúan las palabras. Cada revista se construye con una serie de normas en aras de un aspecto diferencial, para así establecer una relación con el lector y fomentar la familiaridad.

Frame, El marco es la norma de márgenes exteriores e interiores de página, la regla de uso de los márgenes establece una coherencia entre los números sucesivos.

Función, Es lo que la revista intenta conseguir y el mensaje que trata de transmitir.

Los miles de ejemplares que se encuentran en el mercado, pertenecen a pocas y elaboradas revistas que pretenden abarcar a un gran público, pero con títulos muy concretos y

especializados. Y en este objetivo de ser especializado para conseguir un lector particular, la oportunidad para la diversidad creativa aumenta, y cuanto menos sean los denominadores comunes, más oportunidades habrá de atraer a caracteres diferenciados dentro de un mismo grupo de lectores.

2.2.1 Tipografía

La tipografía es un elemento esencial dentro de cualquier diseño, y su función principal, es ser un medio expresivo de comunicación. Se denomina tipografía al estudio y clasificación de las diferentes familias o tipos de letras, así como el diseño de caracteres unificados por propiedades visuales uniformes, mientras que la fuente es el juego completo de caracteres en cualquier diseño, cuerpo o estilo.

Estos caracteres incluyen letras en caja baja y alta, numerales, versalitas, fracciones, ligaduras (dos o más caracteres unidos entre sí formando una sola unidad), puntuación, signos matemáticos, acentos, símbolos monetarios...

Al igual que el resto de los elementos que utilizamos en la composición de nuestro diseño, el conocimiento de los tipos de letras y sus características es necesario para una utilización correcta. Los tipos constan de unas partes que se denominan como: brazos, piernas, ojos, columnas, colas... Estas son las partes que se han utilizado de forma tradicional para la construcción de las diferentes letras. La estructura de las letras permanece constante sin tener en cuenta la tipografía, así una B

mayúscula consta de un brazo vertical y dos curvos. Evidentemente, dependiendo del tipo nos encontraremos con aspectos muy diferentes de las letras. Una familia tipográfica es un grupo de tipografías que tienen unas características similares. Los miembros de una familia tienen algunos rasgos similares y otros que les son propios. La tipografía comunica por medio de la letra impresa -signos-. La letra es: *"un signo que representa un sonido de los que se emplean para hablar"*¹⁷. con ellas se forman las palabras que a su vez pueden ser definidas como:

Un conjunto de letras o sonidos que forman la menor unidad de lenguaje con significado. La mayoría de los nombres propios o a invenciones (que remiten la actividad comercial) a los que se ha dotado, mediante el uso de ciertos caracteres tipográficos, de una forma específica para que puedan ser reconocidos como únicos.

Debido a la gran competencia que existe en la actualidad en lo que a ideas y productos se refiere, se exige la creación de publicidad que llame la atención donde, la tipografía debe jugar un papel muy importante. *"El diseño*

17 Peret. "E Pericoloso Sporgersi". Gustavo Gili, S.A. de C.V.
18 Emil, Ruder: "Manual de diseño Tipográfico". Ed. Gustavo Gili, 3ª Edición 1993, Barcelona España.

*tipográfico consiste en interpretar y dar forma al texto con la ayuda de una selección de tipos entre una enorme gama, desde el más fino al más grueso, del pequeño al más grande."*¹⁸

Gracias a la popularidad de los programas para crear tipos, el proceso de creación de la tipografía cambió rápidamente. En unos años, los diseñadores habían creado el mismo número de tipos nuevos que se habían hecho en los 500 años de historia de la tipografía.

La razón principal de esta hiperproducción era el progreso tecnológico y la fascinación por la novedad. En este nuevo ambiente, el diseñador no solo sigue las demandas del mercado pero también puede satisfacer demandas excepcionales. La situación ha cambiado dramáticamente. Un diseñador tiene la oportunidad de mostrar su influencia sobre sus propios trabajos y los que le piden. Los tipos digitales negaron las categorías existentes y los tipos ya no se limitaban a serif y sans-serif pero también incluían estilos como semi-serif y mixto.

Los nuevos tipos obligaron la creación de sus propias categorías. FontShop presentó un sistema innovador, que toma en cuenta todas las inspiraciones posibles.

El profesional gráfico debe tener siempre presente al trabajar con tipografía que una publicación bien diseñada es una comunidad de tipos en la que todos los miembros trabajan conjuntamente para un propósito común: ayudar al lector a navegar correctamente por la información. Además de esto debemos tener en cuenta que el uso de la tipografía imprime carácter y expresividad, redundando en las significaciones de lo que se quiere transmitir.

Es decir, escoger entre un sin número de letras con base en las cualidades de cada una de ellas tomando en cuenta, no sólo los elementos estéticos, funcionales y psicológicos, sino también los formales como son; el espaciado entre letras palabras y líneas, así como la longitud de éstas últimas para lograr la mejor legibilidad ya que la obra impresa que no puede leerse se convierte en un producto sin sentido y no cumple con la finalidad principal de la tipografía, que es la de comunicar, resolviendo las exigencias cotidianas, ya que la

tipografía nos ayuda a guiar al lector, interpretar el contenido (o contradecirlo), crear cierto ambiente o declarar las intenciones del autor.

Concepto de tipografía, familia y fuentes tipográficas.

Tipo, es igual al modelo o diseño de una letra determinada.

Tipografía, es el arte y la técnica de crear y componer tipos para comunicar un mensaje. También se ocupa del estudio y clasificación de las distintas fuentes tipográficas.

Fuente tipográfica es la que se define como estilo o apariencia de un grupo completo de caracteres, números y signos, regidos por unas características comunes.

Familia tipográfica, en tipografía significa un conjunto de tipos basado en una misma fuente, con algunas variaciones, tales, como por ejemplo, en el grosor y anchura, pero manteniendo características comunes.

Los miembros que integran una familia se parecen entre sí pero tienen rasgos propios.

Partes que componen un tipo (imagen 1)

Altura de las mayúsculas: Es la altura de las letras de caja alta.

Altura X: Altura de las letras de caja baja, las letras minúsculas, excluyendo los ascendentes y los descendentes.

Anillo: Es el asta curva cerrada que forman las letras “b, p y o”.

Ascendente: Asta que contiene la letra de caja baja y que sobresale por encima de la altura x, tales como las letras “b, d y k”.

Asta: Rasgo principal de la letra que la define como su forma o parte mas esencial.

Astas montantes: Son las astas principales o oblicuas de una letra, tales como la “L, B, V o A”.

Asta ondulada o espina: Es el rasgo principal de la letra “S” en mayúscula o “s” en minúscula.

Asta transversal: Rasgo horizontal de las letras “A, H, f o t”.

Brazo: Parte terminal que se proyecta horizontalmente o hacia arriba y que no se encuentra incluida dentro del carácter, tal como se pronuncia en la letra “E, K y L”.

Cola: Asta oblicua colgante que forman algunas letras, tales como la “R o K”.

Descendente: Asta de la letra de caja baja que

se encuentra por debajo de la línea de base, como ocurre con la letra “p y g”.

Inclinación: Ángulo de inclinación de un tipo.

Línea base: La línea sobre la que se apoya la altura.

Oreja: Es la terminación o terminal que se le añade a algunas letras tales como “g, o y r”.

Rebaba: Es el espacio que existe entre el carácter y el borde del mismo.

Serif, remate o gracia: Es el trazo o termina de un asta, brazo o cola.

Existen cinco elementos puntuales, sirven para clasificar e identificar a las diferentes las familias tipográficas:

- La presencia o ausencia del serif o remate.
- La forma del serif.
- La relación curva o recta entre bastones y serifs.
- La uniformidad o variabilidad del grosor del trazo.
- La dirección del eje de engrosamiento.

De acuerdo con esto podemos hacer un análisis y reconocer a los dos grandes grupos fundamentales:



Imagen 1. Partes que componen un tipo.

Tipografías con serif: Los tipos de caracteres, pueden incluir adornos en sus extremos o no, estos adornos en sus terminaciones, se denominan serif o serifas.

Tipografías sans serif o de palo seco: Es la tipografía que no contiene estos adornos, comunmente llamada sanserif o (sin serifas), éstas no tienen serif y actualmente se utilizan en muchos tipos de publicaciones de texto impreso.

Las terminales, son las serifas inferiores de un tipo, y las formas más comunes de una terminal las clasificamos como: lapidaria, veneciana, de transición, bodoniana, lineal, egipcia, de fantasía, medieval, de escritura y adornada.

Las serif se clasifican en las siguientes clases: Romanas Antiguas, Romanas de Transición, Romanas Modernas y Egipcias. Las sans serif se clasifican como: Grotescas, Neogóticas, Geométricas y humanísticas.

Familia de letras Romanas Antigüas

Se caracterizan por los siguientes detalles:

- Son letras que tienen serif.
- Su terminación es aguda y de base ancha.

- Los trazos son variables y ascendentes finos y descendientes gruesos.
- La dirección del eje de engrosamiento es oblicua.
- El espaciado de las letras es esencialmente amplio.
- Un peso y color intenso en su apariencia general.

Podemos incluir en este grupo de las letras romanas antiguas: Garamond, Caslon y Trajan.

Este tipo de letra cumple con las características citadas, ya que identifica a dos etapas de su construcción original. En la Roma antigua las letras eran trazadas con pincel cuadrado y posteriormente grabadas a cincel sobre la piedra. Las letras romanas antiguas también se denominan Garaldas, en claro homenaje a dos grandes tipógrafos de la época del Renacimiento:

Claude Garamond y Aldus Manutius

Tipografías Romanas de transición.

Son un tipo de familia tipográfica en proceso de las romanas modernas.

Las romanas de transición se distinguen por las siguientes características:

- Tienen serif.
- El serif es de terminación mucho más aguda que las antiguas.
- Los trazos son variables, al igual que las antiguas, pero las diferencias entre finos y gruesos son más marcadas sin llegar al contraste que marcan las modernas. Por otro lado las minúsculas ganan redondez.
- La dirección del eje de engrosamiento está más cerca de ser horizontal que oblicuo.

Incluiríamos en esta sección la tipografía,



abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Baskerville, Times, Century

Romanas modernas o didonas

Se caracterizan por los siguientes rasgos:

- Tienen serif.
- La serif es lineal.
- El serif se relaciona angularmente con el bastón de la letra.
- Los trazos son marcadamente variables, mucho más que en el caso de las romanas antiguas.
- La dirección del eje de engrosamiento es horizontal.
- Las cursivas son muy inclinadas, nos hacen referencia a la escritura caligráfica.

El grabado en cobre define esta clase de tipografías. También las romanas modernas son llamadas Didonas, nombre formado a partir de Fermín Didot y Giambattista Bodoni, relevantes tipógrafos del Siglo XIX.

El lenguaje de estas tipografías nos llevan claramente a los resultados de la Revolución Industrial. Incluiríamos dentro de este grupo la tipografía, Bauer Bodoni, Didi, Caxton, Ultra Condensed.

Tipografía Egipcia.

Se definen por las siguientes características:

- Tienen serif.
- El serif es tan grueso como los bastones, esta es la principal característica que la identifica.
- Puede ser cuadrado (Lubalin Graph, Robotik) o bien redondo (Cooper Black).
- Las relaciones entre serif y bastón pueden ser angulares (Memphis) o bien curvas (Clarendon).
- La dirección del eje de engrosamiento es normalmente horizontal.

Los primeros tipos de la familia Egipcia, entran en juego hacia el año 1820, con el primer tipo la “clarendon”. El tipo clarendon es de rigurosa actualidad, al igual que el Egyptienne usado en fotocomposición. Ofrecen cuerpos medianos para ser usados como textos de libros.

La italiana, una variable de la Egipcia

Consiste en una especie de egipcia muy estrecha, denominada por algunos Colonial y por otros Italiana. Su principal característica reside en el hecho de presentar bastones horizontales más gruesos que los verticales, en



Romana



Egipcia



Italiana

forma inversa a la corriente. Es una pequeña familia, con tipos muy armoniosos y muy adecuados para determinados titulares. Incluiríamos en esta sección la tipografía, Playbill.

Clasificaciones de las sans serif: Grotescas, geométricas y humanísticas

Grotescas

Las san serif, denominadas Grotesque en Europa y Gothic en América, son de origen decimonónico. Son las primeras versiones de sans serif derivadas de un tipo egipcia, sólo que en este caso se han eliminado los remates. Llamadas por los ingleses y americanos san serif, indicando con ello que los bastones no presentan ningún remate, y citadas en España, como letras de palo seco.

Las grotescas forman una familia muy amplia de tipos, dentro de los cuales se multiplican las variantes: en redonda, cursiva, ancha, estrecha, fina, seminegra, supernegra... siendo precisamente esta extensa variedad de formas, una de las características principales de las grotescas actuales. Las más representativas de este grupo: Futura Haas o Helvética o Akzident, Univers y Franklin Gothic

Geométricas o de palo seco

Se trata de letras de palo seco y de ojos teóricos, basados en formas y estructuras geométricas, normalmente monolíneas. Se emplean deliberadamente las mismas curvas y líneas en tantas letras como sea posible, la diferencia entre las letras es mínima. Las mayúsculas son el retorno de antiguas formas griegas y fenicias.

Destaca dentro de esta familia la: Futura de Paul Renner, 1927, la Eurostile o la Industria.

Humanísticas

Este tipo de sans serif está basada en las proporciones de las romanas. Las mayúsculas inscripcionales y el diseño de caja baja de las romanas de los siglos XV-XVI. No son monolíneas y son una versión de la romana pero sin serifs. Algunos ejemplos de estos tipos: Gill Sans, Stone Sans, Optima.

Las inglesas o manuscritas.

Una familia de gran alcurnia y nobleza, actualmente arruinada. Este tipo caligráfico se encuentra representada a pluma y pincel. Las cursivas inglesas nacen de la escritura común con pluma de acero derivada del siglo XIX.



Grotesca



Humanística



Inglesas o manuscritas

Destacamos entre ellas: las Snell English o las Kuenstler.

Las letras ornamentadas

Las del tipo decorativas no pertenecen a ninguna clasificación exacta.

La ornamentación de letras y tipos alcanzó su máximo esplendor hacia la primera mitad del siglo pasado, precisamente cuando se inició la litografía industrial. Debido a la fácil talla de la madera, las filigranas y ornamentaciones invadieron al tipo.

La ornamentación tipográfica existe desde hace muchos siglos, primero con las letras capitales adornadas, en los tiempos del Uncial, el Carolingio y el Gótico, más tarde con las capitales del Renacimiento. Otra muestra precedente de ornamentación la del antiguo Caslon.

Leer no es un proceso pasivo sino un grupo complejo de actividades. El proceso de leer no es lineal. Por el contrario, es dinámico y activo. Entonces, el uso de la tipografía es una de las maneras de hacer el acto de leer más fácil y así la manipulación del tipo y espacio tiene

una influencia fundamental sobre el lector. La legibilidad es término empleado en el diseño tipográfico para definir una cualidad deseable de una familia tipográfica. Algo legible es la facilidad o complejidad de la lectura de una letra, por tanto debemos tomar en cuenta al utilizar la tipografía las variables visuales, que son las variaciones que han sufrido los signos. Estas variables son las siguientes: La forma, la orientación, el tamaño y el movimiento.

La forma de un tipo puede ser mayúscula, minúscula o versalita.

La orientación de un tipo también es un punto importante a tener en cuenta. Por ejemplo, la cursiva se emplea para remarcar una letra dentro de un bloque de texto, para que destaque del resto. De la misma forma, un texto escrito todo en cursiva, resulta pesado leerlo.

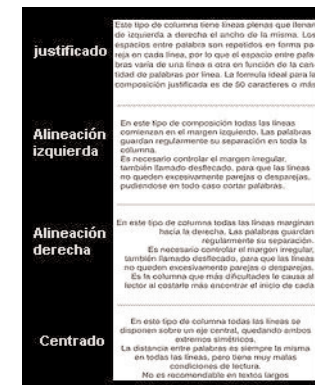
El tamaño, haciendo referencia a la anchura y altura de un tipo de tipografía. Habitualmente se mide en puntos (pt), y al variar estos puntos el tipo aumenta o disminuye proporcionalmente en altura y anchura

La alineación del Texto

La alineación del texto es un paso importante para mantener también una buena legibilidad.

MAYUSCULA minúscula
cursiva
pequeña 12 pt
GRANDE 48 pt

Variables visuales



Alineación del Texto: Justificación, alineación izquierda, alineación derecha, centrado.

I9 T. J., Cobden-Sanderson(1840-1922): "The ideal book or Book Beautiful" . Doves Press, 1900.

Las opciones de alineación en un diseño de una página tradicional son: Alinear a la izquierda, alinear a la derecha, centrar, justificar y alineaciones asimétricas.

El texto alineado a la izquierda es el recomendable para textos largos. Crea una letra y un espacio entre palabras muy equilibrado y uniforme. Esta clase de alineación de textos es probablemente la más legible.

Alineación a la derecha se encuentra en sentido contrario del lector porque resulta difícil encontrar la nueva línea. Este método puede ser adecuado para un texto que no sea muy extenso

El texto justificado, alineado a derecha e izquierda. Puede ser muy legible, si el diseñador equilibra con uniformidad el espacio entre letras y palabras, evitando molestos huecos denominados ríos que no rompan el curso del texto.

Las alineaciones centradas proporcionan al texto una apariencia muy formal y son ideales cuando se usan mínimamente. Se debe evitar configurar textos demasiado largos con esta alineación

Alineaciones asimétricas se utilizan cuando el diseñador quiere romper el texto en unidades de pensamiento lógicas, o para dar más expresividad a la página.

En una familia tipográfica, existen caracteres que se diferencian entre sí, clasificándolos de la siguiente forma:

El grosor en el trazo: Los trazos que componen los tipos, pueden ser pesados o ligeros, según su grosor pueden afectar o no a la legibilidad. El grosor de un trazo puede ser, redonda, negra o supernegra, fina o extrafina.

Inclinación del eje vertical o cursivas: Son las denominadas cursivas o itálicas. La cursiva en la tipografía debe utilizarse con prudencia, porque abusar de este carácter inclinado dificulta la lectura.

Proporción entre ejes vertical y horizontal ancho: Son en redonda, cuando son iguales, estrecha cuando el horizontal es menor que el vertical, y expandida cuando el horizontal es mayor. Cuando hay mucho texto, es ideal y aconsejable utilizar tipografías estrechas para ahorrar espacio.

Mayúsculas a caja baja: Un texto escrito en letras mayúsculas, provoca lentitud en la lectura y ocupa más espacio.

Después de adentrarnos un poco en la tipografía y sus características podemos entonces afirmar que, *"La función de la tipografía, consiste en comunicar a la imaginación, sin perder nada por el camino, la imagen que intenta transmitir el autor. Y la función de la tipografía bella no es hacer de la belleza algo que se convierta en un fin en sí mismo por encima del contenido, sino facilitar la comunicación por la claridad y belleza del vehículo por un lado, y por otro aprovechar las pausas y paradas que se producen en esta para intercalar aquellos elementos de serena belleza que hacen de la tipografía un arte".*¹⁹

La forma siempre debe estar unida a la finalidad de la obra, pero no sólo la funcionalidad es suficiente para lograr una buena forma. La palabra y la forma siempre van a tener una relación, que es importante considerar debido a que si se escoge la forma inadecuada, se puede variar el sentido de la palabra. y tomar en cuenta también como intervienen todos y

cada uno de los **sistemas de impresión**, pues muestran el resultado final cuando hacemos uso de la tipografía, pero en primer lugar debemos definir qué es impresión:

La impresión es llamada así por que es una actividad en la que se hace presión sobre un soporte para pasar la imagen de la matriz o forma a la impresora.

Es ésta la parte más importante de la reproducción de publicados, porque es en ésta en la que se realizan todas las copias que requerimos de nuestro original.

Las imprentas, como son llamadas las máquinas de impresión, constan de varios elementos; una forma o matriz de impresión, un órgano de impresión plano o cilíndrico, sistemas de entintado y órganos de transportación del soporte.

El fin del diseño editorial, es transmitir información a las personas por medio de la palabra escrita y las imágenes; pero este fin no podría cumplirse si se presentara un solo ejemplar de la obra realizada y resultaría muy costoso y lento realizar cada ejemplar por separado. El

uso de la imprenta nos permite reproducir tantas veces como se quiera una obra determinada.

2.2.3 Color

Quizá el color es el elemento gráfico que más fácilmente se identifica dentro de un diseño. Es capaz de diferenciar un producto del resto de la competencia. Su relevancia radica en la utilidad que tiene para promocionar el producto, ya que a través de las asociaciones de color se pueden sugerir las cualidades de un diseño. Al tener propiedades asociativas y culturales, desempeña un papel muy importante para la elaboración de una imagen propia.

Aplicado al caso de nuestra revista, buscamos un esquema de color que pueda grabarse en la memoria y sea identificable.

Recordemos que el color tiene una importancia excepcional, gracias a que el ser humano relaciona las imágenes con sus vivencias, de donde incluso aprende.

Para comenzar un estudio del color, es necesario conocer que éste tiene 3 dimensiones muy importantes: dimensión física (cómo se constituye), dimensión psicológica (percepción) y dimensión simbólica (su significado en las diferentes culturas). En esta tesis nos enfocaremos únicamente en la dimensión psicológica y simbólica.

Dimensión psicológica

El uso del color ha sido de gran interés en el campo de la psicología. No obstante, la mayoría de los estudios se refieren específicamente a su percepción, ya que existe cierta evidencia que nos sugiere que la luz de diferentes colores, al penetrar en el ojo, puede afectar indirectamente al centro de las emociones en el hipotálamo.

A una gran parte de quienes utilizan el color como un medio de comunicación, les interesa más el efecto que éste ejerce sobre quien lo percibe, que el color como elemento comunicante. Existen varios significados otorgados a los colores cuando éstos se asocian de manera directa con objetos o fenómenos naturales.

El hombre, en su devenir por el mundo, ha identificado a los objetos y fenómenos naturales mediante signos o palabras. Estos signos son arbitrarios, desde el punto de vista cultural. En primer lugar se utiliza la fonética y en segundo, algunos objetos o fenómenos naturales de acuerdo con la influencia que causan, recibiendo mayor o menor número de signos. Esto ha permitido al ser humano que los

20 Giraud, Pierre. "La semiología". Ed. Siglo XXI, México, 1979. pg. 40

signos representen directamente sin ambigüedades, los objetos en cuestión. Dicha representación constituye el carácter denotativo producido entre el signo (arbitrario) y el referente, es decir entre un objeto real que tiene determinadas características y una palabra.

Eco señala que la denotación es la referencia inmediata que el código asigna a un término dentro de una cultura determinada. Dicha asignación se conoce como: referente del signo.

Los elementos significativos del lenguaje no sólo abarcan los valores denotativos de los signos, pues también existen otros valores secundarios en las palabras utilizadas por cada persona. A dichos valores secundarios se les llama: significados connotativos.

"La connotación expresa valores subjetivos atribuidos al signo, debido a su forma y a su función".²⁰

Denotación y connotación, constituyen dos modos fundamentales de la signifi-

21 Urban, Wilburm. "Lenguaje y realidad". Ed. FCE, México, 1979. pg.13

cación y se combinan en la mayoría de los mensajes. Podemos diferenciarlos según sea lo dominante, lo denotativo y lo connotativo.

Urban²¹ distingue tres tipos de connotación: conceptual, emocional y la intuitiva. Es importante la intención de una palabra en relación con lo que apuntamos, lo que queremos decir o lo que se quiere significar con ella cuando se define algún objeto.

Las connotaciones o denotaciones que sean similares o iguales, permiten establecer un significado universal.

La posibilidad de que la asociación esté relacionada con las características propias de la luz -como en el caso de la temperatura de los colores, donde existe una relación entre los significados y la atribución de pertenecer al grupo de los cálidos o los fríos-, permite pensar que existen significados universales en cuanto a la percepción del color.

Para algunos autores, cada color representa cierto tipo de vibración emocional, y cada color del arco iris corresponde a un período de la vida humana. Para otros, la asociación del

color con conceptos de contenido afectivo, de valor estimulante y potencial de excitación, se basa en que las dimensiones del comportamiento emotivo son expresadas en conceptos relacionados con estados de ánimo, impulsos y emociones.

Los colores puros son mejor aceptados en áreas pequeñas, incluso que el uso de sombras o colores en diferentes matices. No así de forma inversa, ya que visualmente su uso es más atractivo en áreas grandes.

En cuanto a la combinación de colores que más agrada a la gente, son aquellos donde se maneja el contraste y el empleo de colores complementarios, siguiendo los monocromáticos.

Nuestra idea común del color se refiere a colores cromáticos. Los colores *cromáticos* son aquellos que están incluidos en el disco cromático: amarillo, naranja, rojo, azul, etc. Los colores *puros* son aquellos que no tienen mezcla con blanco o negro. Los *neutros* son la mezcla de los colores puros más *blanco o negro*. Todo color cromático puede describirse en tres modos:

El Tono. Es el atributo que permite clasificar los colores como rojo, amarillo, azul, etc. La descripción de un tono será más precisa si se identifica la verdadera inclinación del color de un tono al siguiente.

Por ejemplo, un determinado color rojo puede ser denominado con mejor precisión como rojo anaranjado.

Valor o Luminosidad. Se refiere al grado de claridad o de oscuridad de un color; es decir, la cantidad de blanco o negro que éste contiene.

Pureza o saturación. Describe la intensidad del color. Un color saturado es un color puro y este tipo de colores son los más brillantes y vivos que pueden obtenerse. El grado de saturación o pureza se reduce cuando se agrega gris, blanco, negro o algún color complementario.

Debido a que los gustos cambian de generación en generación y según sexo, raza, educación, así como el entorno cultural de cada individuo, es difícil establecer normas específicas para la creación

efectiva de combinaciones de color. Hablar de armonía de color es necesario y puede definirse como *"las combinaciones de color afortunadas que halagan la vista mediante la utilización de colores análogos o la excitan mediante contrastes"*.²²

La analogía y el contraste son las dos vías para el logro de la armonía del color. Los tonos análogos expresan una suave armonía y subrayan similitudes antes que las diferencias entre los tonos. Los tonos contrastantes son la disociación o diferencia de un color a otro.

Dimensión simbólica

El simbolismo del color ha sido utilizado y fomentado en una forma consciente. Se puede encontrar en toda expresión humana, tal es el caso de la heráldica, el arte, la vestimenta etc.

Este se establece de manera intuitiva, al relacionarlo con el parentesco elemental de la naturaleza. No obstante, este parentesco cambia de acuerdo con diferentes culturas, grupos humanos e incluso entre individuos de un mismo grupo. Al asociar el simbolismo por analogía con la naturaleza y el universo, éste se

convierte en una realidad casi exclusivamente anímica, ya que al tomar características de ambos como elementos idiomáticos, o al transformarlos, conduce muchas veces a un mensaje ambiguo, nunca explícito, lleno de rituales iconográficos que nos remiten a un significado innegable o, en ocasiones, incluso invisible.

Todo lo anterior nos permite explicar el hecho de que surjan significados duales y en ocasiones antagonismos. Por ejemplo: el color rojo puede significar vida o muerte.

El color ha sido asociado con mitos, magia y religión. Es común que en diferentes culturas el color se encuentre en el origen del cosmos o de algún elemento del mismo, o que en las religiones la utilización del color sirva para señalar sus principios y autoridad, mediante su representación, no sólo en libros y ritos sino también en ropajes de sacerdotes y dignatarios.

Como la elección del color es un factor de suma importancia para expresar un concepto, a continuación se muestran algunos simbolismos de colores, con la finalidad de aclarar un

22 Wong, Wucius. "Principios del diseño en color". Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 1988.

23 Ortiz Hernández, Georgina. "El significado de los colores". Ed. Trillas, México, 1992.

poco más y ejemplificar este apartado del capítulo.

*23 COLORES PRIMARIOS

Amarillo: El más luminoso de todos los colores, se asocia con brillo, alegría, dinamismo y júbilo.

También puede simbolizar aspectos negativos tales como: enfermedad, cobardía, envidia, celos, indecencia, engaño y traición. Es excelente para acentuar y destacar un área de diseño. Puesto junto a los azules; éstos parecen limpios.

Azul: Denota pasividad y tranquilidad, puede significar sinceridad, esperanza, sabiduría, paz, frialdad y fidelidad. Este color es ideal para productos de limpieza o para aquellos que buscan cualquiera de éstos conceptos. Los azules pálidos se usan para dar un aire de seguridad y confianza en los productos.

Rojo: Es el más atrayente de todos los colores. Es positivo, agresivo y excitante. Se asocia con pasiones y emociones, al igual

que con el peligro, valor, la furia y el conflicto. Los rojos son dominantes ya que captan la atención del público de todas las edades y sexos.

COLORES SECUNDARIOS

Surgen de la combinación de dos colores primarios.

Naranja: Es el resultado de la mezcla del amarillo con el rojo. Se relaciona con el fuego, representa alegría y esplendor. Atrae particularmente a jóvenes y puede dar aspecto de gran consumo. Es un color muy recomendable para un mercado moderno y sofisticado.

Púrpura: Resultante de la combinación del azul y rojo. Se asocia con majestuosidad, riqueza, lo ceremonioso y lo impresionante. En el mercado se utiliza en cosméticos y perfumes, los tonos más claros se utilizan para segmentos de mercados sofisticados.

Verde: Formado por la unión del azul y amarillo. Comparado con otros colores, es considerado como neutral refiriéndose a los efectos emocionales. Es más pasivo que activo, representa fé, inmortalidad y contemplación.

En el uso ordinario expresa frescura, juventud, inmadurez.

Los verdes son una opción clara para productos que deseen mostrar frescura, los verdes claros se utilizan en productos de salud. Si se utiliza en combinación con el blanco puede parecer clínico, pero si se utilizan verdes vivos con otros colores de igual luminosidad, el diseño adquiere vibración y vida.

En el caso específico del Blanco y Negro, pudieran no considerarse como colores estrictamente hablando, por la explicación de ausencia o presencia de luz que vimos anteriormente,. Sin embargo si lo son, pues también ocasionan diferentes estados de ánimo y al emplearse juntos, representan una antagonía entre lo positivo y lo negativo.

Blanco: Positivo y estimulante. Luminoso es delicado, ligero. Simboliza la honestidad, la pureza, la castidad, inocencia y la verdad.

Negro: Se asocia con la oscuridad, destrucción, corrupción, profundidad, depresión, solemnidad, muerte, dolor y tristeza. También es indicativo de terror, secreto y maldad. Si se



Disco cromático

utilizan grandes áreas de negro, estas dan al diseño, estilo y sofisticación. En los últimos años, el negro mate se encuentra asociado con la mejor calidad.

Gris: Es un color neutro, ideal para utilizarse como fondo de muchos colores.

Generalmente simboliza resignación, humildad, depresión, penitencia y sabiduría. El gris es un color de buen gusto, que puede crear un diseño selecto. Generalmente funciona bien para aplicaciones de moda, calidad o de negocios.

Los colores, aún siendo de la misma gama, pueden variar sus cualidades, debido a su intensidad, tono o saturación.

Colores vivos: Sugieren dinamismo, felicidad y espontaneidad. Se utilizan mucho en juguetes infantiles porque dan idea de diversión. Son colores muy atractivos, esto los convierte en un poderoso medio de comunicación.

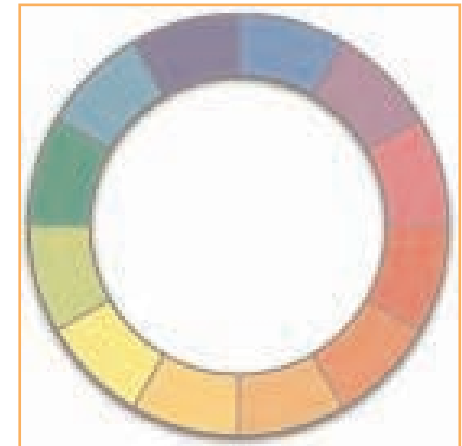
Los colores vivos son más potentes si se encuentran rodeados por colores oscuros. Les añade vitalidad al emplearse sobre fondos blancos, negros o pasteles.

Sirven para resaltar algún elemento de diseño cuando se emplean sobre fondos neutros, estos se vuelven más visibles. Son los colores más recomendados para productos de gran consumo, tales como comida rápida, juguetes y golosinas.

Colores pastel: Contienen mayor cantidad de blanco. Tradicionalmente eran considerados femeninos, pero atraen a ambos sexos. Sugieren dulzura, seguridad y confianza.

Tienden a ensanchar visualmente el área y atraen la atención del público por ser tan claros. Si se colocan juntos son armoniosos, si se utilizan con blanco refuerzan la idea de pureza. La adición de blanco para crear un color pastel, reduce la calidez ó la frialdad del mismo. Pueden hacer que un diseño se vea limpio sin ser aséptico, también tiene una imagen dulce que puede ser explotada por el diseño de envases de golosinas.

El rosa y el melocotón son colores considerados femeninos, pero si utilizamos colores pastel menos comunes como el oliva, podemos atraer a un público más amplio. Destacan bien entre colores vivos y oscuros.



Colores pastel: contienen mayor cantidad de blanco, sugieren dulzura, seguridad y confianza.

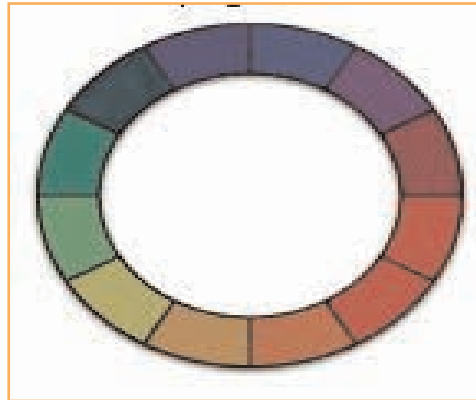


Colores vivos: sugieren dinamismo, felicidad y espontaneidad.

Colores apagados: Contienen cierta porción de gris o negro. Son buenos para diseños que evoquen al pasado se asocian con masculinidad, alta calidad y sofisticación, dan un aire sólido al diseño, combinan muy bien con dorados y plateados. Estos colores son idóneos para fondos.

Por todo lo anterior, podemos vislumbrar que la publicidad recurre mucho a la naturaleza subconsciente de los efectos del color. Es así que la tarea del diseñador es explotar dinámicamente, cuando es necesario, el poder de los colores para crear un estado de ánimo, sea mediante los colores mismos, o bien mediante su conjunción con imágenes.

Pero no hay que olvidar que el equilibrio entre todos los elementos del diseño también debe determinarse. Hay que prestar mucha atención a la evolución constante de formas, tipos, proporciones, colores, sin olvidar por supuesto imágenes y sensaciones. Es importante recordar que todos estos factores se relacionan entre sí, y la buena elección y conjunción de ellos determinan el éxito de un diseño.



Colores apagados: contienen cierta porción de gris o negro.

2.2.4 Diseño Editorial Digital

A lo largo de la historia, el hombre ha ideado modos e instrumentos para comunicar sus experiencias y reproducir la realidad, sirviéndose de todos los medios a su alcance, pero ha sido el uso de la imagen el de mejores resultados.

Cada época se ha caracterizado por el predominio de una determinada forma de expresión ligada a los cambios tecnológicos y a los nuevos medios de comunicación.

En la actualidad, la imagen audiovisual ha sobrepasado las limitaciones del lenguaje verbal, convirtiéndose en la forma específica de comunicar, variando en función del desarrollo social y sus necesidades.

Esto facilita la clasificación de los medios, separando definitivamente la comunicación escrita de la audiovisual y convirtiendo el siglo XX en el del dominio de los medios audiovisuales como el cine, la radio, la televisión y por último la informática.

En la última década, el crecimiento de las nuevas tecnologías de la información ha hecho necesaria la organización en torno a ellas de

los medios de comunicación y de la industria, dando lugar a un cambio fundamental en la sociedad, que, protagonizado por las industrias informáticas y audiovisuales, ha alterado nuestro medio, y en el que las innovaciones apenas establecidas vuelven a cambiar, afectando a las personas que conviven con ellas.

La necesidad de adecuarnos al tiempo que nos toca vivir, impone un continuo reciclaje de nuestros hábitos, así como aprender nuevos modos de relacionarnos y trabajar.

Es un desafío por resolver, es decir, buscar un significado para productos y servicios ofrecidos, dotándolos de estructura y comprensión a escala humanizada.

Esta es la razón de la necesaria y correcta interacción de las nuevas máquinas con el hombre, pues nos encontramos ante un adelanto técnico: el ordenador o computadora, que al ser introducido en todos los dominios de la vida cotidiana, obliga a los usuarios del medio a adquirir conocimientos complejos y habilidades específicas que les permitan dialogar y extraer la información acorde a sus necesidades y usos.

No podemos ignorar la enorme difusión de los medios audiovisuales como nuevos medios de comunicación.

Este hecho, coincide con el cada vez mayor predominio de la comunicación visual sobre la verbal, y el empleo del material gráfico como modo superior de comprensión, lo cual ha llevado a considerar a nuestro siglo como el *"siglo de la imagen"*, en el que las formas visuales adquieren una gran participación en el lenguaje habitual.

Estamos en un momento de profusa creatividad gráfica con enfoque lingüístico, cuyos procesos comunicativos culturales se rinden a la producción y consumo de símbolos.

Vivimos en un entorno pleno de imágenes, documentos escritos y sonoros, que convierten la experiencia de la realidad en una percepción que lleva consigo el desarrollo de la tecnología multimedia.

En esta era informática, la comunicación humana no se puede entender como sim-

ples bloques de información que van, vienen y se comparten entre los hombres sino también como verdadera interacción.

Estas modernas tecnologías audiovisuales han producido grandes beneficios en la transmisión de datos, sobre todo por ofrecer una gran cantidad de información.

Aunque también plantean problemas, pues exigen un proceso de adaptación al estar muy condicionadas por la técnica, por lo que una correcta comunicación con las máquinas dependerá decisivamente del diseño de entornos realmente amigables.

El uso de sistemas técnicos e informáticos condiciona la presentación de la información, al mismo tiempo que abre nuevas posibilidades.

El diseño de la información se extiende a la conformación visual de programas y así, si en otro tiempo el diseñador trabajaba dando forma a los objetos, en nuestros días un rayo de luz proyectado por un terminal; constituye la frontera inmaterial entre el usuario y el ordenador. La materia ha sido sustituida por la

emisión de señales.

La realidad comunicada se percibe de un nuevo modo, adaptada a través de símbolos y representaciones. Pero no podemos olvidar que el tipo de comunicación que se produce entre el usuario y el ordenador tiene un carácter especial, determinado por el hecho de que el mensaje se transmite a través de un medio técnico que presenta limitaciones comunicacionales.

Es aquí donde el papel del diseñador se transforma en el del mediador entre la información y el receptor. Es importante tener en cuenta que esta relación aporta siempre una enorme influencia en la imagen, ya que impone a la misma una serie de especificaciones propias de éste mensaje y de las técnicas de producción, de su modo de circulación y reproducción, de los diferentes soportes que las difunden.

Durante el siglo XX, los medios de comunicación aportaron con su desarrollo tecnológico un mayor control del proceso gráfico a los diseñadores, ya que en los años 90 las nuevas formas de comunicación de la era digital pre-

sentaron nuevos desafíos.

Como es el caso del sistema de distribución de información World Wide Web (WWW), contribuyendo a una rápida evolución del diseño gráfico a nivel mundial.

Actualmente, la computación es considerada como una herramienta fundamental para la elaboración de bocetos, dibujos vectoriales, inclusión de efectos, armado de distintas estructuras, etc. Es posible amalgamar dos criterios básicos: ciencia y arte, para establecer a la computación como ciencia de la ecología de la comunicación.

Para un diseñador gráfico, el conocimiento de los programas utilitarios define su actividad. Es imperioso reconocer que no todos los programas ofrecen la misma utilidad.

A fin de establecer una relación entre los programas utilitarios y los recursos computacionales, es preciso subdividirlos en tres aspectos: Programas básicos, progra-

mas específicos y recursos anexos.

Programas básicos.

Se denominan de esta manera a los programas que todo operador debe conocer, tales como procesadores de texto.

Programas específicos

Se consideran a un grupo de softwares que permiten una aplicación directa de las actividades propias del diseño.

Recursos anexos

Se consideran de este modo a las actividades interactivas: multimedia, por ejemplo, y la utilización del escáner como herramienta.

Dichos elementos son tan comunes hoy en día que resultan imprescindibles. A ellos a los que se suma la posibilidad del manejo de otros softwares complementarios, los cuales potencian su dinámica en la faz creativa.

A modo de conclusión podemos enfatizar que como diseñadores, es necesario tomar con-

ciencia en cuanto a la utilización de los recursos que se generan en el ámbito computacional, para así optimizar una competencia operativa del sistema.

Esto permite crear un ámbito donde es posible hallar dos factores fundamentales: una mirada crítica y otra operacional para la manipulación de objetos en una aplicación interactiva, cuya meta es la presentación final de un trabajo.

La llegada de la computadora no sólo ha revolucionado nuestros sistemas de tratamiento de la información sino que también nos ha proporcionado nuevos métodos de creación de diseño.

Con el rápido desarrollo en los últimos años de muchos programas gráficos y los periféricos correspondientes, la computadora actualmente puede realizar con gran eficiencia la mayor parte del trabajo de diseño que se hace normalmente con lápiz, pluma y pincel. Con ella se abren nuevos horizontes.

3.1 Antecedentes

“La ilustración ha sido un arte vital en la historia del mundo moderno y constituye una parte reconocida de nuestra experiencia cultural actual”²⁴.

Los orígenes de la ilustración son tan antiguos como los de la escritura. Las raíces, tanto de la ilustración como del texto, se encuentran en los pictogramas (símbolos que representan palabras o frases) y en los jeroglíficos (imágenes de objetos que representan palabras, sílabas o sonidos) desarrollados por las culturas de la antigüedad.

En la época clásica, los griegos y los romanos diseñaron e ilustraron manuscritos, pero ninguno ha sobrevivido.

La ilustración ha servido como complemento narrativo desde los más antiguos pergaminos ilustrados que se conocen: el *Libro de los Muertos*, y el *Papyrus Ramessum*, que datan aproximadamente del año 1900 a.C.

El Libro de los Muertos probablemente ejerció alguna influencia, y la fabulosa biblioteca de Alejandría, donde la tardía cultura egipcia se reunió con la naciente cultura clásica.

En los fragmentos de rollos ilustrados que aún se conservan, la composición utiliza numerosas ilustraciones pequeñas, sencillas y frágiles, dibujadas en el texto.

La frecuencia con que éstas aparecen, crea una secuencia gráfica cinemática, no muy diferente del libro de dibujos animados contemporáneo.

La invención del pergamino, y del códice, abrieron nuevas posibilidades al diseño y la ilustración. Los siglos que siguieron a la caída de Roma vieron la combinación de la influencia bárbara y romana, lo que dio origen al diseño de un rico y colorido vocabulario dentro de las artes y los oficios.

En la edad media, la fe cristiana en los escritos sagrados se convirtió en el principal estímulo para la preservación de libros.

El arte medieval de la iluminación de manuscritos fue el inmediato precursor de la ilustración de libros impresos. Fueron realizados en los monasterios como se mencionó en el capítulo I. Estos muestran auténtica maestría en la pintura en miniatura sobre papel avitelado, empleando colores brillantes de temple,

24 Ibidem, pag. 11.



Pictogramas: Símbolos que representan palabras o frases.



Jeroglíficos: imágenes de objetos que representan palabras, sílabas o sonidos.



Los libros iluminados se realizaban con extraordinario cuidado y sensibilidad de diseño.

además de oro. Los libros iluminados eran producciones especiales para ceremonias y exhibiciones. Al artista se le pedía no solamente decorar sino explicar el texto, es decir, crear imágenes que tuvieran una función práctica: el contenido visual.

En una época en la que poca gente sabía leer, estas ilustraciones eran muy valiosas y auxiliares para la comprensión del texto.

El empleo del decorado gráfico e ilustrativo tomó un lugar destacado y los manuscritos iluminados se realizaban con extraordinario cuidado y sensibilidad de diseño.

Algunas veces las imágenes eran más importantes que las palabras y las pinturas eran puramente descriptivas, o al menos esa era su verdadera intención.

Los griegos y romanos comprendían la importancia de la ilustración técnica, y tenían cierta idea de la perspectiva. Sin embargo, fue en el Renacimiento cuando se descubrió el secreto de representarla correctamente. Las teorías de Filippo Brunelleschi contribuyeron a revolucionar el diseño y a transformar el traba-

jo del ilustrador técnico.

Descubrió que hay leyes matemáticas que gobiernan la aparente disminución de tamaño de los modelos, a medida que retroceden en el espacio, haciendo de la perspectiva (método de descripción de la escala y las relaciones recíprocas correctas de los modelos), un descubrimiento que le condujo inmediatamente a la creación de pinturas más realistas, pues gracias a ésta se crearon efectos tridimensionales tanto en el dibujo como en la pintura.

Pintores e ilustradores como Leonardo Da Vinci y Alberto Durero impusieron un alto grado de meticulosidad y claridad de detalles en sus dibujos técnicos y arquitectónicos.

En sus libros científicos, Leonardo da Vinci consideraba que la tarea de las palabras era explicar la imagen, y el propósito de las ilustraciones era comunicar información.

La ilustración de libros propiamente, se desarrolló a partir de los libros del siglo XV, en los que la ilustración y el texto se grababan a mano en el mismo bloque de madera. Esta predominancia del grabado fue cediendo ante

el aguafuerte y el grabado de las planchas de cobre (siglo XVI y XVII). La ornamentación recargada que predominó durante el siglo XVII quedó demostrada en los grandes tomos de arquitectura, anatomía y equitación de la época.

Las primeras fotografías aparecieron en libros impresos hasta 1880, realzando las posibilidades del realismo total en la ilustración y esto se refleja en la divergencia entre el ilustrador que imita la fotografía esforzándose por lograr la mayor verosimilitud y el que se aparta del realismo y deja volar la imaginación.

Antes de la Segunda Guerra Mundial, los ilustradores se habían mantenido dentro del realismo y del cómic impuestos por los grandes pintores de la época victoriana. Lo principal en ese entonces era saber hacer un buen dibujo académico, incluso en el caso de ilustraciones decorativas o humorísticas.

En las décadas de 1920 y 1930, la ilustración comenzó a explorar los nuevos lenguajes visuales que ofrecían los pintores y escultores, aunque predominaban en gran medida las tradiciones victorianas.

En las décadas de 1950 y 1960 durante la expansión comercial de la posguerra, los ilustradores trabajaron en formas más modernas y expresivas. Este tipo de ilustración captaba, promovía y criticaba el espíritu de la nueva era, la era de la comunicación de masas y la sociedad de consumo.

*“El predominio de la línea gráfica (dibujos hechos a lápiz y con pluma y tinta, y bocetos lineales rellenos de color) se tambaleó ante el método “pictórico” de los innovadores”.*²⁵

Desde las páginas de las revistas nuevas o aquellas actualizadas, comenzaron a emocionar y estremecer la vista, las características exclusivas de la pincelada en lugar de las convenciones del lápiz.

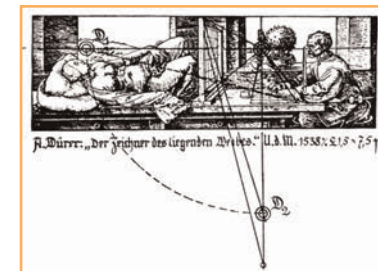
En lugar del recato gráfico, aparecieron dibujos y comentarios incisivos y mordaces. La composición se volvió más dinámica y emocionante. Las técnicas adquirieron una mayor expresividad.

El movimiento del arte moderno -agrupado bajo el título de “arte abstracto”- no tuvo tanta influencia como las pinturas anteriores

25 Ibidem



En sus libros científicos, Leonardo da Vinci consideraba que la tarea de las palabras era explicar la imagen. El propósito de las ilustraciones era comunicar información.



Dürer impuso un alto grado de meticulosidad y claridad de detalles en sus dibujos técnicos y arquitectónicos.



Antes de la Segunda Guerra Mundial, los ilustradores se habían mantenido dentro del realismo impuesto por los grandes artistas de la época victoriana.

(expresionistas, surrealistas e incluso la obra posterior de los artistas “pop”). No obstante, la búsqueda, el espíritu de experimentación y aventura no desaparecieron con la nueva ilustración.

El arte pop de las décadas de los años cincuentas y sesentas, junto con la ilustración popular, sirvieron por sí mismos como tema para pintores y escultores.

Se puede pensar que no había nada más alejado de la tradición que la forma en la que algunos ilustradores utilizaban el espacio del cuadro.

Los cubistas y los surrealistas adoptaron las técnicas de montaje y el collage, con lo cual se transmitían mensajes completos en una sola imagen.

Efectos cromáticos decorativos, característicos de pinturas fauvistas, y la naturaleza disociadora del diseño gráfico constructivista, también ofrecían una influencia alternativa, proporcionando al ilustrador y diseñador amplias posibilidades de presentar imágenes gráficas en formas frescas y originales.

Es entonces cuando podemos afirmar que la ilustración comprende una inmensa gama de estilos, desde el realismo pasando a lo extraño y fantástico.

Desde los días de la acuarela, la ilustración en color ha evolucionado hasta incluir el uso de muchos medios distintos.

Desde entonces creció la demanda de ilustraciones técnicas, cada vez de mayor complejidad, sobre todo desde el desarrollo industrial que comenzó en el siglo XVIII, pero aún ahora, el ilustrador necesita las mismas habilidades que sus precursores, la capacidad de observar y de transformar lo que se ve en una acertada representación bidimensional de un objeto tridimensional.

El siglo XIX en el aspecto técnico fue testigo de muchos adelantos, no sólo en maquinaria y procesos de impresión sino también en la gama de colores a disposición del artista y el ilustrador.

La revolución industrial permitió el desarrollo de tintes y pigmentos más sofisticados que añadieron nuevos colores al espectro.



El arte pop de las décadas de los años cincuentas y sesentas servía por sí mismo como tema para pintores y escultores.



Durante la expansión comercial de la posguerra, los artistas trabajaron en formas más modernas y expresivas, para captar y promover la era de la comunicación de masas y la sociedad de consumo.

Otro adelanto importante fue el desarrollo de semitonos, que hizo posible el reproducir adecuadamente obras a todo color; superponiendo diferentes tintas descompuestas con retículas para producir tonos.

Las bellas artes del siglo XX no han sido las únicas influencias de los ilustradores modernos.

La cultura popular en general ha contribuido a la variedad de lenguajes visuales que surgieron. En la búsqueda de un estilo personal, los artistas siempre han explorado todas las formas de impresión popular.

El arte de feria, gráficos vernáculos y la decoración de superficies, aplicados a productos industriales populares, son sólo algunos de los ámbitos explorados por los ilustradores.

La imitación de otros estilos ilustrativos anteriores y la experimentación con las peculiaridades de las técnicas de reproducción más antiguas, unidas a un estudio consciente y meticuloso de los ejemplos históricos, han contribuido a la gama creciente de estilos ilustrativos.

Por ejemplo, la ilustración de la tarjeta postal, los dibujos hechos sobre viejos anuncios, los libros de cómics, ilustraciones de moda y la ilustración de anuarios y revistas infantiles, no son más que algunos ejemplos de la ilustración histórica que sirven como fuentes visuales en un intento de insuflar nueva vida a productos ya consolidados.

La publicidad es otra gran ampliación en el campo del ilustrador. Puede contemplarse como una respuesta a la expansión del comercio y la industria que contribuyó al aumento de la competencia.

La aparición del cine, incluida la animación, y la televisión han proporcionado referencias e ideas con respecto a la composición y distribución de los elementos, ampliando la obra del ilustrador.

El diseñador toma importantes decisiones sobre la naturaleza de la ilustración en color cuando evalúa todos los elementos del diseño, pues la ilustración se puede utilizar de tal forma que el conjunto del diseño gire a su alrededor.



El cómic es un ejemplo de la ilustración histórica que sirve como fuente visual en un intento de insuflar nueva vida a productos



La aparición de la animación y la televisión han proporcionado referencias e ideas con respecto a la composición y distribución de los elementos, ampliando la obra del ilustrador.

26 Hablando de Diseño Joan Costa,
www.inusual.net

El predominio que se le quiera dar a la ilustración y el cómo tenga que desplegarse la misma, afectarán a la elección del diseñador sobre el estilo de la ilustración.

La ilustración que se realiza para cualquier diseño debe estar relacionada con los elementos de refuerzo del diseño y quedar reflejada en los mismos.

El estilo y la técnica pueden usarse para hacerse eco de un período o imagen particulares, y en tales casos, la ilustración debe ser concebida con ese objetivo en mente, pues cuando se combinan los elementos del diseño, se puede ejercer un mayor control sobre su ubicación y proporciones relativas.

La ilustración es relevante dentro del contexto comercial. Por tanto, las demandas sociales y económicas determinan la forma y el contenido de la ilustración, ésta se basa en técnicas artísticas tradicionales o digitales y emplea el uso de las imágenes para comunicar una información concreta.

Pero, a pesar de la expansión del campo de actividades de la ilustración, y del avance tec-

nológico ahora de las computadoras, así como de la sofisticación de materiales y reproducción, el papel del ilustrador no ha cambiado sustancialmente, aún sigue trabajando al servicio de un patrón comercial y de los medios de comunicación.

Considero necesario no perder de vista que el arte, diseño e ilustración pueden causar confusión en cuanto a su origen se refiere, sobre todo tomando en cuenta que regularmente sucede entre los conceptos; arte y diseño.

Por tanto, recopilé algunas notas de una entrevista realizada al diseñador Joan Costa²⁶, la cual hace referencia a este punto; la diferencia entre arte, diseño y por ende la ilustración, parte integrante fundamental dentro del diseño como medio de transmitir una idea y concepto, pues la ilustración forma parte de una composición, de un todo cuya finalidad es comunicar un mensaje.

“Las únicas semejanzas entre arte y diseño son puramente formales. La belleza o la poética es lo que a menudo es la razón de la obra de arte. La belleza, o incluso la fealdad, es al arte lo que la estética es al diseño”.



Las demandas sociales y económicas, determinan la forma y el contenido de la ilustración. En este ejemplo está basada en técnicas digitales y emplea el uso de las imágenes para comunicar una información concreta.

Pero una estética funcional. El diseño no es arte, pero vive de él porque se alimenta de sus diferentes estéticas.

De ahí vienen las confusiones. Diseño y arte son expresiones distintas de lo esencial.

Lo esencial es que “el arte se hace preguntas y el diseño soluciona problemas”.

El cubismo y la abstracción no son experimentos, son cuestionamientos sobre la vida, el mundo, nuestras ideas sobre todo esto, la sociedad, los valores, la mente humana, sobre la naturaleza humana.

La geometría, la matemática, el espacio y el tiempo no están en el entorno sino en nuestro modo de percibirlo y de concebirlo. Están en nuestro cerebro.

Por ejemplo: el arte cubista proyecta formas mentales en la representación pictórica del mundo y estas formas son geométricas porque salen de dentro, no están afuera.

Los pintores divisionistas o puntillistas tuvieron una intuición genial sobre la natu-

raleza de la luz, de la visión y de la percepción del color.

Cuando Kandinsky, Klee o Mondrian cierran los ojos a la realidad externa y miran hacia adentro, su lenguaje plástico es la forma pura -el “signo absoluto” como decía Walter Benjamin-, la geometría, el color puro, el signo gráfico, el punto, la línea.

En la Naturaleza no hay líneas ni contornos, pero sí están en la naturaleza del signo, el dibujo y la escritura, el grafismo.

Grafismo es el universo de “lo gráfico”, lo que los griegos llamaron *graphein* cuando encontraron en la mano humana, la raíz común de la ilustración y el escrito.

Es cierto que existe *arte gráfico* y también *diseño gráfico*. El primero es el dibujo y el grabado de las Bellas Artes. El segundo es la praxis que nació con la imprenta gutenberguiana, el dibujo de los tipos de letra, la composición de la página impresa. Por cierto, con la “proporción áurea” o el “número de oro”, se definía la arquitectura de la página impresa, es decir, una síntesis de la geometría y la matemática: cosas

mentales. Después vino el cartel que ya no está emparentado con el dibujo sino con la pintura. Que no es el mundo de la línea sino de la mancha. Luego vendría la Bauhaus en pleno industrialismo, que convirtió la praxis artesana del diseño al rango de disciplina.

Arte gráfico y diseño gráfico tienen en común el *graphein*, es decir, el origen, que no es otro que la mano que “traza”. Pero uno sigue siendo arte y el otro diseño. El diseñador trabaja para un cliente que le paga y juzga su trabajo.

Si bien los grandes artistas eran pagados, ya fuera por donantes, mecenas o cortesanos, lo que es esencial aquí no es que el diseñador reciba dinero por su trabajo, lo cual es justo, sino que quien le paga -su cliente- le impone el objetivo, el fin, la función de lo que ha de hacer e incluso lo que debe conseguir.

No le diré cómo debe hacerlo (este es el campo de libertad del diseñador) sino qué debe hacer para lograr el objetivo de su cliente.

El artista es libre. Nadie le impone un objetivo. Esto se enlaza con la función del diseño, que es resolver problemas. La ideología del diseño es la eficacia.

El arte nace en la prehistoria, con el sentimiento simbólico de *sapiens*, que no sabía lo que era arte. El diseño surge en el Renacimiento germano-italiano. Nace como *grafismo* con la imprenta gutenberguiana, o sea, a través de un medio técnico de producción. Se consagra como *di-seño* con la Bauhaus en plena re-volución industrial.

El diseño (*design*) es hijo de la “economía de producción”.

3.2 La ilustración en la Revista

La ilustración siempre ha formado parte del diseño de las revistas, pero antes de la llegada de la fotografía, no alcanzaba el nivel suficiente. Esta ofrecía la visión del periodista desde cualquier parte del mundo y ahora que la fotografía predomina, la ilustración le sirve de contraste.

En las revistas se puede observar entre las portadas, la variedad más extensa de estilos abarcando una gama completa de temas. Invenciones futuristas, sensaciones de nuevas fronteras frente a las maravillas, el ingenio de la ciencia, sólo por mencionar algunos ejemplos. El papel de la ilustración en la revista sirve para muchos fines, a un cierto nivel sencillamente adorna una página. Las revistas femeninas y los de cocina a menudo reservan espacio en abundancia para ilustraciones “ligeras”, con la intención de variar el efecto visual, contrastando dibujos con fotografías.

La ilustración decorativa también sirve para llamar la atención del lector. Un bloque de texto se alegra enseguida por medio de cenefas ornamentales, titulares decorados o pequeñas reservas para interrumpir el texto. Estas pueden incluir desde ingeniosas viñetas

cómicas hasta diseños atractivos que suelen destacar el estilo general de la revista y varían según las modas.

Dentro de las revistas podemos encontrar el humor, ya que las viñetas cómicas en éstas establecen un tono muy particular y han experimentado un notable desarrollo durante los últimos años en cuanto a la calidad del dibujo y complejidad de ejecución se refiere.

La caricatura está comprendida a mitad del camino entre las viñetas cómicas y el comentario político. Tiene épocas en que se pone de moda y otras en las que cae en desuso. Resulta más efectiva en los periódicos, donde las imágenes más fuertes se logran con gran sencillez de líneas.

El Reportaje

Es posible que con la aparición de la fotografía haya disminuido la cantidad de ilustraciones de este tipo. En las décadas de los sesenta y setenta se llevaron a cabo algunos de los mejores reportajes. Paul Hogarth efectuó un amplio trabajo para las revistas “en el lugar de los hechos”, además “la obra sorprendente de



Las revistas femeninas y las de cocina a menudo reservan espacio en abundancia para ilustraciones, con la intención de variar el efecto visual, contrastando dibujos con fotografías.



Las viñetas cómicas en la revista establecen un tono muy particular y han experimentado un notable desarrollo durante los últimos años en la calidad del dibujo y complejidad de ejecución.

27 Biblioteca del Diseño Gráfico. "Ilustración II". Ed. Blume, Barcelona, 1994. Pag. 10

Ralph Steadman par Rolling Stone, acompañada por los textos de Hunter S. Thompson, logró algo que los fotógrafos simplemente no podían igualar, modificar y exagerar lo que veía hasta ponerse a la altura de los escritos de Thompson."²⁷

Uno de los motivos por el cual no se usa más la ilustración en el reportaje, es la seguridad que ofrece la fotografía ya que proporciona realidad al lector, y el ilustrador, con todas las técnicas estilísticas personales que aporta, no siempre ofrece una visión objetiva.

Ilustración conceptual o editorial

El ilustrador tiene la misión de proporcionar una forma visible a conceptos a menudo abstractos y hacer que ésta forma de ilustración resulte esclarecedora, desafiante, entretenida y seductora. El manejo de ideas difíciles y complejas, forma parte de ella. Las revistas constituyen el vehículo ideal para este tipo de trabajo. Se tocan tópicos que dan qué pensar y el ilustrador puede manejar el dibujo, su postura y las técnicas sin temor a perjudicar las ventas, ya que como una revista se mantiene tan poco tiempo en el escaparate, esto significa que si un experimento no sale

bien al poco tiempo se publica otro número.

Es entonces que la revista utiliza la ilustración para impresionar, porque las palabras, las imágenes y el diseño se funden. Cada una de las piezas que componen el todo, encajan en su sitio y el ilustrador juega un papel importante.

Las cubiertas en la revista

La ilustración de la cubierta cumple una función completamente distinta a la de una ilustración que aparece en cualquier otra parte de la revista. La cubierta debe tener una gran fuerza gráfica y producir un efecto visual instantáneo.

Técnicamente tiene que ir acompañada de un logotipo (el nombre de la revista) y a menudo no sólo algunas líneas explicativas sino más información acerca de la revista. El aspecto que presente una revista en un puesto de periódicos influye en las ventas, sobre todo en las impulsivas. Una ilustración a menudo proporciona a la revista un determinado sabor o carácter, distinguiéndola de las demás. Esto es importante en un campo donde la imagen predominante de cubierta es un retrato fotográ-

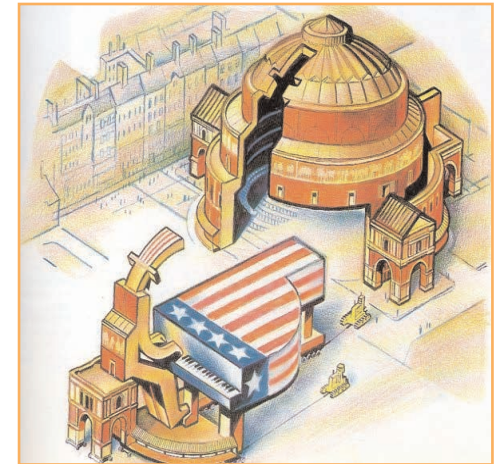


Ilustración conceptual: El manejo de ideas difíciles y complejas forma parte de ella y las revistas constituyen el vehículo ideal para este tipo de trabajo.

fico contra un fondo blanco.

Las ilustraciones de cubierta se hacen con clichés e imágenes conocidas, esto con el objetivo de tener una imagen fácil de reconocer y si sucede esto, es seguro que el lector comprenda enseguida el sentido de la ilustración.

Por otro lado, la ficción aplicada en las revistas se maneja de una manera muy semejante a las editoriales. Los mejores ilustradores son aquellos capaces de evocar con exactitud el ambiente de la narración, sin estorbar la imaginación propia del lector.

La única diferencia verdadera es que las cubiertas de los libros tienen algunas limitaciones con respecto a las ventas, mientras que estas restricciones, por lo general, no se aplican a las revistas.

A continuación daré una clasificación de la ilustración que ayudará a reforzar todos los puntos tratados en el apartado del capítulo.



Las ilustraciones de cubierta se hacen con clichés e imágenes conocidas, con el objetivo de tener una imagen fácil de reconocer y que el lector comprenda enseguida el sentido de la ilustración.

3.3 Clasificación de la Ilustración*

CARACTERÍSTICAS

1. Independiente o discursiva. **Narra una historia por si misma.**
2. Semidependiente. **Acompaña a un slogan o una frase corta.**
3. Dependiente. **Se apoya o apoya un texto completo.**

FUNCIÓN

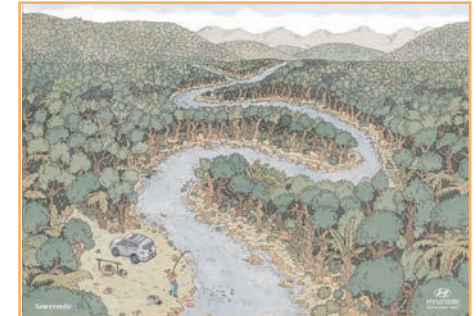
a) Informativa: Para explicar cómo se ha producido un acontecimiento y su causa probable, por ejemplo, un accidente de aviación en un lugar remoto del mundo que resulta inaccesible para los fotógrafos.

b) Decorativa: Es una forma de puntuación visual (encabezamientos, pies, cenefas, viñetas, etc.) Crea identidad y ambiente, da vida y embellece las páginas.

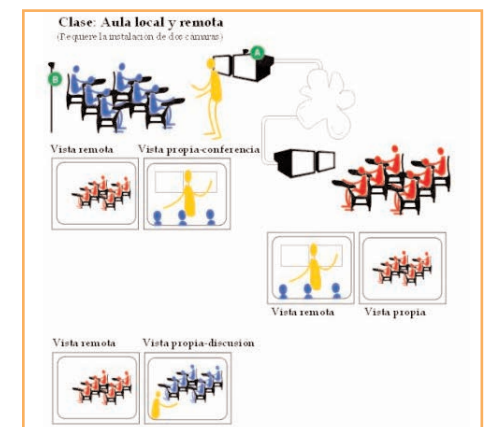
c) Didáctica-publicitaria: Se convierte en una fuente ideal para instrucción en muchos niveles. Estimulan al lector a hacer algo a menudo en forma de consejos paso a paso, que dividen la información por partes.

TIPOLOGÍA

La temática de la ilustración puede ser científica, técnica, cartográfica, botánica, natural, histórica, médica, ciencia ficción, moda, cocina, etc.



La ilustración semidependiente acompaña a un slogan o frase corta, el siguiente ejemplo es de una campaña de Hyundai con la frase "Drive your way".



La ilustración didáctica es una fuente de instrucción, estimula al lector en forma de consejos paso a paso, que dividen la información por partes.

* Clasificación de Ilustración proporcionada por el Lic. Guillermo Alberto Rivera Gutierrez, Académico de la Escuela Nacional de Artes Plásticas.

SOPORTE

El soporte se encuentra determinado por las necesidades del diseño, por ejemplo, si es editorial (libro, cuento, folleto, revista), cartel, póster, o una portada de disco, también puede ser embalaje, etiqueta, anuncio, etc.

RECEPTOR

Infantil, institución, grupo cultural, social, femenino, adultos, etc.

TÉCNICA

Lápiz, lápiz de color, acuarela, acrílico, óleo, mixtas, experimentales, técnicas modernas apoyadas de tecnología electrónica y digital, etc.



El soporte se determina por las necesidades del diseño, en este caso de embalaje el soporte será una etiqueta para paletas de hielo.



La temática de una ilustración es muy variable, como en el ejemplo correspondiente a un atlas científico sobre Tortugas.

3.4 Técnicas de Ilustración

Las ilustraciones son imágenes asociadas con palabras, esto significa que podemos producir imágenes que llevan un mensaje, por ejemplo, las pinturas rupestres y los mosaicos religiosos. Y también tenemos un buen punto de partida en los manuscritos medievales.

Un aspecto importante de la ilustración es el uso de diseños bidimensionales, a diferencia de las imágenes pintorescas y espaciales que tratan de captar la tercera dimensión.

La ilustración es tan variada y versátil como quienes la producen, de tal forma que la mayoría de los ilustradores tienen un estilo identificable. Desde los dibujos que se encuentran en la prensa en blanco y negro, hasta el estilizado trabajo de vanguardia que se usa para apoyar los materiales editoriales. Existe una amplia gama de estilos de ilustración atractivos y adaptables.

Sin embargo, a medida que avanzan sus carreras, los ilustradores tienden a identificarse con un campo específico y la mayor parte de su trabajo irá a un mercado o medio particulares. La mayoría de los ilustradores profesionales tiene gustos y habilidades específicas,

por lo que se aprovecha mejor sólo en un contexto apropiado.

La elección de los materiales y el modo de usarlos es cuestión de habilidades y preferencias personales. Sin embargo, es esencial tener un cierto conocimiento sobre las propiedades características de los diferentes medios, pues muchas veces se usan unos en combinación con otros.

Medios de Punta

Se denominan medios de punta al carbón, tiza, pastel, crayón, punta metálica y lápices empleados, solos o en combinación para dibujar.

CARBÓN

Es adecuado para dibujos de línea y de tono, también es un excelente medio para trabajar a gran escala. Tiene una fuerte tendencia a reflejar la granulación de la superficie. Debido a su naturaleza frágil los errores se pueden corregir fácilmente con una gamuza o incluso soplando. Uno de sus inconvenientes es que es sucio de manejar y los trazos pueden borrarse accidentalmente, por esta razón es esencial fijarlo, con un líquido que tenga un buen mate-

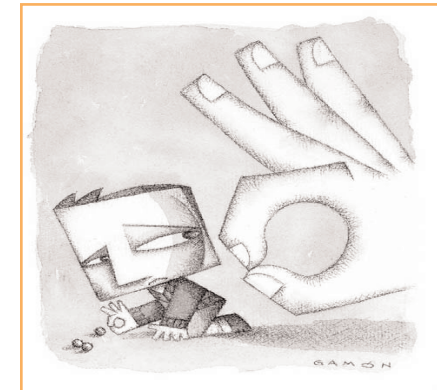


Ilustración en carbón, adecuado para dibujos de línea y tono.

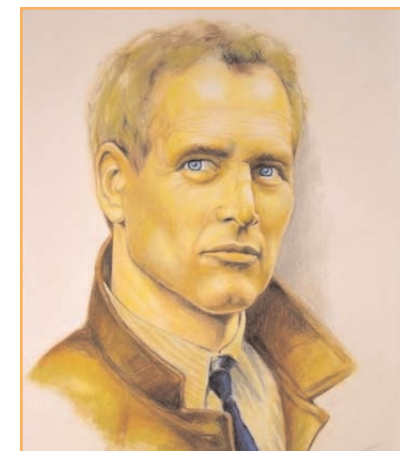


Ilustración con barras de pastel

rial aglutinante. Es un medio ideal para crear efectos atrevidos. Son utilizados para describir tanto el juego de luces y sombras en una figura, como para destacar las cualidades dinámicas de una pose.

TIZAS, PASTELES, CRAYONES

Existen tizas naturales, tizas fabricadas, pasteles y crayones. Las dos primeras son sustancias minerales cortadas en la forma deseada y empleadas para dibujar. Las tizas fabricadas y pasteles se hacen con pigmentos secos, pulverizados y mezclados en una pasta con un medio aglutinante soluble en agua.

Los crayones son una subcategoría: los pigmentos en polvo se mezclan con un medio que contiene un aglutinante graso. Las tizas dan al artista libertad para trabajar a todo color sin desventajas como las distintas velocidades de secado o los colores que se hunden.

TIZA CONTÉ

Se fabrican con pigmentos naturales y se pueden comprar en cuatro colores diferentes: dos tipos de marrón, negro y blanco. Tanto si son lápices como si son tizas, el color rojizo también llamado sanguina, posee una calidad

muy agradable y se ha utilizado con preferencia para el dibujo de la figura humana, retratos y estudios del paisaje a lo largo de toda la historia del arte.

BARRAS DE PASTEL

Se clasifican en blandas, medias o duras, según la cantidad de medio aglutinante incorporada a la pasta. Si se aumenta la proporción para hacer la barra más dura, disminuye el brillo del pastel. Desde un principio hay que disponer de los colores y los tonos precisos y dan mejores resultados cuando no se les trabaja en exceso.

Aunque se puede mezclar algo frotando, el mejor modo de variar colores y tonos es aplicar trazos o zonas de color, unas junto a otras. Así se va elaborando de manera gradual, el efecto deseado. Las correcciones y los sombreados hay que hacerlos con mucho cuidado, pues si se frota demasiado con el dedo, o con un difumino, en un intento de mezclar los colores, se puede destruir la superficie y obtener un acabado lustroso. Esta técnica, al igual que las tizas, necesita ser fijada. El pastel puede utilizarse como medio de dibujo o como medio pictórico, en función del tratamiento



Ilustración con pasteles de óleo

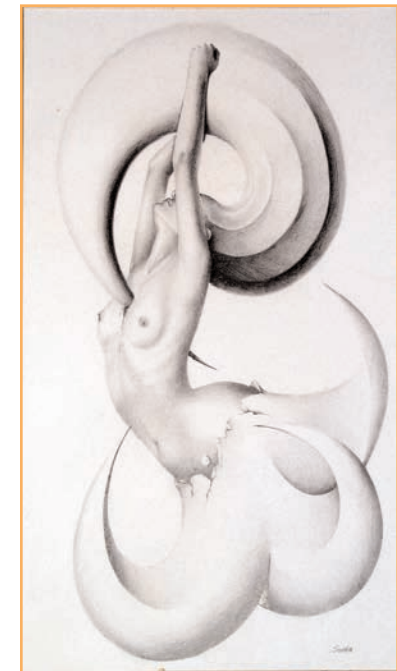


Ilustración con Tiza Conté

que se le dé. Cuando se utilizan para elaborar una obra mediante capas y fundidos de color, el resultado adquiere un aspecto mucho más cercano a una pintura al óleo que a un dibujo.

PASTELES DE ÓLEO

El efecto de los pasteles de óleo es completamente diferente al de los pasteles puros. De hecho tienen mucho más en común con las ceras o crayones. Dan una línea lisa, intensa, bastante grasa, no se desmenuzan y no tiznan el papel fácilmente.

Al igual que los demás tipos de pastel, los pasteles grasos también se mezclan sobre papel mediante la superposición de trazos, no admiten la mezcla por fregado. No obstante, se pueden disolver con trementina o aguarrás, y el trabajo de mezclas se hará como si se tratara de una paleta de óleos. Otra de sus virtudes es que no hay que fijarlo y que se pueden superponer capas de color sin temor a que las capas sucesivas se vayan desprendiendo del papel.

CRAYONES

La mayoría de los crayones se distinguen de las tizas naturales o fabricadas, por su viscosi-

dad. Se prestan fácilmente al dibujo de líneas, producen trazos ricos y suaves y no tiznan. El crayón de litografía es uno de los ejemplos más usados y mejor conocidos. No sólo es una parte esencial del proceso de impresión litográfica sino que también se ha empleado para dibujar directamente sobre papel, con buenos resultados. En general, los dibujos realizados con crayones no necesitan fijarse.

PUNTA DE METAL

Los dibujos con punta metálica se realizan sobre una base preparada, tienen un carácter fino y un tratamiento lineal. Los sombreados se obtienen cruzando líneas, la punta de metal resulta más adecuada para dibujos a pequeña escala donde los factores más importantes son la delicadeza de las líneas y la minuciosidad de los detalles.

LÁPIZ

Este material para dibujo está compuesto de una mezcla de grafito y arcilla. Este se puede manejar en una gama muy variada de superficies que incluye casi todos los tipos de papel. Existen lápices de dibujo y lápices de colores, las marcas que dejan los lápices son diferentes. Un lápiz compuesto de grafito produce mar-



Ilustración utilizando lápiz de grafito. Produce muchos efectos así como zonas de sombreado denso.

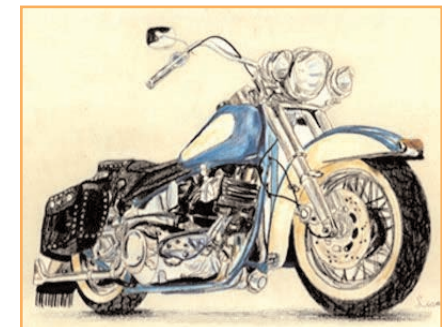


Ilustración utilizando lápices de colores

cas grises y brillantes, el lápiz de carbono hace marcas negras y mates, un lápiz Conté hace marcas negras y mates con una apariencia grasa. El lápiz es un medio conveniente y versátil, capaz de producir muchos efectos diferentes: desde líneas finas y delicadas, pasando por tramas paralelas, tramas cruzadas y tramas libres, hasta zonas de sombreado denso.

Los efectos obtenidos dependen de diferentes factores: del grado de dureza del lápiz, de la presión que se ejerce, de la velocidad del trazo, la superficie del papel y también, pero no por último, del modo en que se sostiene el lápiz.

PLUMA Y TINTA

La mayoría de las técnicas de pluma derivan de dos elementos básicos: la línea y el punto. A partir de ellos se pueden desarrollar un número prácticamente ilimitado de texturas. Además se pueden combinar con otros medios, tanto en blanco y negro como en color.

Dibujo de línea

El dibujo de línea pura y simple, sin el apoyo de texturas, es la más directa y en cierto modo la

más precisa de todas las técnicas, ya que el contorno realiza la tarea vital de sugerir la forma. El mejor tipo de pluma para esta técnica es una pluma-fuente o un estilógrafo de punta de tubo, su uso consigue líneas fluidas y sin interrupciones.

Línea y sombreado cruzado

Tiene dos aplicaciones principales en la ilustración. La primera es actuar simplemente como sombreado o dar forma redondeada a los objetos que se dibujan. La segunda es elaborar las zonas tonales de un dibujo para lograr un efecto dramático o un claroscuro, es decir, el contraste de zonas claras con otras oscuras. El método de esta técnica consiste simplemente en el entrecruzado de líneas para elaborar tonos y texturas. Las líneas pueden ser rectas y mecánicas o quebradas, onduladas e irregulares. Se aplican capas sucesivas de líneas laterales y diagonales que se hacen cada vez más densas hasta llegar al negro compacto.

Línea y lavado

Esta técnica varía enormemente. Un método típico es hacer un esbozo a lápiz para establecer la composición básica. A continuación se

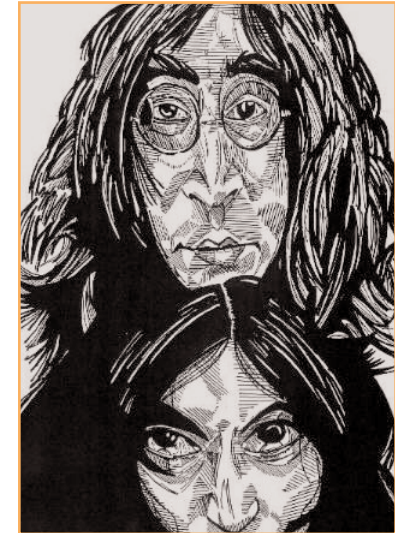


Ilustración de línea y sombreado cruzado

pasa a tinta empleando tinta a prueba de agua para producir una versión más detallada del boceto a lápiz. Una vez seca, se eliminan o se borran todas las marcas de lápiz. Es entonces cuando se aplican una serie de lavados con pincel sobre el dibujo a tinta, bien con tintas diluidas negras o bien acuarela.

Completado el trabajo de tonos se vuelve a emplear la pluma para elaborar detalles o reforzar contrastes.

Línea y aguada

Este método permite trabajar con más rapidez y soltura que cuando los tonos se crean con tramas de líneas paralelas y cruzadas. Las formas y las impresiones de luz y sombra se pueden resolver con unas pocas pinceladas que se reforzarán con líneas de pluma donde sea necesario.

Punteado y salpicado

La elaboración progresiva de zonas de tono mediante el uso de puntos, se denomina punteado. Es muy preciso a causa de las posibles limitaciones del método de reproducción empleado. Se necesitan cálculos muy exactos para decidir lo abierto o lo apretado que

puede ser el punteado.

Bien empleada, esta técnica permite obtener mayores sutilezas tonales.

En el caso de la técnica del salpicado, ésta se utiliza para complementar un dibujo básico ya realizado. Se hace aplicando tinta a un cepillo de dientes o de uñas, y después pasando un instrumento de borde recto por las cerdas del cepillo para que la tinta salga disparada hacia el papel.

OLEO

El modo más cómodo de pintar con esta técnica es sobre una superficie casi vertical y sobre un lienzo o superficie preparada. Se comienza a pintar, la gama de colores es muy amplia, pero la paleta básica puede consistir en los siguientes colores: *blanco titanio, rojo cadmio, carmesí de aliz, amarillo de cadmio, ocre dorado, sombra natural, sombra tostada, ultramar, azul cobalto, azul cerúleo y negro.*

La regla básica en esta técnica es comenzar con pintura diluida y acabar con pintura grasa, para que el resultado sea duradero. En cualquier momento se pueden hacer alteraciones, quitando pintura con una espátu-



Ilustración de línea y aguada



Ilustración utilizando óleo

la y limpiando cuidadosamente la zona corregida, con un trapo mojado en trementina.

ACUARELA

En ésta técnica es importante tomar en consideración varios aspectos: superficies, pinturas. Las acuarelas se hacen con pigmentos muy bien molidos y goma arábica. La goma se disuelve fácilmente en agua y la mezcla resultante se adhiere al papel una vez seca.

Pigmentos

Los pigmentos de acuarela se clasifican en tres grupos principales: tierras, colores orgánicos y colorantes químicos. Las tierras son pigmentos inorgánicos hechos a base de sustancias minerales: los ocre, sienas, óxidos y sombras.

Los colores orgánicos se hacen con base de compuestos de carbono, combinados con otros elementos de origen animal o vegetal.

Actualmente estos colores se fabrican por medios químicos. La base de la verdadera acuarela es el lavado transparente. Es importante no superponer más de tres lavados, de otro modo, el resultado será un color sucio y una superficie seca.

En esta técnica primero se da una primera pasada horizontal con el pincel de lado a lado del papel, volviendo hacia atrás al terminarla. Después se vuelve a cargar el pincel y se aplica la siguiente pasada, igual que la primera, de tal manera que se fundan. El pincel seco se usa generalmente para los detalles finales.

GOUACHE

El aglutinante del gouache es la goma arábica, lo mismo que la acuarela. Sin embargo, a diferencia de ésta, todos los colores contienen pigmento blanco, de modo que con esta técnica se puede trabajar de lo más oscuro a lo más claro, y no sólo de lo claro a lo oscuro. Para producir texturas se raspa la superficie con una cuchilla. El gouache es sumamente flexible, permite hacer pequeñas alteraciones pintando encima del error.

ACRÍLICOS

Se puede usar sobre casi cualquier superficie, excepto aquellas con imprimación oleosa. Se puede trabajar sobre lienzo, papel y maderas. Las pinturas pueden mezclarse con agua, pero la pintura es mucho más densa. Esta técnica permite aplicar muchas capas, una encima de otra, sin que aparezca suciedad como suce-

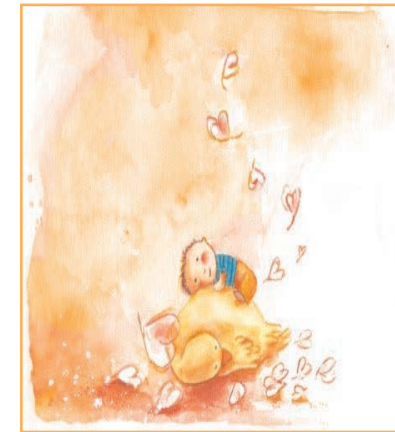


Ilustración con acuarela



Ilustración con gouache

dería trabajando con acuarelas, lo cual facilita el juzgar los valores tonales. Usando esta técnica es más fácil lograr estilos fotográficos muy acabados, mejor que con otros medios exceptuando el aerógrafo.

AEROGRAFÍA

Técnica muy utilizada para fundir unos colores con otros y obtener un perfecto tono gradual. También produce líneas sumamente finas y zonas de color uniforme, con una precisión casi fotográfica, pues se pueden producir una notable variedad de luces, sombras y tonos fundidos con gran exactitud.



Ilustración con acrílicos



Ilustración con aerografía

3.5 Ilustración Digital

Para todos aquellos que disfrutan con la creación artística, en especial con el dibujo y la obra sobre papel, la computadora se ha transformado en un instrumento muy especial. No es sólo una herramienta más sino que confiere un significado nuevo a muchos trabajos de ilustración y diseño gráfico.

La ilustración digital posee varias ventajas, ya que los programas de gráficos complementan las técnicas clásicas. Por un lado los programas de dibujo vectorial -conocidos también como programas de ilustración- y por otro, los programas de pintura en mapa de bits y retoque fotográfico.

Gracias al avance de la tecnología y a la aparición de la computadora, la forma en que se llevan a cabo determinadas tareas, cosas que anteriormente eran muy laboriosas, se convierten en tareas muy simples y rápidas. Por ejemplo, podemos empezar un trabajo en forma de boceto a lápiz o tinta, o cualquier técnica convencional, y acabarlo en la computadora. También es posible proceder al revés: Escanear una pintura o imagen y aplicar toda una serie de filtros en ella. Existen un sin fin de ventajas al utilizar programas para la

realización de Ilustración digital:

** Copiar una imagen, entera o en parte, es muy sencillo.*

** Los trazados geométricos no resultan difíciles: son la simplicidad misma.*

** Los efectos fotográficos o visuales se aplican instantáneamente y de forma reversible.*

** Se fomenta la experimentación, porque una imagen no es más que una posibilidad más. Puede guardarse cualquier prueba, volver sobre nuestros pasos. Nunca se agota la pintura ni se rompen los instrumentos...*

Todo esto ha cambiado el proceso de diseño gráfico para muchos diseñadores. Antes debía invertirse mucho más tiempo en la creación de un producto definitivo.

Al elegir una opción prácticamente se debía dejar fuera cualquier otra opción, porque era laborioso realizar el diseño elegido hasta el final. Ahora tenemos mucha más libertad para explorar diferentes alternativas y dar los toques finales a diferentes opciones, ya que no

se pierde tiempo en fases como el coloreado o la aplicación de la tipografía. Siempre con la tranquilidad de tener una copia a punto para seguir probando posibilidades sin que nos cueste un trabajo extra prepararla.

Nunca hay que perder de vista que si bien la computadora facilita enormemente las tareas laboriosas, el problema principal del diseñador gráfico al tener a la vista y a la mano un sin fin de posibilidades, pretende hacerlo todo, todo al mismo tiempo, y todo mezclado. Y esto puede llevarlo rápidamente a resultados caóticos.

Pero es difícil resistirse y evitar caer en la tentación de utilizar más colores, más tipos de letra, más imágenes, más recursos. Debemos tener en mente una cosa: no sólo por el hecho de que nos sea posible manejar miles de colores, centenares de letras, docenas de efectos especiales y poder combinar todo de un millón de maneras, no significa que debamos hacerlo.

El trabajo de nuestras publicaciones, por poner un ejemplo, no debe parecer un

catálogo de colores de pintura o un cartel de circo, por el abuso de las herramientas y novedades que nos ofrece la tecnología. Es por esto que las reglas básicas del diseño son aplicables también al diseño digital. La simplicidad, consistencia, una buena composición, son una garantía de buenos resultados como lo eran antes de la invención de las computadoras. Al igual que años atrás, el diseñador de ilustraciones digitales debe utilizar una serie de herramientas y sistemas de trabajo que son imprescindibles, pues no sólo permiten la buena distribución y justificación de un diseño. Retículas, guías, plantillas y estilos son auxiliares incluso para hacer trazos isométricos, al igual que para colocar elementos con gran precisión.

Las retículas

Casi todos los programas incorporan una opción para manejar retículas (normalmente una cuadrícula con espaciado configurable). Esta red -que no se imprime- sirve como referencia para colocar los diferentes elementos del texto, imagen, tablas... Se puede activar la opción de aproximar los objetos a las líneas de la red y éstos se desplazarán, como si fue-

ran atraídos por ella, hasta alinearse con la fila y la columna más próximas.

Algunos programas permiten retículas especiales, tienen la opción de elegir una cuadrícula isométrica. Si dibujamos respecto de esta cuadrícula podemos, fácilmente obtener objetos con aspecto tridimensional.

Guías.

Igualmente, puede utilizarse una regla vertical y otra horizontal como referencia, para saber la posición en que se encuentra un elemento (o el puntero del ratón). Respecto de estas líneas se pueden definir unas líneas de guía que se emplean para colocar con precisión los elementos. La forma habitual de colocar las líneas guía es hacer clic sobre la regla y arrastrar hasta la posición deseada. También puede variarse la posición del punto de origen de coordenadas (0,0) con el mismo sistema.

Las retículas y las guías son herramientas de gran utilidad cuando lo que cuenta es trabajar con precisión y queremos una estructura de base para organizar la disposición del diseño. Si hacemos un esbozo en papel, sobre papel

cuadrulado, podemos hacer servir las dos retículas para que se correspondan entre sí el borrador y el producto definitivo.

Debemos tener especial cuidado con las unidades que utiliza el programa. A veces será necesario cambiarlas en la opción correspondientes del programa (normalmente, se accede a este cambio desde una parte del menú como Preferencias, Opciones, Configuración, o similar).

Si debemos trabajar en un diseño para la pantalla, es más cómodo configurar las unidades como píxels, y elegir un tamaño de página que corresponda con la resolución de monitor elegida (normalmente 640 x 480, 800 x 600 o 1024 x 768).

Si, en cambio, el proyecto está destinado a la impresión en papel, será mejor definir la red en milímetros o centímetros (cuidado: muchos programas utilizan por defecto pulgadas).

Una pulgada son aproximadamente 2,54 cm).

Las plantillas

Las plantillas ahorran el trabajo de repetir los elementos comunes a diferentes partes de un proyecto. Por ejemplo: los elementos de la parte superior e inferior de la página suelen ser constantes, comparten encabezados, números de página, una misma distribución.

El área dedicada a los artículos puede tener una distribución que se mantiene constante dentro de cada sección. En este caso vale la pena crear una plantilla para cada sección de la publicación, que comparta una misma estructura básica y elementos.

Una plantilla nos permite ahorrar mucho tiempo, puesto que evita definir cada vez el diseño de la página o colocar los elementos fijos de la maqueta. Basta con llenar las partes que sí han cambiado. Por otra parte, hace posible una consistencia en el aspecto de la publicación, ayudando al lector a situarse y a sentir una mayor familiaridad.

El uso especial de plantillas que hacen algunos programas como Adobe Illustrator es emplear una imagen como pauta para dibujar.

Nuevamente, no se imprimen ni se alteran para nada con el trabajo del programa, pero permiten dibujar encima como si calcáramos.

Estilos

Los estilos son otra forma de ahorrar tiempo y conferir consistencia a los trabajos dentro de un programa. La idea es, sencillamente, separar los contenidos y el formato.

Por ejemplo: decidimos los atributos que ha de tener el texto, los que deben tener los encabezados, un pie de foto y cada vez que marcamos un texto como uno de estos elementos del documento. Automáticamente aplicará todo el formato que previamente hayamos decidido. Dado que los estilos pueden reutilizarse en diferentes documentos, el ahorro de tiempo puede ser enorme.

Aplicar un solo cambio a la definición del estilo, puede actualizar todos los textos de tantos documentos como se desee. Además, no nos equivocaremos nunca al elegir tamaños de texto, interlineado, tipos de letra, porque todo lo unifica para todas las partes donde se haya aplicado el estilo.

Uno de los alicientes de usar estilos está en la modificación de todo el aspecto de un gran documento (o de un conjunto de ellos), con sólo modificar los atributos de la definición de estilo.

Por ejemplo: si cambiamos el color de los títulos y subtítulos en la definición de estilo, siempre que tengamos uno de estos elementos, aunque sean docenas, dispersos en muchas páginas, todo se actualizará al momento, razón más que suficiente para emplear este recurso existe en la mayoría de programas. Para proyectos de una cierta envergadura es imprescindible.

Naturalmente, podemos realizar la definición de estilos así como queramos. Podemos crear nuevos estilos con un nombre descriptivo, como por ejemplo: "encabezado", "título en rojo" o "sección en cursiva". A menudo se habla de hoja de estilo para referirse al conjunto de formatos definidos para un documento (o un conjunto de ellos). Típicamente, pueden contener elementos tales como título, subtítulo, cuerpo de texto, pies de foto, citas...

Hemos visto las enormes ventajas de la utilización de la computadora como herramienta de dibujo para la ilustración digital.

Sin embargo, la ilustración no debe utilizarse tan sólo para acompañar al texto o hacer que una publicación se vea agradable visualmente. Es ideal que también el diseñador, haciendo uso de sus conocimientos y facultades, hiciera que ésta ampliara la información sobre un diseño o publicación, o que nos abriera una puerta a una reflexión relacionada con el contenido escrito.

3.5.1 Imagen Digital

Las imágenes siempre han jugado un importante rol en nuestras vidas. Motivan, cautivan, educan e informan más que las palabras.

Debido a que es relativamente nuevo, el mundo de las imágenes digitales puede ser confuso.

A veces, es difícil reunir todas las piezas y entender los píxeles, el color, la impresión y las computadoras, todas a la vez. La imagen digital que se utiliza principalmente dentro de la ilustración es de dos dimensiones y se dividen en dos tipos: imágenes vectoriales y de mapa de bits. Esta no puede considerarse una división del todo tajante. Las imágenes vectoriales suelen admitir la incrustación de imágenes de mapa de bits en su interior y los programas especializados en dibujo vectorial (Illustrator, Freehand, Corel Draw , etc.) cada vez tienen más cualidades de los programas de tratamiento de imágenes de mapa de bits (Photoshop, Photopaint).

Las imágenes vectoriales o archivos orientados al objeto, describen los contenidos de una imagen en términos matemáticos o logarítmicos. Este tipo de archivos de imagen son usa-

dos típicamente en las artes gráficas y las aplicaciones de ilustración. Las imágenes vectoriales son guardadas como una lista desplegable, describiendo la locación y propiedades de los objetos que constituyen la imagen, tales como formas, arcos y líneas.

Estas pueden incluir tipografía, diámetros, imágenes rasterizadas escaladas así como lenguajes de descripción de página, tales como el Postscript, que son un tipo de archivo orientado al objeto en donde un lenguaje de programación es usado para definir texto, un gráfico de vector y un contenido de imagen en mapa de bit de la página. Estas imágenes tienen el inconveniente de tener dificultades en tratar algunas cosas de forma natural ("sombras, luces, etc.")

Cuando son muy grandes o complejas, pueden volverse extremadamente difíciles de manejar para la capacidad de la computadora, hasta el extremo de que el RIP Poscript no pueda procesarlas. Por tal motivo contamos igualmente con otro tipo de imágenes llamadas rasterizadas. Las imágenes rasterizadas son "pintadas" a lo largo de la pantalla de la computadora en una serie de elementos cuadra-



Las imágenes vectoriales o archivos orientados al objeto, describen los contenidos de una imagen en términos matemáticos o logarítmicos.



Los programas especializados en dibujo vectorial (Illustrator, Freehand, Corel Draw , etc.) cada vez tienen más cualidades de los programas de tratamiento de imágenes de mapa de bits (Photoshop, Photopaint).

dos llamados pixeles. El término pixel es la abreviación de picture element (elemento de imagen). Cada pixel se almacena en un área de memoria denominada mapa de imagen y cada uno de éstos tiene una dirección con un número.

El brillo o valor de color de cada pixel es definido por un bit o un grupo de bits. Mientras más bits se usen, más alta es la resolución de brillo.

Un píxel puede cobrar muchos valores (blanco, negro, grises, color, etc.) esa es la base principal de clasificación de las imágenes de mapa de bits.

IMÁGENES DE 1 BIT POR PÍXEL

En este tipo de imágenes, cada celdilla o píxel puede tener uno de dos valores: uno o cero, que corresponden al blanco o negro. Estas imágenes son conocidas también como imágenes de mapa de bits de alto contraste o de línea. Las imágenes de 1-bit simulan grises agrupando los pixeles blancos y negros. Este proceso es llamado dithering (mezcla de colores) o halftoning (mediotono).

IMÁGENES DE RGB O LAB DE 24 BITS POR PÍXEL

En una imagen de 24-bit, cada pixel es descrito por tres números de grupos de 8-bit, representando los valores de brillo, se colorea siguiendo el sistema de color de los monitores de televisión, que se basan en 3 canales de color: rojo, verde y azul.

Cada pixel en una imagen de 24-bits posee uno de los 256 valores de brillo para cada uno de estos colores. De este modo podemos distinguir hasta 16.777.216 millones de tonos de color, pero en realidad lo que estamos haciendo es superponer los 3 canales de luz, cada uno con 256 posibilidades de tono.

IMÁGENES CMYK (32 BITS POR PÍXEL)

En este tipo de imagen, si a cada píxel le asignamos 4 bytes, podríamos representar en forma teórica los valores CMYK, propios de la cuatricromía profesional, 1 byte para el cyan, otro para el magenta, un tercero para el amarillo, y un cuarto y último para el negro, esto es teóricamente, porque la representación en pantalla que una computadora puede hacer es



Imágenes de mapa de bits también conocidas como de alto contraste o de línea.



Imágenes RGB: Se basan en el sistema de color de los monitores de televisión que se basan en 3 canales de color rojo, verde y azul.

de imágenes RGB, ya que ese es el modo de reproducir el color en el monitor.

CAPTURA DE LA IMAGEN

La captura de las imágenes digitales se lleva a cabo a través de un escáner o una cámara digital. La calidad de una imagen rasterizada es determinada en la captura por dos factores: resolución espacial y resolución de brillo.

El tamaño del pixel es determinado por el rango al cual el escáner muestrea la imagen. Un intervalo de muestreo largo produce una imagen baja en resolución espacial. Un intervalo más corto produce una resolución espacial más alta. Los escáners de película, usualmente, emplean tres sensores de imagen lineal, cubiertos con filtros rojo, verde y azul.

Cada sensor de imagen lineal, conteniendo miles de fotoceldas, es desplazado al ancho de la película para capturar la imagen una línea a la vez.

Otro tipo de escáners son los de tambor, los planos y los de documentos. Los escáners de tambor son escáners de alta calidad usados

por la industria de la impresión. Estos emplean tubos fotomultiplicadores como detectores, los escáners planos usados para captura de dibujos y documentos, más los escáners de documentos de alta velocidad, emplean detectores CCD al igual que los escáners de película. Un detector es un sensor de imagen de estado sólido, denominado charge coupled device (dispositivo de carga acoplada) o CCD para abreviar.

En un área de CCD en serie, una matriz de miles de fotoceldas microscópicas, generan pixeles percibiendo la intensidad de la luz de pequeñas porciones de la imagen de película.

Además de la resolución espacial y del brillo, otros factores que influyen en la calidad de una imagen escaneada son el rango dinámico, el ruido y los artifacts.

El rango dinámico indica cuán bien el escáner puede diferenciar entre los niveles de luz.

La película sobresale distinguiendo los pequeños cambios en el nivel de luz, mientras que los sistemas de captura digital poseen un rango de brillo limitado.



Imágenes CMYK: Representan en forma teórica los valores propios de la cuatricromía profesional, 1 byte para el cyan, otro para el magenta un tercero para el amarillo y un cuarto y último para el negro

El ruido es otro factor. La información capturada por un sensor contiene tanto datos de imagen como de ruido.

El ruido aparece como pequeñas y aleatorias variaciones en el brillo y el color. Los artifacts, otro factor en la captura de imagen digital, son distorsiones, tales como el patrón de moiré que ocurre cuando una imagen es submuestreada.

El ritmo de muestreo debe basarse en la frecuencia espacial de la imagen. La frecuencia espacial es el índice con que el brillo de la imagen cambia.

3.5.2 Resolución (TIFF, JPG, Mapa de bits, Vectores)

En la actualidad, las máquinas electrónicas destinadas a la impresión sólo tienen un sistema de imprimir: Dividen el espacio imprimible en una retícula de diminutas celdillas imprimen unas sí y otras no. El número de celdillas o unidades mínimas de impresión que una máquina es capaz de realizar, como máximo en un espacio dado, es lo que se llama "resolución". A mayor número de resolución, mayor nitidez de dibujo.

Existe una relación directa entre la resolución de la imagen y su número de colores, con el tamaño del fichero de imagen resultante de la acción de captar (o escanear).

Es importante resaltar que la resolución se suele medir en puntos por pulgadas (abreviado ppp) y que éstas son siempre lineales, es decir, que están formadas por una fila de puntos de impresión colocados en línea, uno detrás de otro. Así, hablamos de una impresora con 300 puntos por pulgada (una pulgada equivale a unos 2.54 centímetros).

De hecho, la resolución en puntos de impresión por pulgada cúbica de una filmadora de 2.400 ppp es de 5.760.000 puntos, la resolu-

ción por pulgada cúbica de una impresora de 600 ppp es de sólo 360.000 puntos. A cualquier sistema que se base en la división del espacio en una retícula se le puede aplicar este concepto de "resolución".

De hecho, los monitores tienen una resolución de 72 píxeles por pulgada en los aparatos Macintosh y 96 píxeles por pulgada en los PCs del sistema Windows. En el sentido tradicional (no digital), una imagen de línea es aquella en la que sólo hay colores (tintas) al 100%. La típica imagen de línea es una imagen de líneas y puntos en blanco y negro, sin gradaciones de tonos. No hay grises. Sólo negro (tinta al 100%) o blanco (tinta al 0%).

Estas imágenes se llaman a veces también "de pluma", porque en cierta época eran trazadas con plumilla o tenían una apariencia similar a la que dejaba una pluma. Hasta la llegada de los semitonos, las imágenes usadas en la imprenta eran, en sentido estricto, imágenes de línea.

Ampliando el concepto de "imagen de línea", éste puede incluir imágenes que tengan más de un color, siempre que el color se aplique en manchas al 100% de tinta.

Las imágenes de línea o mapa de bits no tienen por qué limitarse al blanco y negro. Si el fondo (papel) tiene un color y la tinta otro, seguirán siendo imágenes de línea. De este modo, en imprenta tradicional (no digital), una imagen con cuatro o más colores planos (al 100% en todos sus puntos), podría seguir considerándose una imagen de línea.

Las imágenes de línea digitales

Ahora bien, cuando hablamos de imágenes digitales, las imágenes de línea se definen porque los píxeles que las forman sólo pueden tener dos valores equivalentes a un valor 100% de tinta o a un valor 0%.

En cada píxel sólo es posible uno de dos valores binarios (0-1). En programas como Photoshop, su denominación es la de "imágenes de mapa de bits" (bitmap). Las imágenes con varias tintas planas, que podrían considerarse en imprenta predigital "imágenes de línea", ya no serían consideradas así. Aunque no usen semitonos, como cada píxel puede tener más de dos

valores (0 - 1), dejan de ser imágenes de mapa de bits para pasar a otros modos de color (color indexado, RGB, CMYK, etc.).

Pese a sus aparentes limitaciones, no es correcto considerar a las imágenes de línea como un modo inferior de imagen.

Las imágenes de línea son más eficaces que los semitonos en muchas ocasiones y son la elección más adecuada en diversas situaciones.

Las imágenes de trama o semitonos

En el sentido tradicional (no digital), una imagen de trama es una imagen impresa o destinada a la impresión en la que los tonos intermedios de tinta (aquellos que no son ni 0% ni 100%) se logran imprimiendo puntos de diverso grosor que siguen una trama ordenada.

Las imágenes de trama, también llamadas "semitonos" (halftone pictures), se basan en una ilusión óptica: a cierta distancia, el ojo humano percibe una agrupación de puntos y espacios como si hubiera un solo tono continuo, formado por el promedio de tono y contraste de espacios y puntos.

Según esta técnica, por ejemplo, una agrupación de puntos negros sobre fondo blanco se perciben como un tono gris medio.

Una agrupación de motas azul claro sobre fondo amarillo, parecen un verde medio. Una agrupación de rayitas rosadas sobre fondo amarillo se perciben como un tono rojo. Este efecto visual se conocía ya desde la antigüedad y los grabadores tradicionales lo usaban de distintas maneras. Las imprentas de diversos tipos eran capaces de simular tonos intermedios de forma razonablemente acertada y conseguían grabados de dibujos de medios tonos de gran valor artístico. Sin embargo, el problema se planteó con la aparición de la fotografía. Ésta técnica conseguía reproducir en dos dimensiones las imágenes más realistas que se habían conseguido nunca. Para la mayoría de la gente allí no había interpretación artística. Era "la realidad".

Ahora bien, para trasladar esta "realidad" a las imprentas que habían comenzado a servir noticias al gran público, hacía falta una técnica que evitara la reinterpretación de la mano de un dibujante -que mediante el buril la "traducía" a la plancha de impresión. Hacia finales



Imágenes de trama: Es una imagen impresa o destinada a la impresión, en la que los tonos intermedios de tinta se logran imprimiendo puntos de diverso grosor que siguen una trama ordenada.

del siglo XIX, cuando se desarrolló esa técnica (una serie de procesos fotoquímicos), fue posible trasladar las imágenes fotográficas a las planchas de impresión.

El sistema más primitivo del tramado moderno consistía en interponer una tela de tul negro entre el objeto que se quería reproducir y la superficie fotosensible de una plancha metálica que era revelada. Cuando se trataba con ácido esa plancha revelada, la corrosión daba lugar a pequeños huecos en el metal que permitían utilizarla para imprimir mediante el sistema de huecograbado.

Con posterioridad, la tela sería sustituida por diversos sistemas de cristales tramados. Las tradicionales cámaras de reprografía, existentes en las fotomecánicas, lo que hacían era duplicar originales aplicándoles este método.

Las tramas clásicas están formadas por sucesiones ordenadas de puntos, porque son las más sencillas de obtener y las que hasta hace poco han dado mejor resultado, pero no son las únicas. Hay otros sistemas de tramas. Una vez descubierto este sistema de tramas, su uso no se limitó a la reproducción de imá-

genes sino que se extendió a usos más sencillos como el tramado de líneas, recuadros, textos, etc., para poder reproducirlos en tonos que no fueran simples: "tintas planas" (es decir, un color de tinta al 100%).

Las tramas no tienen por qué ser iguales. Las hay basadas en círculos, en elipses, en rombos, en cuadrados, en líneas, etc. La trama puede estar formada por cualquier dibujo. De hecho, podrían estar formadas por pequeños dibujos de pingüinos, si esto no fuera un absurdo técnico.

En las tramas digitales más avanzadas hay incluso una cierta variación de la forma del punto, según varíe el porcentaje de la trama. En tramado digital PostScript las tramas se crean mediante funciones matemáticas y se almacenan en una especie de memoria intermedia para volcarse como rellenos.

En términos generales, el principio básico de la técnica de tramado no ha cambiado. Los métodos para lograrlo, sí. En el tramado digital no es una máscara de trama lo que se aplica a la imagen. Lo que se le aplica es una función matemática que define el tipo de trama

(punto, línea, elipse, etc.), su frecuencia o lineatura. Cuando se imprime es el Procesador de intérprete Postscript quien toma control de todo y le dice al aparato, punto a punto de impresión, qué se debe hacer. Esa es la diferencia esencial entre el tramado clásico y el digital.

El tramado digital sólo suele ocurrir en el momento de la impresión, antes no es muy usual que exista como tal sino sólo como una serie de valores matemáticos que se trasladarán a la máquina impresora.

VECTORES

Los programas de ilustración se distinguen por dibujar una serie de objetos definidos de forma matemática, llamados vectores. La forma con que se generan estas instrucciones para crear un vector, objeto constituido por una serie de puntos y líneas rectas o curvas, definidas matemáticamente, es a través de las llamadas Curvas de Bézier.

Cada objeto tiene una línea de contorno y está relleno de un color a elegir. Las ca-

racterísticas de contorno (o filete) y relleno se pueden cambiar en cualquier momento.

Se puede agrupar, separar, recortar, intersectar y relacionar de otras formas con el resto de objetos del dibujo. Si es independiente, se manipula separadamente del resto de objetos. Se pueden ordenar de cualquier manera en forma de superposición.

Las versiones recientes de los programas de ilustración vectorial son muy sofisticadas e incluyen gran variedad de efectos que pueden aplicarse a los objetos. Algunos de estos efectos tienen una aplicabilidad limitada, pero otros suponen una forma muy eficiente de completar determinadas imágenes.

Las principales limitaciones de los vectores son sobre todo su aspecto más frío, más de computadora, con su contorno demasiado perfecto. Para solucionar esto, en las últimas versiones, el contorno puede hacerse algo más irregular, para que se parezca algo más al dibujo natural y también pueden aplicarse estilos de línea que reproducen con fidelidad diferentes técnicas de dibujo y pintura, o imitan un objeto (por ejemplo: una cuerda o una cadena).

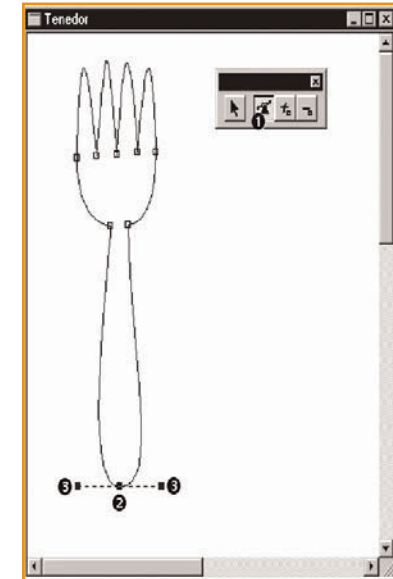
Algunos programas también crean una repetición seriada de los objetos que se indiquen a lo largo de un trayecto. Por ejemplo: dibujando un trazo, el programa automáticamente dibuja formas de huellas.

Por otro lado, con los programas de ilustración es más difícil preparar imágenes muy realistas o para conseguirlo hacen falta muy complejos arreglos de degradados, superposiciones, etc., que hacen que la imagen crezca mucho en tamaño y sea difícil de manejar.

La solución está en este caso en un manejo combinado de mapa de bits y trazados vectoriales, cosa que está al alcance de todos los programas existentes.

MAPA DE BITS

Estas imágenes deben su nombre a la forma en que se genera la imagen. Los programas de pintura crean ésta, asignando un color a cada punto de la pantalla o píxel. Esto se hace evidente al ampliar al máximo una imagen de mapa de bits cualquiera. Se puede apreciar que está formada por una trama de puntos, cada uno de los cuales tiene asignado un color. El



La forma con que se generan los dibujos vectoriales, constituidos por una serie de puntos y líneas rectas o curvas, definidas matemáticamente, es a través de las llamadas Curvas de Bézier.

conjunto de estos puntos crea la ilusión de una imagen de tono continuo, a escala de pantalla normal. Con la ampliación correcta, la calidad que tienen estas imágenes es buena. Una fotografía puede parecer tan realista como su equivalente en papel, a pesar de que la resolución con que se muestra en pantalla sea sensiblemente inferior.

COMPRESIÓN DE ARCHIVOS

Muchos formatos de archivos de imagen usan técnicas de compresión para reducir el espacio necesario, con el fin de almacenar los datos de las imágenes de mapa de bits.

Las técnicas de compresión se diferencian en la eliminación o no de detalles y color de la imagen. Las técnicas de compresión sin pérdida no eliminan detalle de la imagen al comprimir sus datos. Las técnicas de compresión con pérdida, eliminan el detalle de la imagen. Algunas técnicas de compresión son las siguientes:

RLE

Ésta es una técnica de compresión sin pérdida, admitido por los formatos de archivo

Photoshop y TIFF, y por algunos formatos normales de Windows.

JPEG

El JPEG, un esquema común de compresión con pérdida, utiliza compresión de vídeo analizando la imagen con el fin de eliminar pares de la imagen que se consideren "sobrantes".

Debido al sistema de compresión que utiliza el formato JPEG, al comprimir la imagen para grabarla, el resultado puede no ser exactamente el mismo que el original.

Se utiliza normalmente para mostrar fotografías y otras imágenes de tono continuo en documentos de lenguaje marcado como hipertexto (HTML).

Este formato admite los modos de color CMYK, RGB y escala de grises. Conserva toda la información del color de la imagen RGB, aunque comprime el tamaño del archivo mediante la eliminación selectiva de datos. JPEG ofrece varios niveles de compresión en los que, al seleccionar más compresión, la calidad de la imagen será peor. El nivel Excelente de JPEG que comprime menos la imagen, genera

una magnífica calidad, pero debe tener en cuenta que cada vez que se almacena en disco una imagen con este formato, pierde calidad, y por tanto se irá degradando si la graba varias veces. Probablemente, el formato JPEG es el más utilizado en la red Internet para enviar y recibir imágenes.

TIFF

Se utiliza para intercambiar archivos entre aplicaciones y plataformas de ordenadores. Es un formato flexible de imágenes de mapa de bits admitido por prácticamente todas las aplicaciones de pintura, edición de imágenes y diseño de páginas. Además casi todos los escáneres de escritorio generan imágenes TIFF. Este formato admite archivos CMYK, RGB y de escala de grises, este formato permite que pueda ser leído tanto en plataforma Mac o PC. Al comprimir un archivo TIFF se reduce su tamaño, pero no es un formato con compresión de pérdida.

PDF

En este tipo de compresión se representan tanto gráficos vectoriales como de

mapa de bits. Admite los modos de color RGB, color indexado, CMYK, escala de grises. El formato admite compresión JPG y ZIP. Esta es eficaz principalmente en imágenes que contienen grandes áreas de un solo color.

WMF

Esta extensión es compatible con casi cualquier aplicación Windows y soporta formatos vectoriales, bitmaps y textos.

GIF

Formato de intercambio de gráficos. Es un sistema de mapa de bits desarrollado por la compañía CompuServe. Archiva las imágenes comprimidas y es uno de los sistemas que se utilizan para la transmisión de imágenes en redes telefónicas como internet.

Utiliza un sistema de color indexado, capaz igualmente de trabajar en escala de grises (imágenes presentadas sólo con diferentes tonos de gris).

EPS

Postscript Encapsulado. Una imagen en formato PostScript se compone de una serie de instrucciones que reproducen fielmente cierta

información. PostScript es un lenguaje completo, orientado a la reproducción de datos en pantalla o en impresora. Hoy en día muchas impresoras láser poseen lenguaje PostScript, lo que las convierte en una herramienta ideal para utilizar como salida de datos EPS, ya que están formados por texto o por imágenes.

4.1 Antecedentes del PAN

El Partido Acción Nacional, conocido por el acrónimo PAN, es uno de los partidos políticos más importantes en México. Los miembros de este partido se denominan panistas.

El PAN es un partido político conservador y democristiano, aunque internamente existen diferentes corrientes, que van desde el centro a la derecha y hasta la ultraderecha.

Su presidente en turno es Manuel Espino Barrientos, y José Espino ocupa la Secretaría General. Su estructura se basa en la formación de cuadros políticos y cuenta con un extenso cuerpo normativo que determina su vida institucional.

Fundado en 1939, el PAN fue durante siglo XX, el principal partido opositor en México, situación que cambió al gobernar varios estados desde 1989 y a nivel federal con la integración de un bloque opositor en la LVII Legislatura en 1997 y con el triunfo a la presidencia de la República con la Alianza por el Cambio en el año 2000. En las elecciones federales de 2006 se impuso como el partido con mayor número de diputados y senadores. En el caso de su candidato a la presidencia de la República, hasta el día de hoy priva la incertidumbre sobre su supuesto triunfo, pues gran

parte de la población sostiene que sólo pudo ser nombrado presidente de México tras un fraude electoral.

El resultado de la elección presidencial del 2 de julio de 2006 mostró una supuesta mayoría de votos para su candidato Felipe Calderón Hinojosa.

Sin embargo, tras un gran número de irregularidades, las autoridades electorales se negaron a llevar a cabo una revisión cabal del proceso, mismo que fue avalado por el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, organismo que, tras reconocer el gran número de irregularidades, lo declaró presidente electo. Tomó posesión el 1 de diciembre del 2006 en el Congreso de la Unión, en medio de un ambiente de gran crispación social y sin respetar el protocolo oficial, el cual no pudo ser llevado a cabo por la toma de la tribuna que llevaron a cabo miembros de la cámara de los partidos opositores.

Para entonces, el PAN contaba con el gobierno local en los estados de Aguascalientes, Baja California, Jalisco, Guanajuato, Morelos, Querétaro Arteaga, San Luis Potosí, Tlaxcala y Yucatán. Actualmente tiene una importante presencia en los estados de Nuevo León,

Zacatecas, Tamaulipas, Sonora, Coahuila, Veracruz, Campeche y Michoacán.

EL PAN nació mediante una asamblea constituyente efectuada entre el 14 de septiembre y el 17 de septiembre de 1939 en el salón del Frontón México; y fue fundado por el entonces ex-rector de la UNAM, Manuel Gómez Morín.

El año siguiente (1940) había elecciones presidenciales (las primeras que debía afrontar el PAN después de su fundación); el partido buscó postular al licenciado Luis Cabrera, que gozaba de amplio prestigio y que se había opuesto al gobierno de Lázaro Cárdenas, pero declinó la postulación. Entonces hubo un intenso debate interno sobre apoyar o no la candidatura de Juan Andrew Almazán (candidato de su propio partido, el Partido Revolucionario de la Unificación Nacional); Gómez Morín aportó la solución, al lograr que se aprobara una propuesta por la que se dejaba en libertad a los panistas para apoyar a Almazán, siempre que éste no se desviara de los propósitos del movimiento (en cuyo caso los panistas debían retirar su apoyo). Muchos

panistas participaron activamente en la campaña almazanista que terminaría en el baño de sangre del día de las elecciones (la primera prueba de fuego para los panistas).

El partido creado como una institución política que se alejaba del caudillismo y buscaba la institucionalidad de la democracia, logró su primera diputación en 1946 y su primer municipio, Quiroga, Michoacán en 1947. Sin embargo, mantuvo una presencia marginal en el gobierno. En 1952, contendió por primera vez a la presidencia de la república con Efraín González Luna como candidato.

El partido sufrió un declive que tocó fondo en 1976, cuando no pudo ponerse de acuerdo para proponer candidato a la presidencia, sin embargo a partir de este punto se inicia el proceso de incrustación de grupos empresariales descontentos por el libertinaje económico en que incurrieron los presidentes Echeverría y López Portillo.

Resultando un hito el reconocimiento del triunfo de Ernesto Ruffo Appel como primer gobernador de un partido de oposición en 60 años. (Baja California noviembre de 1989).

El 1° de septiembre de 1997 consigue la mayo-

ría absoluta junto con los partidos del bloque opositor dentro de la LVII Legislatura, logrando terminar la hegemonía del Partido Revolucionario Institucional que no había perdido el dominio del poder legislativo desde 1929.

En el año 2000, como parte de la Alianza por el Cambio y después de más de seis décadas de participación política opositora del Partido Acción Nacional, Vicente Fox Quesada fue electo a la presidencia de la República Mexicana, terminando así con la extensa hegemonía del Partido Revolucionario Institucional, que sostuvo desde el fin de la Revolución Mexicana.

A finales del 2005 en elecciones internas, con la participación de miembros adherentes y activos fue electo Felipe Calderón Hinojosa candidato a la presidencia de la república.

En julio de 2006 el candidato de Acción Nacional obtuvo el voto de la mayoría de los mexicanos pasando a ser el primer presidente emanado de Acción Nacional sin la ayuda de alianzas con otros partidos. En el año 2006 el PAN también se consolidó como la primera fuerza en el Congreso de la Unión obteniendo mayoría relativa en la cámara de diputados

y en la de senadores.

Tradicionalmente el PAN sigue los lineamientos característicos del democristianismo. Sus principios de doctrina fueron aprobados por la Asamblea Constituyente el 15 de septiembre de 1939, y están planteados a partir de la definición de 4 principios fundamentales: Dignidad de la Persona Humana, Bien Común, Solidaridad y Subsidiariedad.

El PAN se opone al aborto y a las uniones civiles, incluyendo a las uniones entre miembros del mismo género.

Su propuesta económica, propone un sistema mixto entre el neoliberalismo económico y la atención a sectores vulnerables de la población. Sin embargo, en la práctica la atención a los sectores vulnerables se ha convertido en una especie de populismo que ha dado paso a una política clientelar similar a la practicada por el sistema político priísta del Partido Revolucionario Institucional.

El PAN tiene una organización con una Asamblea Nacional de Delegados (Miembros Activos) propuestos por las

Información obtenida de:
http://es.wikipedia.org/wiki/Partido_Acc%C3%B3n_Nacional
<http://www.pan.org.mx/>

Asambleas Municipales y ratificados por Asambleas Estatales. Este órgano es la máxima autoridad del partido la cual delibera y aprueba los cambios de los estatutos y reglamentos, así como la elección de los miembros del Consejo Nacional.

Le sigue el Consejo Nacional que es formado de 300 miembros Activos electos, así como por miembros exoficio y tiene como función nombramientos de los miembros del Comité Ejecutivo Nacional, el diseño de plataformas electorales, y la disciplina interna del partido. Se renueva cada 3 años.

El comité Ejecutivo Nacional es el órgano de dirigencia, que deberá ser electo cada tres años. Consiste en encargados de las carteras directivas, los coordinadores parlamentarios, el Presidente del Partido y los nombrados para las carteras de administración.

Se sigue por comités Directivos Estatales y Municipales con el mismo funcionamiento.

Cuenta con agrupaciones Femenina (Promoción Política de la Mujer) y la Secretaría Nacional de Acción Juvenil. Ambas con su propia normatividad.

El PAN cuenta con un control riguroso de sus

miembros, divididos en activos y adherentes, siendo los primeros aquellos que cuentan con todas las obligaciones y deberes que el partido otorga y los segundos quienes están en proceso de adquirir la activación. Es en los comités Municipales donde se inicia el proceso de afiliación al Partido.

4.2 Revista Kratos

Esta publicación busca crear un espacio de análisis de políticas públicas en los tres órdenes de gobierno, los temas de la coyuntura nacional e internacional para contribuir al cambio en México.

Pretende brindar una herramienta de información política, económica y estadística para los servidores públicos del PAN.

Utilizarla para promover la vinculación democrática del Partido Acción Nacional con los tres órdenes de gobierno de extracción panista y crear un espacio de interacción con la sociedad en el ámbito público.

Tendrá como temas principales: gestión y políticas públicas, logros y éxitos de los gobiernos emanados de Acción Nacional, política nacional e internacional, análisis de prospectiva, finanzas públicas, análisis de las iniciativas de ley, comunicación y ética gubernamental, así como dar a conocer algunas herramientas que apoyen a los servidores públicos en su tarea diaria de gobierno.

Dentro de los conceptos de la revista Kratos se encuentran:

- Favorecer la coherencia de las políticas públicas en los tres niveles de gobierno: Federal, Estatal y Municipal.
- Los fundamentos del nuevo régimen democrático.
- Promover la agenda de los cambios del país.
- Difundir los logros, éxitos y políticas públicas de los gobiernos emanados del PAN.
- Plantear una reingeniería de gobierno.
- Reafirmar los signos de cambio en México.
- Propuestas y análisis de políticas públicas.
- Proponer una crítica objetiva y positiva.
- Que sea un instrumento de diálogo con las instituciones de la sociedad mexicana.
- Realizar análisis prospectivo del entorno político, económico y social.
- Realizar escenarios y estudios de prospectiva.
- Que sea un espacio de difusión para políticas públicas de manera concreta y sencilla.

Kratos busca ser un instrumento de información para todos aquellos lectores que sean servidores públicos, y analistas interesados en conocer las principales propuestas de políticas públicas, en búsqueda del bien común.

Los colaboradores internos serán miembros del Comité Ejecutivo Nacional, funcionarios



Revista Kratos No 1, Vinculación Democrática.

del PAN en los tres órdenes de gobierno, Diputados y Senadores del partido Acción Nacional y, dentro de los colaboradores externos, exfuncionarios de gobierno, académicos y especialistas, líderes de opinión, al igual que Instituciones Nacionales e Internacionales de la Sociedad Civil Organizada.

La publicación deberá tener una Distribución Estratégica en:

- *Ayuntamientos*
- *Gobiernos Estatales*
- *Secretarías de Estado*
- *Presidencia de la República*
- *Comités Directivos Estatales y Municipales*
- *Comité Ejecutivo Nacional*
- *Consejeros Nacionales*
- *Embajadas y Organizaciones Internacionales en México*
- *Medios de comunicación nacionales y estatales*
- *Instituciones Públicas*



Revista Kratos No 2, El consorcio de Monterrey.



Revista Kratos No 4, Multilateralismo

4.3 Directorio de la revista Kratos

Julio Castellanos Ramírez

Secretario Nacional de Acción Gubernamental

Luis Gustavo Parra Noriega

Director Nacional de Acción Gubernamental

Alonso Cortés Jiménez

Director Académico

Daniel Alvarado Martínez

Director Administrativo

Gerardo Rodríguez Sánchez Lara

Coordinador General de Edición

Verónica Mora Castro

Coordinadora General de Imagen

Diana Angélica Alaves Pérez Paulin

Diseño

Colaboradores

Enrique Castro Soto
 Arturo García Portillo
 Albino Alfonso Hernández Montiel
 Carlos Armando Molina Baez
 Betina Chávez Soriano
 Olivia López García
 Leticia Luna González
 Nancy Ramírez Cedeño
 Gustavo Román Vázquez Millán



Revista Kratos No 3, Transparencia democrática.

4.4 Estrategias mercadológicas de venta y distribución de la revista Kratos.

La revista Kratos practicará una fijación de precios de penetración del mercado. Esto tiene el objetivo de establecer un precio bajo con el objetivo de estimular el crecimiento, maximizar la participación de mercado y obtener un mayor volumen de ventas.

Éste redundará en costos unitarios bajos y mayores utilidades a largo plazo. De acuerdo a este criterio, se consideró que el precio sería de \$20 por lanzamiento de la revista.

ESTRATEGIA DE DISTRIBUCION

Funcionar a través de suscripciones anuales y semestrales con servicio de reparto de todas las publicaciones, amplia presencia en tiendas especializadas, librerías, puestos de periódicos a nivel Distrito Federal y área metropolitana.

ESTRATEGIA DE VENTA

Disponer del 10% del presupuesto para llevar a cabo la promoción de ventas, con el objetivo de estimular la compra más rápida o mayor de revistas, por medio de publicaciones gratuitas durante los primeros 3 meses, descuentos

en suscripciones anuales del 10% y recompensas por ser cliente habitual. Estimulación de la fuerza de ventas y distribuidores por medio de comisiones.

Metodología

Al desarrollar un proyecto de diseño, es necesario tomar en cuenta el enfoque que se pretende mostrar; es decir, establecer como primicia, lo que espera el cliente del producto para poder ofrecerlo, convencerlo, estimularlo. Dar una razón para comprarlo o adquirirlo.

Todo mensaje en diseño gráfico se elabora siempre por medio de una combinación coherente y previamente estudiada de los elementos visuales con los que hayamos decidido trabajar.

La finalidad principal es que el diseño en si mismo sea capaz de transmitir los atributos o características de nuestro producto, en la forma más clara posible. Para lograr dicho resultado, tomaré como base de mi metodología 2 puntos principales:

1. FUNCIONALIDAD

En este punto debe tomarse en cuenta si nuestro diseño cumple con los requisitos necesarios de una portada de revista, que le proporcionarán un carácter propio sin dejar de lado la congruencia que debe existir entre los elementos gráficos que la integran y el men-

saje a transmitir. Es decir, establecer una comunicación directa entre nuestro cliente y el público consumidor.

2. EXPRESIÓN

Destacar una fuerza visual e integradora de las figuras que componen la portada. Por tanto es muy importante la posición que se da a los elementos que rigen nuestra composición, encontrar el equilibrio formal entre ellos, ya que todos y cada uno de los elementos tiene un carácter y una función específica. La unión de éstos, componen nuestro objeto de diseño.

En este punto, el objetivo es buscar la máxima eficacia comunicativa e impactar visualmente al público receptor de nuestro mensaje.

Primeros bocetos y alternativas

Antes de empezar a diseñar, debemos plantearnos las siguientes preguntas: ¿Cuál es el objetivo de nuestro diseño? ¿Qué elementos son los más adecuados? Posteriormente, decidir cómo desarrollar la composición y, en definitiva, cómo lanzar nuestro mensaje. Cada publicación o medio impreso tiene su propio

estilo y estructuras diferentes. No es lo mismo una portada para una revista de moda, que una especializada en internet, debido a que tienen un contenido totalmente distinto, por lo que sus composiciones no tienen nada que ver entre sí.

Hay que tomar en cuenta que existen muchas diferencias de composición cuando hablamos de contenidos y temas distintos. Esto es, cada publicación debe tener un estilo que la diferencie del resto, y con el cual se guía para que toda la publicación sea un conjunto.

Así mismo, debemos tomar en cuenta otros factores que determinarán cómo será nuestro producto de diseño (ejemplo: El medio).

En mi caso la portada de una revista, de aquí plantear el formato o tamaño de la publicación que condicionará posteriormente la retícula que podamos desarrollar (en este caso 21.5x27.9 cms), la cantidad de contenido visual que deberá tener, el concepto de empresa o logo que el cliente pretenda establecer, así como la

necesidad de adaptación a otros medios y también el Mercado al que va dirigido.

Es necesario realizar bocetos para ir analizando los resultados que pueden dar diferentes composiciones, para aclarar ideas y tomar decisiones.

En el caso particular de la portada de la revista Kratos, me auxiliaré de la ilustración digital, pues también, al igual que la fotografía, es una forma de transmitir una idea o concepto. Puede ser tan eficaz como la primera y de igual manera tiene la capacidad de representar sensaciones, esto obviamente dependiendo de la composición o estructura que tenga la ilustración, reflejará sensaciones diferentes. Por ejemplo:

Las rectas pueden expresar fuerza, definición, direccionalidad. Por otro lado las líneas horizontales reflejan calma y serenidad y las líneas verticales majestuosidad y superioridad. Las curvas pueden expresar movimiento, belleza, flexibilidad y en muchos casos muestra una gran dosis de originalidad²⁸.

Hay que tomar en cuenta que la ilustración

dentro de un diseño no es una parte independiente sino un elemento que forma parte de una composición, es decir, de un todo.

El objetivo de la ilustración es llamar la atención, comunicar un mensaje o ambas cosas. Las figuras, los fondos y todos los elementos que compaginan la ilustración, deben de tener un aspecto agradable y atractivo, además, debemos lograr no sólo el aspecto estético o de atracción sino que también exprese las cualidades o características de lo que estamos representando, es decir, de lo que queremos comunicar.

La metodología, como el diseño mismo, abarca un ámbito extenso, un conjunto de disciplinas en los que lo fundamental es la concepción y el desarrollo de proyectos que permitan prever cómo tendrán que ser las cosas, y al mismo tiempo, idear instrumentos adecuados a los objetivos preestablecidos.

Debido a esto, la metodología del diseño integra conjuntos de indicaciones y prescripciones para la solución de problemas derivados del diseño. Ella determina la secuencia de acciones más adecuada, su contenido y procedimientos

específicos.

Las proposiciones metodológicas no tienen un fin en sí mismas, conservan el carácter de instrumentos intelectuales de la metodología general.

Por ello, existen autores que recomiendan no confundir los métodos de diseño con recetarios o rutinas rígidas cuya aplicación, de seguirse escrupulosamente, garantizará resultados óptimos.

Es decir, que los métodos de diseño implican conocimientos técnicos que han de adoptarse según las circunstancias y los fines. Las metodologías y procedimientos de los que dispone actualmente el diseñadores se deben en mi opinión, sobre todo a las presiones económicas que obligan a la racionalización de los procesos, tanto para el mercado como para la publicidad. Tal parece que en realidad, los métodos terminan convirtiéndose en herramientas para justificar una solución, más que en el medio para llegar a ella.

Esto ha generado que las proposiciones

de modelos para conocer, recopilar, ordenar, comparar, proyectar, etc. sean numerosas y en su mayoría carezcan de fundamento conceptual teóricamente apropiado.

Por tanto, considero que ningún método de diseño es de por sí una receta única. Lo que sí puedo acordar es que de un modo u otro, todos tienen puntos en común y una correlación lógica, por lo que puedo retomar puntos de las siguientes metodologías y adaptarlos a mi propuesta gráfica.

Bruno Munari²⁹ plantea los siguientes puntos como una metodología básica:

- 1- Problema
- 2- Definición del problema
- 3- Definición y reconocimiento de subproblemas
- 4- Recopilación de datos
- 5- Análisis de datos
- 6- Creatividad
- 7- Materiales - Tecnología
- 8- Experimentación
- 9- Modelos
- 10- Verificación
- 11- Dibujos constructivos
- 12- Solución

Por otro lado, existen metodologías que proponen una profunda investigación y análisis, a partir de los cuales se comienza la tarea proyectual.

Coincidentemente con esto, se manifiestan Norberto Chaves³⁰ y Joan Costa³¹, en sus libros sobre imagen corporativa, con las particularidades que posee este tipo de tarea.

Ninguna metodología de diseño debe ser rígida y completamente racional, por el contrario, según Jorge Frascara³², la intuición y la imaginación, educadas y basadas en una aguda sensibilidad relacionada con todos los aspectos de la vida humana, son componentes más que necesarios para llevar a cabo cualquier pieza de diseño.

También agrega que usando la misma metodología, nunca sería posible llegar a cubrir todo el espectro necesario de requerimientos humanos, ya que hay en la vida componentes no cuantificables ni enumerables, que son indispensables en el entorno.

Sobre este punto, John Christopher Jones³³ postula que con el método racional se tiene la

29 Bruno, Munari. "Cómo nacen los objetos". Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 1993.

30 Norberto, Chaves. "Imagen Corporativa". Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 1988.

31 Joan, Costa, "Imagen Global: Evolución del diseño de identidad". Ed. CEAC, Barcelona, 1987.

32 Jorge Frascara, "Diseño gráfico y comunicación". Ediciones Infinito, 1988.

33 John Christopher Jones, "Diseñar el Diseño". Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 1985.

impresión de que puede resolverse el problema de diseño con matemática certeza, pero que, en realidad, lo bueno es combinar racionalidad e intuición, algo mucho más difícil que ser solamente racional o solamente creativo.

Jones agrega que lo realmente bueno ,acerca de los métodos de diseño, es que se debe ser más consciente de cómo organizar el propio proceso de diseño y no verse confundido por él.

Por esto, por más racional y lógico que sea un método, siempre será particular para cada trabajo, ya que deberá combinar otro tipo de variables mucho más afines con la sensibilidad, porque cada problema se presenta en situaciones muy distintas unas de otras.

Con esto, pretendo mostrar que no existe una única metodología, pero sí que sea cual fuere el problema a resolver, se debe organizar un “modus operandi” que responda a las necesidades propias de dicho trabajo, estableciendo tal vez, un organigrama con tiempos muy bien

definidos para cada etapa y teniendo en cuenta la importancia que poseen una investigación por demás detallada y extensa, una profunda experimentación y una constante verificación en la medida de lo posible.

Propuesta Gráfica

Tomando en cuenta que el mundo actual presenta una cantidad enorme de estímulos visuales, el diseño editorial es fundamental para que el lector potencial de una publicación se convierta en un comprador real, que es uno de los fines que busco con esta reestructuración de portada: el posicionamiento de la revista en el mercado.

Por tanto, es necesario prestar especial atención sobre todo al diseño exterior, pues es la primera impresión y contacto visual que el lector tiene con un medio impreso. Creo que esto es determinante para que una persona se decida o no, en principio, por la lectura de una publicación.

Si bien el contenido es fundamental, uno de los éxitos en el mercado editorial en el caso particular de la revista, como mencioné anteriormente, depende en gran medida del diseño externo de la publicación, ya que en mi opinión, éste puede hacerla sobresalir visualmente por sobre otros textos. Considerando lo anterior tomaré en cuenta el enfoque que se pretende mostrar: establecer lo que espera el público del producto, para crear, en base a esto, su interés por hojearla, leer-

la y, dependiendo del caso, quedársela.

En el caso particular de la Revista **Kratos** necesitamos un diseño atractivo, que invite a la lectura de nuestro público principal que en un principio serán los funcionarios internos del partido.

Para realizar la reestructuración de éste número es esencial primero dar un vistazo a los diseños de portada de números anteriores(1A, 2A). Esto con el fin de tener una referencia; observar los aciertos y las debilidades para tratar de mejorarlos; así como saber cuáles son los requerimientos del cliente para realizar la estructuración de la información de una manera coherente, clara y directa que finalmente logre el objetivo trazado.

El cliente me solicitó que tomara como premisa constante, al igual que en las portadas de los números anteriores, el remitirme al origen de la democracia que surge en Atenas, y que le da el nombre a la revista: Kratos-gobierno. Esta remembranza a la cultura Clásica me obliga a tener presente algún elemento asociado con su escultura preferentemente ó, en su defecto, arquitectura. Dichas portadas ante-

1A Kratos, "Vinculación Democrática", Año I Número 1 Verano 2002. Ed. Cobrica.
2A Kratos, "Transparencia, Confiabilidad y Desarrollo. Año I, Número 2 Otoño 2002. Ed. Cobrica.



1A



2A

riores se caracterizan, en su mayoría por tener en la imagen principal la existencia de alguna escultura o motivo de la arquitectura helénica con el objeto, según criterio del cliente, de definir un estilo propio a la publicación.

Analizaremos primero un ejemplo de las portadas anteriores sobre el cual se realizará la reestructuración: Se trata de un collage basado en la técnica de retoque digital, así como efectos diversos. Primero se puede observar



el logotipo de la revista, el cual, más que demostrar la tendencia de la revista -la cual pretende ser moderna y actual- hace ver a la publicación un tanto anticuada, ya que el mundo ha ido avanzando tecnológica y culturalmente, al tiempo que han surgido cambios en el contenido y estilo editoriales. Esta contradicción en la imagen y estilo del logotipo, me llevó a sugerir al cliente realizar un rediseño del logotipo. Sin embargo, el cliente no aceptó un rediseño total del mismo, en su lugar, sólo autorizó quitar la el rectángulo azul con relieve que está detrás.

Existe, por otro lado, la falta de una estructura adecuada en la composición de las imágenes, así como de la tipografía del artículo principal y los subtítulos de artículos secundarios, que al igual que el logotipo de la revista se encuentran enmarcadas en recuadros parecidos a los de alguna plantilla predeterminada de computadora ó a botones de página web. Además, el artículo principal de la revista se confunde por no existir una jerarquización visual adecuada en tamaño y proporción para diferenciarlo de los títulos secundarios. La tipografía utilizada es estrecha, posee separaciones mínimas de interletrado y dificulta en

gran medida su legibilidad. Asimismo, no se tomó en cuenta un puntaje adecuado para la lectura a distancia, debido esto en parte al fondo, pues éste se encuentra demasiado saturado. Si bien podemos enfatizar ciertas zonas de la composición usando en ellas colores muy saturados, que atraen la atención de los lectores, debe tenerse mucho cuidado de que los textos en ella contenidos contrasten de forma clara con el fondo, para que puedan ser leídos con comodidad.

En este caso, considero que debió tenerse cuidado con el abuso de colores “fuertes”, destinándolos tal vez solamente a pequeñas zonas especiales, ya que cargan excesivamente la vista; el color, las texturas y las figuras secundarias conformantes del fondo también generan ruido visual, en lugar de apoyar la imagen central. Por otro lado, la imagen central -la escultura del Atlas- retocada con algunos efectos edición digital, se encuentra invertida e incompleta. Además de que los subtítulos cubren parte de dicha escultura y para quien desconozca sobre su historia o existencia, no puede asociarla con el tema principal de la portada, pues por sí sola no expresa en mi opinión el mensaje que se desea transmitir.

Esto, agregado a que los elementos del fondo compiten en presencia con la imagen central, genera confusión y distracción.

El concepto del Atlas, tendrá que ser una constante por requerimiento del cliente, pues a su parecer es adecuado para contextualizar el título principal de la revista: Multilateralismo.

Por esto habrá que continuar este concepto, buscando una justificación adecuada que me ayude a contextualizar este elemento en una forma diferente dentro de mi propuesta de ilustración. Si bien en su momento, el diseño de portada auxiliada de la utilización de este tipo de imágenes en collage con efectos en photoshop tuvo en un principio una buena aceptación, pero consecuentemente decayó del gusto de los lectores, según información proporcionada por el cliente.

Esto me hace pensar que en el mercado editorial actual el diseñador se encuentra inmerso en creatividad y productividad económica, por tanto, también debe tener la capacidad de conceptualizar los mensajes, pues considero que esto en gran medida puede determinar el éxito o fracaso de las publicaciones.

34 Samara Timothy, "Making and breaking the Grid", Rockport Publishers Inc., USA, 2005.

Tomando en cuenta todos estos aspectos y requerimientos, comenzaré por realizar la diagramación de la portada para el reordenamiento de los elementos, como: tipografía, color y composición, así como la búsqueda de equilibrio entre dichos elementos.

La diagramación con base en una retícula establecerá *la relación armónica de los elementos dentro del formato, pues cada componente de una retícula posee una función específica. Todas las partes que la componen pueden ser combinadas como se vayan necesitando, o en su defecto omitirlas a consideración del diseñador, dependiendo de cómo se interpreten los requerimientos de la información*³⁴.

Para la reestructuración de la portada de esta revista, utilizaré una Retícula Jerárquica³⁵ Este tipo de retícula se adapta a las necesidades de la información que organiza, pero basándose también en la disposición intuitiva de alineaciones vinculadas a las proporciones de los elementos, y no en intervalos regulares o repetitivos. La anchura de las columnas, al igual que los intervalos, entre éstas, tiende a presentar variaciones.

En ocasiones, una retícula jerárquica unifica elementos dispares, ó crea una superestructura que se opone a los elementos orgánicos situados en un formato sencillo.

También constituye una aproximación casi orgánica a la manera en que se ordenan la información y los elementos que la integran; al mismo tiempo que fija todas las partes al espacio tipográfico. En ocasiones, las necesidades informativas y visuales de un proyecto exigen una retícula que no encaje en ninguna otra categoría; es por esto que utilizaré este tipo de retícula. Mi retícula está realizada para un formato de 21.5x28.7cm, dividido primeramente por un rectángulo y proporcionada con base en la sección áurea.

Dentro de la composición, mi retícula está organizada en 3 columnas que presentan una variación de tamaño en la columna central y se encuentra dividida en módulos que utilizaré para distribuir la información de la revista (nombre, número de volumen y contenidos principales) la cual distribuiré verticalmente a lo largo de las líneas de flujo, también en el módulo superior derecho que dividen la franja por el medio y se rompe por la división vertical que igualmente

corresponde a la sección áurea. Los títulos de los artículos secundarios serán distribuidos verticalmente en los módulos correspondientes a la primera columna de derecha a izquierda. Este módulo seguirá constante en el formato de las publicaciones subsecuentes, con el fin de crear un estilo propio y de continuidad.

Mi propósito es la elaboración de un mensaje visual atractivo que facilite la comunicación. Un criterio de color que armonice con el mensaje. Una tipografía que refuerce el carácter del contenido, y una composición que envuelva al público lector en la dinámica del mensaje que pretendo transmitir.



En el caso específico de la portada de la revista Kratos, el tema principal de este número en particular será: Multilateralismo, *que -responde al propósito de construir un mundo que avance a través de la justicia y la igualdad, que combata la miseria y el hambre. Es la aplicación de los principios democráticos a las relaciones interestatales, aspira a crear una sociedad de estados y se declara universal*³⁵.

Sin embargo el multilateralismo se relaciona íntimamente con una palabra que se adapta al concepto de “Globalización” y me será útil para desarrollar algunas ideas contextualizando y unificando ambos conceptos durante el proceso creativo.

*La globalización es el proceso por el que la creciente comunicación e interdependencia entre los distintos países del mundo unifica mercados, sociedades y culturas, a través de una serie de transformaciones sociales, económicos y políticos que les dan un carácter global*³⁶.

Surge como consecuencia de la internacionalización cada vez más acentuada de los procesos económicos, los conflictos sociales y los fenómenos político-cultu- rales. Plantea la gracia de eliminar

*fronteras, diferencias étnicas, credos religiosos, ideologías políticas y condiciones socio-económicas o culturales, entre los países y bloques económicos*³⁷.

Ahora bien, ya que tenemos la definición de multilateralismo y de globalización, me ayudaré de ellas para definir la imagen que servirá de base para la ilustración de la portada, sin olvidar el requerimiento principal del cliente: Justificar la imagen del Atlas para poder describir y conceptualizar gráficamente la definición de Globalización que se encuentra intrínsecamente relacionada con la del Multilateralismo.

Debo tener presente que el público al que se encuentra dirigido este tipo de publicación son en su mayoría servidores públicos jóvenes, integrantes del Partido Acción Nacional, cansados de publicaciones rígidas, poco innovadoras y sin impacto visual, carentes de criterios de estructura y que no comunican o transmiten adecuadamente la tendencia y mensaje de la publicación, lo cual provoca falta de interés hacia su lectura y disminuyen o nulifican la posibilidad de colocarlas en el mercado.

El cliente desea dar cierta frescura y aspecto

35 Definición proporcionada por la editorial de la revista Kratos.

36 www.wikipedia.org/globalizacion

37 www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/gerl/gloecopro.htm

juvenil a esta publicación. Salir del estilo de casi todas las revistas que se encuentran en el partido, y también introducir un cambio por medio de la ilustración digital y el collage para hacer de la revista *KRATOS* una publicación visualmente atractiva.

Ya tenemos definido nuestro problema a resolver. Determinamos asimismo el tipo de lector al que se encuentra dirigida la publicación.

Realizamos la diagramación y tenemos la definición de multilateralismo y Globalización, ahora me enfocaré a realizar la imagen principal para la portada de la revista. El cliente tiene como objetivo mostrar la imagen del Atlas, si bien Atlas en la mitología Griega por castigo divino se le encomendó la tarea de resguardar el mundo bajo sus hombros, tenemos que buscar un nuevo enfoque para justificar la utilización de éste en la portada y que tenga una relación lógica con el resto de la ilustración y las definiciones mencionadas anteriormente.

En primer lugar procederé a realizar la ilustración del planeta, tomando en cuenta su

relación con el tema principal: el Multilateralismo, el cual se encuentra muy ligado al concepto de Globalización motivo por el cual, utilizaré dicha imagen para graficar el concepto “global”.

A continuación mostraré el proceso que se siguió para llegar a la ilustración del mundo. En primer lugar, tomé como referencia una fotografía satelital del planeta Tierra (1), en segundo lugar daré un tratamiento a la fotografía en el programa Photoshop, cambiando los niveles de color y suprimiendo las partes de tierra que se muestran en ésta, y dejar sólo algunos elementos que al terminar la ilustración me servirán para dar los últimos detalles realistas a mi ilustración.

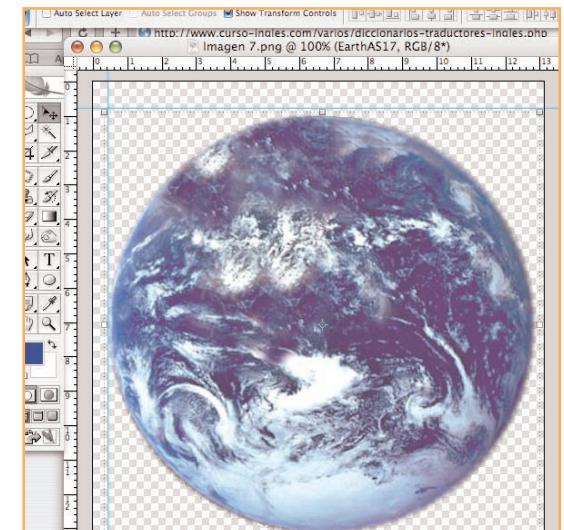
El paso siguiente es trazar un círculo en plasta, al cual posteriormente se le dará un tratamiento digital, agregando textura y luz, con la finalidad de dar cierto volumen, el cual corresponderá a la extensión de agua de mi globo terráqueo (imágenes 3 y 4).

Considero que para el siguiente paso, la ilustración de las extensiones de tierra, sería importante tomar en cuenta que la revista

1 Imagen satelital obtenida de google earth.
2 Tratamiento de imagen en Photoshop.



1

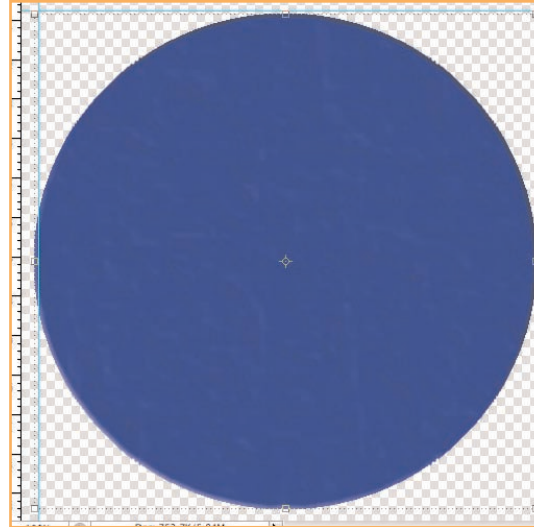


2

Kratos, se encuentra dirigida a funcionarios del Partido Acción Nacional en México, y por esta razón, realizaré la vista del continente americano.

Asimismo, realizaré el trazo y el tratamiento de la imagen, auxiliándome en el programa Photoshop para resaltar todos los detalles de luces, texturas, relieves y sombras necesarios para formar dichas extensiones de tierra con volumen, que fusionadas con las anteriores, definirán la ilustración del globo terráqueo. (imágenes 5,6 y 7).

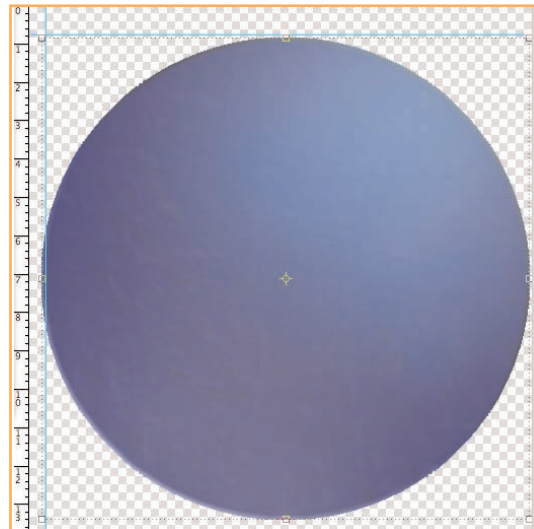
3



5

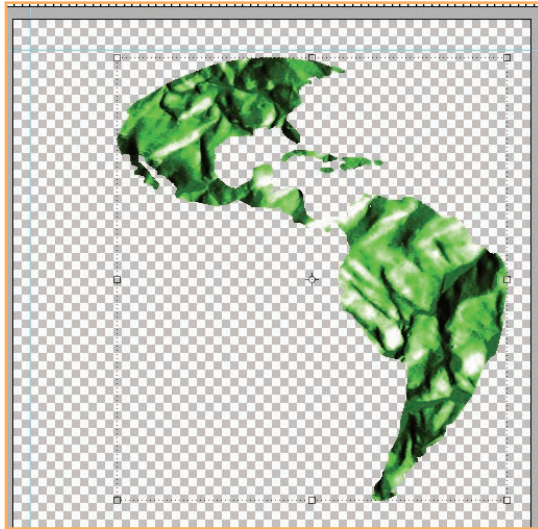


4

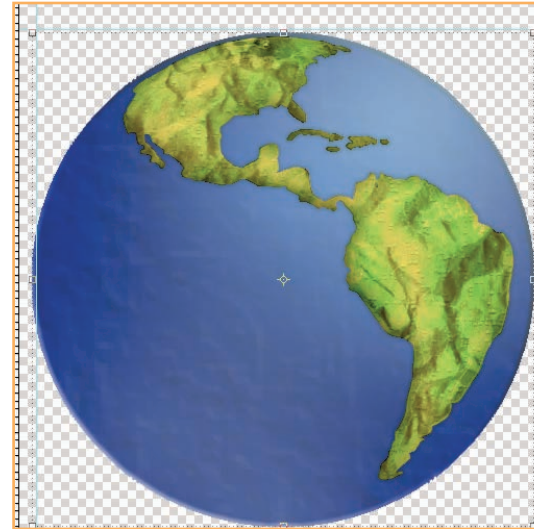


6





7



8

Ahora realizaré una superposición de capas, agregando transparencia a la capa superior (6), algunas sombras y finalmente la fotografía satelital (2), retocada y manipulada, dará como resultado la ilustración del planeta Tierra (imágenes 8 y 9), elemento base de mi ilustración que servirá de asociación al concepto de Globalización.

Al hablar de unificación de países en cuestiones económica, política, social y tecnológica, habrá que buscar también otros elementos dentro de la propuesta que me sirvan de



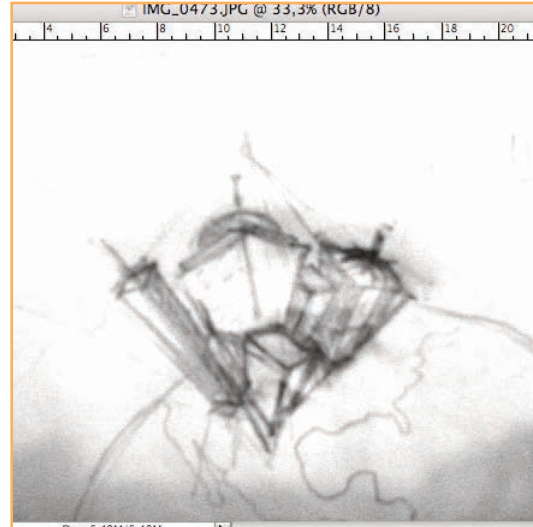
9

ayuda visual para reforzar y justificar el hecho de utilizar la figura del Atlas para describir el concepto de Multilateralismo.

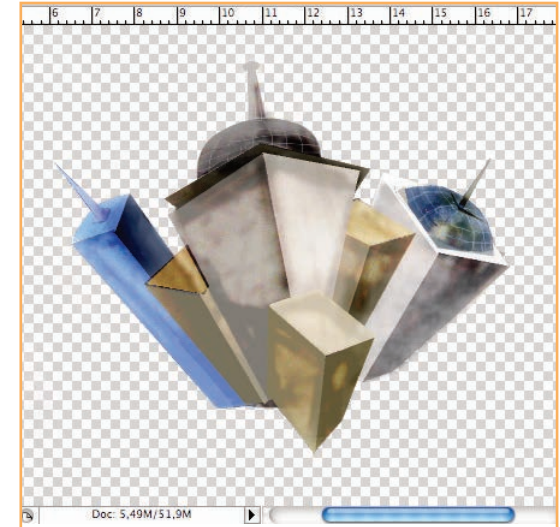
El término Multilateralismo tiene sus orígenes en Estados Unidos, considerado como uno de los países con mayor poderío económico y tecnológico a nivel mundial, ícono del nuevo orden económico. Dicho orden, se encuentra basado casi en su totalidad por las empresas, y con este fundamento, representaré a éstas con los grandes edificios y rascacielos de la ciudad de Nueva York, metrópoli representativa de ese país y donde se encuentra el centro de negocios más importante a nivel mundial.

Para realizar esta ilustración primero realizaré un boceto a lápiz (10) para después escanearlo, retrazarlo y realizar toda la ilustración digital en Photoshop (imágenes 11, 12, 13, 14 y 15). Una vez terminada la situaré dentro del globo terráqueo en la parte de América del Norte, tomando como base para tal acción, la justificación que mencioné anteriormente.

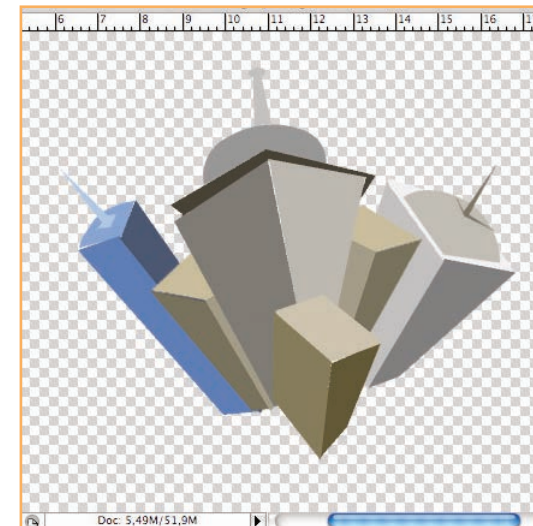
10

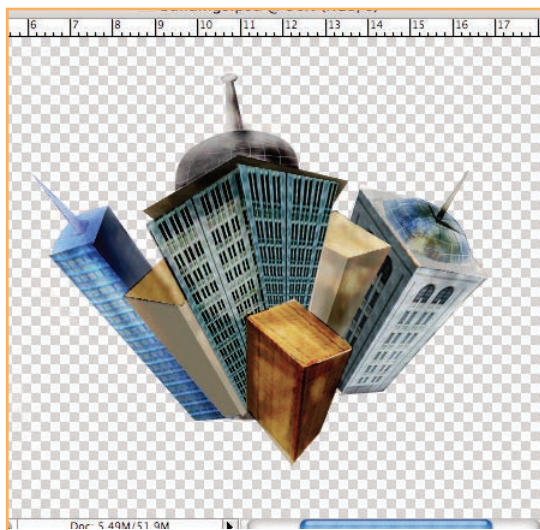


12

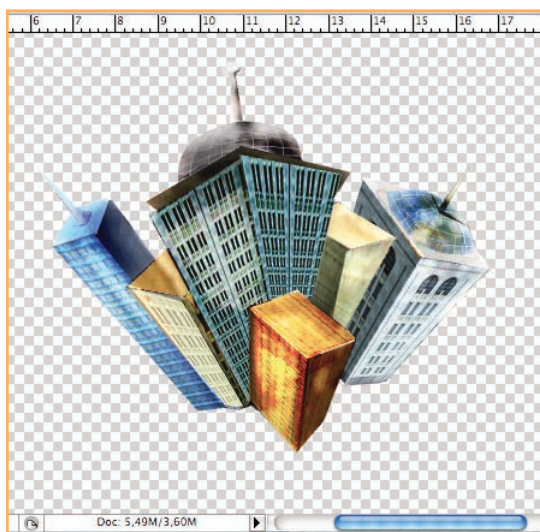


11

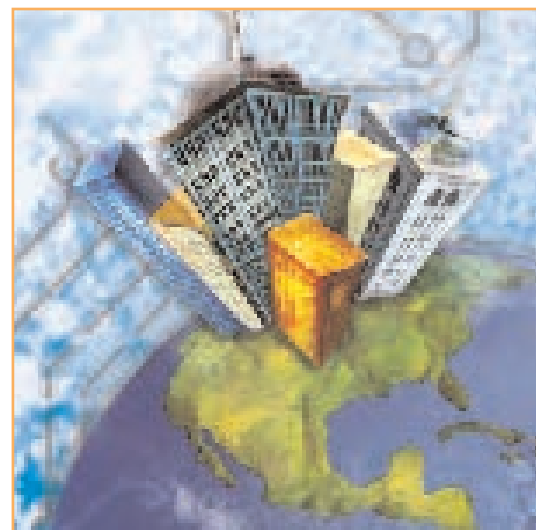




13



14



15

Una vez obtenida la ilustración del mundo, que es uno de los elementos principales que compondrán la portada, comenzaré a realizar el proceso de bocetaje y de búsqueda del Atlas, que será un elemento esencial por requerimientos del cliente y que no puede de ser omitido dentro de la propuesta gráfica.

A continuación, mostraré algunos bocetos de la portada, previos a mi propuesta final.

Propuesta 1



La propuesta No. 1, está conformada por la ilustración del mundo y retomando la fotografía de la escultura del atlas la cual ha sido retocada y manipulada en el programa Photoshop utilizando el filtro de efectos artísticos, para dar a esta fotografía el efecto visual de una pintura, el fondo está compuesto por colores rojos y marrones que

según los autores Luc JANISZEWSKI y Abraham MOLES en su libro “Grafismo funcional”, el color rojo; expresa virilidad y energía, sangre, fuego, pasión, violencia, actividad, impulso y acción y es el color del movimiento y la vitalidad; aumenta la tensión muscular, con una textura de circuitos que denotarán la tecnología, como parte de la globalización.

La escultura, de color marrón, representa añoranza y es perfecto para representar productos naturales y clásicos, tal como lo es la figura del atlas.

Es masculino, severo, confortable y en el libro de Psicología del color de Eva Heller es considerado como el color de los materiales robustos. La tipografía para el encabezado y los títulos secundarios co-responde a la familia San Serif Grotesca IMPACT, en color blanco para hacerla resaltar visualmente sobre el fondo oscuro que se está utilizando. Sin embargo la tipografía no resulta completamente legible, debido a que el color principal del fondo es un color que requiere atención en mayor grado, y que a pesar de controlar su extensión e intensidad por su

potencia de excitación, en las grandes áreas cansa rápidamente, razón por la que no es adecuado para la portada. También considero que realmente no se está realizando un rediseño total, pues esta portada tiende a ser muy similar a la anterior. Si bien es más estruc-

Propuesta 2



38 Luc Janiszewski y Abraham Moles. “Grafismo funcional”. Enciclopedia del Diseño. Ediciones Ceac., Barcelona, 1987.

39 Eva, Heller. “Psicología del Color”, Ed. Gustavo Gilli, Barcelona, España, 2006.

turada y ha eliminado ciertos elementos discordantes en la portada anterior; continúa siendo muy parecida.

En la propuesta 2 se realizó una ilustración conceptual de un hombre de negocios sosteniendo el mundo, que representará al Atlas. En un principio la ilustración se realizó con medios tradicionales, posteriormente fué digitalizada y manipulada en el programa Photoshop, utilizando colores marrones y amarillos para el fondo.

El marrón como se mencionó anteriormente es un color masculino, severo, confortable. *Es evocador del ambiente otoñal y da la impresión de gravedad y equilibrio. Es el color realista, tal vez porque es el color de la tierra que pisamos.*³⁸

El Amarillo es el color más intelectual y puede ser asociado con una gran inteligencia, es el color de la luz, el sol, la acción y el poder y simboliza fuerza, connota gran inteligencia financiera y buena orientación profesional, voluntad y estímulo, así como iluminación, es el

color del entendimiento.

Psicológicamente se asocia con el deseo de liberación. En cuanto al verde de la franja superior que se utiliza para destacar el cabezal, es el color de la primavera, de los negocios florecientes y de la fertilidad.³⁹

Significa realidad, esperanza, razón, lógica y juventud. Es un color que expresa generosidad y relaciones sanas, como las que pretende llevar a cabo el Multilateralismo: una relación de justicia e igualdad. La gama de colores utilizada en el fondo de la portada y en la franja superior, tiene la intención de reforzar por su significado psicológico el concepto que se está manejando.

En cuanto a la tipografía que se utilizó para el título principal, ésta corresponde a la familia San Serif, de clasificación Grotesca, al igual que para los subtítulos y los puntos de atención, que corresponden al nombre de el responsable del artículo.

En esta portada se propone una ilustración, que conceptualice al hombre de negocios haciendo una analogía con el Atlas de la cul-

tura Helénica, sosteniendo al mundo sobre sus hombros. Sin embargo a pesar del cambio en los colores, este boceto fue rechazado por el cliente.

Si bien, la idea de utilizar al hombre de negocios para contextualizar al Atlas fué del agrado de éste, sugirió que el hombre de la portada fuera una fotografía y no una ilustración. Además, desde su punto de vista, los colores no eran adecuados, a pesar de la justificación que se proporcionó de cada color. El cliente mencionó además que esta portada le transmitía la idea de una revista de finanzas, más que una revista de orden político.

La propuesta No. 3, muestra un collage digital, con la fotografía de un hombre de negocios sosteniendo al mundo sobre sus hombros, haciendo una analogía con la posición en la que se encuentra originalmente la escultura del Atlas, con la finalidad de retomar, como el cliente lo indicó, un elemento característico de la Grecia antigua que refuerce el tema del Artículo principal. Dicha composición se colocó ahora sobre un fondo azul, con textura en colores blancos y grises, utilizando un teclado de computadora, en

Propuesta 3



40 Luc Janiszewski y Abraham Moles
"Grafismo funcional". Enciclopedia del Diseño. Ediciones
Ceac., Barcelona, 1987.

segundo plano, como ícono de la tecnología que envuelve al concepto de Globalización.

El color azul, simboliza, la profundidad inmaterial y del frío, y esta vinculado con la circunspección, la inteligencia y las emociones profundas. Es el color del infinito, de los sueños y de lo maravilloso, y simboliza la sabiduría, amistad, fidelidad, serenidad, sosiego, verdad eterna e inmortalidad. Mezclado con blanco es pureza y fe.⁴⁰

La familia tipográfica es Sans Serif, Mynriad para el Título principal y Eurostyle para los títulos secundarios, utilizando colores azules y Naranjas que son los corporativos del Partido Político que realiza la revista.

Sin embargo, la fotografía del modelo utilizado en el boceto, no infunde la fuerza ni la expresión que se requería para hacer una metáfora visual de la escultura del Atlas, así que se sugirió al cliente, que para la fotografía final que se incluiría en el collage de la revista, era necesario realizar un estudio fotográfico con un modelo adecuado para representar y conceptualizar la posición y cuerpo de la escultura del Atlas, pero el presupuesto otorgado por parte de la Secretaría de Acción gubernamen-

tal del Partido Acción Nacional hacia la revista Kratos, no podía costear el uso de fotografías y mucho menos de un estudio fotográfico, por tanto tuve que descartar la técnica de fotografía de estudio para complementar la composición.

Portada Final

Para la propuesta de diseño final, debido al presupuesto reducido para el uso de fotografías, me di a la tarea de encontrar una manera alternativa para atraer la atención del posible lector, pero que cumpliera también con el primer requerimiento del cliente: retomar algún elemento de la cultura Helénica y, principalmente al Atlas, para conceptualizar el tema del Multilateralismo.

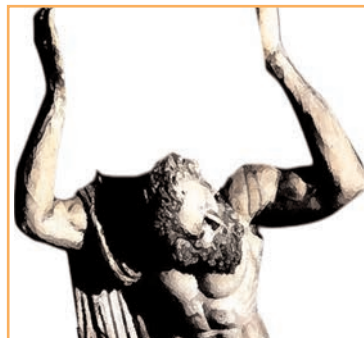


2A

La escultura Helénica del Atlas (imagen 2A), en primer lugar es manipulada y retocada en Photoshop con ciertos efectos y filtros, para que esta fotografía tenga como resultado la apariencia de una ilustración (imagen 3A), posteriormente se agrega a ésta escultura, la vestimenta de un hombre de negocios.

La cultura Occidental, tiene ubicado al Atlas en la mitología griega como un Titán que carga con el peso del mundo sobre sus hombros y cuida de él para mantener el equilibrio universal, resultado de una condena después de la guerra de los titanes y los dioses del Olimpo.

La conceptualización que se muestra dentro de mi propuesta de ilustración, es que, a diferencia de un Atlas que lleva el mundo sobre



3A



sus hombros como resultado de un castigo, se muestra un Atlas como un símbolo de fuerza, representado como un empresario que sostiene y dirige al mundo, elemento fundamental de la portada, para relacionarlo con el Multilateralismo, pues éste principio, tiene un propósito similar: construir un mundo equilibrado, uniendo los principios democráticos a través de la igualdad, justicia y universalidad.

El empresario se muestra asimismo como el ícono del nuevo orden económico: el valor de las empresas.

Como mencioné anteriormente, las grandes empresas se conceptualizan en el globo terráqueo de la ilustración con los grandes edificios y rascacielos de la ciudad de Nueva York, donde se encuentra el centro de negocios más importante a nivel mundial y donde tiene sus orígenes el Multilateralismo.

También se hace alusión a la Tecnología por medio del teclado y los circuitos electrónicos para enfatizar al internet como una de las bases de la Globalización, que es el proceso de la creciente comunicación e interdependencia entre los distintos países del mundo. Además

unifica mercados, sociedades y culturas que se encuentran intrínsecamente relacionada con el Multilateralismo.

En cuanto a la cromática se refiere, el color predominante de la portada es el Azul, en primer lugar por que es un color muy bien aceptado por las personas y que no fatiga la vista aplicado en grandes extensiones. En los resultados de los estudios que se muestran en el Libro de Eva Heller: “Psicología del Color”; El azul es el color que cuenta con más adeptos.

Es el favorito del 46% de los hombres y del 44% de las mujeres. Igualmente la autora señala que el azul tiene su significado más importante en los símbolos, en los sentimientos que a él asociamos.

El azul es el color de todas las buenas cualidades que se acreditan con el tiempo, de todos los buenos sentimientos que no están dominados por la simple pasión, sino que se basan en la comprensión recíproca; es por eso que el azul tiene tanta aceptación. La experiencia continuada ha convertido al azul en el color de todo lo que deseamos que per-

manezca, de todo lo que debe durar eternamente y que es perfecto para reforzar el concepto de multilateralismo, que pretende aplicar los principios democráticos a las relaciones interestatales y aspira a crear una sociedad y un mundo que avance a través de la justicia y la igualdad.

El efecto psicológico del azul ha adquirido un simbolismo universal. Como color de la lejanía, el azul es también el color de la fidelidad. Es el color del infinito, de los sueños y de lo maravilloso, y simboliza la sabiduría, amistad, serenidad, sosiego, verdad eterna e inmortalidad, así como transparencia.

Al ser el color del infinito, refuerza la definición de Globalización, que plantea el hecho de eliminar fronteras, diferencias étnicas, credos religiosos, ideologías políticas y condiciones socio-económicas o culturales, entre los países y bloques económicos. También significa descanso, al ser mezclado con blanco forma un matiz celeste que expresa pureza, fe.

El Azul es además, junto con el Naranja, el color representativo del Partido Acción Nacional, motivo por los cuales el cliente estu-

vo de acuerdo en la utilización de éste como color predominante dentro de la portada.

La portada cuenta con una franja color azul marino, situada en la parte superior de la diagramación la cual establece una jerarquización visual entre el nombre del cabezal y el título del artículo principal. El cabezal, por requerimiento del cliente tiene que ser el mismo que se utilizó para las publicaciones pasadas y que corresponde al título de la revista Kratos.

La familia tipografica empleada para el título principal y para los títulos secundarios corresponde a la Familia Tipográfica Helvética Nue, correspondiente a la clasificación de las San Serif o de Palo Seco cuya característica principal es que no llevan ningún tipo de terminación o patines, por lo general son consideradas inadecuadas para textos muy largos, pues existe una tendencia visual a identificar este tipo de letras como una sucesión de palos verticales consecutivos la fuente tipográfica Helvética, también pertenece dentro de la clasificación de las San Serif como Grotesca. *Las grotescas forman una familia muy amplia de tipos, dentro de los cuales se multiplican las variantes: en redonda, cursiva, ancha,*

estrecha, fina, seminegra, supernegra, siendo precisamente esta extensa variedad de formas, una de las características principales de las grotescas actuales⁴¹.

Por esta razón las tipografías San Serif son utilizadas comunmente en titulares, rótulos, anuncios y publicaciones con textos cortos. Indican evolución, avance, tecnología, siendo éstos algunos propósitos de esta propuesta de diseño: mostrar la innovación y cambio realizado en la portada.

Para conseguir una buena legibilidad entre la tipografía y el color, deberé equilibrar cuidadosamente el color y determinar el contraste adecuado entre la tipografía de los textos secundarios y el fondo.

Para tal fin, utilizaré una franja azul que se colocará en la parte derecha de la portada correspondiente a una columna de las tres que conforman mi diagramación, pues si se careciera de esta franja, los subtítulos perderían legibilidad y fuerza y se confundirían con el fondo, ya que el color en la tipografía es una ilusión óptica creada por las propias proporciones y formas de los diseños

tipográficos.

Estas formas nos dan la sensación de un color distinto, aunque esté impreso en el mismo color. Aunque las palabras estén impresas en el mismo color, cada una de ellas puede poseer un tono diferente, debido a las características propias de sus diseños tipográficos.

Por tal motivo me vi en la necesidad de utilizar esta franja como refuerzo visual y también el manejo diferentes tamaños y colores en la tipografía de los artículos secundarios, me servirán para establecer un equilibrio y jerarquía visual entre todos los elementos que conforman mi composición.

El color blanco utilizado para la tipografía del título principal y los secundarios fue elegido para crear un contraste con el color azul, ya que el color blanco es el que mayor sensibilidad posee frente a la luz, y es adecuado para resaltar el título principal y las palabras claves que conforman los títulos secundarios.

42 Luc Janiszewski y Abraham Moles
Grafismo funcional . Enciclopedia del Diseño.
Ediciones Ceac., Barcelona, 1987.

-El blanco, es la suma o síntesis de todos los colores, y el símbolo de lo absoluto, de la unidad y de la inocencia, significa paz o rendición. Mezclado con cualquier color reduce su croma y cambia sus potencias psíquicas, la del blanco es siempre positiva y afirmativa⁴².

Los cuerpos blancos nos dan la idea de pureza y modestia. El blanco crea una impresión de positivo infinito⁴³. El blanco, al tener todas estas características positivas, ayuda a reforzar visualmente la conceptualización de mi propuesta. En cuanto al color Naranja correspondiente a la tipografía de los subtítulos, fue utilizado como acento visual, al ser complementario del azul y crear de ésta manera un punto de atención.

El Naranja simboliza entusiasmo y exaltación, posee una fuerza activa, radiante y expresiva, de carácter estimulante y cualidad dinámica positiva y energética.

La propuesta final, la ilustración conceptual y el rediseño de portada, fue mostrada al cliente y aprobada totalmente por éste. Así que el siguiente paso es la preparación del archivo, pues la portada fue realizada casi en su totali-

dad en el programa de edición de imágenes Photoshop con ilustración digital, pero sin dejar de lado la ilustración tradicional, que fue de gran ayuda antes de digitalizarla y manipularla en la computadora.

Este archivo se encuentra en una extensión “.psd”, propia del programa en que se realizó, y para entregarlo a la persona de Pre-prensa encargada de la formación de la publicación, el archivo deberá tener una resolución de 300 dpi resolución adecuada para su impresión, tendrá un formato de color CMYK y se hará la compresión en Archivo TIFF, este tipo de compresión se utiliza para intercambiar archivos entre aplicaciones y plataformas de ordenadores, es un formato flexible de imágenes de mapa de bits, admitido por prácticamente por todas las aplicaciones de pintura, edición de imágenes y diseño de páginas editoriales.

Este formato admite archivos CMYK, RGB y de escala de grises, y puede ser leído tanto en plataforma Mac o PC. Al comprimir un archivo TIFF se reduce su tamaño, pero no es un formato con compresión de pérdida, esto es; no degrada la calidad de la imagen que con-

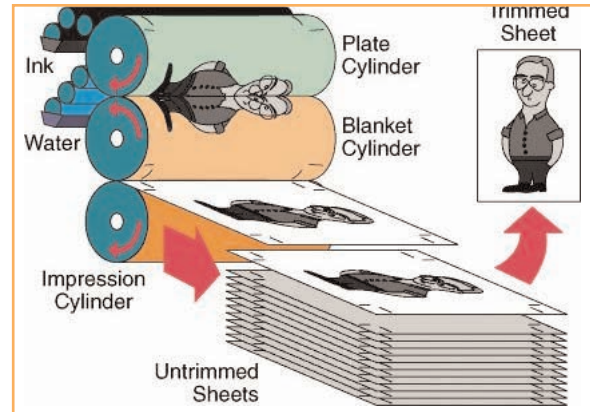
tiene. La salida de color será en CMYK que es el adecuado para su impresión en offset; El offset es un sistema de impresión que usa placas de superficie plana. El área de la imagen a imprimir está al mismo nivel que el resto, ni en alto ni en bajo relieve, es por eso que se le conoce como un sistema planográfico, que se basa en el principio de que el agua y el aceite no se mezclan.

El método usa tinta con base de aceite y agua. La imagen en la placa recibe la tinta y el resto la repele y absorbe el agua. La imagen entintada es transferida a otro rodillo llamado mantilla, el cual a su vez lo transfiere al sustrato, por eso se le considera un método indirecto. Las placas para offset por lo general son de metal (aluminio) pero también las hay de plástico.

Hay varias calidades de placa que determinan el precio y el uso que se le da (de acuerdo a su resistencia y facilidad de reuso). El offset es el sistema más utilizado por los impresores por la combinación de buena calidad y economía, así como en

la versatilidad de sustratos (imagen 3A).

También es importante tomar en cuenta el tipo de encuadernación. La encuadernación es la colocación de todos los pliegos impresos juntos en forma de cuadernillos para formar, libros, revistas, etc. En el caso de la revista Kratos el tipo de encuadernación que utilizará esta revista es Holtmelt ó encuadernación americana: Se juntan los pliegos y se lija el lomo para que se adhiera el pegamento, se coloca un enlomado y se pegan las cubiertas.



Offset, sistema de impresión planográfico, basado en el principio de que el agua y el aceite no se mezclan.

CONCLUSIONES

La revista Kratos es un espacio por el que la Secretaría de Acción Gubernamental ofrece a los servidores públicos panistas, académicos, medios de comunicación y a los ciudadanos la posibilidad de profundizar en el debate en torno a las políticas públicas.

El tema principal en torno a esta publicación es el Multilateralismo, que establece la aplicación de los principios democráticos y relaciones interestatales, así como aspira a crear una sociedad de estados y se declara universal, concepto que corresponde al propósito de construir un mundo equilibrado uniendo los principios de igualdad, justicia y universalidad.

Esta revista pretende ser una publicación que tenga como precedente el remitirse al origen de la democracia que surge en Atenas y que se ha diseminado a lo largo del mundo. Por tanto con base en estas características, las ilustraciones o collages de las portadas anteriores poseen elementos referentes a la Grecia Antigua, sin embargo carecía de una correcta estructuración y composición que la hiciera atractiva para el público al que iba dirigido, pues considero que una portada es como una metáfora de nuestro físico: ya que antes de

que alguien nos conozca por nuestro pensamiento, siempre empiezan por mirar nuestro exterior. Asimismo sucede en una revista: la portada es la tarjeta de presentación, es la que capta la atención del público y realmente es la que vende la revista, es decir, el diseño de la portada en una revista es una herramienta importante de marketing.

La portada, como todo diseño, obedece a elementos retóricos que el diseñador tiene que tomar en cuenta, de forma consiente o inconsciente.

En otras palabras, creo que hemos sido o somos presas del diseño y el marketing al comprar revistas sólo por el diseño de su portada, pero después ya que leímos su contenido nosotros juzgamos si la continuamos adquiriendo o no. Por esto considero que el posicionamiento de una revista en el mercado consiste en mayor medida a su portada.

Aunque si bien la portada es la carta de presentación, lo que hará que la sigamos adquiriendo será el contenido de ésta, lo interesante que puedan resultar los artículos y lo satisfechos que nos dejen como lectores.

A diferencia de otros oficios, el nuestro como diseñadores gráficos, tiene el beneficio de la multiplicación. Nuestro rol está comprometido con una audiencia que nos ve como una señal de creatividad. Es por ello que el diseñador contemporáneo debe actualizarse constantemente, con nuevos programas y técnicas, empañándose de nuevas tendencias, teniendo referencias visuales y mostrándose crítico ante su trabajo para aprovechar las oportunidades que nos brinda esta carrera internacional.

Si bien una de las formas en que uno obtiene ideas de diseño que pudieran ser apropiadas es observar al cliente -descubrir qué es lo que le gusta, le resulta fácil y dónde tropieza con dificultades- en ocasiones es bastante complicado, sobre todo cuando el cliente no es una persona accesible, o sus ideas de lo que debería ser un buen diseño las toma sin tener en cuenta todos los fundamentos básicos de estructuración y diseño. Sin embargo, es en estos momentos que uno como profesional, debe aplicar no solamente la retórica y fundamentación de sus pro-

CONCLUSIONES

puestas, sino también aplicar un poco de psicología con el cliente, y que esa versatilidad que tenemos de comunicar nos ayude a encaminar el diseño.

Tuve la oportunidad, dentro de la realización de esta portada, mediante bocetos previos, que si bien todos fueron realizados en la computadora, el darme cuenta que es necesario de vez en cuando, escapar un poco de las facilidades de la computadora y centrarnos en un punto de partida, pues sin una idea previa no existe herramienta que valga.

Dentro de las limitantes que encontré para el diseño fue el no poder costear el uso de fotografías de stock para hacer un collage en la portada, con ilustración y fotografía, para seguir la tendencia de las publicaciones anteriores, por resultar esto costoso para el cliente.

Sin embargo, esto se resolvió buscando otras alternativas y planteando el trabajo desde el punto de vista digital, al realizar la ilustración de la portada en un programa como Photoshop, que es una excelente herramienta de producción para realce digital, retoque y

composición fotográfica, con el que podemos crear imágenes definidas en píxeles o pintar con efectos de pincel, como en el caso de la fotografía del Atlas.

En un principio ésta era una fotografía de un banco de imágenes, con derechos reservados y sólo accesible por una cantidad mensual para su utilización, por lo cual me sirvió sólo como apoyo para la posición y características anatómicas del Atlas, y gracias a la edición digital de Photoshop, pude lograr maravillosos fotomontajes, dibujos, y efectos de luces, texturas y todo lo que mi creatividad e ingenio me permite, dando una sensación de realismo dentro de la ilustración sin ser propiamente una fotografía, o si se desea, transformar algo realista como lo es una fotografía en una ilustración, para evitar algún problema con el pago de derechos por su utilización.

Dentro de mis objetivos principales se encontraba el realizar una portada bien estructurada y atractiva para el público lector, en su mayoría servidores públicos e integrantes del Partido Acción Nacional cansados de publicaciones rígidas, poco innovadoras y sin impacto visual algunas de ellas; carentes de criterios de

estructura y que no comunican o transmiten adecuadamente la tendencia y mensaje del partido.

Otro objetivo fue el de fomentar el interés hacia la lectura de una de las publicaciones internas del partido, y posteriormente la posibilidad de colocarla en el mercado.

Introducir también un cambio por medio de la ilustración digital y salir del esquema y estilo de todas las revistas que se encuentran en el partido, para hacer de la revista KRATOS una publicación visualmente atractiva.

Este objetivo se cumplió, pues al realizar una prueba de campo entre los funcionarios de la Secretaría de Acción Gubernamental, mostrando un dummy de la revista final, la comparación del nuevo número de la revista KRATOS, con otras internas del partido, e incluso con las portadas anteriores de la misma; se hizo hincapié en el cambio, comenzando por la utilización de la ilustración digital para todas las portadas subsecuentes y tratan-

CONCLUSIONES

do de establecer un estilo propio y un toque de frescura sin dejar de lado la seriedad de la que requiere esta publicación.

Con una diagramación y estructuración planificada para la distribución adecuada de cada uno de sus elementos y dejando de lado el estilo antiguo del collage, la tipografía, la falta de estructura de las portadas anteriores, traté de que la ilustración realmente tuviera una justificación y reflejara el título principal de la portada, resolviendo así el problema de comunicación y haciendo de ésta una revista diferente a las demás dentro de su ramo en el Partido Acción Nacional.

Se tenía proyectado imprimir un tiraje de 2000 ejemplares, tal como se realizó en los números anteriores, y de esta forma tener la posibilidad de presentar esta revista a un determinado número de probables usuarios de la Secretaría de Acción Gubernamental dentro del partido y a otras secretarías externas, para dejar que emitieran un juicio sincero sobre el diseño de portada, y con base en estos juicios realizar un control del modelo para ver si era posible modificarlo en los números siguientes.



LA NACION: Publicación interna del Partido Acción Nacional.



LA NACION: Publicación interna del Partido Acción Nacional.



KRATOS: Publicación bimestral de la Secretaría de Acción Gubernamental del Partido Acción Nacional



Rediseño de portada de la revista KRATOS: Publicación bimestral de la Secretaría de Acción Gubernamental del Partido Acción Nacional

CONCLUSIONES

Además de cumplir con uno de mis objetivos dentro de ésta tesis: el de la demanda, posicionamiento y posible venta de la publicación.

Por desgracia, este último punto no pudo ser verificado, no al menos en las secretarías externas y algunas internas del Partido, ya que debido a cambios de reestructuración de la Secretaría de Acción Gubernamental por la entrada de la nueva administración, la revista KRATOS por cuestiones económicas y burocráticas, terminó su tiempo de vida y fué destinada a desaparecer.

BIBLIOGRAFIA

Samara, Timothy. "Making and breaking the Grid". Rockport Publishers Inc., USA, 2005.

Luc, Janiszewski y Abraham, Moles. "Grafismo funcional". Enciclopedia del Diseño. Ediciones Ceac., Barcelona, 1987.

Eva, Heller."Psicología del Color". Ed. Gustavo Gili, Barcelona, España, 2006.

Dalley, Terence. "Guía Completa de ilustración y diseño. Técnicas y Materiales." Ed. H.Blume, España, 1980.

Santue, Enric." El diseño gráfico desde los orígenes hasta nuestros días". Ed. Alianza. Madrid, 1990.

Biblioteca del Diseño Gráfico. "Diseño Gráfico I". Ed. Blume, Barcelona, 1994.

Peret. "E Pericoloso Sporgersi"
Gustavo Gili, S.A. de C.V.

Emil, Ruder. "Manual de diseño Tipográfico". Ed. Gustavo Gili, 3ª Edición 1993, Barcelona España.

Biblioteca del Diseño Gráfico. "Diseño Gráfico II". Ed. Blume, Barcelona, 1994.

Jeremy, Leslie. "Nuevo diseño de revistas". Ed. Gustavo Gili, Barcelona, México, 2000.

T. J., Cobden-Sanderson(1840-1922). "The ideal book or Book Beautiful"
Doves Press, 1900.

Eco, Humberto. "La estructura ausente". Introducción a la semiótica. Ed. Lumen, Barcelona, 1972.

Giraud, Pierre. "La semiología". Ed. Siglo XXI, México, 1979. pg. 40

King, Stacey. "Diseño de revistas, pasos par conseguir el mejor diseño". Ed. Gustavo Gili, Barcelona/México, 2001.

Urban, Wilburm. "Lenguaje y realidad". Ed. FCE, México, 1979. pg.13

Biblioteca del Diseño Gráfico. "Ilustración II". Ed. Blume, Barcelona, 1994.

BIBLIOGRAFIA

Jorge, de Buen Una. "Manual de diseño editorial". Ed. Santillana, México, 2000.

Wong, Wucius. "Principios del diseño en color". Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 1988.

Hurlburt, Allen. "The Grid; Diseño Editorial y Producción en Periódicos, Revistas y Libros", Ed. N.Y., V.N.R., 1978.

Swann, Alan. "Bases del Diseño Gráfico". Ed. Gustavo Gili, Barcelona España, 1990.

Ortiz Hernández, Georgina. "El significado de los colores". Ed. Trillas, México, 1992.

Gerritsen, Frans. "Color, apariencia óptica, medio de expresión artística y fenómeno físico". Ed. Blume, Barcelona, 1976.

Levis, Diego. "Arte y computadoras. Del pigmento al bit". Ed. Norma, Buenos Aires 2001.

Bonsiepe, Gui. "Del objeto a la interfase. Mutaciones del diseño". Ed. Infinito, Buenos Aires, 1999.

Pascual González, Francisco. "Corel Photo-Paint 8" Ed. Alfaomega-ra-ma, México, 1999.

Stanley, Robert. "Photoshop 6.0". Ed. Pearson Education, Buenos Aires, 2001.

Simpson, Ian "Curso completo de Dibujo". Ed. Blume, Singapur, 1999.

Biblioteca del Diseño Gráfico. "Ilustración I". Ed. Blume, Barcelona, 1994.

Foges, Chris. "Diseño de Revistas". Ed. Mac Graw Hill, México, 2002.

Bruno, Munari. "Cómo nacen los objetos". Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 1993.

Norberto, Chaves. "Imagen Corporativa". Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 1988.

Joan, Costa, "Imagen Global: Evolución del diseño de identidad". Ed. CEAC, Barcelona, 1987.

Jorge Frascara, "Diseño gráfico y comunicación". Ediciones Infinito, 1988.

John Christopher Jones, "Diseñar el Diseño". Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 1985.

Philip, Meggs. "Historia del Diseño Gráfico". Ed. Trillas. 1991.

TESIS:

Molina Castilleja, Nancy. "Tesis: Diseño Editorial por computadora". Universidad Simón Bolívar, 1995.

Pohlenz Reynoso, Beatriz. "Tesis: Diseño Editorial apoyado por el uso de la computadora". Universidad Simón Bolívar, 1991.

REVISTAS:

Liber, Revista de Bibliotecología, "Historia del libro y las bibliotecas en México", volumen 5, No. 2, abril-junio 2003, Ed. Asociación Mexicana de Bibliotecarios A.C., pag. 12.

CONSULTA EN INTERNET:

<http://www.newsartesvisuales.com/>
<http://wwwcl.kodak.com/>
<http://www.gusgsm.com/>
<http://www.elprisma.com/>
<http://www.platea.pntic.mec.es/>
<http://www.imageandart.com>
www.wikipedia.org/globalizacion
<http://fotonostra.com/grafico/grotescas.htm>
www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fuiddocs/gerl/gloecopro.htm
<http://www.labherm.filol.csic.es/>
http://es.wikipedia.org/wiki/Partido_Accidental_Nacional
<http://www.pan.org.mx/>
www.newsartesvisuales.com/editor/
Hablando de Diseño Joan Costa, www.inusual.net