

S
2 ej

1990

tesis

Desarrollo de un órgano de comunicación
interna y de un comunicado gráfico
de tipo externo para un instituto
especializado en la enseñanza
del idioma inglés

Margarita Guadalupe
García Colomo



DIRECC
ESCUELA NACIONAL DE
ARTES PLÁSTICAS
AV. CONSUELO NO. 600
XOCHIMILCO, D. F.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

comunicación
gráfica



UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTONOMA DE MEXICO
ESCUELA NACIONAL DE
ARTES PLÁSTICAS



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

Índice

Introducción	1
1. Enunciación del problema	7
2. Fase de estudio	11
Investigación documental y gráfica del material similar existente más importante, así como del material del Instituto en cuestión (Interlingua)	
2.1. Análisis sintáctico, semántico y pragmático del material	11
2.2. Evaluación	71
3. Fase de proyectación	83
3.1. Análisis	83
Enfoque de las funciones y componentes de trabajo	
3.1.1. Funciones físicas	83
3.1.1.1. Periódico interno	83
3.1.1.2. Cartel	84
3.1.2. Funciones psicológicas	85
3.1.2.1. Periódico interno	85
3.1.2.2. Cartel	89
3.1.3. Límites normativos y funcionales	93
3.1.4. Fase de bocetaje	96
3.1.5. Componentes físicos	97
3.1.5.1. Periódico interno	97
3.1.5.2. Cartel	109
3.1.6. Componentes psicológicos	112
3.1.6.1. Periódico interno	112
3.1.6.2. Cartel	128
4. Fase de realización	135
Evaluación	136
Conclusiones	146
Bibliografía	150

Introducción.

El presente trabajo trata sobre el proceso de diseño de un órgano de comunicación interna (periódico interno) y un impreso de tipo externo (cartel) para Interlingua, institución dedicada a la enseñanza del idioma inglés.

El primer objetivo de este proyecto es satisfacer una necesidad real de comunicación interna mediante la elaboración de un impreso que no existe ni en Interlingua ni en ninguna de las escuelas de idiomas más importantes de la Ciudad de México.

El segundo objetivo es realizar un cartel de reclutamiento de personal (maestros).

Es factible que estos comunicados gráficos se impriman a corto plazo, porque contribuirían tanto al mejor desenvolvimiento e integración del personal (función del periódico interno o boletín) como a la contratación de personal (función del cartel), ya que muchas de las sucursales carecen de suficientes maestros para impartir clases en las instalaciones con que cuentan. En otras palabras, hay salones vacíos por falta de maestros, no por carencia de alumnos deseosos de inscribirse en algún curso. El personal requerido va del 25 al 40% en algunas sucursales. Cada una de ellas pierde una cantidad considerable de dinero por no contar con este personal.

El diseño de los comunicados se ha llevado a cabo siguiendo un método de trabajo. El resultado final reúne un adecuado aspecto visual y físico que tiene como objetivo cubrir de manera funcional una necesidad real de comunicación. Con este motivo, el diseño se adapta tanto a las características y necesidades del emisor del mensaje (Escuela de inglés) como a las del receptor (personal de la Empresa y aspirantes a maestros). Es decir, mediante el proceso de diseño se analiza el contexto específico del problema (requisitos, personalidad, funciones, servicios e identidad corporativa de la Empresa, así como tipo de personal, alumnos y aspiraciones laborales

2

y de desarrollo personal de las personas que puedan acudir a Interlingua para solicitar trabajo, así como tipos y carácter de los comunicados gráficos de otras escuelas de idiomas y de Interlingua) con el fin de llegar a una resolución del problema. Para hacerlo se conjuga un proceso ordenado de trabajo (método), un diseño adecuado, un mensaje legible que procura ser funcional, la elección del sistema de impresión y soporte material (papel, cartulina) más acertado para este proyecto en particular (tecnología práctica), todo ello de acuerdo a las características y peculiaridades del impreso y a los recursos económicos y de tiempo de la Firma.

Interlingua tiene, a mi parecer, una serie de comunicados que conforman una identidad corporativa que puede competir satisfactoriamente con otras escuelas. Su identidad caracteriza a la Institución y refleja en forma coherente los servicios que ofrece, así como su personalidad y características que conforman su vida interna. Sin embargo, al formar parte del personal docente, me he dado cuenta de que hay necesidades de comunicación interna que no han sido satisfechas. Las necesidades publicitarias, evidentemente, se cubren primero porque son más apremiantes que las de comunicación entre el personal. Considero interesante el tener la oportunidad de diseñar un boletín desde dentro de la Escuela, conociendo por experiencia las necesidades cotidianas de intercambio académico y de integración a nivel compañeros de trabajo y entre la Empresa (directivos) y el personal. Un órgano de comunicación útil, legible e interesante les permitirá a los maestros aportar e intercambiar ideas, desempeñar mejor su trabajo y acrecentar su sentido de identidad con la Escuela; esto redundará en un beneficio tangible tanto en su desarrollo personal, como en el aprendizaje de los alumnos y en exitosos resultados para la Compañía. Evidentemente, el proyecto sigue la línea gráfica de la Escuela, corresponde a su identidad corporativa y refuerza su imagen ante su receptor principal (maestro de inglés) o ante cualquier otra persona que pueda estar en contacto con el impreso.

Por otro lado, considero importante diseñar un cartel porque es indispensable hacerlo.

llegar al aspirante a maestro la necesidad que tiene la Escuela de contratar personal. Desafortunadamente, la Empresa se ha avocado en forma más intensa a la elaboración de impresos y anuncios publicitarios que a la realización y difusión de comunicados de reclutamiento de personal, lo cual es un tanto ilógico porque no se puede ofrecer de manera activa y constante un determinado servicio sin contar con el suficiente personal para llevarlo a cabo. Esta necesidad ha sido externada tanto por Joyce Walsh, Jefa de Coordinación Empresarial, como por Esther Navarro, Directora de la Sucursal de Miramontes.

El método de trabajo elegido rige el orden y la inclusión de cada uno de los puntos de la estructura del trabajo establecida por el índice. El método consta de las siguientes partes:

1. Enunciación del problema. Aquí se plantea cuál y cómo es el problema real, sus características y por qué es necesario resolverlo.
2. Fase de estudio (Investigación documental y gráfica del material similar existente más importante, así como del material de la Escuela en cuestión).

Se analizan los comunicados gráficos desde un punto de vista sintáctico, semántico y pragmático, tanto de las escuelas más importantes del D.F. como de Interlingua, con el fin de conocer el contexto determinado en el que se encuentra enclavada la necesidad real de comunicación. Se presenta el panorama que dará la pauta para la resolución del problema. Se identifica la identidad corporativa de Interlingua para proyectar impresos que respeten y refuercen su línea de diseño. Se visualizan los recursos económicos y materiales con los que cuenta la Compañía, de tal forma que se respeten las limitaciones existentes y se exploten los recursos materiales y económicos con los que se elaboran el resto de los impresos. De paso, se proponen algunas sugerencias para hacer aún mejor la identidad

corporativa de la Empresa. En este capítulo se lleva a cabo una encuesta por muestreo para conocer qué tipo de órgano interno será de utilidad para los maestros y qué contenidos les interesan. de igual manera, se visualizan las características generales de los maestros que forman parte de la cuota. Se hace uso de la entrevista con algunos directivos de la Escuela para conocer su opinión sobre el órgano de comunicación proyectado y para saber qué más podrían sugerir y aportar para su realización.

Los dos auxiliares para la recolección de datos antes citados (encuesta y entrevista), aunados a la observación cotidiana tanto de mis necesidades como maestra, como la de mis compañeros de trabajo, permiten tener una visión global del contexto y hacen posible llegar a una evaluación de la situación donde se origina el problema.

3. Fase de proyectación (Análisis y enfoque de las funciones y componentes de trabajo).

En los puntos correspondientes a funciones físicas y psicológicas se describen las características físicas y psicológicas que debe cubrir el proyecto, de acuerdo a las necesidades reales de comunicación analizadas en el capítulo anterior. Límites normativos y funcionales. Aquí se averiguan tanto las limitaciones normativas, que obedecen a los lineamientos de diseño establecidos en forma implícita y explícita por la Compañía, como los funcionales, que nacen de las necesidades de correspondencia del proyecto con los objetivos o funciones planteadas al inicio del capítulo. Se describen los requisitos operativos del impreso.

Fase de bocetaje. Se muestran los bocetos realizados. Se señala por qué han sido eliminados algunos de ellos.

Componentes físicos. Se enumeran los elementos que forman parte del comunicado

gráfico. Se describe al impreso.

Componentes psicológicos. Se explican por qué se han manejado los elementos que forman parte del boletín y del cartel y se justifica su uso en razón a su funcionalidad y nivel de satisfacción de las necesidades y requisitos planteados con anterioridad, todo ello desde mi particular punto de vista.

5

4. Fase de realización. Se muestra el dummy de cada comunicado gráfico.

Evaluación y conclusiones. Se emite una síntesis y un juicio final sobre el proyecto realizado.

El método elegido me parece acertado ya que cubre los aspectos básicos en la resolución de un problema de comunicación.

Es además, lo suficientemente flexible para adaptarse a los cambios que se dan en el proceso de investigación. A la vez, no permite pérdidas de tiempo ni desperdicio de recursos, por lo cual considero que es útil en la resolución del problema'

1. Enunciación del problema

Los institutos más importantes que se dedican a la enseñanza del idioma inglés han contratado, la mayoría de las veces, a una agencia publicitaria o a algún despacho de diseño para la elaboración de material gráfico en general.

Algunas de ellas siguen un línea homogénea y funcional. Considero que otras, por desgracia, presentan algunas deficiencias en el diseño de sus comunicados gráficos.

Una vez resuelto el problema de elaboración de una imagen corporativa (papelería, folletos, volantes, carteles, portadas de libros, calendarios, invitaciones, felicitaciones, anuncios, espectaculares, separadores, etc.), es decir, el aspecto de comunicación con el público que puede convertir en alumnado y en sí con los alumnos del instituto, hay otro aspecto que a veces se pasa por alto; es el de la comunicación interna.

Los errores en cuanto a comunicación interna pueden disminuir la eficiencia del trabajo de la empresa. Sabemos que cuanto mejor se entiendan entre sí los miembros de una institución, mejor será el éxito que obtengan en el trabajo de equipo que desempeñan. Un trabajo grupal eficiente requiere de un sistema de comunicaciones fluido y preciso. La empresa debe compartir información con los empleados para que estén enterados de lo que quieren y deben saber. De esta manera se puede estimular su participación y se fomenta que sientan que pertenecen a la empresa y que hagan suyos los resultados de la institución. A la vez es posible, por medio de una adecuada comunicación interna, crear un ambiente adecuado para desarrollar la eficiencia en el trabajo. También es necesario establecer buenos sistemas de quejas, sugerencias e intercambio de ideas. Los empleados necesitan información sobre la forma en que están desempeñando el trabajo, es decir, reconocimiento o crítica constructiva¹.

1. Miguel F. Duhalt Krauss, Técnicas de comunicación administrativa, p. 22-29

Es indispensable estar actualizado en nuevas técnicas, métodos, materiales y conocimientos relativos a la especialidad - que en este caso es la enseñanza del inglés -, que pueden traducirse en una mayor eficiencia y nivel de competitividad.

También es bueno tener información de actualidad que pueda afectar el trabajo de los empleados, la situación financiera de la Compañía, los nuevos servicios y los movimientos de personal.

Es decir, debe haber un canal bilateral abierto que comunique a la dirección con el personal y viceversa!

En algunas escuelas de Idiomas, dada la forma en que se organiza el horario de trabajo, y el trabajo sistemático que desempeñan los maestros, así como la forma en que han sido asignadas las labores, no hay oportunidad de desarrollar algún órgano de comunicación interna en el que puedan participar de manera igualitaria todos los miembros del personal docente.

No obstante, sí existe la necesidad de contar con él.

En muchos institutos, en lo general, se llevan a cabo juntas periódicas y se reparten volantes o circulares con el fin de que la dirección comunique sus determinaciones a los maestros. Pero los maestros no se comunican con la dirección como deberían ni cuentan con el tiempo para intercambiar ideas o sugerencias.

Los métodos de enseñanza de cualquier idioma siempre están en constante evolución, y se nutren de las ideas, mejoras y nuevos enfoques que diferentes maestros puedan aportar.

Los alumnos merecen recibir la enseñanza más clara, lógica, agradable e interesante que

sea posible darles, de acuerdo a su edad, nivel socioeconómico e intereses.

Por otra parte, hay una necesidad constante de contratar maestros. Algunas sucursales tienen salones vacíos a distintas horas del día. Esto se debe a que no hay suficiente personal. En cambio, como resultado de la difusión de impresos y anuncios publicitarios, hay gran demanda de clases. La falta de maestros representa dinero que se deja de ganar.

Es por todo lo anterior que me parece indispensable elaborar un órgano de comunicación interna permanente y un impreso de comunicación externa para un instituto en el que he laborado por más de dos años, Interlingua.

Antes de hacerlo, analizaré los comunicados gráficos de algunas de las escuelas de inglés del sector privado más conocidas en la Ciudad de México.



2. Fase de estudio.

Investigación documental y gráfica del material similar existente más importante así como del material del Instituto en cuestión (Interlingua).

11

2.1. Análisis sintáctico, semántico y pragmático del material.

Las cuatro escuelas de idiomas que consideraremos son: el Instituto Anglo-Mexicano de Cultura A.C., Harmon Hall, Berlitz e Interlingua¹.

Cada una tiene un enfoque y una personalidad corporativa del todo particular y creo que vale la pena observar con cuidado sus comunicados gráficos. Se analizarán, no todos, sino los más representativos.

El Instituto Anglo Mexicano de Cultura A.C. es una asociación civil fundada en 1944. Fue establecida con el propósito de fomentar y fortalecer las relaciones entre México y Gran Bretaña. Es el único centro autorizado para aplicar los exámenes de la Universidad de Cambridge, Oxford *Delegacy* y *Foyal Society of Arts* de Londres. Además de dedicarse a la enseñanza de inglés, capacita maestros, organiza cursos de inglés en Inglaterra y mantiene un programa permanente de eventos culturales para el alumnado y para el público en general. Además cuenta con una unidad de servicios especiales que, en forma conjunta con el Consejo Británico, desarrolla programas especializados en servicios de traducción, interpretación, enseñanza y asesoría para empresas.

Este Instituto tiene una gran tradición y solidez. Cuenta con una gran ventaja que no tienen

1..La contraparte del IAM es Relaciones Culturales, patrocinada por la Embajada estadounidense (el IAM está patrocinado por la Embajada británica). No se incluirá dentro del presente trabajo, ya que los servicios de esta Institución van dirigidos a una clase socio-económica diferente a las que engloban las demás escuelas.

otras escuelas más jóvenes, la credibilidad.

12 La labor desempeñada por el IAM a largo de tantos años le hace tener una imagen ante el público que se basta por sí sola, por lo cual, aunque siempre es importante contar con la mejor identidad corporativa y con una línea de diseño coherente y apropiada, en este caso, la tradición del IAM se basta a sí misma.

El tipo de público que acude al Instituto está formado por personas que, además de tener la necesidad básica de aprender inglés, están interesados en obtener algún certificado de cierto nivel de dominio del idioma, aprobado por la Universidad de Cambridge.

El IAM ofrece un sistema integral de aprendizaje, es decir, igual cantidad de tiempo dedicado a hablar, escribir, escuchar (entender) y leer durante los períodos de clase.

Como la mayoría de los institutos que representan la competencia, el IAM tiene un público que engloba a niños, adolescentes, amas de casa, estudiantes de la enseñanza secundaria, preparatoria y universitaria, así como ejecutivos. Sus grupos siempre son grandes (un máximo de 50 estudiantes por grupo).

El IAM no ofrece sistemas rápidos de enseñanza.

El IAM nunca ha pretendido llevar a cabo campañas de publicidad exhaustivas.

Aunque el Instituto cuenta con recursos humanos y bibliográficos de primera calidad, no tiene una gran cantidad de comunicados gráficos.

Básicamente cuenta con:

- folletos que informan sobre los antecedentes del Instituto y sobre el procedimiento de

admisión, tipos de cursos, cuotas, cambios de horario, dirección y teléfono de sucursales y de la Unidad de Servicios Especiales.

- display portafolletos.

13

- carteles que informan sobre las actividades culturales y que se imprimen en forma mensual.

- el Instituto colabora en la realización de un revista anual que resume lo acontecido durante la convención del Mextesol (asociación de maestros que se dedican a la enseñanza del inglés como segundo idioma y que trabajan en México).

- volantes que informan sobre actividades relevantes o avisos importantes del Instituto.

- calcomanías que promueven la imagen del Instituto y en la mayoría de los casos se adhieren a la ventanilla de los automóviles.

- separadores de libros (tanto los separadores como las calcomanías se venden, no se obsequian).

- señalamientos (sólo en algunas sucursales).

- periódico mural que recopila datos históricos importantes del mes en curso y fomenta que los alumnos hagan uso de la biblioteca (sólo en algunas sucursales).

- papelería

La Gerente Administrativa del IAM, Sara Cooksey, me ha informado que por medio de una encuesta llevada a cabo por el personal, se llegó a la conclusión de que la publicidad más efectiva para el Instituto es la que se da por medio de la comunicación informal, es decir de persona a

persona.

Ella me comentó que en realidad tiene poco presupuesto destinado a publicidad en general.

Además de los comunicados gráficos antes mencionados, el IAM ha tenido anuncios en televisión, como los que fueron transmitidos en 1985, y ha contado con anuncios en radio en forma continua desde hace varios años.

Hace algún tiempo hubo un periódico interno que dejó de existir por falta de cooperación por parte de los maestros. No había ninguna persona dedicada en forma exclusiva a la recopilación, selección de material y revisión de la redacción, por lo cual el periódico interno tuvo una corta vida.

El sistema de comunicaciones se da por medio de memorandos y juntas dentro de cada sucursal, según me ha informado la Gerente Administrativa de la Escuela.

Análisis Sintáctico

Las letras IAM presentan una envolvente rectangular, aunque da la impresión de ser un cuadrado, ya que la diferencia entre su base y su altura es mínima. (En un folleto, la envolvente adquiere una proporción de 4.2 cm de base por 4.5 cm de altura). Este envolvente se divide en dos secciones por medio de un eje áureo. Si dividimos su altura en dos obtendremos dos secciones. La sección inferior equivale a .618 del total y la superior equivale a .324. En la sección superior observamos una síntesis gráfica de las letras IAM, las cuáles aparecen en tipos sin serifas. La A no presenta trazo horizontal. Se trata de tipografía de diseño especial. La sigla más ancha es la A, seguida por la M y por la I. Las letras presentan cortes que permiten que percibamos al extremo izquierdo de la A ubicado detrás de la I. De hecho la A iniciaría al extremo izquierdo en el mismo punto donde



Foto 1

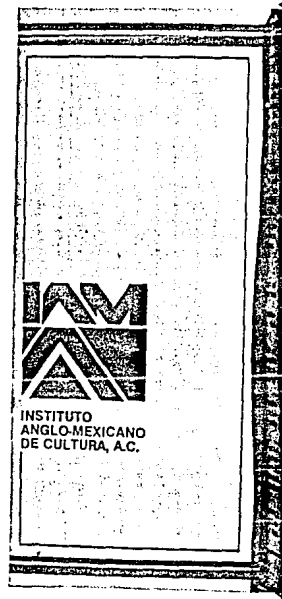


Foto 2

empieza el trazo de 1a I. De igual manera, parece que la M está ubicada detrás de la A, ya que su trazo vertical izquierdo está en parte oculto por el extremo derecho de la A. El inicio del trazo vertical izquierdo de la M iniciaría donde comienza el trazo derecho de 1a A. (Ver foto 1).

15

En la sección inferior de la envolvente podemos ver una V invertida sobre un fondo rectangular apaisado.

Hay dos bandas convergentes de desigual anchura que forma una V Invertida que parece encontrar su vértice en el blanco o espacio vacío que deja la A de la sección superior. Los trazos inferiores de la V invertida se inician, uno en el ángulo inferior izquierdo de la envolvente y otro en el eje que sugiere el trazo vertical derecho de la M si lo prolongara por medio de un eje imaginario.

La V Invertida es de color rojo Pantone No. 185C, el resto es azul Pantone No. 286C, habiendo espacios blancos que separan a las letras entre sí, a la V de la figura rectangular que la contiene y a la sección superior de la envolvente de la inferior.

Podemos observar el nombre completo de la Institución ubicado bajo la envolvente. Esta tipografía es de color azul Pantone No. 286C también. Se utilizó la familia Helvética Medium, en ocasiones en altas, en ocasiones en altas y bajas. El nombre del Instituto ocupa tres renglones alineados a la izquierda y conforma un bloque visual. De esta forma, la envolvente y el nombre del Instituto consta de tres bloques rectangulares horizontales. El lado mayor de cada uno de estos rectángulos es el horizontal.

Los comunicados gráficos del IAM se han impreso sobre cartulina couché mate mediante el sistema offset.

Los folletos (trípticos) miden 9.2 cm de base por 21 cm de altura. En cada uno de ellos la

figura de la foto 1 aparece del lado izquierdo, un poco abajo de la mitad de la altura de la portada del mismo. Hay una delgada pleca en los cuatro extremos de cada cara del tríptico. La pleca es más ancha en los trazos horizontales. En las caras interiores del tríptico esta pleca enmarca a los párrafos que contienen la información. La pleca es de color rojo y muestra esquinas redondeadas en sus uniones. Hay otras dos plecas horizontales: una roja superior más delgada y otra azul inferior más ancha que van a lo largo del extremo superior de todas las caras del folleto. Al abrir el tríptico, éstas plecas interrumpen en la parte central de la cara media del folleto para que ahí entre la sección de la figura que contiene a las letras IAM. Si extendemos el folleto por sus caras externas, observaremos la misma pleca a lo largo del extremo inferior, sólo que en este caso, conforma una banda continua. Por lo que respecta al extremo inferior del tríptico, al abrirlo por sus caras internas, podemos observar el nombre del Instituto, en tipografía de 28 pts., en dos renglones. En el superior aparece la palabra Instituto y en el inferior el resto del nombre. Este texto está centrado con respecto a las tres caras internas del folleto extendido. Tanto la información de las caras internas como la de una de las caras externas tiene texto justificado. Solamente la cara en la que se enumeran los datos de las sucursales presentan texto contrado. Se utiliza tipografía Helvética Medium de 6, 8 y 12 pts. en todo el folleto. El texto se maneja en tinta azul Pantone No. 286C excepto para los subtítulos que van en tinta roja Pantone No. 185C. (Ver foto 2). En los carteles, el nombre del Instituto en ocasiones se ha dispuesto en forma descendente y la figura No. 1 se ubica en el ángulo inferior izquierdo del formato del cartel. Los separadores muestran una ilustración de un soldado inglés.

Podríamos decir que el resto de los comunicados gráficos del IAM mantiene ésta línea de diseño: soportes rectangulares verticales de color blanco, empleo únicamente de las tintas rojo y azul antes mencionadas y manejo de plecas horizontales y verticales. Otra constante es el manejo continuo de ejes horizontales en formatos verticales.

Los señalamientos sólo han sido instalados en las sucursales más importantes. En los señalamientos se maneja la figura No. 1.

Hay algunos que forman parte de las bancas de los corredores de la Escuela.

17

Junto a la sucursal más importante de la IAM (Antonio Caso) se encuentra el Consejo Británico. El Consejo tiene una imagen gráfica similar a la del IAM, aunque con características particulares e independientes.

El nombre completo de la Unidad de Servicios Especiales se muestra mediante tipografía caligráfica ornamental de diseño especial cuyos trazos son semejantes a listones o cintas; están dispuestos de tal manera que van conformando a las diferentes letras del nombre. La figura así conformada es de color ocre.

Análisis semántico

Desde mi punto de vista, por lo que respecta al logotipo, el juego de diagonales y de ejes que se da entre la V invertida y las diagonales de los trazos de la A así como entre los ejes verticales de las iniciales y el espacio que contiene a la V invertida es dinámico.

En mi opinión, el uso de formatos rectangulares verticales sugiere dinamismo y actividad.

Considero que todos los comunicados gráficos del IAM, excepto el periódico mural, muestran una línea homogénea; uso de los mismos colores, una sola presentación o patrón para el logotipo, uso de diagramado que privilegia los ejes y trazos horizontales en formatos verticales.

Análisis pragmático.

18 En mi opinión, aunque el diseño de los impresos del Instituto no es precisamente el más original o dinámico, me parece que son los suficientemente claros como para informar de manera funcional sobre los servicios, eventos y actividades de la Escuela. Creo que son legibles y fáciles de reconocer. La imagen corporativa, a mi parecer, tiene una personalidad propia bien definida. Es sintética y tienen impacto, por lo tanto cumple de manera satisfactoria con sus objetivos.

Podemos observar que la combinación de colores (blanco, azul y rojo) nos remite en forma casi inmediata a la bandera británica; considero que esta combinación es vibrante. Su imagen corporativa de cierta manera tiene una imagen inglesa, es decir, elegante, sobria, un tanto fría, precisa, seria, no tiene ningún elemento extra o que esté de más y a mi parecer, evidencia una mentalidad práctica, al grano, clara y contemporánea.

El logotipo es actual. Desde mi perspectiva, la envolvente del logotipo sugiere, por su forma compacta, en bloque, que la Escuela es sólida, duradera y seria.

El logotipo de la Unidad de Servicios Especiales es también otra clara excepción dentro de la línea de diseño del IAM. Es un centro que trabaja en colaboración con el Consejo Británico y se dedica a labores distintas a las de la Escuela. Por lo tanto, me parece que presenta una imagen más informal, cálida, personal, menos sobria, rígida e institucional. Es un logotipo sofisticado. Esta imagen destaca precisamente por representar un llamativo elemento de contraste con respecto al resto de los impresos y comunicados del IAM. Posiblemente la intención del Centro haya sido acercarse a otro público (empresas, editoriales, traductores e intérpretes) a un nivel más particular que el que podría ofrecer la Escuela de Idiomas. Es muy peculiar que, además de utilizar tipografía caligráfica, hayan empleado ocre, que en mi opinión, nada tiene que ver con el conjunto blanco-rojo-azul empleado a manera de gama institucional de colores. Esta Unidad está más ligada al Consejo

Británico que al IAM, por lo cual, pienso que debe tener una identidad corporativa diferente.

Berlitz se ha dedicado a la enseñanza de idiomas por más de 100 años. Perteneció a la Organización internacional MacMillan. Tiene más de 200 escuelas en 25 países del mundo. En algunos países tiene sucursales en más de una ciudad. Berlitz se dedica a la enseñanza de otros idiomas además del inglés. Ofrece servicios de traducción, interpretación, orientación cultural y preparación para el examen TOEFL que se presenta en el IAM. Sus grupos de estudio son muy reducidos.

19

Básicamente cuenta con los siguientes comunicados gráficos:

- folletos que informan sobre el enfoque de métodos de enseñanza, datos sobre el Instituto y tipos de cursos. Se mencionan también las ciudades en las que existen sucursales de Berlitz, así como las direcciones de las sucursales en la República mexicana.

- volantes

- calendario (con una tirada mínima de 500 ejemplares)

- anuncios en revistas

- papelería

El propósito de la publicidad de Berlitz es llegar a la clase alta de la sociedad, ya que un curso en este Instituto es incosteable para la clase media y media-alta. Su publicidad está dirigida en un 80% a altos ejecutivos y en un 20% a niños y amas de casa. En general su publicidad es seria, fina y escueta. El Director de la Sucursal de Parroquia, Arturo Jara, me ha informado que Berlitz tiene como norma gastar la menor cantidad de dinero en publicidad, dentro del rango de

las escuelas de idiomas más conocidas. De esta manera, se valen de unos cuantos comunicados gráficos.

20

Nunca han contado con un periódico interno, a pesar del gran número de países en los que trabajan. El sistema de comunicación interna se da por medio de juntas y memorandos. El Insituto cuenta con videos informativos para capacitar al personal.

La Escuela también presenta comerciales en televisión.

Análisis sintáctico

El diseño de la palabra Berlitz que podemos ver en la foto 3 fue renovado hace no mucho tiempo. La versión nueva presenta a la palabra Berlitz con tipografía de diseño especial dentro de una envolvente rectangular con los bordes redondeados. (Ver foto 3).

Los tipos diseñados presentan algunas características similares a la familia Baskerville Old Face.

En uno de los folletos la envolvente mide 8.5 cm. de base por 2 cm. de altura. La extensión de la palabra Berlitz es de 5.5 cm. y se ubica a 6 mm. del extremo derecho de la misma. La palabra Berlitz se encuentra en un suaje áureo con respecto a la envolvente.

La tipografía está calada dentro de la envolvente color guinda Pantone No. 215U. Se manejan solamente altas, aunque la B tiene una altura mayor que la de las letras siguientes. Del punto donde se unen los dos trazos circulares de la B se origina una especie de punta de lanza que adelgaza conforme se prolonga hacia el extremo izquierdo de la envolvente.

Uno de sus folletos mide 10 cm. de base por 23 cm. de altura. (Ver foto 4) Es un tríptico que cuenta con una solapa pegada que se origina en la cara interna derecha y presenta un suaje.

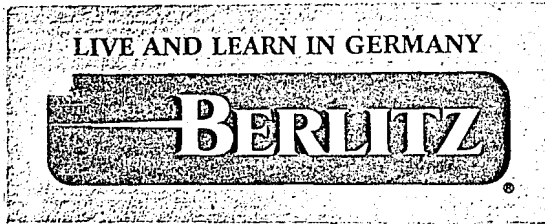


Foto 3

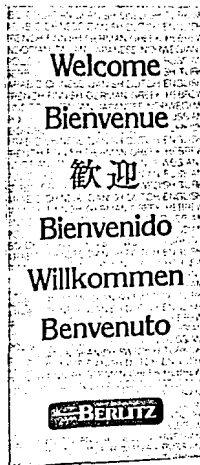


Foto 4

En la portada, observamos una sucesión de líneas horizontales continuas sin márgenes que enumeran los nombres de los idiomas que se enseñan en el Instituto. La familia tipográfica que se ha utilizado para dar esta textura visual es la Helvética Light de 14 pts. Para la impresión de este texto se ha empleado una pantalla del 30% y se ha impreso en negro. En la parte inferior de la portada observamos el nombre de Berlitz, centrado y en guinda. La palabra Bienvenido en seis idiomas diferentes aparece a lo largo de la altura de la portada. La serie de seis palabras está centrada. Para este texto se ha empleado tipografía Korinna Extra Bold de 48 pts. en altas y bajas, en negro. La figura de la foto 3 se localiza en la parte inferior de la portada del tríptico. También podemos observar el nombre en la parte inferior de la cara interna derecha y ligeramente abajo del centro geométrico de la contraportada. En ambos casos, la figura 3 tiene una disposición centrada y aparece en guinda. La familia tipográfica empleada para el resto del texto del folleto es la Korinna Bold de 12 pts. para títulos, en tinta guinda y Korinna Bold de 10 pts. para subtítulos en tinta negra, así como Korinna Light de 10 pts. para el texto en general. En todas las caras se ha dejado un margen inferior de 1.75 cm. y uno superior de 1.5 cm. La mayoría de los márgenes laterales son de .95 cm. El texto del folleto en general está justificado, excepto en la contraportada, en donde hay una sección cuyo texto está alineado a la izquierda. Se han dibujado delgadas placas de color negro. Los títulos en guinda están separados del texto que los sigue. Como he dicho con anterioridad, la cara interna derecha incluye una solapa con un suaje que presenta una de sus esquinas redondeada.

El folleto está impreso en couché paloma satinado.

En las sucursales de Berlitz también se proporciona un volante. (Ver foto 5) Este volante mide 9 cm. de base por 21.5 cm. de altura. Se divide en dos secciones. En la superior, que ocupa un poco menos de la mitad de la altura del formato del volante, se ha impreso una ilustración en selección de color. En ella, se observan tres niños jugando. Al fondo se puede ver una paisaja

campestre. Destaca un grueso perfil que enmarca la figura de los niños. Por lo que respecta a la sección inferior del volante, podemos observar un título que ocupa cuatro renglones, centrado. En este caso se manejó tipografía Helvética Medium de 28 pts., centrada. Casi todo el texto restante aparece justificado, en Helvética Bold de 8 pts., en altas y bajas. La figura No. 3 se ha dispuesto también en este comunicado en la zona inferior del volante, centrado y en guinda. Al reverso del volante observamos una pleca a manera de margen a los cuatro lados del formato. El margen tiene sus esquinas redondeadas. La mayor parte del texto está justificado, el resto está centrado. La figura 3 ha sido ubicada en el área inferior del reverso del volante, centrada y en tinta negra. Para su impresión se ha utilizado una pantalla del 50%. El nombre de la Escuela está calado. En esta cara sólo se ha utilizado tinta negra. Hay una banda ascendente que se origina a 4 cm. del extremo superior izquierdo sobre el extremo izquierdo del volante y que llega hasta el extremo superior derecho. La banda, al igual que la figura 3, está impresa en negro, por medio de una pantalla del 50%, con un texto calado. Para este impreso también se ha seleccionado al papel couché satinado como soporte.

Berlitz ocasionalmente saca publicidad en revistas para ejecutivos y financieros. Estos anuncios ocupan una columna de tres en una página impresa en blanco y negro de la revista El Financiero, por ejemplo.

En estos anuncios la figura 3 aparece en la zona inferior, en negro.

Todos los comunicados gráficos de Berlitz se han impreso mediante el sistema offset.

Análisis semántico.

Me parece que el logotipo guinda con tipografía de características semejantes a tipos romanos comunica seriedad, sobriedad, armonía, elegancia; podríamos decir que llega a ser clásica,



LOS NIÑOS HABLAN INGLES EN BERLITZ

- Desde los 8 años, en pequeños grupos.
- Con experimentados profesores, que enseñan el inglés como su idioma materno, usando el método Berlitz.
- Con modernos materiales de enseñanza, que han sido utilizados exitosamente ya por años y en todo el mundo, para enseñar inglés a niños.

**SOLICITE UNA ENTREVISTA INFORMATIVA CON
EL DIRECTOR DE SU ESCUELA BERLITZ.**

Para hablar inglés únase al 10er.



Foto 5

aunque por la manera en que han sido diseñados sus rasgos, tiene un aspecto más contemporáneo que el que tiene la familia Baskerville Old Face.

Además, creo que el diseño de la punta de lanza evoca motivos medievales europeos tradicionales y también clásicos.

23

En mi opinión, la diagramación de los folletos es muy ordenada, estable, limpia, comunicativa y metódica organización.

A mi modo de ver, los colores guinda, gris (tinta negra con pantallas a diferentes porcentajes) y negro conllevan cierta dureza. Esto se hace más evidente considerando que el guinda de los folletos impresos en México es más sucio que el de los folletos impresos en el extranjero.

A mi parecer, el folleto que corresponde a la foto 5 está dentro de esta línea seria.

Por lo que respecta a los anuncios que aparecen en revistas financieras, aquí se maneja básicamente diseño tipográfico y una armonía entre el mismo y la fotografía.

Considero que la publicidad elaborada en el exterior es un poco más juvenil y alegre, no obstante, todos los comunicados gráficos siguen lineamientos coherentes por la unidad de criterios de diseño.

Análisis Pragmático.

Enseguida mencionaré algunas funciones relevantes de ciertos comunicados gráficos de Berlitz, desde mi particular punto de vista.

La solapa del folleto de la foto 4 tiene un espacio para escribir el número telefónico de la

sucursal y permite guardar alguna tarjeta que se le hayan proporcionado al cliente potencial en la Institución, ya que está pegada y doblada en sus extremos derecho e inferior, por lo cual, pienso que resulta muy práctica.

A mi parecer, el anuncio de revista encaja bien dentro de la publicidad blanco y negro de las revistas económico-financieras. No llama la atención mediante atractivos recursos gráficos, sino que invita a la lectura por medio de un buen diseño tipográfico que armoniza con fotografías alusivas al texto. Creo que se lleva al lector indirectamente hacia el mensaje de la necesidad de aprender idiomas y de acudir a Berlitz.

Cabe mencionar al decorado de las sucursales, ya que forma parte de la imagen que ofrecen al público. La decoración es, a mi entender, también elegante, cara, actual y sobria e invita a que gente de altos ingresos acuda a la escuela.

A manera de comentario, señalaré que MacMillan saca folletería de mucha mejor calidad, acabado y diseño para los alumnos que planean estudiar en el extranjero. Utilizan papeles de colores, el color exacto del logotipo original, cartulinas más gruesas, plastificadas y fotografías de primera. Su factura es excelente y muy cara. El número de ejemplares de estos impresos es muy limitado.

Me parece, aunque el número de impresos de Berlitz no es considerable, la Institución tiene un estilo de diseño más o menos homogéneo que permite que sea distinguido con facilidad. Su público es reducido, por lo cual la publicidad tiene un campo de acción relativamente pequeño. Considerando el tipo de alumno que acude a Berlitz (personas que pretenden aprender un idioma en forma rápida, que gustan de estudiar en grupos muy reducidos, que pueden darse el lujo de estudiar con maestros particulares, que tienen posibilidad de viajar a algún país donde se hable el idioma que están aprendiendo y que buscan algún medio institucional privado que los conecte

con otras escuelas, hoteles, familias huésped, etc.), a mi modo de ver, es adecuada la forma en que se han diseñado los comunicados gráficos, su número y los medios de comunicación elegidos (revistas para ejecutivos, cablevisión, etc.).

25

Por todo esto considero que la línea de diseño de Berlitz es coherente con su estrategia publicitaria ya que cumple con sus objetivos de comunicación, lo cual les permite ponerse en contacto en forma exitosa con el sector del público que desean que acuda a la Institución.

Harmon Hall es una escuela de inglés que lleva más de 20 años de actividades y que tiene 24 sucursales en la República mexicana. Llama la atención el hecho de que algunos de sus centros de estudio hayan sido instalados en ciudades del interior distintas a la Capital del estado. Dichas ciudades no son de gran tamaño. De esta manera observamos que HH (Harmon Hall) intenta llegar a un alumnado potencial que no tenía diversas opciones institucionales para estudiar inglés. Destaca también el hecho de que tan sólo en 1988 fueran inauguradas cinco sucursales, lo cual deja ver el saludable estado financiero del Instituto. HH está patrocinado por Televisa.

Ofrece un programa de estudios un tanto adaptable a las necesidades del alumno, es decir, puede variar el énfasis en aspectos tales como lectura, comprensión, desarrollo de la habilidad oral y redacción de acuerdo a las necesidades más imperiosas de cada estudiante. Ofrecen aprendizaje del inglés en grupos reducidos. En esta Institución se imparten cursos de preparación para el examen TOEFL que se presenta en el IAM.

En cuanto a comunicados gráficos, HH cuenta con:

- folletos que informan sobre el tipo de cursos, precios, tipo de aprendizaje, direcciones

y teléfonos de las sucursales de la Ciudad de México y del interior.

- diseño de portada de libros.
- espectaculares.
- carteles que se elaboran sólo durante las convenciones de maestros de inglés y que promueven la participación de HH en dichos eventos.
- separadores de libros.
- señalamientos.
- papelería.

HH nunca ha tenido un periódico interno. La directora de la sucursal Ollin Yoliztli, Martha Garza de Ibarra, me ha informado que el sistema de comunicación interna se da a través de boletines de información que circulan a nivel administrativo, juntas y memorandos. Estos boletines han sido reproducidos mediante mimeógrafo y en ocasiones incluyen sencillas viñetas.

HH se caracteriza por tener una estrategia publicitaria encaminada a llegar al público a través de medios masivos de comunicación tales como radio y televisión.

La publicidad del Instituto se basa en estos anuncios de radio y televisión, por lo cual, desde mi punto de vista, se deja en un segundo plano al aspecto gráfico. Por ejemplo, un curso en HH ha llegado a ser uno de los premios de algunos concursos que se transmiten por televisión y radio, tales como Melate.

En algunas convenciones también presentan videos promocionales.



Foto 6



Foto 7

HH se dirige a un alumnado potencial que va desde estudiantes y amas de casa hasta ejecutivos. Por lo que respecta a sus comunicados gráficos, el Instituto se ha propuesto no gastar mucho dinero en este renglón.

27

Análisis sintáctico.

Básicamente HH maneja un nombre para la Organización HH, es decir, la Institución a la que pertenece la Escuela de Idiomas y otro para la Escuela misma.

El nombre Organización Harmon Hall, gráficamente consta de dos partes, una envolvente para las letras HH, y en seguida, el nombre completo de la Organización. (Ver foto 6) En la zona inferior se repite uno de los elementos de la envolvente ubicada en la zona superior. La sección superior es simétrica y se compone de un rectángulo con bordes redondeados que presenta un perfil. Dentro del rectángulo observamos las letras HH en altas, con tipografía de diseño especial palo seco. Estas letras son idénticas y presentan trazos verticales que son más anchos que los horizontales. El trazo vertical de cada una de las letras H guarda una relación áurea con respecto a la altura total del tipo. En la zona inferior y en la superior del rectángulo observamos dos segmentos de un óvalo. Si extendiésemos estos segmentos, observaríamos el perímetro completo de un óvalo que se encuentra en parte oculto por el rectángulo. Este óvalo tiene una textura a base de líneas de igual grosor.

El rectángulo es negro, las letras HH se han impreso en tinta amarilla Pantone No. 108C. En la sección inferior de la figura 6 observamos el nombre Organización Harmon Hall en dos renglones y con una disposición centrada. En el extremo izquierdo del renglón superior podemos ver una reducción del óvalo texturizado completo; los extremos superior e inferior del óvalo muestran una línea más gruesa que enmarcan a la figura. La familia tipográfica utilizada es muy semejante a la Blippo Bold. Está en bajas, en 14 pts. El óvalo que antecede a la palabra

Organización es ligeramente más grande que lo que equivaldría a una mayúscula de la familia antes mencionada, de hecho es una estilización que representa a la O de Organización. El espacio que ocupan los dos renglones del nombre de la Institución tiene una altura ligeramente menor que el rectángulo que encierra a las letras HH. De igual manera, el segmento del óvalo que se encuentra bajo el rectángulo es equivalente al que se ubica sobre el mismo.

Por otro lado, también se maneja un nombre para la Escuela. (Ver foto 7) Este nombre tiene una envolvente rectangular con esquinas redondeadas; aparecen bajas y centrado dentro del rectángulo. En una envolvente de 9 cm. de base por 2.5 cm. de altura observamos el texto en una familia muy parecida a la Bippo Black, en 42 pts. El rectángulo está impreso en negro, la tipografía en amarillo Pantone No. 108C; hay una línea negra que enmarca al rectángulo.

En sus folletos aparecen las figuras 6 y 7.

Uno de los folletos tiene las siguientes dimensiones: 14.1 cm. de base por 23.4 cm. de altura. (Ver foto 8) En la portada observamos la reproducción de una ampliación de una degradación del blanco al negro, de arriba a abajo, en medio tono. El nombre de la Escuela ha sido dispuesto en la zona interior de esta cara. El rectángulo se ha impreso en negro y en amarillo la tipografía. Observamos un rectángulo dividido en dos secciones verticales iguales y ubicado sobre un eje áureo a una distancia de 14.4 cm. con respecto al extremo inferior de la portada. El rectángulo muestra una zona en negro que representaría el sombreado que dejaría ver el rectángulo si tuviera volumen. Podemos observar tipografía calada sobre fondo negro en la sección superior del rectángulo, la inferior presenta tipografía en negro sobre fondo blanco. La familia empleada en este texto ha sido la Helvética Medium en bajas, en 60 pts. Hay un sólo signo de exclamación en vez de dos. Podemos ver otro texto centrado que ocupa dos renglones. El primer renglón descansa sobre un subeje áureo. En este caso también se ha empleado tipografía Helvética de

inglés pero en serio!

La mejor manera de aprender.




Foto 8 .

Foto 9

INGLÉS, PERO EN SERIO!


En Harmoni nos hemos comprometido a enseñar Inglés y sector de idioma inglés, con nuestros recursos humanos, materiales, porque nuestro departamento técnico ha diseñado un programa de enseñanza gramatical y práctico de acuerdo a las necesidades de la vida cotidiana y en el cual usted participará activamente.

Nuestro English Center de Nueva Pineda, desde febrero hasta noviembre, ofrece cursos para jóvenes y niños, cursos para mujeres, cursos especiales, TOEFL, o lo que usted desee, para la variedad de horarios con que contamos.



Para su curso de inglés, nuestro curso de enseñanza de idiomas, en inglés, con un profesor nativo. También contamos con una amplia variedad de cursos de idiomas extranjeros.

Experiencia más de 20 años de experiencia y 24 centros de estudio en todo el país.



LA MEJOR MANERA DE APRENDER INGLÉS

CURSOS DE 40 HORAS POR NIVEL


PRESENTE	4 semanas (2 horas diarias)
PRIMA	8 semanas (1 hora diaria)
SEGUNDA	1 hora por día
TERCERA	1 hora por día

PROGRAMA FUNDACION

4 SEMANAS

FUNDACION UNICA S

COSTO POR NIVEL 1



42 pts., en altas y bajas y calada. Si extendemos el tríptico, podemos observar que el fondo de las otras dos caras externas es de color amarillo Pantone No. 108C, dado mediante una pantalla al 50%. Una gruesa pleca en negro corre a lo largo de la zona superior de las dos caras externas. En la zona inmediata inferior a la pleca, en la cara externa opuesta a la de presentación (al observar el folleto extendido por sus caras externas) aparece el nombre de la Escuela en negro y amarillo. En la misma zona de la cara central se ha dispuesto el nombre de la Organización HH. En ambas caras se enumeran las sucursales del D.F. o de las ciudades del interior donde hay escuelas de HH. Este texto ha sido manejado en Blippo Black, en bajas, en 14 pts., en la cara exterior y en 10 pts., en la interior. Estos nombres se insertan dentro del mismo rectángulo perfilado que contiene al nombre de la Escuela. Los rectángulos de esquinas redondeadas son más pequeños y numerosos en la cara central. Los nombres de las sucursales han sido dispuestos en alineamientos verticales simétricos y centrados. Bajo cada uno de dichos rectángulos aparecen los siguientes datos: dirección, teléfono o fecha de apertura de cada sucursal. Si extendemos el tríptico por sus caras internas, podemos observar que el fondo de las tres caras es negro. (Ver foto 9) Una gruesa pleca calada corre a lo largo de la zona superior de estas tres caras del folleto. En cada una de las caras se ha dejado un espacio rectangular de esquinas redondeadas calado para texto y se ha incluido una fotografía en selección de color. El texto de los espacios calados se ha impreso en tinta negra. Se ha manejado a la familia Avant Garde Gothi Medium en 12 y 14 pts., en altas y bajas. En la cara interna izquierda, el espacio calado donde aparece el texto se ubica en la zona superior del formato, al igual que en la cara extrema derecha, aunque en el segundo caso esta superficie es de menor tamaño. En las caras extrema derecha e izquierda, hay una fotografía con perfil blanco (calado) situada en la zona inferior del formato. Por el contrario, en la cara central, el área calada que incluye texto ha sido ubicada en la parte inferior, y la fotografía perfilada en la superior. Bajo la pleca de la cara extrema izquierda podemos leer texto calado en la misma familia utilizada para el texto de las áreas rectangulares, sólo que con un puntaje de 20 pts. Bajo

la superficie de fondo blanco y la fotografía de la cara extrema derecha aparece de nuevo el nombre de la Escuela, en amarillo y negro, con perfil blanco; finalmente, bajo él se ha dispuesto texto calado, empleando la misma tipografía y puntaje del texto calado de la cara extrema izquierda.

Para la impresión de este folleto se empleó papel couché satinado.

Cabe mencionar que el diseño de la portada y contraportada de algunos de los libros de texto es muy semejante a la portada y a la cara externa central del folleto, respectivamente. No obstante, hay algunas diferencias.

Los libros están engargolados. Sus dimensiones son un poco mayores que las del tamaño carta. La portada muestra la misma reproducción de una ampliación de una degradación en medio tono, sólo que invertida, ya que va, de arriba a abajo, del negro al blanco. El nombre de la Escuela ha sido ubicado en la zona inferior derecha de la portada, en negro y en amarillo, con perfil negro. Los datos de la contra han sido impresos sobre fondo amarillo. El nombre de la Organización HH aparece en la parte superior central de la contraportada. Inmediatamente abajo observamos a los rectángulos redondeados alineados en forma vertical en dos grupos. Los nombres de las principales sucursales se insertan dentro del mismo patrón del rectángulo perfilado del nombre de la Escuela; se han impreso en tipografía Blippo Black de 20 pts. El fondo de cada uno de los rectángulos es negro y el nombre de la sucursal es amarillo. En el caso de la portada, uno de sus lados es blanco; en el caso de la contra, ambas caras son amarillas. La cartulina empleada para la portada y la contraportada de los libros es la couché satinada con un acabado plastificado.

Otro de los folletos mide 13.7 cm. de base por 21.7 cm. de altura. (Ver foto 10) Es un dúptico impreso en couché satinado. En la portada se ha dispuesto el nombre de la Escuela en la zona superior derecha, en amarillo y negro. El lema de la Escuela se ubica en 6 renglones alineados



Foto 10: 111

a la derecha y en la zona inferior de la portada. La familia tipográfica empleada ha sido la Souvenir Demi Bold en altas, de 32 pts., en negro. Una especie de cinta impresa a dos tintas sigue una trayectoria ascendente. Este motivo está diseñado a partir de líneas onduladas. Las tintas empleadas son el amarillo como base y distintos porcentajes de tinta roja. El resultado final es una cinta con cinco franjas que van, de izquierda a derecha, del amarillo al rojo, pasando por tres tonos de naranja. El rojo final está bastante influenciado por el amarillo. La cinta se interrumpe donde cae la figura 7 y parece como si continuara por detrás de ella. En la contraportada observamos el nombre de la Organización HH ubicado en la zona superior del formato; se encuentra más próximo al extremo derecho que al izquierdo. Bajo él se han agrupado los nombres de algunas sucursales importantes en dos grupos orientados en forma vertical. La alineación izquierda tiene una altura mayor que la derecha, por lo cual conforman un conjunto asimétrico. El nombre de cada sucursal y el de la Escuela están insertos dentro del rectángulo perfilado que encierra al nombre de la Escuela. Bajo cada rectángulo aparece el teléfono de cada sucursal. A lo largo del extremo vertical izquierdo, se ha dispuesto la misma cinta ondulante. Al abrir el díptico observamos un recuadro que encierra al texto en cada una de las caras interiores. En la zona superior de la cara izquierda aparece otra frase publicitaria también en tipografía Souvenir Demi Bold, en altas, de 20 pts. Este texto se extiende a lo largo del extremo superior de esta cara y termina donde se inicia la cara derecha. Por lo que respecta al recuadro de la cara izquierda, se ha dispuesto texto justificado dentro de él. Aquí se ha empleado la misma tipografía utilizada para el texto de la frase publicitaria, en un puntaje de 12, en altas y bajas. En uno de los enunciados se incluye el nombre de la Escuela (figura 7), en blanco y negro.

El texto que se ubica dentro del recuadro de la cara derecha está alineado a la izquierda ya que se trata de una lista de datos importantes sobre los cursos de inglés. Se ha utilizado la misma tipografía y puntaje para el texto que se encuentra en el interior de ambos recuadros. Hay

una cinta de tonos que van del amarillo al rojo que se origina en la esquina inferior izquierda de la cara izquierda y que aparenta continuar bajo el recuadro para llegar a la esquina superior izquierda de la cara derecha. Hay otra banda diagonal ascendente que comienza a 3.5 cm. de la esquina derecha de la cara derecha, que queda oculta por la esquina inferior derecha del recuadro y que finaliza en el extremo derecho a 3.5 cm. de la esquina inferior derecha de esta cara. Este folleto se ha impreso en papel couché satinado.

El folleto antes descrito y la portada de algunos de sus libros son muy semejantes. Esta última portada tiene dimensiones un poco mayores a la carta (21.5 cm. de base por 28 cm. de altura). El nombre de la Escuela puede observarse en amarillo y negro en la esquina inferior derecha de la portada. En su esquina superior derecha observamos un texto conmemorativo del XX aniversario de Harmon Hall en tipografía de diseño especial. Este texto aparece en altas y presenta, a través de su tratamiento mediante pantallas de diferentes porcentajes, el brillo y textura de tipos metálicos. Bajo la palabra aniversario se ha dispuesto otro texto en Blippo Bold de 20 pts., en altas. La altura del texto de aniversario sumada a la altura del texto inferior es igual a la altura del número XX. Hay otra cinta con franjas que van del amarillo al rojo que se inicia a 4.3 cm. de la esquina inferior izquierda de la portada; tiene una trayectoria ondulante y asciende hasta el extremo superior, a 2 cm. de la esquina superior derecha. Se ha utilizado cartulina couché satinada para la impresión de la portada y contraportada del libro.

En esta ocasión, también ha sido el offset el sistema de reproducción elegido para la impresión de todos los comunicados gráficos de la Escuela.

En los espectaculares, HH maneja el mismo nombre de la Escuela, tipografía Blippo Black en ejes ascendentes que van de izquierda a derecha y a veces la imagen de un arcoiris. La Empresa cambia con relativa frecuencia la imagen gráfica de sus espectaculares. En ellos, se

anuncia el idioma que se enseña en la Escuela y se incluyen los teléfonos de la sucursal más cercana. Estos datos también han sido dispuestos sobre ejes ascendentes y se ha empleado la familia Helvética Medium para los textos antes mencionados. El arcoiris que en ocasiones forma parte del diseño de los espectaculares tiene cuatro franjas. Los colores que podemos observar en las franjas del motivo son: amarillo, rojo, azul y negro. El fondo de los espectaculares casi siempre es blanco. En la mayoría de los casos, el espectacular se encuentra a unos metros de alguna sucursal.

La decoración de las sucursales de HH es muy característica. La alfombra es de color violeta oscuro y la mayor parte del mobiliario es amarillo (sillas, mesabancos), negro (ceniceros) o blanco (paredes, pisos, techos). El plateado aparece como color secundario.

Se maneja el uso de señalización. La palabra cajera, dirección, así como el número de cada salón (manejado con letras, no con números) se inserta en un formato rectangular de esquinas redondeadas que a su vez encierra a otro rectángulo de menor tamaño que se aproxima más al extremo izquierdo que al derecho del formato. Como en otras ocasiones, se maneja tipografía Blippo Black, en bajas. El rectángulo de mayor tamaño es de color negro, el más reducido es de color amarillo. El color del rectángulo menor está un poco influenciado del color negro el rectángulo mayor sobre el cual está montado. Tiene una apariencia verdosa. Los señalamientos están realizados en un material plástico y se encuentran atornillados a la pared.

HH también manda reproducir el nombre de la Escuela en artículos promocionales.

Análisis semántico.

HH maneja, en su imagen corporativa, dos logotipos, a mi parecer, el de la Organización HH es más serio y formal; el de la Escuela es más informal y casual.

El logotipo de la Organización HH muestra un fuerte contraste de color (amarillo-negro). Ya que la disposición de los elementos es simétrica, considero que el resultado es armónico. Los óvalos texturizados, en mi opinión, nos remiten al concepto de medios audiovisuales, concretamente a la idea de una pantalla de televisión. Pienso que la tipografía comunica amabilidad, gentileza, informalidad y tranquilidad.

El logotipo de la Escuela presenta características similares al de la Organización; el mismo contraste de color y la misma tipografía. No obstante, creo que es mucho más directo y legible por el menor número de elementos que lo conforman. Un perfil que puede ser blanco o negro, dependiendo del color del fondo, lo aísla del resto de los elementos de cada empresa.

El primer folleto analizado continúa con el contraste blanco-negro-amarillo. Se emplea un tono más bajo de amarillo para el fondo de dos de las caras exteriores del folleto. El diseño de la portada del folleto se caracteriza por presentar un marcado contraste de color. La disposición de los elementos de las otras dos caras externas es armónica, desde mi punto de vista.

El diseño de la portada de algunos libros es semejante al folleto antes mencionado. A mi modo de ver, en este caso la degradación luce más, ya que el tamaño de los puntos es menor y el cambio de negro a blanco es más sutil. De igual manera, creo que la degradación permite que destaque el logotipo de la Escuela, ubicado en la zona inferior.

En cuanto al folleto de la figura 10, que guarda una estrecha relación con otro de los libros de HH, creo que su diseño rompe con los criterios en que se basa el primer folleto y la portada del libro. El contraste es menos impactante, el fondo es blanco, la tipografía negra y el motivo ondulado se ha realizado en una gama de colores cálidos que incluye el color amarillo del logotipo. A mi entender, casi parece que esta cinta tiene una ubicación arbitraria; casi siempre su trayectoria es ascendente (se origina en el extremo inferior izquierdo del formato y llega casi a la esquina

superior derecha del mismo), a veces es casi recta, en ocasiones sigue una trayectoria vertical.

A mi parecer, el diseño ambiental también es muy contrastante. La señalización mantiene un patrón homogéneo al logotipo de la Escuela, en cuanto a su envolvente, uso de la misma familia tipográfica y empleo de amarillo y negro.

35

Análisis pragmático

Considero que en general la imagen corporativa de HH no es del todo uniforme; se manejan demasiados colores y elementos gráficos que por ser numerosos y variados, no conforman claramente un todo unitario.

En algunas sucursales inclusive se siguen empleando en el diseño ambiental y en algunos soportes no muy recientes, las versiones anteriores del logotipo; esto, aunado al hecho de que siempre se utiliza un logotipo para la Escuela HH y otro para la Organización, a mi modo de ver, crea confusión.

No se sigue una gama limitada de colores. Pienso que, si HH contara una gama de colores fija, tendría un identidad más reconocible.

Por ejemplo, en mi opinión, dos de sus folletos tienen un carácter gráfico totalmente distinto, son disímiles; uno presenta contrastes duros e impactantes, el otro es más espontáneo y luminoso.

Desde mi punto de vista, las fotografías del folleto de la foto 9 dejan bastante que desear en general. Pienso que la composición fotográfica no es la más interesante posible; la baja calidad de la impresión les resta claridad y nitidez.

Al comparar el diseño de la portada del folleto de la foto 9 con la del libro de texto (hemos mencionado que la portada de algunos libros es muy semejante a un folleto correspondiente), pienso que el segundo es más limpio y menos saturado que el primero, en donde hay muchos elementos que se disputan el primer lugar para llamar la atención.

Aunque la cinta de la foto 10 está relacionada de alguna manera con el arcoiris empleado por HH en algunos espectaculares, no me parece indicada para compartir el mismo espacio con un logotipo que no llega a ser tan espontáneo y vivaz o con la disposición rígida y alineada de las sucursales de la contraportada del folleto. No obstante, considero que la familia con Souvenir Demi Bold aligera un poco el desbalance al presentar un carácter menos rígido y duro. De igual manera, a mi modo de ver, el texto conmemorativo del XX aniversario cuyo tratamiento sugiera un acabado metálico es muy duro. Aunque se emplean pantallas que intentan imitar los reflejos que un metal pudiera tener, no logran un óptimo resultado y no aciertan a compartir el carácter de la cinta ondulante.

Por lo que respecta a espectaculares, considero que son legibles en la mayoría de los casos. No obstante, pienso que el empleo del arcoiris choca un poco con el diseño del logotipo de la Escuela. A veces señalan la ubicación del plantel, ya que pretenden mostrar hacia donde se encuentra la Escuela (enfrente del espectacular, en el edificio sobre el que se ubica el mismo, a la derecha del espectacular, etc.). Sin embargo, a mi parecer, su colocación no es la más eficaz. A veces se comete el error de situar uno sobre otro idéntico, en vez de ubicar uno en un punto de la ciudad y otro en un lugar diferente. En ocasiones se intenta utilizar dos de ellos a manera de mensaje direccional. Es decir, la gente que pasa en automóvil por una vía de alta velocidad, de sur a norte, puede ver uno de ellos; si transitara de norte a sur, podría ver el otro, ya que ambos convergen en un punto y conforman una especie de flecha que sólo puede ser vista de plomada y que señala al edificio donde se imparten las clases. Pienso que la ubicación de estos

espectaculares es confusa e ineficaz, ya que uno sólo puede darse cuenta del mensaje direccional al encontrarse en la Escuela misma, y no cuando uno trata de localizarla.

La decoración de las sucursales, a mi entender, fue considerada moderna en la década de los setentas. No obstante, me parece que el empleo de violeta oscuro y amarillo conforma un ambiente agresivo y opresivo. Desde mi punto de vista un contraste tan impactante para un área donde se permanece durante determinado espacio de tiempo varios días de la semana debe ser neutral, relajante y debe permitir que la gente permanezca en él, no que sienta deseos de marcharse.

Interlingua (Idiomas, S.A.) es un instituto dedicado a la enseñanza del idioma inglés como segunda lengua. Cuenta con diez sucursales en la República mexicana. Interlingua inició sus actividades en 1969; en ese tiempo, el objetivo era enseñar diversos idiomas. Este plan no fue exitoso debido a una estrategia de mercado inadecuada. Para 1971, se tomó la decisión de enseñar únicamente inglés. Antes de 1971, Interlingua se dedicaba a dar clases en compañías, después de 1971 se abrieron cursos para el público en general. Un año más tarde, se iniciaron los cursos intensivos de 3 y 6 horas diarias.

El Instituto empezó a crecer por el éxito obtenido en las clases impartidas mediante materiales audiovisuales y por la ventaja de trabajar en grupos reducidos. En 1975 se iniciaron los cursos sabatinos.

En 1978 Interlingua comenzó a editar sus propios libros con el fin de contar con un material de texto que se adaptara al enfoque de conversación de las clases y al número reducido de alumnos que hay en cada grupo.

En la actualidad Interlingua proyecta abrir más sucursales en el interior de la República.

La mayoría de los alumnos del Instituto tienen una edad que va de los 18 a los 35 años. Generalmente son profesionistas, ejecutivos, secretarías y estudiantes de preparatoria o estudiantes universitarios. Interlingua básicamente les ofrece la oportunidad de hablar y escuchar inglés con sus maestros y aprender gramática tal y como se usa en la conversación estadounidense.

Interlingua cuenta con un número considerable de comunicados gráficos:

- numerosos folletos.
- carteles publicitarios que pretenden crear una imagen positiva para la Escuela.
- folders.
- anuncios en revistas y periódicos.
- diseño de portadas de libros.
- calendarios.
- tarjetas que se colocan sobre la mesa del salón de clase, frente al alumno, donde él puede escribir su nombre para ser identificado por el maestro.
- tarjetas de felicitación y de invitación.
- carpetas.
- artículos promocionales (llaveros, lápices, tazas, tarros).
- papelería.

Interlingua también saca al aire anuncio en radio y proyecta elaborar algunos comerciales

para la televisión.

En lo que concierne a comunicación interna, hace aproximadamente ocho años, hubo un periódico interno que se editó por un periodo de seis meses y que fue suspendido por no haber alguien dedicado de lleno a su elaboración.

39

El sistema de comunicación interna se da por medio de memorandos, avisos en pizarrones y tableros, juntas mensuales y seminarios anuales. Existe un video informativo para el personal que ingresa a Interlingua.

Dentro del presupuesto de la Institución, siempre se ha contemplado destinar una cantidad, si no considerable, sí decorosa al aspecto publicitario.

Análisis sintáctico

El nombre de Interlingua consta de dos partes, una envolvente y un texto. (Ver foto 11).

En algunos comunicados (ciertos folletos, tarjetas de felicitación, folders, portadas de libros y carpetas, artículos promocionales) e incluso en las fachadas de la sucursales, sólo vemos el uso del texto; en otros comunicados (calendarios, papelería, anuncios en periódicos y revistas, tarjetas de felicitación, algunos folletos) aparece la envolvente y el texto.

La envolvente ha sido creada a partir de un rectángulo.

Los lados menores del rectángulo describen un ángulo de 45° con respecto a la horizontal. Podríamos decir que el rectángulo descansa sobre uno de sus vértices. Imaginemos por un momento al rectángulo apoyado sobre su base (tomando en cuenta que la base sea mayor que la altura); el vértice sobre el cual está apoyada la envolvente que aparece en la figura 11 corresponde al vértice inferior derecho del rectángulo apoyado sobre su base. El rectángulo se

divide en cuatro campos iguales. En cada uno de ellos observamos una flecha que presenta una sombra. En las dos secciones más próximas al lado menor que llega hasta el punto donde descansa el rectángulo sobre la horizontal, las flechas son ascendentes y su sombra se encuentra bajo la cabeza de la flecha y a la derecha del cuerpo de la misma. El punto más alto de las flechas concuerda con el centro del rectángulo y con la mitad del lado mayor paralelo al lado que llega hasta el punto que sirve de soporte al rectángulo, respectivamente. De igual forma, el punto más bajo del cuerpo de las flechas concuerda con el vértice inferior del rectángulo y con el punto medio del lado menor más próximo al vértice donde se apoya la figura de la envolvente, respectivamente. Las cabezas de las flechas están constituidas por triángulos isósceles. Las sombras tienen una anchura que representa una extensión un poco mayor que la mitad del ancho de cada cuerpo de flecha. En los otros dos campos observamos a las mismas flechas con una disposición y formas diferentes. Ambas señalan hacia la izquierda y presentan la sombra invertida, es decir, la sombra se da como si el foco luminoso viniera de izquierda a derecha, por lo cual la sombra se ubica a la derecha de la cabeza de la flecha y a la izquierda del cuerpo de la misma. Las puntas de estas últimas flechas concuerdan con el vértice del rectángulo ubicado más a la izquierda y con el punto medio del lado menor paralelo a la lado que llega hasta el vértice que sirve de apoyo al rectángulo, respectivamente. Por el juego de ejes verticales y diagonales paralelos, podemos observar que las sombras de las flechas encuentran su continuación virtual y armónica en las sombras de las otras o en algunas secciones que se originan en forma lógica y espontánea al examinar la envolvente.

Esta envolvente fue realizada para dos tintas (una para las flechas, más clara, y otra para las sombras, más oscura), aunque en ocasiones se imprimen a una tinta. Si se utiliza únicamente una tinta, las sombras de las flechas se imprimen en plasta y se incluye un perfil que describe el perímetro del cuerpo y la cabeza de las flechas.

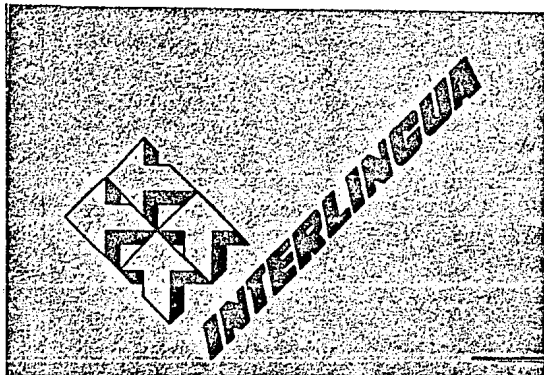


Foto 11

Foto 12



El espacio blanco que queda entre las flechas adquiere formas triangulares de diversos tamaños. Los triángulos son isosceles.

La envoltente ha sido impresa en color naranja Pantone No. 145U y ocre Pantone No. 471U, en ocre Pantone 470U y negro (perfil), sólo en ocre Pantone No. 478U, sólo en dorado, sólo en guinda Pantone 187U, en blanco y gris (dado mediante pantallas), sólo en naranja Pantone No. 172U o en dos tonos de mostaza Pantone No. 138U y otro dado mediante el uso de pantallas.

El texto del nombre de la Escuela consta únicamente de la palabra Interlingua, en altas, en una tipografía itálica de diseño especial que presenta ciertos rasgos semejantes al diseño de la I, N, T y A de la familia Koloss. El texto se ha impreso en ocre Pantone No. 195C, naranja Pantone No. 164C, blanco con perfil ocre Pantone No. 195C en negro, también en naranja Pantone No. 145U.

Tanto en la envoltente como en el texto, a veces se han empleado pantallas de diferentes porcentajes con algunas de las tintas mencionadas con anterioridad.

Cuando aparece la envoltente junto con el texto para conformar un todo, podemos observar las siguientes disposiciones o presentaciones básicas:

- el texto sobre un eje ascendente a 45° con respecto a la horizontal y la envoltente con el vértice que se apoya sobre la horizontal ubicado muy cerca del inicio de la primera I de la palabra Interlingua. En otras palabras, el eje donde corre el nombre de la Institución es paralelo a los lados menores del rectángulo; los lados mayores del mismo junto con el eje donde se ubica el texto forman un ángulo recto cuyo vértice toca a la horizontal. (Ver foto 11).

- el texto se dispone en forma horizontal y la envoltente se ubica a su izquierda;

generalmente el vértice del rectángulo que descansa sobre la horizontal se apoya sobre el mismo eje horizontal de la palabra Interlingua. En ocasiones, este vértice encuentra su soporte en un eje horizontal más bajo. (Ver foto 12).

- el texto se dispone también en forma horizontal y la envolvente se ubica sobre el texto. Tanto la envolvente como el texto se alinean a un mismo eje vertical. No obstante, la envolvente descansa, no sobre uno de sus vértices, sino sobre uno de sus lados menores, de manera tal que las flechas sugieren trayectorias distintas a las de la primera presentación. Las flechas ubicadas en los campos inferiores del rectángulo tienen una orientación ascendente, de izquierda a derecha, y las que están comprendidas en los campos superiores sugieren trayectorias ascendentes, de derecha a izquierda. Al cambiar la disposición de la envolvente, las sombras conforman espacios geométricos virtuales diferentes. (Ver foto 13).

- en casos aislados, tales como anuncios e invitaciones, se emplean variantes de estas tres disposiciones básicas.


A continuación analizaré el material gráfico de Interlingua que considero más representativo e importante:

El primer folleto mide 9.5 cm. de base por 21.3 cm. de altura. Al extender el tríptico por sus caras externas, observamos dos plecas horizontales color ocre Pantone 4635C que se ubican a 4.2 y a 3 cm. del extremo inferior. Las plecas corren a lo largo de las tres caras. En la portada podemos observar una fotografía en selección de color a 13.1 cm. del extremo inferior. (Ver foto



Foto 13

"Yo siempre pensé que tomar clases particulares de inglés en mi oficina, era una buena manera de aprenderlo, pero INTERLINGUA me asombró y ahora sé que existe un lugar mejor."



INTERLINGUA
¡Por algo será!

This advertisement block contains a testimonial quote at the top. Below the quote is a black and white photograph of a man sitting at a desk in a classroom or office setting, looking towards the camera. At the bottom of the block, the word "INTERLINGUA" is written in a bold, italicized sans-serif font, followed by the phrase "¡Por algo será!" in a smaller, bold, italicized sans-serif font.

Foto 14

14). La fotografía presenta a un ejecutivo sentado tras su escritorio. Esta fotografía se ubica tras un eje áureo. En la parte superior de la portada se puede leer un texto. Aquí se ha empleado a la familia Plantin Bold de 24 pts., en altas y bajas. El texto representa lo que el ejecutivo está pensando en ese momento, y se encuentra entre comillas. Está impreso en negro. Bajo la fotografía observamos el nombre de Interlingua en ocre Pantone No. 499C. Entre las dos plecas se encuentra el tema de la Escuela en Helvética Medium Italic de 28 pts. Todo el texto de la portada está centrado.

En la cara externa izquierda podemos leer un texto que ocupa seis líneas y que se ubica a 11.7 cm. del extremo inferior. Se ha utilizado también a la familia Plantin Bold, sólo que de 12 pts. Se utiliza el nombre de la Escuela que forma parte de la figura 11 en ocre, al mencionar el nombre de Interlingua dentro del texto mismo del folleto.

En la cara central observamos, en su parte superior, un mapa del área metropolitana que presenta a la Ciudad perfilada y con sombras en ocre, como si tuviera volumen. En el mapa se puede observar la ubicación de las diferentes sucursales. En la zona media de ésta cara, observamos la dirección y teléfono de cada sucursal alineados verticalmente en dos conjuntos simétricos. Para ello se ha empleado a la familia Souvenir Light de 8 pts. Bajo las direcciones observamos un texto centrado, de 12 pts. y también podemos ver otro, de igual puntaje y con la misma disposición entre las plecas color ocre. A un centímetro del extremo inferior, hay un texto de dos líneas, centrado, impreso en Plantin Bold de 14 pts.

Al extender el tríptico por su parte interna, observamos tres plecas horizontales en negro que corren a lo largo de las tres caras. Dos de ellas se encuentran a 1 y 4.5 cm. del extremo superior, respectivamente. La otra se ubica a 1.25 cm. del extremo inferior. Entre las dos plecas superiores podemos ver un texto en dos líneas, en Helvética Medium Italic de 32 pts., en ocre. El texto se ha

dispuesto a lo largo de las tres caras y está centrado con respecto a la extensión de la base del folleto extendido. En el tríptico se enumeran diez razones para estudiar en la Escuela. En las tres caras interiores podemos ver diez números seguidos de un párrafo.

(Ver foto 15). Para los números se ha seleccionado tipografía Futura Extra Bold Condensed, de 60 pts., en ocre; para el texto de los párrafos se ha escogido de nuevo a la familia Souvenir Light, de 12 pts. La familia Plantin de 18 pts. se ha utilizado para el título de cada párrafo. El texto está alineado a la izquierda. En cada párrafo hay un espacio con un número que lo antecede. Este número está inscrito dentro del espacio total que ocupa el texto de cada párrafo. Para el texto de todo el tríptico se han utilizado altas y bajas. El folleto está impreso en papel couché satinado.

El folleto de la figura 16 se ha impreso en inglés, en papel torreón ahuesado. Tanto la portada del díptico, como la cara interior izquierda miden 10 cm. de base por 22.4 cm. de altura. La cara interna derecha y la contraportada miden 12 cm. de base por 22.4 cm. de altura, es decir, la cara interior derecha es dos cm. más ancha que la portada. Se han empleado dos tintas en la impresión de este folleto: ocre Pantone No. 470U y naranja Pantone No. 145U.

A lo largo de todas las caras del folleto, corren cuatro plecas horizontales; dos de ellas a .4 y 1 cm. del extremo superior y las otras dos a .4 y 1 cm. del extremo inferior. En cada uno de estos pares podemos ver que la pleca más cercana al extremo inferior o superior es de color naranja, la otra es de color ocre. Cada pleca tiene .45 cm. de ancho.

En la portada observamos un texto de dos líneas alineado a la izquierda; aquí se ha empleado tipografía Avant Garde Gothic Bold, de 24 pts., en altas y bajas en naranja. Inmediatamente abajo aparece el texto y la envoltura de la Escuela. El texto tiene una disposición horizontal y está centrado con respecto al ancho de esta cara. Se ubica a 11.75 cm. del extremo inferior. Está

Diez razones importantes que deberá considerar para beneficio de su empresa:

1 Resultados

Garantizamos resultados a corto plazo, por medio de nuestros programas más rigurosos. Dentro de un mes es difícil terminar el curso, si el tiempo programado, que existen interrupciones, ausencias, mientras que en nuestras sucursales, el programa se cumple en el plazo establecido.

2 Economía

Es más económico si su personal estudia dentro de nuestras instalaciones, ya que el costo de las clases particulares es muy elevado.

3 Grupos Homógenos

INTERLINGUA tiene 16 niveles para que cada alumno ingrese en el que le corresponde de acuerdo a sus conocimientos. Esto garantiza el máximo aprovechamiento de su tiempo, ya que todos los integrantes tendrán el mismo nivel de inglés.

4 Asesoría Académica

Nuestros alumnos cuentan en las sucursales con la asesoría académica del Coordinador de Cursos, quien observa sus clases y les orienta sobre cómo alcanzar sus objetivos.

5 Maestros Suplentes

En nuestras sucursales contamos con profesores suplentes para cubrir cualquier imprevisto. Su personal nunca perderá una clase.

6 Diversidad de

Sucursales, Cursos y Horarios

En INTERLINGUA podrá seleccionar la sucursal, el curso y el horario más conveniente a sus necesidades.

7 Material

Es difícil trasladar hasta su compañía la diversidad de material didáctico con que contamos.

8 Convivencia con Otros Alumnos

En nuestros salones de clase se rompen las barreras de comunicación, ya que no existen prejuicios e importa un ambiente profesional y amistoso.

9 Club de Conversación y Ayuda Extra

Generalmente, solo los alumnos familiarizados con las sucursales aprovechan las sesiones de CONVERSACIÓN Y GRAMÁTICA que ofrecemos todos los viernes sin costo adicional.

10 Instalaciones Adecuadas

Nuestras cómodas instalaciones diseñadas para la enseñanza a grupos pequeños, conducen al buen aprendizaje.

Foto 15

Hi!

We're



INTERLINGUA

...and we'd like to have you on our staff. If you're interested in finding out more about us, please call the Personnel Dept. at 525-1695 or 528-7243, or stop by at Gánova 33, office 702 Zona Rosa

Foto 16

impreso en ocre. La envolvente está impresa en naranja (flechas) y en ocre (sombras). En este caso no se siguen ninguna de las tres disposiciones o patrones básicos de envolvente - texto, ya que la envolvente se ubica sobre el texto, cerca del extremo derecho de la portada. Podría decirse que tanto la envolvente como el texto están alineados a la derecha. La envolvente descansa sobre uno de sus vértices. Bajo el nombre de la Escuela observamos otro texto en altas y bajas circunscrito dentro de un rectángulo perfilado que representa un pedazo de papel. El dibujo muestra un pasador que mantiene unidas a la hoja antes mencionada y a otra que se encuentra abajo de la primera. Sólo se puede ver una parte de los extremos izquierdo e inferior de esta segunda hoja. Las porciones de la hoja inferior visibles se han impreso en naranja. Ambos pedazos de papel están perfilados. El pasador se ubica en la parte media del extremo derecho de la primera hoja y está perfilado en ocre. Presenta líneas, también impresas en ocre, que representan su sombra. Las hojas están ligeramente inclinadas. Sus vértices superior e inferior izquierdos están más próximos al extremo inferior del formato que al superior. En la primera hoja aparece un texto alineado a la izquierda, en Avant Garde Gothic Bold de 16 pts. en ocre. El texto, al igual que el pedazo de papel, están inclinados.

En la contraportada del folleto aparece solamente el nombre de la Escuela a 1.8 cm. del extremo inferior, en naranja. En esta cara podemos ver el texto en Avant Garde Extra Light, en 10 y en 9 pts. en altas y bajas. Para los nombres de las sucursales se utiliza la misma familia tipográfica en la versión Avant Garde Gothic Medium, en altas. En esta ocasión, también aparece la lista de las sucursales en la República mexicana, con sus respectivas direcciones y teléfonos a manera de dos grupos alineados en forma vertical y simétrica. En la parte superior de dichas alineaciones observamos la dirección de la sucursal más antigua. Para imprimir la palabra sucursales se ha utilizado Avant Garde Gothic Bold, en altas y bajas. Para las direcciones se ha empleado Avant Garde Gothic Light, de 6 pts., también en altas y bajas.

Si extendemos el díptico, podremos observar que el nombre de la Escuela tiene la misma disposición, color y puntaje en las caras internas que en la contraportada. (Ver foto 17). En la zona superior de la cara izquierda hay un texto alineado a la izquierda. Aquí se ha empleado Avant Garde Extra Light, de 14 pts., en altas y bajas. En la zona media de esta cara podemos ver una lista de las características que deben reunir los interesados en trabajar en la Escuela. Hay una línea introductoria seguida por dos delgadas plecas horizontales y por la serie de requisitos que debe llenar un aspirante a maestro. Para este texto se ha utilizado tipografía Avant Garde Gothic Bold de 14 pts.; también se encuentra alineado a la izquierda. El texto de ésta cara está en altas y bajas. En la cara derecha se enumeran las ventajas de trabajar para Interlingua. En esta ocasión también hay una línea introductoria seguida de un par de plecas. El texto antes mencionado está alineado a la izquierda. Al finalizar el texto, observamos otra pareja de plecas seguida por un texto centrado. Un último par de plecas se ubica bajo el texto anterior. Para los textos de esta cara se han seleccionado tipografía Avant Garde Gothic Bold, de 14 pts., en ocre, en altas y bajas, con excepción del texto centrado que aparece en altas. Hay una franja vertical de 2.2 cm. de ancho que corre a lo largo del extremo derecho. Las plecas color ocre horizontales, inferior y superior parecen prolongarse y unirse a esta franja. Hay un texto calado, de 26 pts., en Avant Garde Gothic Bold, en altas, en esta franja. El texto tiene una disposición vertical ascendente.

El formato del cartel mide 50 cm. de base por 70 cm. de altura; siempre es vertical. (Ver foto 18). Se han realizado algunas variaciones, partiendo de la misma diagramación. En total hay cuatro tipos de carteles. El formato está dividido en cinco secciones horizontales. A continuación examinaremos uno de los carteles. La banda superior y la inferior son de color verde Pantone No. 390C. En la banda superior no aparece ningún dato o información. En la banda inferior podemos observar, a la derecha, el nombre de Interlingua, de 48 pts., en naranja Pantone No. 144C. También podemos ver la envoltente de la Escuela en la zona superior derecha del nombre. En

As if teaching wasn't exciting, English in America pays 15% to 20% more money for the same or less work. Our students have average salaries of \$15,000 a year or more, plus a pension or profit plan or both.

We're looking for people who...

- Have full command of English
- Are between the ages of 20 and 45
- Enjoy teaching or are interested in learning how to become a teacher
- Are available for either permanent or full-time positions
- Drive and not professionally

We offer...

- Guaranteed monthly income
- Job security
- Excellent fringe benefits
- Ongoing training program
- A teaching method that really works for students
- Full or part-time positions

COME WORK IN A PROFESSIONAL AND FRIENDLY ATMOSPHERE WHERE YOUR SUCCESS IS AS IMPORTANT TO US AS IT IS TO YOU!

INTERLINGUA **INTERLINGUA**

COME JOIN OUR WINNING TEAM

Foto 17

ENGLISH...

gives you the opportunity
to make new friends.

INTERLINGUA

Foto 18

esta ocasión se encuentra apoyado sobre uno de sus vértices. La envoltente se ha impreso en blanco y negro. Las dos bandas siguientes, tanto en la parte inferior como en la superior, son de color amarillo Pantone No. 122C. En la segunda banda superior, de arriba a abajo, observamos la palabra *English*, en negro, en *Dynamo Italic*, en altas, de 144 pts. Esta palabra está alineada a la izquierda. En la segunda banda inferior, de abajo hacia arriba, aparece un texto en *Avant Garde Gothic Bold* de 60 pts. en altas y bajas.

47

Cada una de las cuatro bandas antes mencionadas mide 6.5 cm. de altura. La sección central mide 24 cm. de altura. Aquí se encuentra una ilustración alusiva a las diferentes frases que se mencionan en cada uno de los distintos tipos de cartel. Los textos están en inglés. El dibujo es semejante al que podemos observar en algunas historietas.

Las figuras presentan una silueta en tinta negra. El tipo de dibujo es parecido al de las ilustraciones que aparecen en los libros de texto y en el material didáctico de la Escuela. El fondo de la ilustración es de color azul Pantone No. 2985C. Se manejan tres colores en las ilustraciones, además del color base del fondo. Hay variaciones en cuanto a combinación de color e ilustraciones; no obstante casi siempre se utilizan 8 tintas. En uno de los carteles, parte de la tipografía está calada, por lo cual sólo se emplean 7 tintas. Se manejan los colores en plasta. No se utiliza selección de color. Los carteles se han impreso en cartulina couché satinada.

El calendario de actividades escolares 1989 mide 20.7 cm. de base por 13.5 cm. de altura. Es un díptico de formato horizontal. (Ver foto 19). Se ha impreso en papel clásico blanco, en una sola tinta, guinda Pantone No. 188C. En la portada observamos el nombre de *Interlingua* en la zona central inferior, a 1.1 cm. del extremo inferior; su puntaje es 36.

En la zona superior izquierda del nombre podemos observar la envoltente de la Escuela. Tanto la envoltente como el nombre inician en el mismo eje vertical. La envoltente está apoyada

sobre uno de sus lados menores. En este caso, las sombras de las flechas aparecen en plata y las flechas están perfiladas. En la zona superior derecha del nombre observamos un texto que dice: México, D.F., a 4.5 cm del extremo inferior. Este texto termina en el mismo eje vertical en el que finaliza el nombre. Aquí se ha empleado tipografía Benguiat Bold Condensed de 24 pts., en altas. En la zona superior de esta cara hay una banda horizontal que se inicia a 4.5 cm. del extremo superior y que finaliza en el mismo extremo superior. Esta banda presenta líneas horizontales paralelas que recorren a toda esta sección en su extensión horizontal. Cada línea ha sido dispuesta a .5 cm. de distancia de las líneas vecinas. En la zona inferior izquierda de la banda, a 9.6 cm. del extremo inferior de la portada, observamos un texto que dice: calendario, alineado a la izquierda. La familia Benguiat Bold Condensed ha sido utilizada para imprimir este texto. Su puntaje es 36. En la zona derecha de la banda aparece un cuadrado de 4.75 cm. de lado. El cuadrado está impreso en plata y tiene una orientación ascendente de izquierda a derecha, con una inclinación de 8°. El número 89 subrayado se ha calado dentro de la superficie del cuadrado. El número 89 también se ha impreso en Benguiat Bold Condensed de 72 pts. En la contraportada del folleto podemos observar dos secciones horizontales divididas por un eje áureo. En la zona superior, que se inicia a 5.4 cm. del extremo inferior y finaliza en el extremo superior, observamos el nombre y el número telefónico de cada una de las sucursales. Hay dos dobladas piezas verticales entre las tres áreas verticales de la zona superior. Las sucursales se han ordenado en tres alineamientos verticales. El nombre de cada sucursal, así como la dirección y teléfono, se han impreso en Benguiat Medium Condensed Italic. El puntaje de la tipografía para el nombre de las sucursales es de 8, para la dirección y el teléfono, es de 7. El nombre de las sucursales está en altas, la dirección y el teléfono, en bajas. El texto de cada sucursal se encuentra alineado a la izquierda. No obstante, el primer conjunto vertical de sucursales está alineado a la izquierda con respecto a la sección vertical donde se encuentra inscrito. El segundo conjunto vertical está centrado con respecto a la segunda sección vertical. El tercer conjunto está alineado a la derecha

INTENSIVO

3 horas de clases semanales 4 sesiones
 12 horas por semana
 POR LA TARDE: 10h00 am a 13h00 hrs 120 horas a 1.800 pes
 POR LA TARDE: 14h00 pm a 17h00 pm 120 horas a 1.800 pes

SEMINTENSIVO

1 hora y media por semana 4 sesiones
 6 horas por semana
 POR LA TARDE: 10h00 am a 12h00 am 60 horas a 900 pes
 POR LA TARDE: 14h00 pm a 16h00 pm 60 horas a 900 pes

SABATINO

3 horas una vez a la semana 4 sesiones
 12 horas por semana
 A las 9:00 pm

BIMESTRAL

3 horas a la semana durante 4 sesiones
 12 horas por semana
 POR LA TARDE:
 Lunes a Viernes 10h00 am a 12h00 pm
 120 horas a 1.800 pes

DIASFESTIVOS

1 hora y media por semana 4 sesiones
 6 horas por semana
 POR LA TARDE:
 Lunes a Viernes 10h00 am a 12h00 pm
 60 horas a 900 pes

INTENSIVO SEMINTENSIVO		BIMESTRAL		SABATINO	
PRIMICACION	TERMINACION	PRIMICACION	TERMINACION	PRIMICACION	TERMINACION
1988	1989	1988	1989	1988	1989
1989	1990	1989	1990	1989	1990
1990	1991	1990	1991	1990	1991
1991	1992	1991	1992	1991	1992
1992	1993	1992	1993	1992	1993
1993	1994	1993	1994	1993	1994
1994	1995	1994	1995	1994	1995
1995	1996	1995	1996	1995	1996
1996	1997	1996	1997	1996	1997
1997	1998	1997	1998	1997	1998
1998	1999	1998	1999	1998	1999
1999	2000	1999	2000	1999	2000
2000	2001	2000	2001	2000	2001

Foto 19



INTERLINGUA

wishes you the best in

1989

INTERLINGUA is a registered trademark of the Interlingua Institute. All rights reserved.

Foto 20

EVALUACION PRELIM

En INTERLINGUA se estudian las partes de
 oracion: el sujeto, el verbo, el complemento y el
 modificador y se aprende a leer, escribir y a
 hablar correctamente.

Para obtener el primer certificado se debe
 aprobar el examen de ingreso y el examen
 de ingreso a la universidad o al trabajo.

Exámenes: (Exámenes de ingreso y de ingreso
 a la universidad o al trabajo)

La Interlingua es un complemento ideal
 para todos aquellos que desean aprender el
 idioma de manera correcta.

Marzo

D	E	M	J	S
1	2	3	4	
5	6	7	8	9
10	11	12	13	14
15	16	17	18	19
20	21	22	23	24
25	26	27	28	29
30	31			

1
9
8
9

Abril

D	E	M	J	S
1	2	3	4	5
6	7	8	9	10
11	12	13	14	15
16	17	18	19	20
21	22	23	24	25
26	27	28	29	30

300 horas de estudio - Examen de ingreso

Foto 21

con respecto a la tercera sección vertical. En la zona inferior de ésta cara, se ha dispuesto un área rectangular horizontal perfilada con esquinas redondeadas. Sus dimensiones son 14 cm. de base por 4.5 cm. de altura. Dentro del rectángulo se muestra una forma de pre-inscripción.

49

Se incluyen datos tales como fechas, nivel asignado para el alumno potencial, etc. El texto se encuentra alineado a la izquierda. La familia tipográfica utilizada para este texto es Benguiat Medium Condensed Italic de 10 pts., en altas. Después de cada dato se ha dibujado una línea.

Este recuadro presenta un fondo en guinda dado mediante una pantalla al 30%.

Por lo que respecta a las caras internas, la cara derecha es la prolongación inferior de la izquierda, ya que ambas caras tienen una orientación horizontal. La cara superior se divide en dos zonas verticales mediante una delgada pleca que se ubica a 11.6 cm. del extremo izquierdo. Podemos observar cinco títulos que anteceden a ciertas informaciones con respecto a fechas y horarios de los distintos tipos de grupos y de los días festivos. Cada título está calado en un rectángulo de base variable y de .7 cm. de altura. Los rectángulos aparecen en plasta guinda. Para los títulos se ha empleado tipografía Benguiat Medium Condensed Italic, de 16 pts., en altas. Para los subtítulos y para el resto de la información se ha empleado a la misma familia, de 12 pts., en altas para los subtítulos y datos más importantes y en bajas para el resto de la información. El texto que sigue a los títulos está alineado a la izquierda. Sin embargo, el texto de la zona izquierda de ésta cara está alineado a la izquierda, el de la zona derecha se encuentra alineado a la derecha.

En la cara inferior observamos un cuadro que ocupa casi toda la superficie de ésta cara. Mide 18.9 cm. de base por 11.3 cm. de altura. Presenta un perfil que es más ancho que las líneas que representan las divisiones internas del mismo cuadro. El cuadro tiene sus esquinas redondeadas. Podemos observar que hay 15 divisiones horizontales dentro del cuadro, 13 de ellas tienen .7 cm. de altura. Las otras dos secciones o divisiones miden 1.4 cm de altura. También hay

3 grandes zonas verticales que miden 6.3 cm. de base y que a su vez tienen otras dos subdivisiones horizontales de 3.2 cm. de base cada una. Para los títulos de cada gran división vertical se ha empleado a la familia Benguiat Medium Condensed Italic de 16 pts., en altas. Para los títulos de cada una de las subdivisiones verticales se ha utilizado a la misma familia tipográfica, pero de 12 pts., en altas. Para los datos generales se ha utilizado una vez más la misma tipografía, sólo que en 7 pts.

El calendario 1989 (Ver foto 20) consta de un soporte que sostiene a cuatro hojas. Una espiral une a las hojas con el soporte por la parte superior. El soporte está constituido por un pedazo de cartulina caple que mide 14 cm. de base por 38.2 cm. de altura. Para construir el soporte es necesario hacer algunos dobleces: uno de ellos a 16.2 cm. del extremo inferior del formato rectangular mencionado con anterioridad, otro a 2.9 cm. del anterior y otro a 2.9 cm. del último. De esta manera tenemos dos secciones mayores de 14 cm. de base por 16.2 cm. de altura y dos secciones menores que miden 14 cm. de base por 2.9 cm. de altura. Es necesario hacer 18 perforaciones circulares en ambos extremos del formato extendido. Para construir el soporte hay que doblar la cartulina en los dobleces antes mencionados y unir a las dos secciones mayores mediante una espiral, de tal manera que las secciones menores sostendrán al soporte y entrarán en contacto con alguna superficie horizontal (mesa, escritorio, estante).

La espiral también une al soporte con cuatro hojas de papel couché salinado. Cada hoja mide 14 cm. de base por 13 de altura. Los datos que se incluyen en la contraportada se repiten en la parte inferior de la cara anterior del soporte de cartulina caple. De esta manera, tanto en la cara anterior como en la posterior del soporte de cartulina caple observamos la envoltente y el nombre Interlingua en la esquina inferior izquierda. La envoltente se ubica sobre el nombre, alineada a la izquierda. También podemos ver los nombres y teléfonos de cada una de las sucursales que constituyen conjuntos acomodados en hileras horizontales. El nombre de cada

sucursal está alineada verticalmente a otro, de tal forma que podríamos decir que los nombres de las sucursales también están dispuestos en seis grupos orientados en forma vertical. El texto de cada una de las sucursales está centrado. Tanto la figura 13 como el nombre de las sucursales están inscritos en un área de 14 cm. de base por 2.7 cm. de altura a partir del extremo inferior de la cara anterior y posterior del soporte de cartulina cable, esta superficie corresponde a la zona del soporte que es posible ver bajo el formato de las hojas couché que conforman el calendario. Para el nombre de las sucursales y los teléfonos se ha empleado a la familia Benguiat Medium Condensed Italic, de 8 pts., en altas y bajas.

En la cara anterior del soporte observamos, en la zona superior, un texto agrupado en cuatro conjuntos en el que se mencionan los diferentes tipos de cursos que se imparten. Los textos se han dispuesto en dos hileras verticales simétricas. Los nombres de los cursos están impresos en Benguiat Medium Condensed, de 12 pts., en altas. Para el resto de los datos se ha utilizado a la misma familia tipográfica sólo que de 10 pts., en altas y bajas. El texto de cada uno de los conjuntos está centrado con respecto al nombre del curso. En la parte central de esta cara aparece el nombre de la Escuela repetido tres veces en forma horizontal. Cada uno de los nombres es de 36 pts. El nombre inferior de este bloque es de color blanco con perfil ocre. El nombre central está impreso en color ocre mediante una pantalla al 60%. El nombre superior está impreso en plasta ocre. El conjunto de los tres nombres está centrado. Se emplea un bloque semejante en la portada de los libros de texto de Interlingua.

En la cara posterior del soporte de cartulina cable observamos una pleca vertical ubicada a 7.3 cm. del extremo izquierdo. Esta cara se compone de dos secciones verticales. El nombre, dirección y teléfono de las sucursales están acomodadas en dos hileras verticales que se ubican a ambos lados de la pleca. El texto de cada sucursal está alineado a la izquierda. No obstante, el conjunto de la izquierda está alineado a la izquierda y el de la derecha está alineado a la derecha.

52

Bajo la pleca podemos ver los datos de otra de las sucursales. Los nombres de las mismas están impresos en Benguiat Medium Condensed Italic, de 9 pts., en altas. Para el resto de los datos se ha utilizado en la misma familia tipográfica, sólo que de 7 pts. Tanto en la cara anterior como en la posterior del soporte, el texto es de color ocre y el color del fondo se da por medio de una pantalla al 30% de color naranja.

La página de presentación del calendario (papel couché satinado) se ha impreso en tinta dorada Pantone No. 871C. En la parte central aparece el nombre de la Escuela, a 6.1 cm. del extremo inferior de la hoja. La envoltente está ubicada en la zona superior izquierda del nombre. El último está centrado. Como en el caso de la figura 13 que podemos ver en las caras anterior y posterior del soporte de cartulina cople, la envoltente descansa sobre uno de sus lados menores. Bajo la figura 13 observamos un texto centrado a 4.75 cm. del extremo inferior de la hoja. Finalmente aparece el número 1989 subrayado. Se localiza a 1.9 cm. del extremo inferior del formato. Tanto para el texto como para el número se ha utilizado una vez más a la familia Benguiat Medium Condensed Italic, de 24 y 72 pts., respectivamente en bajas. En el reverso de esta hoja podemos apreciar un texto que se compone de dos partes. La superior está justificada. Aparece en la misma tipografía del resto del comunicado, en 11 pts. en altas y bajas. La segunda parte del texto comprende la serie de ventajas que Interlingua ofrece, así como un mensaje de felicitación de Año Nuevo. El texto de la segunda parte está justificado, aunque por ocupar una menor superficie, permite que se le ubique en la parte media de la extensión horizontal del formato y que hay márgenes laterales de mayores dimensiones. Para la segunda parte del texto se ha empleado también en esta ocasión tipografía Benguiat Medium Condensed Italic de 24 pts. en altas y bajas. En la presente página sólo se ha utilizado tinta ocre.

Las tres hojas restantes presentan una diagramación idéntica. Cada página se divide en dos secciones horizontales. Hay dos plecas impresas en rojo. Ambas secciones se encuentran

enmarcadas. Las plecas se ubican a 11.9 y 5.5 cm. del extremo interior respectivamente. Podría decirse que la pleca inferior se localiza en un eje áureo. El área superior consta a su vez de dos partes. En la sección de la izquierda podemos ver un texto justificado. La tipografía empleada en este texto es Benguiat Medium Condensed Italic, de 9 pts., en altas y bajas. Su título está impreso en la misma familia tipográfica, sólo que en 11 pts., en altas. El texto está impreso en ocre. En la sección de la derecha podemos apreciar una fotografía alusiva al texto. En cada página se mencionan algunos aspectos relativos a las clases que Interlingua ofrece al público. En dichas fotografías se han retratado a empleados o a estudiantes de la Institución. En la sección horizontal inferior se ha dispuesto el calendario de dos meses del año en forma simétrica. El número 1989 se ubica entre ambos calendarios y constituye un elemento de separación entre los dos. El número del año se ha dispuesto en forma vertical; está impreso en tinta ocre mediante una pantalla al 60%. El calendario de cada mes se ha diagramado en forma de cuadro. El nombre del mes está centrado con respecto al espacio destinado al calendario de cada mes y se localiza a 4.15 cm. del extremo inferior de la página. Para su impresión se ha empleado la misma familia tipográfica del resto del calendario, de 16 pts., en ocre y en altas y bajas. En una hilera horizontal ubicada bajo el nombre del mes podemos observar la letra inicial de cada día de la semana. Los números que corresponden a los días se van acomodando bajo éstas letras. Tanto para la impresión de las letras como de los números de los días, se ha utilizado la misma familia tipográfica del resto del calendario, de 11 pts., en ocre y en altas. Los días de iniciación de curso aparecen en rojo (Ver foto 21).

En la zona inferior derecha de cada página observamos un texto que se ubica a .6 cm. del extremo inferior del formato. Se ha impreso en ocre y en rojo, en la misma familia tipográfica empleada en este comunicado gráfico, sólo que en 7 pts. Si numeráramos las páginas (no tienen folio), observaríamos que las páginas impares muestran el calendario de cada uno de los primeros 6 meses del año; en las páginas pares podemos consultar el calendario de cada uno de los otros

seis meses.

Los colores en que se ha impreso el calendario son: ocre Pantone No. 470C, rojo Pantone No. 200C y dorado.

El folder mide 23 cm. de base por 29.8 cm. de altura. Se ha impreso en cartulina couché satinada con un acabado plastificado por la parte externa. (Ver foto 22). En la portada, el nombre de la Escuela está ubicado sobre un eje horizontal, de 24.7 cm. del extremo inferior del folder. El nombre está impreso en guinda Pantone No. 201C y mide 48 pts.; está centrado. Bajo la envoltura se han dispuesto dos bandas. La altura de cada una de ellas es de 9.1 cm. Las bandas recorren la portada del folder en su extensión horizontal y presentan una sucesión de líneas que conforman un achurado. El grosor de las líneas es de .2 cm. Se han impreso en naranja Pantone No. 472C mediante una pantalla al 80%. Podemos ver una fotografía dentro del espacio correspondiente a cada una de las bandas. Las fotografías en selección de color miden 13.2 cm. de base por 9.1 cm. de altura. La fotografía de la banda superior está ubicada a 2.8 cm. del extremo izquierdo de la portada. La fotografía inferior se ha dispuesto a 7.2 cm. del mismo extremo. En las fotografías observamos a los diferentes tipos de personas que generalmente acuden a la Escuela (ejecutivos, secretarías, estudiantes). Cada uno de ellos sostiene un libro, diploma, carpeta o taza con la envoltura o nombre de Interlingua impreso. Algunas de las personas retratadas trabajan para la Escuela. En ambas fotografías podemos observar un fondo negro.

Ai lado derecho de la fotografía superior podemos ver un cuadro de 5.5 cm. de lado en plasta, en guinda Pantone No. 202C. Dentro de la superficie del cuadrado hay un texto calado. Se ha empleado tipografía manuscrita Palmer subrayada. Si midiéramos el texto en puntos, mediría aproximadamente 48. La fotografía superior muestra un segmento de una de las líneas que constituyen el achurado a lo largo de su extremo superior; de igual manera, la fotografía inferior



Foto 22

muestra el mismo segmento, sólo que a lo largo de su extremo inferior.

En la contraportada del folder observamos, en el área superior izquierda, la lista de sucursales, sus correspondientes direcciones y números telefónicos en dos alineamientos verticales. El conjunto de la izquierda se inicia a 1.5 cm. del extremo izquierdo. Para los nombres de las sucursales se ha utilizado a la familia Benguiat Medium Condensed Italic, de 7 pts., en altas. Para el resto de la información se ha utilizado a la misma familia, sólo que de 6 pts., en altas y bajas. El texto de las direcciones está alineado a la izquierda. En el área superior derecha podemos ver el mapa de la República mexicana inscrito en un rectángulo apaisado cuyas dimensiones son 12.1 cm. de base por 8.1 cm. de altura. Este rectángulo está rebasado. El fondo es de color naranja Pantone No. 472C dado a base de una pantalla al 80%. La República mexicana es de color guinda Pantone No. 202C. Las ciudades donde hay sucursales de la Escuela están marcadas mediante círculos calados. El mapa del Distrito Federal está sobrepuesto al de la República. El primer mapa se yuxtapone al segundo en la zona inferior izquierda del mapa de México. El mapa del D.F. se ubica en un rectángulo de formato vertical que mide 4.2 cm. de base por 5.2 cm. de altura. Ambos mapas están alineados a la izquierda. El lado inferior del mapa de la Ciudad de México se ubica a 1.75 cm. más abajo que del país. Ambos mapas están separados por un espacio de 1 mm. El mapa del D.F. es del mismo color naranja mencionado con anterioridad, el fondo es guinda. Los lugares de la Ciudad donde hay sucursales se han dispuesto mediante círculos guinda, en el área del D.F., y en blanco fuera del mismo (área metropolitana). Bajo los mapas y las direcciones podemos ver las fotografías de cuatro de las sucursales. Cada una de ellas mide 7.6 cm. de lado. Las fotografías están dispuestas en dos alineamientos verticales centrados.

En la parte interna del folder podemos apreciar que se vuelve a incluir la información y las fotografías que aparecen en el calendario 1989. Cada una de las páginas internas del folder tiene la siguiente diagramación: tres columnas de 15 picas de justificación. La columna central se ha

dividido en cuatro módulos cuya profundidad es 17 y media picas. Se han dejado 20 puntos entre columnas. Es posible subdividir los 12 campos para obtener 24. Las páginas internas del folder muestran una disposición escalonada de los párrafos. Se ha respetado un márgen de corte de 3 y media picas, así como un márgen de lomo de 2 picas 2 pts. Dos de las seis fotografías están rebasadas. Ambas páginas tienen como fondo la misma pantalla color naranja empleada para las líneas que forman el achurado de la portada. En la página de la izquierda observamos un texto centrado con respecto al ancho de la página. Está inscrito dentro de los primeros seis campos superiores. El texto consta de dos secciones. En la primera, que corresponde a la Introducción se ha utilizado tipografía Benguiat Medium Condensed Italic, de 16 pts. en altas y bajas. En la segunda parte del texto, donde se enumeran las ventajas de acudir a Interlingua para aprender inglés, se ha empleado la misma familia tipográfica, sólo que de 24 pts. también en altas y bajas. En la parte inferior de ésta página, es decir dentro del área de los últimos seis campos inferiores, podemos observar un texto seguido por una fotografía en cada una de las seis columnas. La disposición de estos elementos es escalonada, es decir, el primer texto y fotografía se ubican una y media picas más arriba que el segundo; el segundo texto y fotografía se inician una y media picas más arriba que el tercero. De esta manera queda un márgen de pie de 8 picas 2 pts. en el caso de la columna extrema izquierda, 4 picas 4 pts. en el caso de la columna central; la fotografía extrema derecha está rebasada. (Ver foto 23).

En la página de la derecha observamos, en el área de los primeros 6 campos superiores, una disposición semejante de textos y fotografías. Pero en ésta página hay una fotografía al inicio de cada columna, seguida por un texto. La fotografía de la columna extrema izquierda está rebasada, la fotografía central tiene 3 picas 8 puntos como márgen de cabeza y la fotografía extrema derecha muestra un márgen de 7 picas 8 pts. Entre los seis campos superiores y los seis inferiores, hay un delgado filete calado, por lo cual hay una separación entre los textos y las

fotografías antes mencionados y la enumeración de los distintos tipos de cursos. Los cuatro tipos de curso se han dispuesto en dos grupos verticales que ocupan la mitad derecha del séptimo campo (de arriba a abajo y de izquierda a derecha) y la mitad izquierda del décimo campo, respectivamente. Entre los textos que hablan sobre los tipos de cursos observamos la envolvente de Interlingua impresa en ocre Pantone No. 464C y centrada con respecto a la extensión horizontal de la página.

57

Se ha utilizado una vez más tipografía Benguiat Medium Condensed Italic, de 9 pts., en altas y bajas. Para los textos que acompañan a las fotografías y para los textos que proporcionan datos sobre la duración de los cursos. Para los subtítulos se ha utilizado la misma familia, de 11 pts. en altas.

En las cuatro esquinas del foler extendido (por su parte interna) hay una sección rectangular impresa en plasta, de color naranja Pantone No. 131C. Tanto en la esquina superior izquierda de la página izquierda como en la esquina inferior derecha de la página derecha, la base de las secciones es igual a la justificación de dos columnas. En las dos esquinas restantes podemos ver que la base de las secciones es igual a la justificación de una columna. Todas estas secciones tienen 2 picas 8 puntos de altura. Las secciones que corresponden a las esquinas inferiores muestran un delgado filete calado en su lado superior. Las otras dos secciones lo tienen en su lado inferior.

Todas las fotografías incluyen un delgado filete blanco. Observamos una solapa con un suaje en la parte inferior de la página derecha.

El libro de texto de Interlingua mide 21.4 cm. de base por 27.3 cm. de altura. (Ver fotos 24 y 25). El libro está impreso en offset. Se trata de una encuadernación paralela o de caja. Los cuadernillos han sido pegados. El papel utilizado para la cubierta es cartulina couché salinada.

El papel utilizado para las páginas del libro es bond.

58 La portada y contraportada del libro son color amarillo Pantone No. 1345C. Podemos observar el nombre de la Escuela ubicado sobre un eje horizontal y repetido tres veces en la zona inferior de la portada. El nombre mide 60 pts. El superior es blanco con un perfil ocre Pantone No. 491C. El nombre intermedio está impreso en naranja Pantone No. 151C, el inferior es ocre Pantone No. 491C. Se ha dejado un margen de pie de 1.7 cm. Hay muy poco espacio como márgenes de lomo y de corte. Podemos ver la palabra *English* ubicada en un eje horizontal a 14.6 cm. del extremo inferior. La palabra se inicia a 10.3 cm. del extremo izquierdo de la portada. Este texto se ha impreso en ocre, en Serif Gothic Bold, de 36 pts., en altas. A la derecha del texto, la portada presenta un suaje circular que mide 3.55 cm. de diámetro. Su diámetro concuerda con el eje horizontal que atraviesa la altura de la palabra *English* parte media. En la portadilla, en el lugar que podemos ver a través del orificio de la portada, se ha impreso un número que corresponde al curso del libro. Este número se ha impreso en Universe 75, en negro y en 60 pts. En la contraportada, también se muestra al nombre repetido, en esta ocasión sólo dos veces. El nombre inferior se ubica a 7.3 cm. del extremo inferior y se ha impreso en naranja. El superior está calado y perfilado en ocre. Cada nombre presenta el mismo tamaño que los que podemos ver en la portada. En este caso también se han dejado márgenes laterales muy limitados. Bajo los nombres repetidos aparecen los nombres, direcciones, teléfonos y números de registro ante la S.E.P. de cada una de las sucursales, todo lo anterior, en ocre. Los nombres de las sucursales y sus datos han sido agrupados en tres conjuntos verticales. Los tres alineamientos conforman un bloque centrado con respecto a la extensión de la base de la contraportada. Cada grupo vertical está alineado a la izquierda. Para el nombre de las sucursales se ha empleado tipografía Helvética Medium, de 8 pts., en altas. Para el resto del texto se ha utilizado Helvética Light, de 9 pts., en altas y bajas.

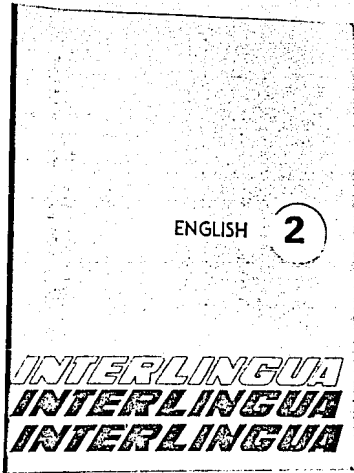


Foto 24



Foto 25

En la portadilla podemos observar el texto *English Workbook* (cuaderno de trabajo) alineado a la izquierda y situado en dos líneas a 13.85 cm. del extremo inferior de la página. Se ha respetado un margen de lomo de 3.3 cm. Tanto el texto como el número que aparece a su derecha se han impreso por medio de tipografía Universe 75, de 60 pts. En la zona superior izquierda del nombre del libro podemos ver la envolvente de la Escuela alineada a la izquierda y apoyada en uno de sus vértices. El vértice se sitúa a 19.65 cm. del extremo inferior de la página. El nombre del autor se localiza a 9.4 cm. del extremo inferior de la portadilla. El texto no está centrado. Hay otro texto ubicado a 3 cm. del extremo inferior.

59

El texto del nombre del autor se ha impreso en Baskerville, en 11 pts., en altas. Para el texto restante se ha seleccionado a la familia Baskerville Italic, de 10 pts. en altas y bajas.

La única tinta utilizada para imprimir las páginas del libro es la negra. Aparte de los márgenes de cabeza, pie, corte y lomo, no existe un diagramado regular para las páginas del libro. Hay una profusión de viñetas que corresponden a las de los auxiliares didácticos empleados durante las clases. El dibujo de viñetas generalmente presenta manejo de perspectiva. El estilo del dibujo es semejante al utilizado en algunas historietas. En ocasiones se emplean achurados y distintas pantallas para darle volumen a las figuras.

La tarjeta de felicitación para alumnos mide 9.4 cm. de base por 16.9 cm. de altura (Ver foto 26). Se ha impreso en cartulina escudo. El formato seleccionado es el rectangular vertical. En la parte superior observamos un suaje que corresponde a un corte que se inicia a 3.45 cm. de la esquina superior izquierda y finaliza en la esquina superior derecha del formato. A lo largo de este corte podemos observar dos plecas, la primera, mide 6 mm. y la segunda 1 mm. Las plecas se han impreso en naranja Pantone No. 158C. La palabra *Congratulations* (Felicitaciones) se ha ubicado sobre un eje ascendente paralelo a las plecas. Este eje se ubica a 2.6 cm. del suaje. El

60

texto se ha impreso en negro, en altas y bajas, en tipografía caligráfica de diseño especial, de 52 pts. aproximadamente. El nombre de la Escuela está centrado en la zona inferior de la portada de la tarjeta. Se ha dispuesto en forma horizontal y mide 26 pts. La envolvente de la Escuela se ubica en el área superior izquierda del nombre. Esta apoyada sobre uno de sus vértices. Tanto el nombre como la envolvente se han impreso en naranja Pantone No. 158C. En la cara interior derecha del díptico observamos un texto justificado que se apoya sobre ejes diagonales; presenta la misma inclinación que el suaje, las plecas y el texto de felicitación de la portada. (Ver foto 27). Este texto se ubica en la parte superior del formato de ésta cara y ocupa 10 líneas. Aquí se ha empleado tipografía Serif Gothic, de 8 pts., en altas y bajas. Bajo el texto, y también apoyadas sobre ejes diagonales paralelos, podemos ver dos líneas sobre las cuales aparecerá la firma del director o coordinador de la sucursal y la fecha. Tanto el texto como la líneas se han impreso en negro.

La cara interior izquierda y la contraportada no llevan impreso ningún dato.

Todos los comunicados gráficos de la Institución se han impreso en offset.

Ya que se trabajará en un proyecto para Interlingua, considero importante analizar los formatos que han sido empleados por la Escuela en sus comunicados gráficos.

Al analizar todos los formatos podemos observar que:

- la mayoría de los folletos, hojas de Ayuda Extra e invitaciones para maestros parten dos dobleces del tamaño carta (21.5 cm. de base por 28 cm. de altura).

- para el formato del folleto extendido dirigido a aspirantes a maestros (22 cm. de base por 22.3 cm. de altura) se ha partido de la división del pliego de 70 cm. de base por 100 cm.

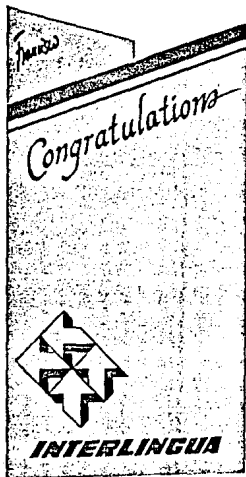


Foto 26

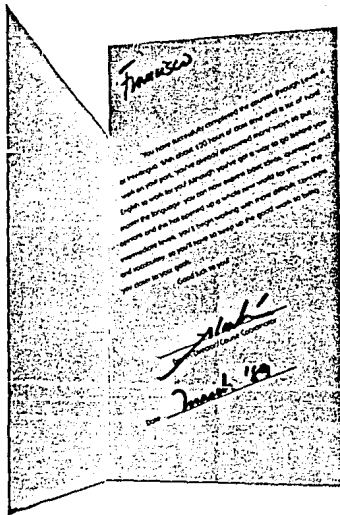


Foto 27

de altura del pliego de papel torreón ahuesado.

- para la felicitación de alumnos y el letrero en el cuál los alumnos escriben su nombre a manera de identificación se han utilizado los formatos de 18.7 cm. de base por 16.9 cm. de altura y 20.1 cm. de base por 16.2 cm. de altura, respectivamente. Estos formatos parten de la división del pliego de cartulina escudo que mide 94 cm. de base por 70 de altura.

- el formato para carteles de 50 cm. de base por 70 cm. de altura, el cuál parte de la división longitudinal en mitades del pliego de cartulina couché de 100 cm. de base por 70 de altura.

- para el calendario de actividades escolares se ha empleado el formato de 20.8 cm. de base por 27.2 cm. de altura, que se origina de la división del pliego de papel clásico blanco que mide 57 cm. de base por 87 cm. de altura.

- para las hojas del calendario 1989 se ha seleccionado el formato de 14 cm. de base por 13 cm. de altura, que parte de la división del pliego de papel couché de 95 cm. de base por 72 cm. de altura.

- para el folder extendido se utiliza un formato parecido al formato folder carta. De esta forma, el formato del folder es de 45.9 cm. de base por 34.8 de altura (en el tamaño de la altura se han considerado 5 cm. para un dobles que presenta el folder). Este formato parte de la división del pliego de cartulina couché de 70 cm. de base por 95 cm. de altura.

- para los libros se ha utilizado el formato carta.

se ha empleado el formato de 14 cm. de base por 23.1 cm. de altura y sus divisiones (papel bond).

- para la hoja de correspondencia se ha utilizado el tamaño carta. Se emplean sobres tamaño oficio (24 cm. de base por 10.3 cm. de altura).

62

Es importante considerar también el tipo de papeles empleados:

- folleto.- papel couché mate y papel torreón ahuesado.
- cartel.- cartulina couché satinada.
- calendario 1989. - papel couché satinado.
- calendario de actividades escolares. - papel clásico blanco.
- folder.- cartulina couché satinada (se le ha dado un acabado plastificado)
- libro.- cartulina couché satinada (portada y contraportada) y papel bond para las páginas.
- felicitaciones para alumnos, letreros de identificación y tarjetas de presentación.- cartulina escudo
- facturas y recibos.- papel bond blanco.
- papelería (hojas carta y sobres).- papel clásico paja.
- invitación para maestros.- papel torreón marfil.
- hojas de ayuda extra.- papel bond color amarillo o blanco.

De esta manera observamos que todos los comunicados gráficos de Interlingua se han impreso en papeles de color blanco, paja, hueso o marfil.

63

Los formatos generalmente parten de divisiones del tamaño carta, del pliego del papel y de cartulina couché, del pliego de papel torreón ahuesado o marfil, y de cartulina escudo y del pliego del papel clásico blanco.

Por lo que respecta a la decoración de las sucursales de Interlingua, se basa en una gama cromática que va del ocre al beige, pasando por el naranja y en ocasiones dorado.

La mayoría del mobiliario es de madera. Los edificios construidos por la Institución presentan fachadas de color ocre o beige. En ocasiones se coloca un espectacular sobre el edificio de la Escuela. El espectacular consta del mínimo de elementos: Algún texto (máximo de dos palabras) que indica que se trata de una escuela de inglés y el nombre de la Escuela situado sobre un eje horizontal diagonal ascendente. Casi siempre el nombre es de color naranja. El texto complementario antes mencionado generalmente es negro. En el caso de la Sucursal de Miramontes, se ha dispuesto para el nombre y para la palabra inglés tipografía volumétrica tridimensional luminosa adosada al muro perimetral que oculta el tinaco. El nombre de la Escuela siempre se ubica en un área cercana a la entrada, generalmente de color dorado o naranja.

Análisis semántico

Por el uso de formas geométricas basadas en ejes diagonales, en una disposición asimétrica y dinámica en igualdad de superficie destinada a cada campo y en desigualdad de impacto gráfico, considero que el logograma de Interlingua comunica movilidad, actividad, orden, funcionamiento

constante, armonía y nos recuerda un mecanismo con una serie de piezas engranadas inseparables aunque independientes por su función, activas y despiertas, por el hecho de basarse en una figura triangular a manera de flecha que sugiere, desde mi punto de vista, actividad, energía, estímulo y cierta agresividad.

En mi opinión, la tipografía utilizada para el fonograma comunica movimiento, seriedad, institucionalidad y orden. En muchas ocasiones descansa sobre un eje diagonal ascendente a 45° por lo cual, a mi parecer, no remite a la idea del progreso.

El uso de armonías de color, sobre todo en folletería y papelería, a mi modo de ver, comunica tranquilidad por el manejo de una gama de tonos que en conjunto tienen un efecto sedante. Considero que el ocre nos remite a lo compacto, útil, realista y al trabajo cotidiano. Me parece que el naranja tiene que ver con el concepto de la comunicación, lo cálido, juvenil, imaginativo y receptivo. A la voz, tiene que ver con el movimiento y la energía. Desde mi perspectiva, el amarillo significa luminosidad, extroversión y agradabilidad. El beige juega un rol neutral dentro de esta gama de colores y está dado por el color beige del papel con el que se imprimen algunos comunicados de la Escuela. En algunas ocasiones se emplean dorados y otros tonos intermedios entre el ocre y el naranja que, a mi entender, enfatizan aún más la coherencia, calidez, armonía y claridad de la serie de colores empleada.

En mi opinión, el folleto de la foto 14 tiene una imagen y una ordenación de elementos clara, simple, directa y de fácil lectura.

El uso de color y la diagramación del folleto de la foto 16 conforma, a mi parecer, una imagen armónica, cálida y nos remite a la idea de lo práctico (uso de ocre). Creo que es acertado el uso de una franja ocre en la cara interna derecha ya que le da profundidad a la parte interna del díptico.

Por lo que respecta a los carteles, la combinación de colores primarios y secundarios es muy contrastante.

La diagramación del calendario escolar muestra, desde mi punto de vista, claridad y orden.

65

A mi modo de ver, el también claro y ordenado calendario 1989 (foto 20) permite que la Escuela comunique organización en sus actividades académicas, confiabilidad y la idea de un Instituto con cursos sistemáticos. Su portada, por su color dorado, representa una felicitación de Año Nuevo.

En cuanto al folder, pienso que el diseño de su portada lo hace contemporáneo, informal y juvenil.

En mi opinión, la contraportada del folder sigue el mismo estilo y es coherente con la portada. Por otra parte, considero que al abrir el folder, observamos una disposición de elementos ligeramente desbalanceada. Se han dispuesto los elementos en forma escalonada, lo cual obliga a mostrar fotografías rebasadas, por un lado, y dejar espacios vacíos sobrantes, por otro.

Me parece que las fotografías no deberían estar rebasadas, ya que es molesta su ubicación con respecto a los demás elementos. Creo que se ha intentado nivelar el escalonamiento mediante la inclusión de secciones que vienen a llenar una zona en la que pudiera considerarse que hay un faltante. Se ha pretendido aprovechar al máximo todo el espacio del formato, aunque, a mi entender, la limitada cantidad de información de la portada y de la contraportada contrastan con la gran cantidad de datos que se presentan en las páginas interiores del folleto.

La portada y contraportada del libro de Interlingua, muestran una gran economía de elementos.

Pienso que el color amarillo comunica alegría, vitalidad, luminosidad, es atractivo y estimulante. Ya que se trata de un amarillo que tiende al beige, es también neutro. Los colores del fonograma en repetición constituyen, desde mi perspectiva un conjunto armónico y sedante.

En lo concerniente a la tarjeta de felicitación para alumnos, creo que su diseño es sencillo y nos remite a la idea de optimismo (ejes diagonales ascendentes) y comunicación (tonos naranja y beige). El empleo de escritura caligráfica muestra, a mi entender, la intención de imprimir un sello personal y cálido a la tarjeta.

Considero que la decoración de las diferentes sucursales se apega a la personalidad cromática de la Institución. Sigue la misma línea en cuanto a estilo ya que es informal. Predomina el color ocre, que a mi parecer, nos remite a lo concreto, útil, sencillo, práctico, a la responsabilidad, al deber y a lo conservador. El resto de los colores utilizados en la decoración conforma, a mi modo de ver, una gama armónica que va del ocre al beige, incluyendo al naranja. El resultado es, desde mi punto de vista, la creación de un espacio que se caracteriza por ser sedante tranquilo. En mi opinión, no hay elementos decorativos llamativos o que se salgan de la misma línea de diseño que Interlingua ha desarrollado en forma global.

Análisis pragmático

Salvo casos aislados, la calidad de la impresión de los comunicados gráficos de la Escuela es, desde mi punto de vista, bastante aceptable. Considero que una buena impresión, así como la utilización de papeles adecuados al mensaje que se vaya a emitir, le hacen llegar al alumno la imagen de una Institución seria y preocupada por la identidad corporativa que pueda tener ante el público.

Creo que el logotipo de Interlingua es memorable y se distingue en forma inmediata de los logotipos de otras escuelas de idiomas. Tiene impacto y personalidad. Comunica dinamismo y actividad. Es sintético. No obstante, para que haya una mayor retención del mismo por parte del público, yo sugeriría que se restringiera el número de patrones o representaciones del logotipo. Considero que se debe limitar a dos o tres. La más dinámica es la primera (el fonograma sobre un eje ascendente a 45° y el logograma apoyada sobre uno de sus vértices). Desde mi punto de vista, se podría emplear la segunda presentación (el fonograma sobre un eje horizontal y el logograma apoyado sobre uno de sus vértices; el logograma se ubica a la izquierda del logograma) o la tercera (tanto el fonograma como el logograma están apoyados sobre ejes horizontales, el logograma se ubica sobre el fonograma, ambos están alineados a la izquierda) para los formatos en los que fueran más adecuados, pero nunca se debería utilizar una combinación de las presentaciones anteriores o algún otro patrón.

Me parece que el recurso de retratar al auténtico personal para las fotografías de varios comunicados gráficos, en vez de contratar modelos, transmite de una forma casi imperceptible credibilidad y legitimidad, ya que la actitud y carácter de un empleado se refleja al retratarlo en el lugar en el que labora y siempre será más natural que la de un modelo contratado para posar.

El folleto destinado a ejecutivos expone la información que a ellos les gustaría indagar. Creo que el texto es lo suficientemente explícito y extenso para contestar las dudas que un ejecutivo pudiera tener. La fotografía de un hombre sentado tras un escritorio que representa a un hombre de negocios promedio, es natural y convincente. A mi parecer, permite que los ejecutivos se puedan identificar con esta imagen.

Pienso que el folleto dirigido a aspirantes a maestros transmite, por su diseño y colorido, la imagen de una empresa grata y humana. El folleto invita a que uno se acerque a la Escuela y

contiene la información básica para alguien que solicita trabajo como maestro.

68 Creo que es muy acertado que Interlingua cuente con diversos tipos de folletería tanto para distintos tipos de alumnos, como para maestros. Al pensar en dar información específica para diferentes tipos de inquietudes, la Escuela se acerca más a los alumnos y empleados potenciales.

Los carteles han sido ideados para decorar al interior de las sucursales. Por tanto, en mi opinión, es adecuado que hay más de un tipo de cartel. Considero que los carteles son muy llamativos. Al presentar texto en inglés, invitan a los alumnos a entrar en contacto con el idioma. Aunque el dibujo es duro y de regular calidad, a mi parecer, sigue una línea homogénea al resto de los dibujos de los libros de texto y de los auxiliares didácticos. De alguna manera, crean un ambiente corporativo particular. Considero que los carteles constituyen los soportes gráficos de mayor colorido. Es un acierto que, por su diseño, sean impactantes y no pasen desapercibidos, aunque, a mi entender, no sean muy contemporáneos.

El folleto que sirve como calendario de actividades escolares, a mi modo de ver, es claro, fácil de leer y entender. En la portada sólo se menciona el año que ocurre. En la contraportada se enumeran las sucursales, direcciones y teléfonos, también se incluye el recuadro que se distingue de inmediato y que presenta los datos más importantes previos a la inscripción y que deben ser registrados por una secretaria o coordinador del Instituto. Hay suficiente espacio para anotar estos datos. Por lo que respecta a las caras internas, considero que son de fácil lectura. Cada sección importante está debidamente separada e individualizada con respecto a las demás. El cuadro que muestra las fechas de iniciación y terminación de cada uno de los cursos está bien ordenada y agiliza la localización de datos. El calendario no presenta ningún detalle o aspecto que pudiera considerarse confuso o de difícil comprensión.

El color guinda empleado en el calendario escolar de Interlingua, desde mi punto de vista,

constituye una especie de llamado de atención ya que es el color más atractivo que se ha empleado en sus impresos y en este caso está utilizado en un comunicado muy importante, ya que el calendario contiene fechas de iniciación y terminación de los cursos impartidos por Interlingua.

Por otra parte, creo que el calendario que se les regala a los alumnos es bastante útil (foto 20). Es posible colocarlo sobre un escritorio o mesa de trabajo. El calendario es poco estorboso. La consulta de fechas se puede hacer de forma fácil y rápida. Al mirar el calendario, el receptor no solamente verá el logotipo de Interlingua, sino que también observará las fotografías de la Escuela, lo que contribuirá a mi modo de ver, a que la misma permanezca en su memoria. Es posible leer los números telefónicos de las sucursales sin importar la posición del calendario o el mes que se esté consultando.

El calendario es muy práctico porque señala los días de iniciación para que los alumnos sepan cuando deben inscribirse al siguiente curso, hacer pagos, etc. Ya que la impresión de este comunicado gráfico es buena y su diseño es agradable, pienso que es un buen obsequio de año nuevo por parte de la Institución.

Por lo que respecta al folder, me parece que su portada constituye una invitación a que lo utilicemos. El uso de fotografías en selección de color es un soporte con un acabado plastificado, hace que el folder sea atractivo, sobre todo en su parte externa. Creo que es práctico, ya que dentro de él es posible guardar o proteger algún documento, recibo o papel relacionado con la Escuela. Para ello, el folder tiene una solapa que permite guardar papeles. Sin embargo, considero que sería recomendable utilizar una cartulina un poco más rígida ya que el folder puede maltratarse fácilmente al transportar papeles en su interior. Las fotografías incluidas en el folder están bien iluminadas, tomadas y enfocadas y en mi opinión constituyen los mejores ejemplos

dentro de las que han sido utilizadas en los comunicados gráficos de Interlingua.

70

He mencionado con anterioridad que el folder tiene algunos puntos susceptibles de ser mejorados. Uno de ellos es, a mi parecer, el gran contraste entre la limitada cantidad de información de la portada y contraportada y la abundante reunión de datos de las caras internas del folder. Generalmente los folders no están impresos por su parte interna. En el presente caso, la información impresa se mirará en forma rápida al meter o sacar un papel. Sabemos que en este comunicado gráfico se ha utilizado la misma información, tipografía y fotografías que en el calendario, por lo cual la forma y el fondo del folder (sobre todo en su parte interna) en mi opinión, reluzan la información del calendario, tomando en cuenta que la gente casi siempre ha tenido contacto con el calendario antes que con el folder.

El libro de la Escuela, por su tamaño y peso es práctico de transportar y de guardar. Me parece que la portada y la contraportada del libro tienen un diseño sencillo y práctico que invita al estudio. No hay ningún dato irrelevante o que distraiga al estudiante en la cubierta del libro. Pienso que su colorido es estimulante; invita a la comunicación, es receptivo y cálido. Sin embargo, las páginas del libro, a mi entender, no tienen gran interés visual para el lector.

Me parece que se ha dejado a un lado el diseño de las páginas del libro, reduciéndose a una disposición de elementos demasiado simple. Tanto el texto como la disposición de las viñetas y de los elementos que se incluyen en las páginas son legibles, pero poco atractivos. Considero que el estilo del dibujo de las viñetas es demasiado duro y estático, lo cual le resta interés a la lectura. Creo que el empleo de blanco y negro enfatiza esta rigidez.

Desde mi punto de vista, la disposición de elementos en las páginas es fría y simple. Es una lástima que el estilo rígido del dibujo de las viñetas no esté a la altura ni sea acorde con la línea de diseño del resto de los impresos de la Escuela. En mi opinión, esto resulta aún más penoso

si tomamos en cuenta que los libros constituyen el material impreso que obligadamente tiene mayor difusión entre los estudiantes.

Considero positivo que una Escuela de idiomas cuente con una tarjeta de felicitación para los estudiantes, ya que esto fomenta que el alumno sienta que se reconoce el esfuerzo que hace por avanzar en el conocimiento del inglés. Con la tarjeta de felicitación, se le motiva a seguir adelante. Pienso que es acertado que se haya incluido un espacio para la firma del director, ya que de esta manera el estudiante siente que se le ha tomado en cuenta para recibir una felicitación, además de que la tarjeta va dirigida a él. Antes del texto se deja una sangría y un espacio para que se anote su nombre. De esta manera el mensaje es más personal.

Ya que en el conjunto de colores utilizado por Interlingua domina el ocre y los colores cálidos y armónicos a él, a mi modo de ver se transmite la idea de algo compacto, realista y de utilidad. Me parece que se envuelve al receptor en un ambiente que incita a la realización del trabajo cotidiano. En mi opinión, el alumno se siente cómodo al encontrarse en las sucursales, por tratarse de lugares bien cuidados y limpios, aunque informales y desprovistos de los elementos que pudieran resultar artificiales, extravagantes o fuera de lugar. Las sucursales se pueden reconocer de forma casi inmediata a distancia, ya que el nombre de la Escuela es tan visible como un espectacular (si no es que también se hace uso de un espectacular). Considero beneficioso que el Instituto tenga una personalidad cromática definida.

2.2 Evaluación

A mi modo de ver, Interlingua es la Escuela de idiomas con una de las líneas de diseño más homogéneas y claras, así como la que cuenta con el mayor número de comunicados gráficos.

Pienso que la gran cantidad de recursos que emplea le hace tener contacto con el mayor número de alumnos potenciales dentro de la clase media y la clase alta. Considero que Interlingua llega en forma exitosa a este alumnado potencial.

Casi podríamos decir que salvo algunos errores de diseño (impresión de folletos en blanco y negro solamente, en un conjunto de comunicados gráficos donde dominan las impresiones de más de dos tintas; ubicación errónea del logograma con respecto al fonograma; empleo de contraste ocre-negro con un resultado muy duro; inclusión de elementos irrelevantes en algunos tipos de diagramación como la interna del folder), presenta una identidad corporativa y una línea de diseño inconfundibles, desde mi punto de vista.

Los creativos que han elaborado los comunicados gráficos han seguido un criterio uniforme, y han retomado elementos manejados con anterioridad con la Institución, lo cual, a mi parecer, es muy favorable. Aunque parezca una obviedad, hay organismos e institutos que encargan su publicidad o propaganda a diferentes despachos, agencias o personas, sin tomar en cuenta que su imagen corporativa puede adquirir un aspecto fragmentado e incoherente al ser llevado a cabo por diseñadores y creativos con diferentes puntos de vista, experiencia, cultura, talento y creatividad. Creo que no es positivo que los creativos antes mencionados llegaran a trabajar en forma aislada sin tomar en cuenta la línea de diseño establecida para la Institución con antelación.

Cabe mencionar que los comunicados gráficos de Interlingua se renuevan de forma constante, por lo menos una vez al año. De esta manera, en mi opinión, se pretende que la Institución tenga una imagen corporativa que esté al día y que presente mejoras ya aportaciones, que sea cada vez más práctica y que compile en forma exitosa con los comunicados de otros institutos dedicados a la enseñanza del inglés. Por ejemplo, hay un comercial para televisión que

se ha elaborado como complemento a la publicidad gráfica y radiotónica y que todavía está en su fase de desarrollo.

Una vez revisados los comunicados gráficos de algunas escuelas de inglés, me parece que, si bien existe la necesidad de uno o varios órganos de comunicación interna, ninguna escuela especializada en la enseñanza del idioma inglés cuenta con uno. En algunas de ellas, como el IAM e Interlingua, en alguna ocasión se ha hecho el intento de publicar un periódico interno. Estos proyectos fueron llevados a cabo, aunque llegaron a su fin después de un corto periodo de vida por falta de organización, tiempo y recursos humanos dedicados en forma permanente a su elaboración.

Para conocer la opinión del personal docente de Interlingua, me he valido, además de la observación no estructurada, participante, natural e individual que mi trabajo como maestra de medio tiempo me permite, de dos auxiliares para la recolección de datos: la encuesta por muestreo y la entrevista.

El tipo de muestreo es no probabilístico por cuota¹. El grupo seleccionado es el personal académico de la sucursal de Miramontes.

Ha sido elegido el personal de esta Sucursal ya que muestra las características representativas de la totalidad de la población.

El universo está conformado por los siguientes grupos de personas:

- personas dedicadas únicamente a la enseñanza del inglés que tienen estudios de

preparatoria y de nacionalidad mexicana. Trabajan medio tiempo o tiempo completo (5 personas de la cuota).

- personas dedicadas únicamente a la enseñanza del idioma inglés con estudios superiores terminados, de nacionalidad mexicana que trabajan tiempo completo o medio tiempo (1 persona).

- estudiantes de licenciatura que se dedican a enseñar inglés únicamente medio tiempo, de nacionalidad mexicana (4 personas).

- amas de casa de nacionalidad mexicana que trabajan solamente medio tiempo (6 personas).

- ciudadanos estadounidenses que, teniendo otra profesión u ocupación, se dedican a la enseñanza del inglés en este país. Han vivido en México por menos de 5 años, trabajan medio tiempo o tiempo completo (5 personas).

- ciudadanos estadounidenses que han vivido mucho tiempo en México y que se dedican únicamente a la enseñanza del idioma inglés. También lo hacen en forma particular. Trabajan medio tiempo (1 persona).

La cuota es de 22 personas. Está constituida por 19 maestros y 3 coordinadores. Todos los miembros del universo pertenecen a uno de los grupos antes mencionados.

Las preguntas y los resultados de la encuesta fueron los siguientes:

Preguntas

Resultados en porcentaje

75

	SI	NO
1- ¿Qué opina sobre el proyecto de producir una publicación periódica dirigida a los maestros de Interlingua con el fin de intercambiar experiencias académicas?	95,45%	4,5%
	se	no se
	interesó	interesó
2 - ¿Te gustaría que existiera alguno de los siguientes comunicados?		
revista	31,8%	
periódico mural	22,7%	
periódico interno	45,4%	
folletos	4,5%	
circulares	9,0%	
ninguno	0	
algún otro	0	

Preguntas.

Resultados en porcentaje

76

	SI	NO
3 - Si existiera un periódico interno en la Escuela, ¿te interesaría participar con sugerencias, artículos, ejercicios?	86.3%	9.0%
* 4.5% afirmó que depende de las circunstancias bajo las que se harían aportaciones.		
4 - ¿Qué secciones te gustaría que incluyera el periódico?		
- información sobre la situación de Interlingua (financiera, número de alumnos inscritos, aspectos en los que la Compañía haya avanzado)	40.9%	
- información sobre la participación del personal (reconocimiento a trabajos relevantes, promociones del personal, nuevos nombramientos)	77.2%	

Preguntas

Respuestas en porcentaje

	SI	NO
- sección cultural	63.6%	
- intercambio de ejercicios, ideas sobre como mejorar las clases, sugerencias para el departamento técnico	81.1%	
- información sobre cursos de capacitación, promociones, becas ofrecidas por instituciones públicas y privadas	68.1%	
- consejos sobre ofertas en establecimiento comerciales, excursiones, viajes.	59.0%	
- anuncios clasificados (de departamentos que se rentan, por ejemplo)	68.1%	
- sección editorial	45.4%	

Preguntas

Respuestas en porcentajes

78

	SI	NO
- pasatiempos (crucigramas, chistes)	59.0%	
- cocina	4.5%	
- deportes	22.7%	
- sección de sociales	9.09%	

5 - En tu opinión, ¿qué más podría incluir?

En esta sección se dieron las siguientes respuestas:

- viajes e intercambios
- un resumen de los acuerdos de las juntas mensuales
- sección gramatical
- sección destinada a que los alumnos expresen sus ideas y opiniones en inglés

- artículos sobre ciencia y traducciones de artículos que aparezcan en revistas científicas
 - sugerencias sobre aspectos psicológicos (técnicas para disminuir la ansiedad y mantener la atención de los estudiantes)
 - artículos escritos por los maestros de las Sucursales
-

6 - ¿Podrías ser tan amable de decirnos que incluirías en sección que más te llama la atención?

- ejemplos de ejercicios tipo 3 (con el menor grado de control por parte del maestro)
- ejercicios que incluyan situaciones, palabras clave y forma de manejarlos ampliamente detallada
- notas sobre gramática
- consejos prácticos para los maestros que dan alguna clase por primera vez, sugerencias para impartir clases difíciles
- en la sección sobre la situación de Interlingua se debe incluir información sobre el nivel que tiene la Sucursal con relación a las otras, así como informes sobre el aumento o disminución del número de alumnos
- artículos de interés general y científicos
- opiniones sobre puntos de interés culturales, relacionados con el inglés y los países donde se habla

-
- artículos sobre experiencias personales
 - reseñas sobre libros e información sobre los lugares donde se pueden adquirir
 - clasificados en general
 - historias cortas
 - sección de chistes
 - sección de ajedrez
 - sección de fútbol americano
-

7 - ¿Cuándo te gustaría que saliera el periódico?

- cada mes	50.0%
- cada dos meses	36.3%
- cada tres meses	4.5%
- cada 8 o 15 días	4.5%
- no contestó	4.5%

* 9.0% de los maestros agregaron que les gustaría que la publicación no fuera controlada por los directivos.

De tal manera, podemos concluir que existe interés en la publicación de algún órgano de comunicación interna. Los comunicados más populares de acuerdo a la encuesta son el periódico interno y la revista. Las secciones más populares son: la de intercambio de ejercicios, la de sugerencias para el Departamento Técnico (encargado de la elaboración de libros, guías para impartir clases y creación de lineamientos metodológicos generales), la de información sobre la participación del personal y la de información sobre cursos de capacitación.

La mayoría de los entrevistados opina que el periódico debería editarse en forma mensual.

Por otra parte, mediante mi observación cotidiana, puedo percibir cierta inconformidad por parte de los maestros (y de mí misma). En cuanto que existen muchos programas de estudio para diferentes niveles de estudio y lineamientos metodológicos de ser mejorados. Es frecuente escuchar a los maestros comentar que el Departamento Técnico debería cambiar tal o cual lección o programa, o que debería tomar cierto criterio al respecto de tal o cual manera de hacer las cosas. Muchas veces sienten que, aunque el Departamento Técnico está conformado por maestros competentes, no es lo mismo diseñar un programa de estudios, que trabajar directamente con él por 6 o 7 y medio horas diarias. Es decir, existe un cierto desligamiento entre quien crea los programas y quien enseña con ellos.

Los maestros estamos constantemente consultándonos sobre ideas o consejos sobre como dar cierta clase en particular que resulta difícil o monótono. No obstante, no tenemos contacto con los maestros de otras sucursales. Un mayor acercamiento entre el personal podría

enriquecer el desempeño del personal académico en general, al intercambiar consejos e ideas a las que no tenemos acceso porque en ocasiones ni siquiera conocemos de vista a los maestros de otras sucursales.

En lo personal, me ha ocurrido que he tratado con algún directivo por la vía telefónica y no lo he reconocido en persona.

Esto muestra que la distancia física entre sucursales y oficinas, así como la falta de comunicación entre empleado de diferentes niveles constituye un obstáculo para que el sistema de comunicación interna sea eficiente.

Por lo que respecta a la opinión de los directivos de Interlingua, en entrevistas que he tenido con la Directora de Sucursal de Miramontes, Esther Navarro y con la Jefa de Coordinación Empresarial, Joyce Walsh, ellas consideran que el proyecto de editar algún órgano de comunicación interna para la Empresa resulta interesante y factible, siempre y cuando el gasto que implique no sea demasiado.

Elas consideran importante que el personal docente de la Escuela este comunicado entre sí, que se conozca y que el intercambio de ideas permita un enriquecimiento cuyos frutos sean de beneficio para la Empresa.

La Jefa de Coordinación Empresarial me ha comunicado la necesidad de imprimir un cartel con el objeto de reclutar maestros. El impreso será colocado en diferentes escuelas y universidades de la República. Por lo tanto, también propondré un cartel con el fin antes mencionado.

3. Fase de proyectación

3.1. Análisis

Enfoque de las funciones y componentes de trabajo.

3.1.1. Funciones físicas

3.1.1.1. Periódico Interno

Me parece que el periódico debe ser fácil de asir, procurando que el lector no se canse al sostenerlo, o que no moleste a los demás al abrirlo¹.

En mi opinión, se requiere de un formato fácil de manejar, guardar y transportar, preferentemente carta, ya que en el boletín se incluirán ejercicios que deberán ser perforados y guardados en carpetas de argolla tamaño carta. Además, considero que se deben incluir páginas que se convertirán en sobres y se enviarán al Departamento Técnico, permitiendo una comunicación bilateral entre empleados y directivos.

Pienso que el formato de un periódico es familiar a la gente y resulta práctico, de fácil manejo y económico por lo cual se puede adaptar para la publicación de boletines internos. En este caso, se prefiere un número de páginas no muy elevado (16), para facilitar la lectura completa y rápida del boletín. Algunas publicaciones privadas tienen formatos muy reducidos, como el Squeater del hotel Colony Square, de Atlanta, Georgia, cuyas dimensiones son 21 cm. de base por 26.6 cm. de altura².

A mi entender, no es bueno utilizar un formato tan pequeño que haga incrementar el costo

1. Harold Evans, Diseño y compaginación de la prensa diaria, p.46-47

2. Mario García, Diseño y remodelación de periódicos, p.258

unitario¹.

Creo que el periódico interno debe imprimirse en un papel que permita una calidad aceptable, de acuerdo al sistema de impresión elegido (offset).

84

3.1.1.2. Cartel

A mi parecer, el formato del cartel debe tener dimensiones suficientemente grandes para albergar un mensaje legible y fácil de entender. Creo que debe tener un tamaño considerable para poder incorporar formas y figuras grandes que pueden ser vistas con facilidad y resulten legibles a distancia. En mi opinión, debe utilizarse tipografía de puntaje grande².

Es importante tomar en cuenta las condiciones materiales, institucionales y culturales con las que contamos para exhibir el impreso, es decir, las circunstancias en las que se realizará la comunicación, así como el espacio temporal, el lugar o vecindario donde habitan los destinatarios, las características de lugar donde se ubicará el cartel y los edificios vecinos, la competencia publicitaria y las condiciones en las que habrá de ser visto³.

En el presente caso, se utilizará el formato de 50 cm. de base por 70 cm. de altura, en vertical, ya que es el formato y orientación empleada para la elaboración de los carteles de la Escuela. De esta manera se procura seguir el mismo estilo de presentación de carteles.

Considero difícil visualizar o imaginar el entorno en el que estará ubicado el cartel, ya que se localizará en distintas escuelas preparatorias bilingües y tanto en universidades como en

1. Harold Evans, *op. cit.*, p.46-47

2. Josef y Shizuko Muller, *History of poster*, p. 18

3. Edmundo González Llaca, *Teoría y práctica de la propaganda*, p.151-152

escuelas de idiomas que imparten cursos de preparación para maestros de inglés del D.F. y del interior. No obstante, creo que podemos anticipar que no habrá competencia publicitaria muy fuerte, ya que casi siempre observamos en dichas instituciones carteles de actividades culturales y cursos. Otras veces podemos ver avisos, ofertas de trabajo, que en algunas ocasiones se elaboran en forma rápida sobre cualquier soporte. De cualquier manera, se procurará colocar los carteles sobre vidrios y se tratará de sujetarlos por la parte interior de los mismos, para evitar el daño que puede ser causado por las personas y el medio ambiente.

En todos los casos, pienso que el espectador lo observará al dirigirse de un lugar a otro del instituto o escuela, es decir, estará en movimiento y no se detendrá (mucho menos si tiene prisa) a menos que se sienta atraído por el impreso.

Desde mi punto de vista, la existencia activa del cartel será por lo menos de 6 u 8 semanas¹.

3.1.2. Funciones psicológicas

3.1.2.1. Periódico Interno

A mi entender, la función de un periódico interno es, en general, ayudar a los empleados a mantener la moral en alto, al ensalzar los recursos de la Compañía y los logros del personal con el fin de fomentar un sentido de pertenencia y unidad entre los diferentes departamentos, informar sobre el crecimiento de la Empresa, dar información útil a los empleados de reciente ingreso, proporcionar información sobre eventos especiales y sociales y establecer la política de la

¹Ray Murray, Manual de técnicas, p.83

Compañía para prevenir rumores antes de que se propaguen¹

86 Piensó que una apropiada selección de contenido y una adecuada presentación pueden vencer los obstáculos (sentimiento por parte de los empleados de que los directivos están tratando de hacer propaganda en contra de sus intereses o de imponer sus puntos de vista) y dan la posibilidad de hacer mejor uso de las ventajas de este tipo de publicación.

En el caso del periódico interno de Interlingua, además de considerarse los puntos antes mencionados (que son comunes a casi todos los boletines internos de diferentes empresas), hay tres propósitos básicos que en mi opinión deben cumplirse:

- constituir un apoyo académico para los maestros de tal manera que se fomente una ayuda mutua al aportar ejercicios, consejos y reflexiones útiles para colegas con los que generalmente no es posible intercambiar ideas por falta de tiempo.
- establecer un canal de comunicación bilateral entre el Departamento Técnico y el personal, siendo posible que los directivos lleven a cabo encuestas sobre los maestros (hábitos, ideas, forma de calificar y de impartir clases, manera de usar el material didáctico, etc.) y que el personal aporte ideas, ejercicios, sugerencias, que externé quejas, preguntas, etc. mediante el correo interno de la Escuela.
- constituir un vehículo de comunicación entre los empleados de diferentes sucursales que casi nunca tienen la posibilidad de intercambiar ideas, sugerencias, etc.

Evidentemente, debe existir cooperación y trabajo de equipo entre el impresor, el editor,

1. Allan Delafons, Periódicos internos, The Penrose Annual (1959), p.44-46

el diseñador, los colaboradores y los lectores si se pretende que el periódico interno tenga una vida larga y exitosa¹.

A mi modo de ver, todo boletín de empresa debe ser atractivo y debe publicar buen periodismo (en la medida de lo posible, ya que no participarán periodistas profesionales). Si pretende ser similar un diario, tiene que leerse en la misma forma que si fuera un periódico².

Por lo tanto, creo que es necesario valerse de las mismas características que atraen al lector hacia la lectura de diarios, es decir, buena presentación, buen reportaje, buena redacción, buenas ilustraciones, fotos y buen diseño³.

Me parece que la diagramación y el diseño del boletín deben asumir las formas de las ideas, y no viceversa⁴.

En otras palabras, pienso que el diseño del impreso debe estar regido por el tono editorial.

En mi opinión, la prioridad de este comunicado gráfico es transmitir, dentro de un mismo contexto físico una serie de mensajes vinculados entre sí, de importancia diversa, y hacerlo con economía y eficiencia, dentro de un estilo reconocible y coherente, en un espacio limitado. Sabemos que además de la actitud editorial ideal, hay factores mecánicos y económicos que inciden sobre la expresión editorial. Un buen diseño presenta a mi entender, un equilibrio entre forma y función⁵.

Por lo tanto, hay que considerar el formato pensando en la función del comunicado gráfico¹.

Otras prioridades que debemos tomar en cuenta, desde mi punto de vista, son: facilidad de lectura, coherencia, legibilidad, correcta disposición de anuncios (o de sección de clasificados como en el presente trabajo) y secciones a lo largo del impreso, jerarquización de los artículos

(mediante disposición de secciones a lo largo de las páginas, correcta selección de las dimensiones de cada columna, correcta elección de tipografía y de su grosor, adecuado uso del espacio blanco y de ilustraciones, dibujos, fotos, diagramas con el fin de enriquecer gráficamente al comunicado. Las hojas de ejercicios, hoja de encuesta y forma para maestros deben presentarse de manera legible, constante y funcional.

Considero que el diseño tipográfico tiene como objetivo principal, presentar y comunicar el mensaje en la forma más simple, directa, ordenada y efectiva que sea posible. Creo que es aconsejable restringir el número de familias tipográficas utilizadas a tres para los encabezados y a una para el texto base, siendo posible utilizar todas las versiones de las familias para evitar la monotonía. Los tipos elegidos deben ser correspondientes al tema¹.

Pienso que cada elemento del periódico interno debe reforzar la identidad del comunicado gráfico. En mi opinión, no se debe privilegiar el afán de parecer creativo sobre la función comunicativa. Creo que se debe contar con un sentido del orden al disponer los elementos y contenidos².

Me parece necesario crear un sentido de identidad visual y de continuidad o secuencialidad a lo largo de cada una de las páginas del boletín, y a través de cada uno de los números³.

Según John Brooks, un periódico debe ser legible, adecuado, local y estimulante⁴.

A mi parecer, el patrón básico de organización de contenidos debe permitir al lector

1. Jeanette Collins, Periodismo y diseño, The Penrose Annual (1975), p.51

2. Mario García, op. cit., p.258

3. Fraser Bond, Introducción al periodismo, p.249-250

4. Jeanette Collins, op. cit., p.51

5. Harold Evans, op. cit., p.9-10

encontrar la sección que le interesa número tras número.

Creo que puede ser útil incluir en la portada un índice que permita visualizar el contenido más importante del comunicado a los lectores que cuentan con poco tiempo¹.

89

Generalmente los boletines internos que cuentan con más de 12 páginas, incluyen un índice².

A mi parecer, no es recomendable obligar al lector a seguir un artículo a lo largo de varias páginas porque resulta incómodo y no es un elemento que lo motive a finalizar del artículo³.

Idealmente, considero que el diseño no debe pasar de moda, debe tener la capacidad de evolución constante dentro de su propio marco, de adaptarse a los progresos de la tecnología y a los requerimientos de impresión elegido⁴.

Finalmente, me parece que debe tenerse en mente el respeto hacia los lineamientos generales de diseño de la Escuela aplicando, en la medida de lo posible, la noción de imagen de empresa para comunicar información concerniente a la misma⁴.

3.1.2.2. Cartel

Su función principal a nivel psicológico es solicitar personal (maestros) para Interlingua, además de darle publicidad a la Institución.

1. Ibid., p.46-47

2. Arthur Thurnbillm Russell Baird, Comunicación Gráfica, p.350-351

3. Harold Evans, op. cit., p. 13-16

4. Mario García, op. cit., p.24

En este caso, considero que debe tener básicamente una función implicativa o conativa, debe estar orientado hacia el maestro de inglés en una actitud vocativa (se invoca, llama, estimula) con el fin de que se integre a la escuela¹.

Creo que también debe tener una función fática, ya que para transmitir el mensaje antes mencionado, debe controlar el circuito que permite la comunicación, llamando la atención del destinatario².

Me parece que también deberá tener una función poética, al manejar los signos con especial cuidado en la búsqueda de la comunicación más efectiva posible³.

En este caso, no se ha hecho uso de la función referencial o denotativa que proporciona información sobre el referente o aspecto del mundo al que se refiere el lenguaje⁴.

En otras palabras, no se explica el carácter y servicios de la Institución, porque considero que ya ha circulado suficiente publicidad que ha dado a conocer las características y ventajas que ofrece Interlingua. Además, a nivel de rumor, se tiene cierto conocimiento superficial de que se trata de una escuela efectiva, hasta cierto punto, no muy económica y donde se enfatiza el aspecto conversacional de la enseñanza del inglés. Hay que tomar en cuenta que el cartel está dirigido a un sector muy limitado de destinatarios, es decir, a gente interesada en la enseñanza del idioma (es por ello que el mensaje no está redactado en español). Este grupo tiene algún conocimiento sobre la Escuela (se trata de una de las posibilidades en su campo de trabajo). El cartel, desde mi punto de vista, ante todo, pretende llamar la atención (función fática) e invocar al destinatario

1. *Ibid.*, p.33

2. *Ibid.*, p.36

3. *Ibid.*, p.258

4. Harold Evans, *op. cit.*, p.13-16

5. Mario García, *op. cit.*, p.274

6. Josef Muller-Brockmann, *Sistema de retículas*, p.133

a que se interese en trabajar para la Escuela, a que haga una llamada telefónica para pedir información (función implicativa o conativa).

Para lograr ser eficaz, en mi opinión, el cartel debe captar la atención del lector de manera que no pueda evitar el mensaje y se permita sentir atracción al mirarlo. Entonces empezará a leer el texto por curiosidad, antes de que su mente se percate de ello e intervenga. El cartel debe manejar en forma sintética un mensaje con tema único¹.

Pienso que es indispensable que el impreso contenga algún elemento innovador, desconocido. Debe lograr un efecto máximo valiéndose de un mínimo de recursos gráficos. Me parece que el comunicado debe permanecer en la memoria del espectador. Creo que es necesario que el texto se integre a la información pictórica, ya que ambos elementos se perciben en forma inseparable en la memoria. A mi modo de ver, es indispensable que los elementos de representación se correlacionen en cuanto a composición, para que el diseño tenga un efecto compacto².

Considero que debe haber congruencia entre imagen y texto para que el receptor comprenda su vinculación y apoyo en forma inmediata³.

Creo que el texto utilizado no debe pasar de 8 palabras, ya que un hombre promedio lee 180 mil caracteres por hora y 50 por segundo; el receptor le dedicara entre 3 y 6 segundos como máximo al cartel, por lo tanto, el texto no debe pasar del número de palabras antes mencionado. A la vez, pienso que el texto debe tener un sólo objetivo de persuasión. Creo que debe ser lo suficientemente atractivo para contrarrestar el llamado de otros carteles. A mi parecer, muchas veces requiere de un mensaje suplementario que explique y complemente el texto o imagen

1. David Victoroff, La publicidad y la imagen, p.59-60

2. Ibidem.

3. Ibidem.

4. Ibidem.

principal, que ayude a singularizar el comunicado y a explicar su significado, a dar un interpretación exacta de la imagen, evitando lecturas o de codificaciones erróneas¹.

Desde mi punto de vista, el color puede ser empleado para enfatizar el tema y crear una determinada atmósfera. En mi opinión, también puede acelerar el proceso de comunicación al tener implicaciones psicológicas².

De igual manera, a mi parecer, puede reforzar y traer a la memoria los colores institucionales, constituyéndose como un elemento coherente con los demás comunicados gráficos de la Escuela.

Desde mi perspectiva, las imágenes publicitarias pueden recurrir a la redundancia, tanto en lo relacionado a su texto, como a su estructura, con el fin de utilizar varios elementos para traducir una sola idea. De esta manera se puede lograr que la imagen resalte en medio de los demás mensajes visuales. Pienso que así se evitarán posibles decodificaciones equivocadas, es decir, la polisemia y la probable lectura errónea del mensaje³.

Finalmente, considero que es posible recurrir a la utilización de figuras retóricas (operaciones que resultan de modificar determinados elementos de la oración haciendo posible pasar del nivel propio del lenguaje al figurado⁴. Aplicadas a la comunicación gráfica con el fin de resumir o condensar a la imagen y al texto que conforman mensajes y razonamientos escritos o verbales para que puedan ser captados de forma más rápida y fácil que si fueran exposiciones verbales llevadas a cabo en cierto periodo de tiempo⁵.

A mi modo de ver, así se puede brindar al espectador el placer de economizar el esfuerzo

1. Edmundo González Llaca, *op. cit.*, p. 152-153

2. Josef y Shizuko Muller, *op. cit.*, p. 18-19

3. Edmundo González Llaca, *op. cit.*, p. 157

mental y anímico que tendría que realizar para comprender una exposición verbal, por ejemplo.

3.1.3. Límites normativos y funcionales

Creo que toda publicación de una compañía debe estar adaptada a un mismo patrón, y que debe existir una adecuada coordinación entre toda la línea publicitaria y de comunicación interna para que los impresos de la firma sean reconocidos en forma inmediata como elementos pertenecientes a la misma empresa. Me parece que la imagen corporativa debe cubrir sistemáticamente cualquier material impreso por la compañía de tal manera que represente todo lo que la firma ofrece al público. En mi opinión, el periódico de la casa constituye un valioso elemento que ayuda a consolidar la compañía. Además, pienso que puede tener importancia cultural. A mi parecer, el diseño de todos y cada uno de los impresos representa el estilo de la empresa².

No obstante, en Interlingua, en lo que a límites normativos se refiere, no existe un manual de uso o algún tipo de lineamiento escrito que señale restricciones en cuanto a manejo de logotipo, color, piezas, formatos, etc.

Sin embargo, considero que se deben respetar algunos aspectos fundamentales de la identidad corporativa de la Escuela. Por ejemplo, las fechas empleadas en el logotipo del boletín (que han sido retomadas del logotipo de la Escuela), siguen la misma dirección que en el logograma institucional. En este logotipo se utiliza exactamente la misma tipografía especial que en el logograma de Interlingua.

1. Edmundo González Llaca, *op. cit.*, p.152-161

2. Josef y Shizuko Muller, *op. cit.*, p.19

3. David Victoroff, *op. cit.*, p.60-62

4. *Ibid.*, p.88-89

Me parece que hay bastante libertad en cuanto al diseño de la diagramación del periódico interno, ya que no existe actualmente un impreso semejante en la Escuela.

En el punto 2.1. del presente trabajo, se ha señalado que los impresos publicitarios siguen un patrón reconocible y característico. Sin embargo, a mi entender, el diseño de los impresos relacionados con usos no publicitarios ha sido un tanto descuidado. Esto en parte obedece al mayor interés que el equipo encargado de escribir libros ha puesto en el aspecto de fondo y no de forma en los medios impresos cuya finalidad es exclusivamente académica.

Por lo anterior, considero que no hay demasiadas restricciones en cuanto a la elaboración de la diagramación del boletín, porque aparte de ser el único comunicado de este tipo en la Escuela, los libros, circulares y guías de lecciones impresos no presentan una diagramación planeada o cuidada.

De esta manera, se pretende que el diseño del periódico interno establezca una guía de estandarización para el resto de los impresos de uso interno, así como para los que tengan una finalidad exclusivamente académica.

Si consideramos el aspecto de funcionalidad, a mi parecer, la limitación del número de páginas y las dimensiones elegidas para el impreso (formato doble carta para una doble página menos una pulgada en la altura del formato) obedecen a la necesidad de manejar un comunicado fácil de asir, leer y guardar. Ya que la Escuela imprime casi todo su material de carácter interno en formato carta a una tinta y en offset, creo que resulta práctico imprimir el boletín de la misma manera. Pienso que es indispensable tener en mente que la impresión debe ser económica. Un periódico interno no es el comunicado más imprescindible para la Empresa, por lo cual se debe

ceñir a un presupuesto limitado, especialmente en fase inicial de vida.

Por lo que respecta al cartel, a través de la historia se le ha considerado como un hecho público, tal como la decoración.

95

Es por esto que siempre ha sido visto con familiaridad por la gente. El espectador no se siente distante ante el impreso, como sucede en una obra expuesta en un museo. El público puede opinar libremente cuando se encuentra ante un cartel!

De lo anterior se desprende que, aunque un cartel publicitario deba seguir el criterio gráfico de la Compañía, en mi opinión, permite una mayor libertad en cuanto a su diseño y diagramación.

Además, me parece que no es posible seguir todos los criterios de diseño utilizados en otros comunicados de la Empresa por la participación de distintas variables que responden al mensaje particular, al motivo gráfico, a la forma en que se desee manejarlo y a las características que debe tener un cartel, citadas en el punto 3.1.2.2.

En este caso, se ha procurado mantener una gama de colores acorde a la que ha manejado la Institución y reconocida por el espectador.

Como he señalado anteriormente, el cartel se imprimirá en el mismo formato de los carteles de Interlingua, con el fin de que pueda ser identificado un formato homogéneo para este tipo de comunicado gráfico.

Existe la posibilidad de imprimir el cartel en offset, con el fin de ajustarse al presupuesto con que cuenta la Escuela para este renglón.

3.1.4. Fase de bocetaje

A continuación se muestran los bocetos que dieron lugar al diseño del boletín interno final. (Ver fotos 28 a 44d).

Podemos advertir que primero hubo algunos intentos de trabajar en formatos mayores a el carta, lo cual fue eliminado porque me parece que resulta impráctico, ya que generalmente se trabaja con formato carta en los impresos de carácter interno de la Escuela, además, se encontró que el tamaño carta es adecuado porque permite incorporar hojas a las carpetas de anillo carta que tienen los maestros. (Ver fotos 28 a 31).

Posteriormente, una vez que se estableció la retícula principal y las auxiliares, se fueron afinando las posibilidades de presentación de cada página así como de otros elementos gráficos que componen el boletín (flechas que contienen información en su interior, divisiones entre partes de los artículos, el logotipo mismo del comunicado, uso de pantallas y texturas, etc.) Se fueron desechando las opciones que, desde mi punto de vista son menos atinadas o no acordes con el carácter y personalidad del impreso y con la lógica establecida por la diagramación y por los requerimientos físicos y psicológicos (funciones físicas y psicológicas) del órgano de comunicación. (Ver foto 32 a 45, la foto 45 constituye un boceto del boletín completo).

También se muestran 15 bocetos de cartel, de los cuales se eligió el último, que será descrito en los puntos 3.1.5.2. y 3.1.6.2 Se seleccionó este boceto porque en mi opinión, satisface los requisitos establecidos. (Ver foto 46 a 60).

Los dos primeros bocetos se han desechado porque, a mi modo de ver, hacen uso de la tipografía en forma semejante a algunas líneas aéreas.

El tercer boceto se ha eliminado por ser un tanto escandaloso. Además, creo que tiende

3mm. para corte (refine)

32.55
(-3 de refine)
↑

↑ hoja central 28 cms.

32.25
cms.
↑
↓



rectángulo regular

21.8 (-3mm. de refine)

21.5 cm ← →

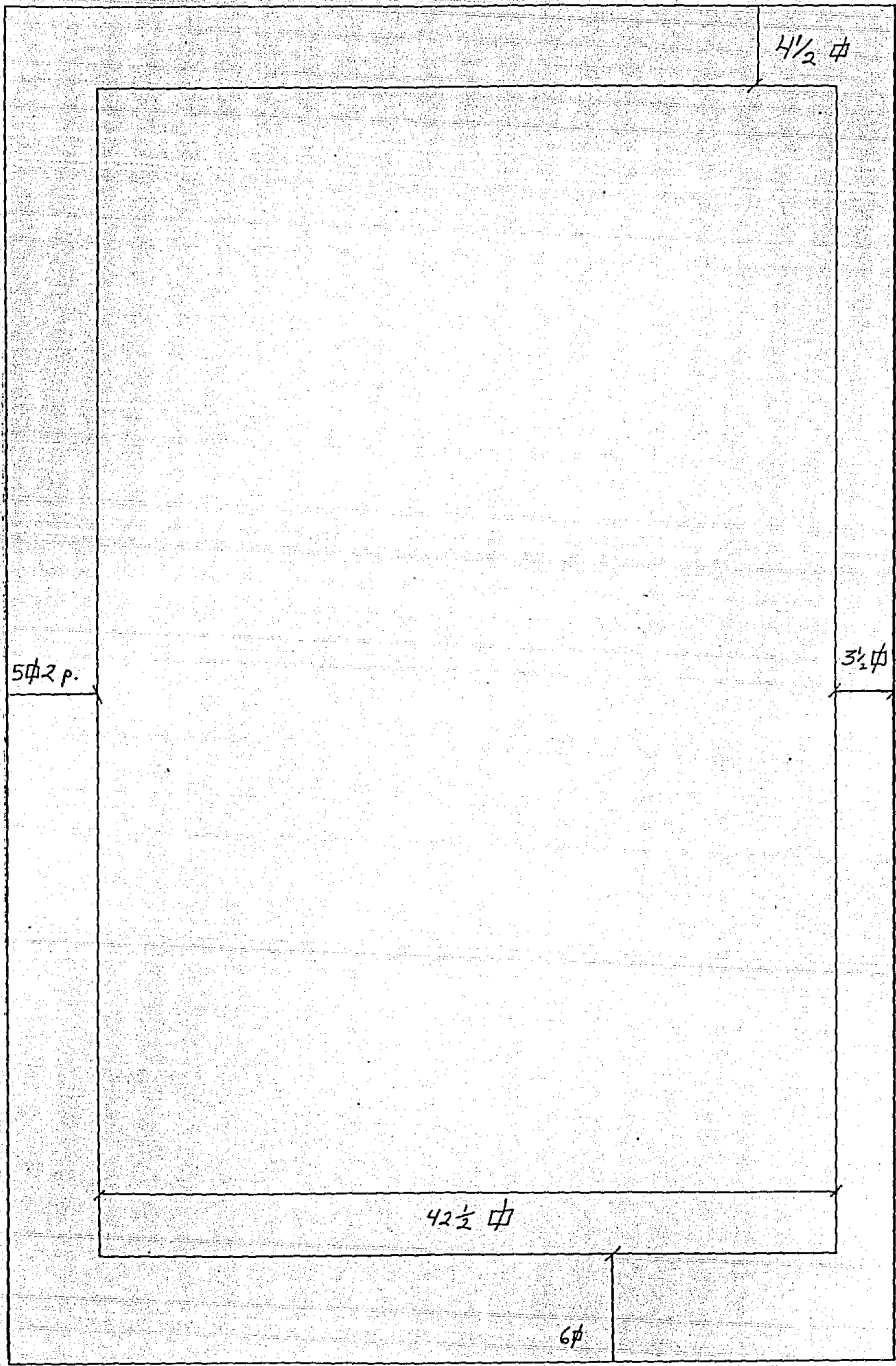


Foto 29

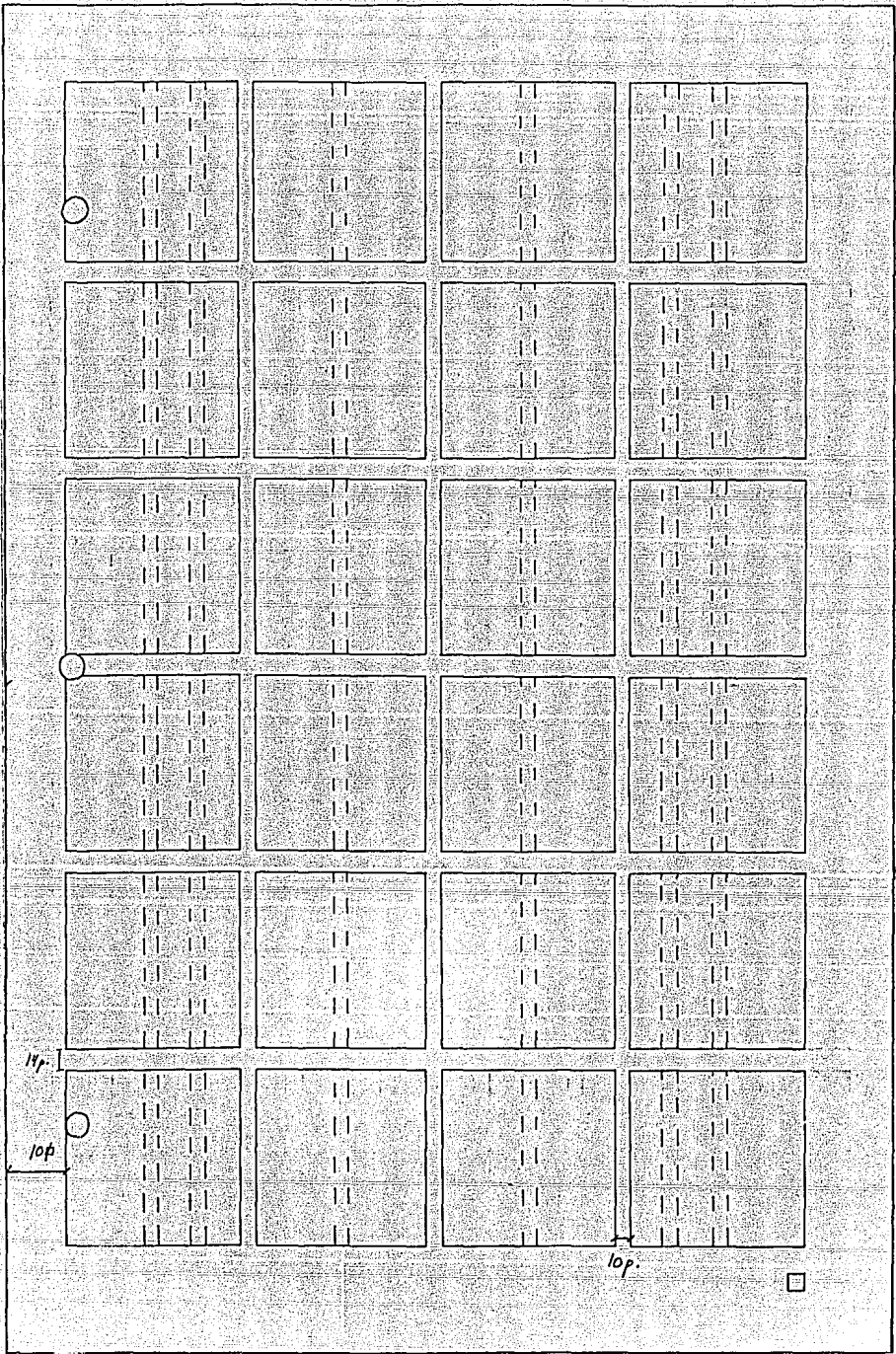


Foto 30

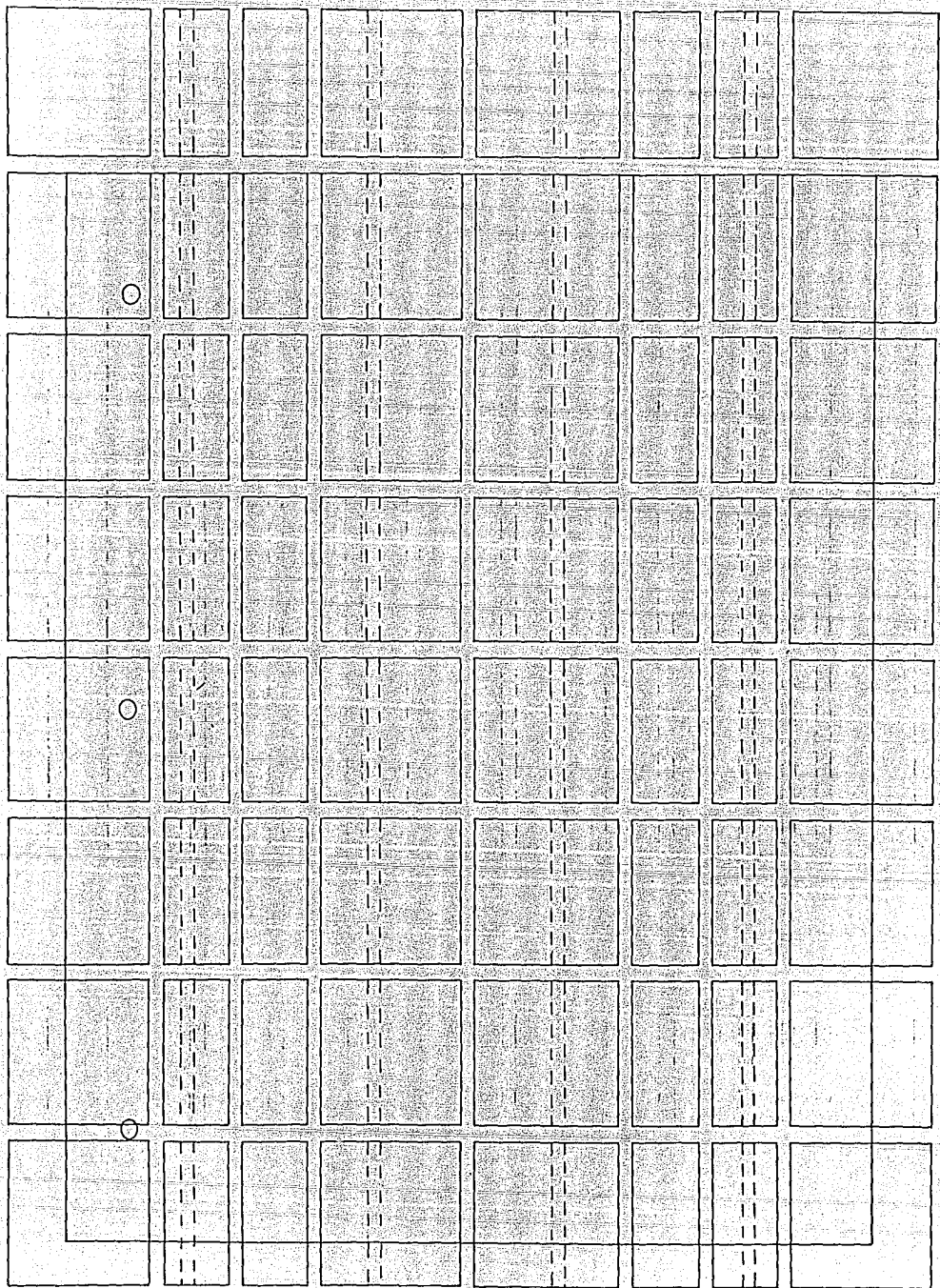


Foto 31

9 cm 10 cm

12 cm

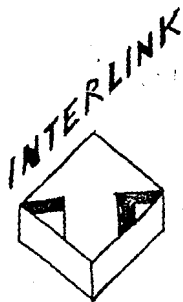
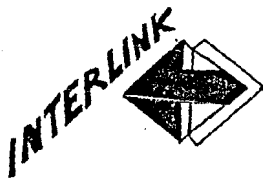
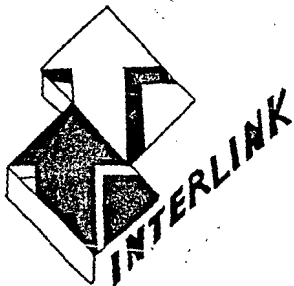
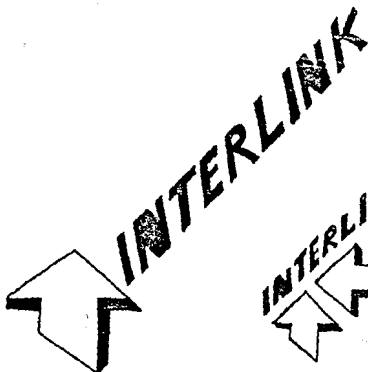
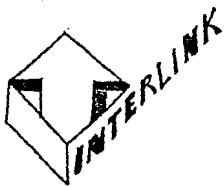
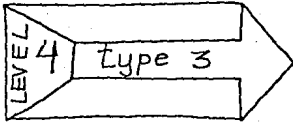
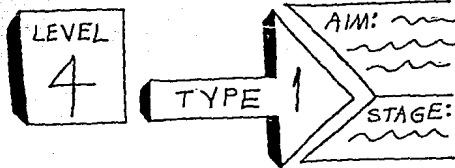
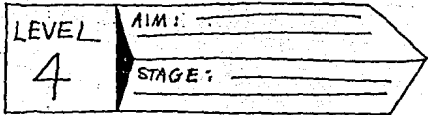
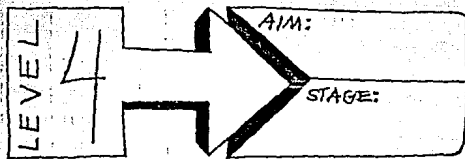
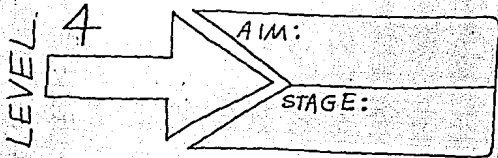
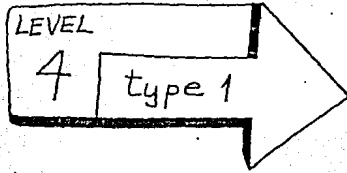
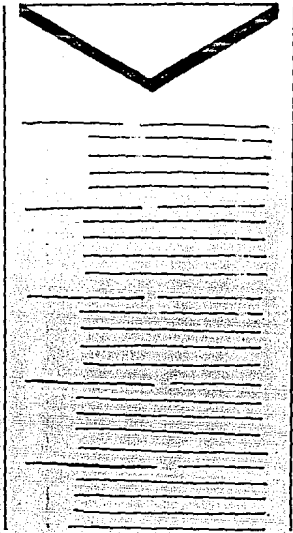
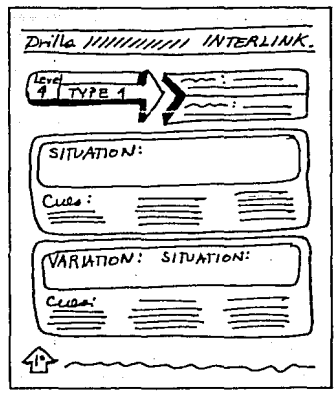
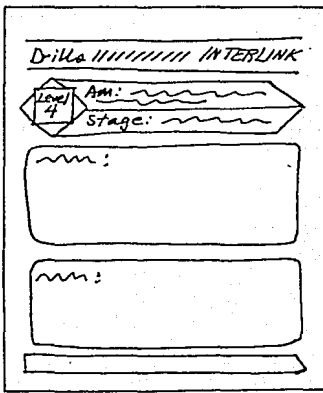
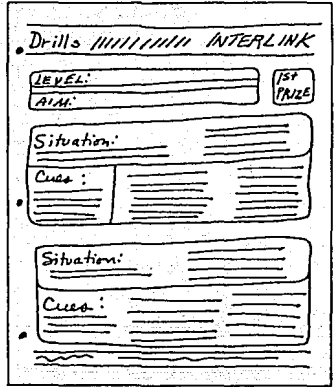
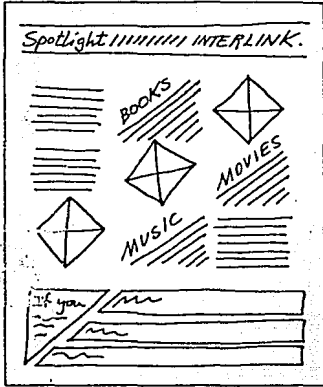
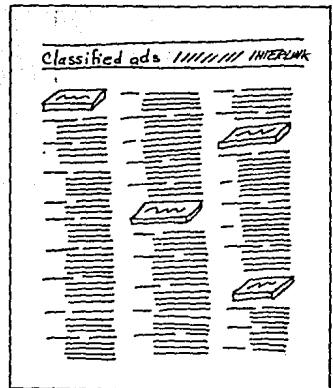
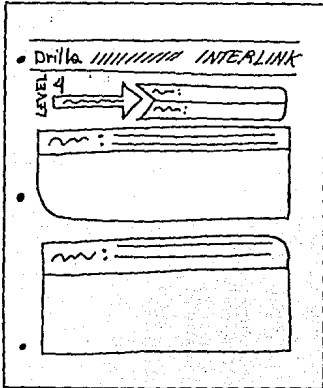
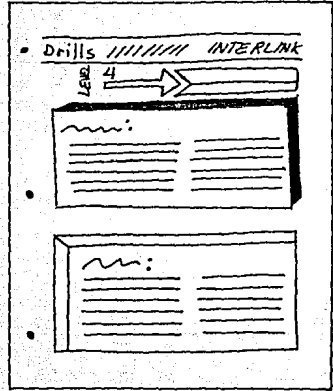
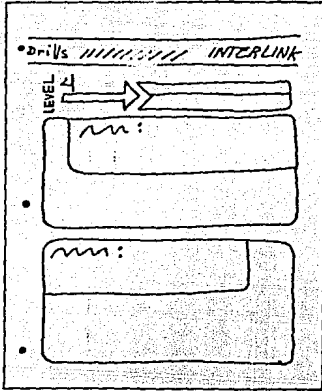


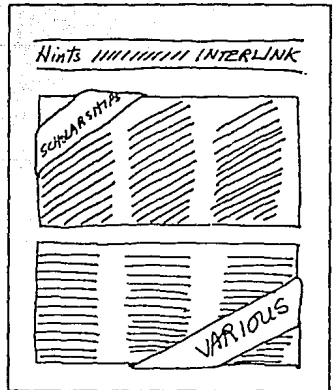
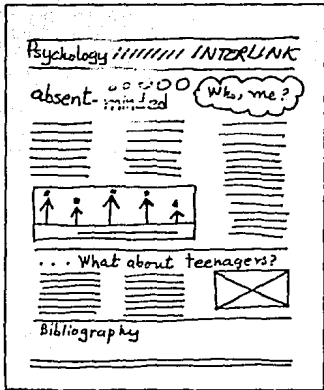
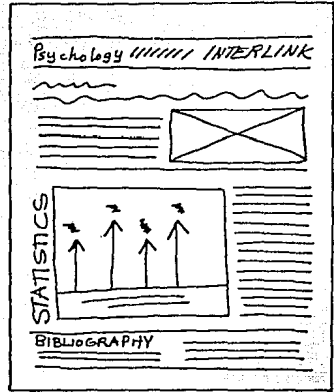
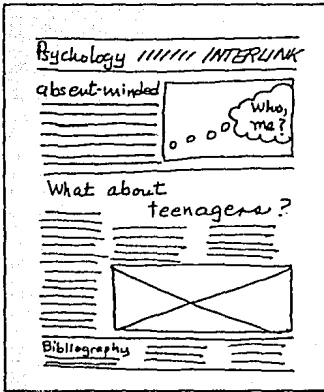
Foto 32

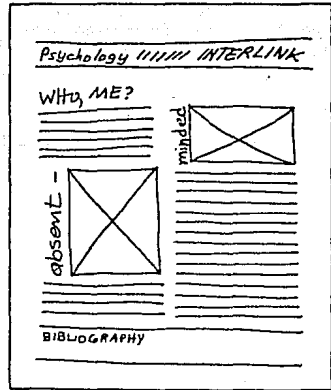
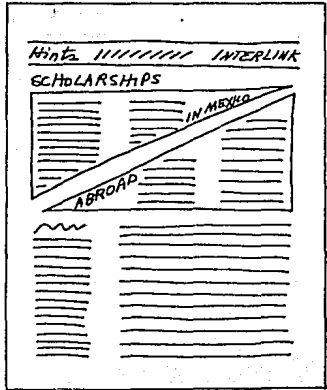
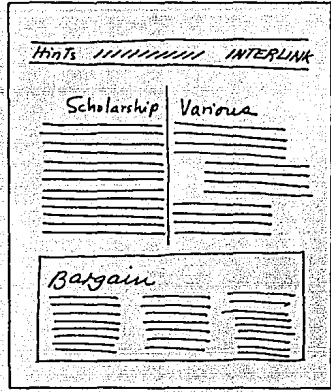
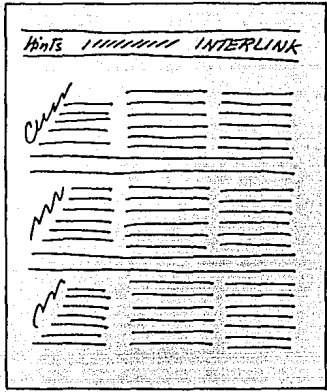
accomodation

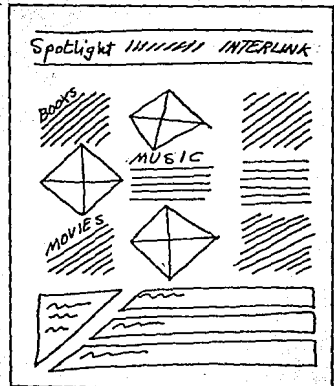
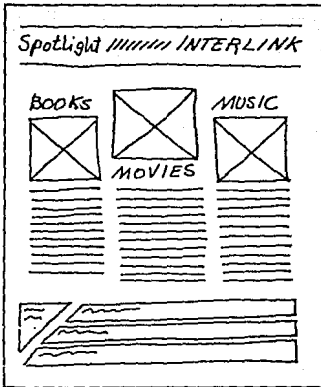
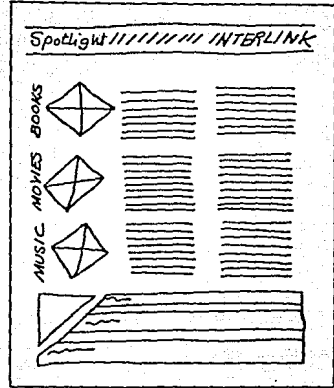
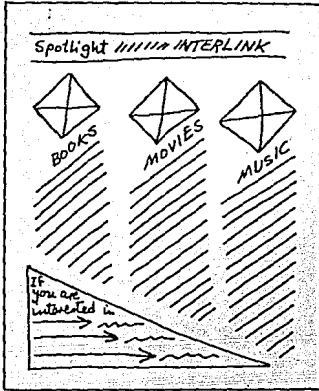












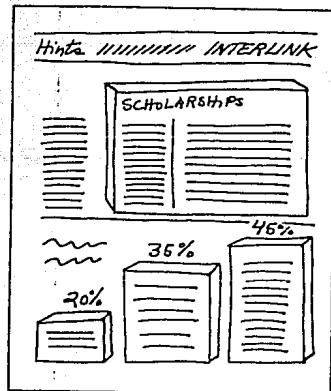
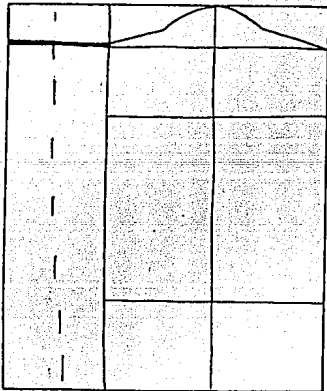
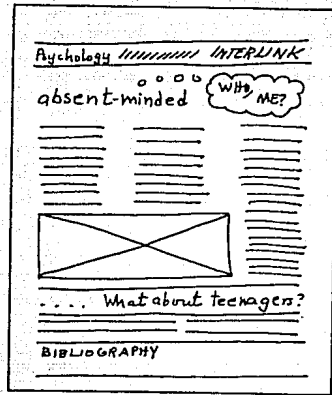
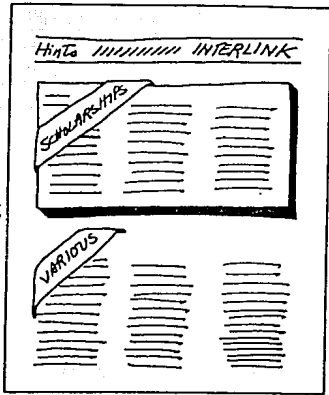


Foto 40

34 $\frac{1}{2}$

To:

INTERMAIL

From:

Branch:

INTERMAIL

To:

From: Branch:



Procedure:

Section 1

1 _____

7 _____

5 _____

2 _____

6 _____

3 _____

1 _____

7 _____

4 _____

2 _____

8 _____

5 _____

3 _____

9 _____

6 _____

4 _____

Please, fold here

Please, fold here.

Please, cut here

Name:

Branch:

Date:

Schedule:



3"

Proceduse: Use this form to make suggestions, advice, to send drills or ideas to the technical department. Please fold it and send it to the T.D. We always appreciate your cooperation.

Please fold here

4 1/2"

Please, fold here

Please, cut here

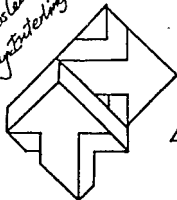
Name:		Branch:	
Date:		Schedule:	

12 1/2"

4 1/2"

Number 1
January 88
Director: Susan Jones

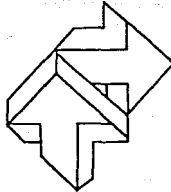
Bimonthly newsletter
published by Interlink



INTERLINK

1st Prize Drilla Contest
Juan Gil Fernández
Present Perfect

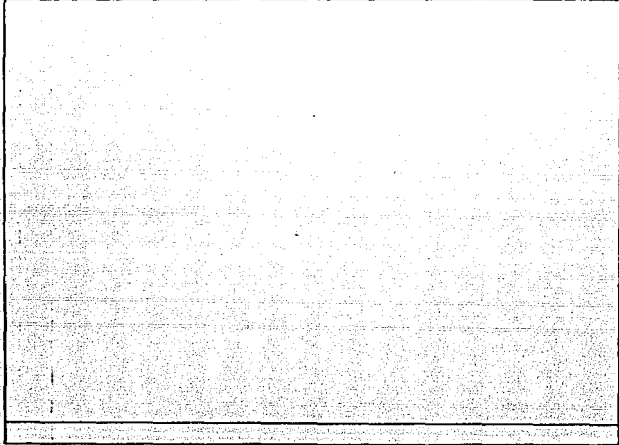
Number 1 January 89



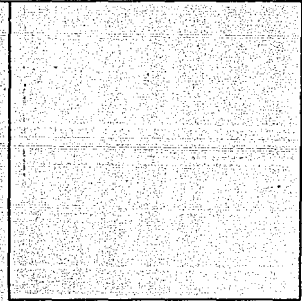
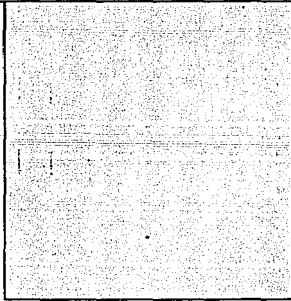
INTERLINK

The bimester newsletter published by Interlink

Brief and promising
speech

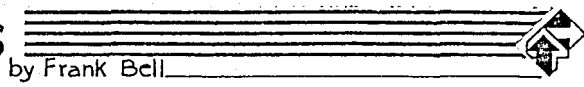


New
Politics
Changes



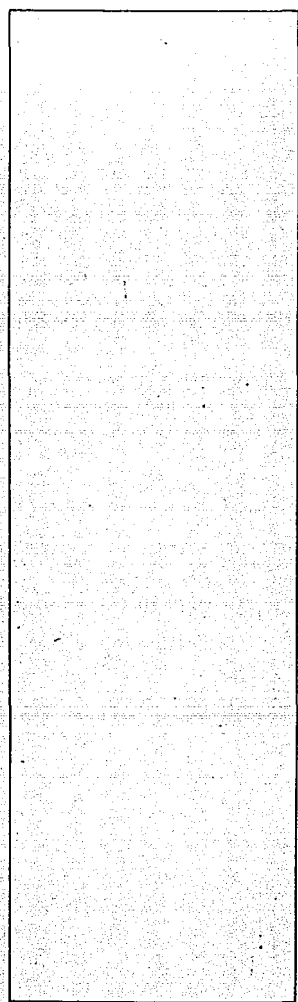
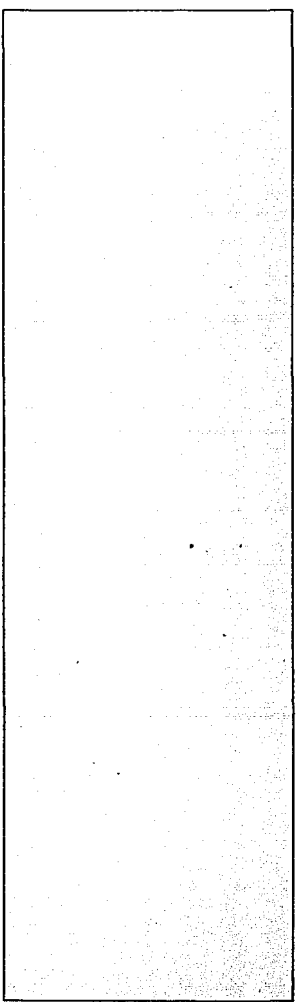
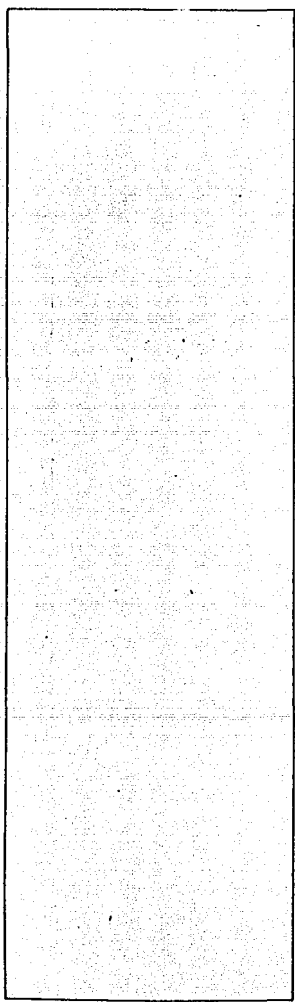
Inside

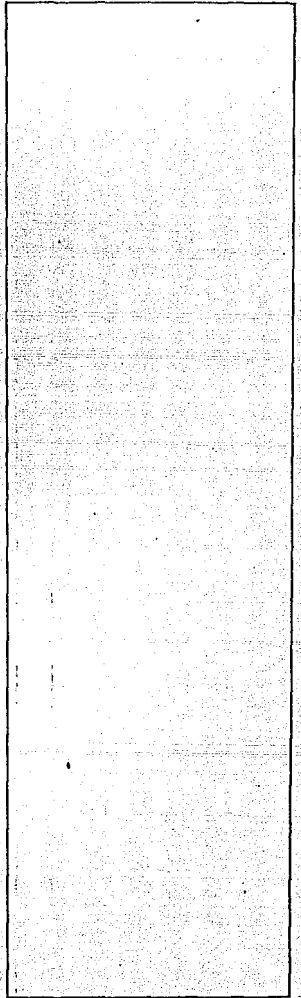
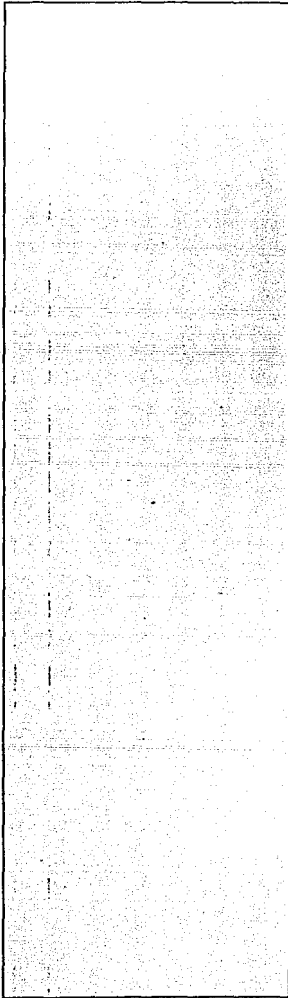
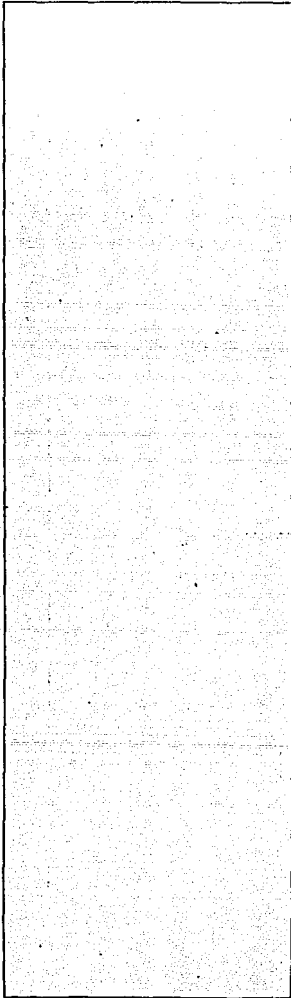
Drills



by Frank Bell

INTERLINK







INTERLINK

the newsletter printed by **INTERLINGUA**



A todo lo que le pregunta-cho mejor que sus fotos. Y sin poses.

Ambitious Interlingua's development scheme: Gil

Duda un poco al pensar en Enrique, como su padre, es abogado y dedicó la mayor parte de su tesis a la descentralización. "Le sirvió la experiencia que tuvo en la campaña, en donde viajaron por todo el país. Fue por ellos como un curso intensivo. Fue un gran experiencia para su vida".

Queremos saber si han estudiado fuera del país y nos dice que no. Que Enrique va a hacer una maestría en el exterior, pero que no viajó en Septiembre porque quiso quedarse para acompañar a su padre hasta el final y estaba a bailar. "Siempre nos ha gustado el baile y sobre todo la música guapachosa. En ese momento estaba de moda el son que se bailaba en un ladrillo. Nosotros le hacíamos variantes, le pe-

mo esposa del Presidente de México:

—De las labores que usted inició ¿cuál piensa continuar?

—Servicio social.

Nos explica que siempre ha tratado de ayudar a los más necesitados. Y insistirle sobre su ayuda concreta como Primera Dama a los ancianos, los niños y la mujer en general, nos explica que si pusieron en marcha programas en integración social y familiar; asistencia social a desamparados; rehabilitación, asistencia social alimentaria y jurídica.

Al hablar de otros países resolvimos pasar a un tema más femenino, menos trascendental: la moda.

—¿Qué diseñador prefiere?

—El mexicano Manuel Méndez, me ha diseñado ropa como a mí me gusta

New fringe benefits

—Después de esta experiencia presidencial ¿cómo organizará su vida personal?

—Esta experiencia ha sido rica en vivencias que, sin duda, perdurarán en mi memoria y en mi corazón. Desde luego que mi vida cambiará de ritmo, pero estoy preparada. Dedicaré más tiempo a mi esposo y a mis hijos, continuaré con labores altruistas, visitaré los hermosos lugares que nos ofrece nuestro país, trataré de mantenerme en forma haciendo deporte y me relajare leyendo mucho.

—¿Qué género literario prefiere?

—La historia. Sobre todo las biografías. Y todo lo relacionado con nuestro país. La antropología... Me gusta también la pintura. He visitado varios países y siempre trato de ir a los museos.

—¿Qué tipo de pintura prefiere?

—Soy conservadora, la clásica. El mejor para mí, es José María Velasco. Y me gustan las acuarelas mexicanas.

inside

- Jane Smith's teaching method 2
- Mextesol convention 3
- Passive Voice with Modals 6

Opinion

by Pat Jones



INTERLINK

Mextesol annual convention

—Fue en Hacienda. La señora Beteta no pudo acudir a una reunión que teníamos y tuve que representarla. Para mí fue una sorpresa porque iba nada más a acompañarla y me mandó decir en la mañana que yo fuera la que hablara.

—¿Y cuál fue el último?

—Fue hace unos días que estuvimos de gira de trabajo en el estado de Hidalgo.

—Seguramente le fue más fácil.

—Fácil, fácil, le diré, no. Menos angustioso sí, pero siempre me quedo inconforme, sus grandes intereses.

—¿Van ahora a estrenar casa?

—La casa que hemos habitado hace doce años y que dejamos en el sexenio la vemos como nueva y toda la familia tiene gran ilusión de regresar a ella.

—¿Qué tanto tiempo de vida familiar tiene la esposa de un presidente?

—Tratamos, en lo posible, de ser una familia normal, donde se discuten los proyectos, se festejan los logros, se analizan los tropiezos para no incurrir en errores futuros; se inculcan valores tradicionales, etc. El tiempo, por lo tanto, es el más completo que puedo dedicar a mi familia, sin descuidar mis res-



ció al Presidente. Hay una quisimos

—¿Siente nostalgia al dejar de ser la Primera Dama de México?

Paloma Cordero de De la Madrid sonríe:

—Nostalgia siempre tiene que existir. Ha sido un privilegio, un honor; no fue fácil, pero como lo dijo el Presidente, fue un privilegio gobernar al país en sus momentos difíciles. Fue un reto y como mexicana me sentí muy orgullosa de pertenecer a este país; es natural que quede un poquito de nostalgia porque hubiera querido hacer más cosas, llegar a más gente. Sin embargo, siempre es tuvimos conscientes de que esto era circunstancial, que era un período de seis años y que iba a terminar.

Después, cuando nos mostraba parte de la planta baja de la casa en donde está la piscina, confesó que ésta le iba a hacer falta porque casi todas las mañanas la utilizaba y el Presidente lo hacía población más necesitada. La participación activa de los mismos beneficiados ha constituido un gran avance para mejorar los servicios de asistencia social. Esas mismas personas son auténticos promotores de su desarrollo infantil".

Después de oír la quisimi saber



Aconvención la tradicionalmente entonces

short notes

Las tazas generalmente tienen un asa, ¿verdad? Hay, sin embargo, nuevos modelos que vienen con dos, una en cada lado. Estas tazas están especialmente diseñadas para los niños muy pequeños, que comienzan a sujetar las cosas que utilizan a diario, pero que deben usar las dos manos para asirlas con seguridad.

El ajo y los clavos de olor adquieren un gusto más fuerte si se congelan; el sabor de la cebolla, por el contrario, se reduce. Por tanto, si va a congelar un plato, use el sazónarlo un poco menos del ajo o lo clavos que especifica la receta, y un poco más de la cantidad de cebolla indicada.

¿Le ha prohibido el médico la sal o le ha limitado su consumo, pero no se acostumbra a prescindir del salero en la mesa? ¡Fácil! Haga una combinación de sus hierbas aromáticas molidas favoritas, y eche la mezcla en el salero. Así podrá seguir utilizando éste sin problemas de ninguna clase.

Para quitarle las escamas a un pescado con más facilidad, trote toda su superficie con un poco de vinagre.

Los asientos de cuero de las sillas se limpian "divinamente" frotándolos con la mitad de un limón. Luego se les pasa un paño suave para sacarles brillo.

Cuando lave un suéter a mano, añada al agua de enjuague un poco de acondicionador de pelo, y verá que le quedará más suave y flexible.

¿Sabía usted que una infusión de anís y tomillo es un remedio magnífico para la tos? Vierta media cucharadita de cada uno en una taza de agua bien caliente. Remueva bien, y deje reposar hasta que el agua se refresque. Cuele, endulce con

Drills

by Bart Hofman



INTERLINK

LEVEL
3

type 2

aim:

Tradicionalmente, las decisiones sobre el producto se con

stage:

la alta gerencia a fin de diseñar y poner en ejecución mejores programas de mercadotecnia y de producto?

situation:

factorial fraccional (Green, 1974), todo lo cual resultó en 27 nuevas operaciones hipotéticas, cada una

de las cuales se describió en términos de los diferentes niveles de los ocho criterios. El cuadro 2 ilustra uno de estos 27 estímulos.

A cada uno de los ejecutivos se le presentó un jue-

procedure:

decisiones de productos tomadas en todos los niveles superiores al puesto de la gerencia de marcas comprenden muchos productos. Ya que la mayoría de las empresas operan con múltiples productos en múltiples mercados, una parte crítica de la política de productos debe incluir la evaluación del portafolio de productos actuales de la empresa y las decisiones sobre la asignación más adecuada de recursos entre sus productos y mercados. Si no se atiende explícitamente al portafolio de productos, es muy probable que la situación sea menos que óptima (especialmente en las organizaciones administradoras de productos). Aunque es obvia la importancia del análisis a nivel de portafolio de productos, la mayoría de los trabajos en materia de política de productos se circunscribe a productos individuales. Sólo en fechas re-

go de 27 tarjetas y se le pidió que las ordenara de acuerdo con el interés que tuvieran para él. Se sometieron las evaluaciones de los ejecutivos al algoritmo MONANOVA para obtener evaluaciones individuales de cada uno de los criterios, así como una evaluación del grupo. El cuadro 3 presenta la aportación de uno de los participantes. Después de haber recibido sus propias funciones de utilidad y de haberlas comparado con la del grupo, los ejecutivos intercambiaron sus impresiones para ver por qué había diferencias en las evaluaciones sobre la importancia de los diversos criterios. Después de tal intercambio, se efectuó un segundo análisis conjunto, en el cual se llegó a un mayor consenso entre los ejecutivos. Aun en aquellos casos en que no se logró un consenso, el procedimiento dio lugar a una producción útil, ya que se identificaron con toda claridad las fuentes del desacuerdo entre los dirigentes.

be careful with:

Recientes avances en el campo de la toma de decisiones de "atributos múltiples" permiten el uso de un enfoque más riguroso en la determinación de la importancia relativa de los diferentes objetivos. En muchos casos, se ha utilizado venturosamente con este sentido el análisis de conjuntos (Green, Wind, 1973). A fin de demostrar cómo se puede aplicar este enfo-

que en la determinación de la importancia relativa de los criterios que habrán de emplearse para evaluar el lanzamiento de nuevos productos, veamos el siguiente caso:⁴

Los ocho principales funcionarios de la alta gerencia de una gran empresa de transportación participaron en una sesión dedicada a buscar nuevas ideas en la que se identificaron ocho criterios. Este criterio se determinaron tres niveles y se



INTERLINK

the newsletter printed by **INTERLINGUA**



A todo lo que le pregunta-¡uho mejor que sus fotos. Y sin poses.

Ambitious Interlingua's development scheme: Gil

Duda un poco al pensar en Enrique, como su padre, es abogado y deducó la mayor parte de su tesis a la descentralización. "Le sirvió la experiencia que tuvo en la campaña, en donde viajaron por todo el país. Fue para ellos como un curso intensivo. Fue un gran experiencia para su vida".

Queremos saber si han estudiado fuera del país y nos dice que no. Que Enrique va a hacer una maestría en el exterior, pero que no viajó en Septiembre porque quiso quedarse para acompañar a su padre hasta el final y estaba a bailar. "Siempre nos ha gustado el baile y sobre todo la música guapechosa. En ese momento estaba de moda el son que se bailaba en un tadirillo. Nosotros le hacíamos variantes, le

mo esposa del Presidente de México.

—De las labores que usted hizo ¿cuál piensa continuar?

—Servicio social.

Nos explica que siempre ha tratado de ayudar a los más necesitados. / insistirle sobre su ayuda concreta como Primera Dama a los ancianos, los niños, y la mujer en general, nos explica que se pusieron en marcha programas en integración social y familiar; asistencia social a desamparados; rehabilitación, asistencia social alimentaria y jurídica.

Al hablar de otros países resolvimos pasar a un tema más femenino, menos trascendental: la moda.

—¿Qué diseñador prefiere?

—El mexicano Manuel Méndez, me ha diseñado ropa como a mí me gusta

New fringe benefits

—Después de esta experiencia presidencial ¿cómo organizará su vida personal?

—Esta experiencia ha sido rica en vivencias que, sin duda, perdurarán en mi memoria y en mi corazón. Desde luego que mi vida cambiará de ritmo, pero estoy preparada. Dedicaré más tiempo a mi esposo y a mis hijos, continuaré con labores altruistas, visitaré los hermosos lugares que nos ofrece nuestro país, trataré de mantenerme en forma haciendo deporte y me relajare leyendo mucho.

—¿Qué género literario prefiere?

—La historia. Sobre todo las biografías. Y todo lo relacionado con nuestro país. La antropología... Me gusta también la pintura. He visitado varios países y siempre trato de ir a los museos.

—¿Qué tipo de pintura prefiere?

—Soy conservadora, la clásica. El pintor para mí, es José María Velasco. Y me gustan las acuarelas mexicanas.

inside

- Jane Smith's teaching method 2
- Mextesol convention 3
- Passive Voice with Modals 6

Opinion

by Marcela Ruiz



INTERLINK

Janet Smith's teaching method

agrada y esto no, que para mí es muy importante. Porque si me dicen que la moda ordena ponerse el vestido arriba de la rodilla yo le digo que prefiero tapando la rodilla. El conoce mi gusto sabe que prefiero lo clásico.

El tema es interminable. Nos cuenta de cómo en China vieron realizar varios modelos de distintos diseñadores del mundo. Al hablar de los colores dice

que prefiere el rojo y "trato de buscar vida: el verde... el negro y el vestido de negro y fotos parecía muy que la moda hay con lo que a uno

Sin darnos cuenta pasando. Fuero que tratamos con

—Saber perdonar y tener ganas de superarme.

—Y al señor Presidente ¿qué defecto le quitaría?

—El cigarro.

La risa espontánea y la hora, dieron por terminada la entrevista.

Las ensaladas gelatinadas tienen sus pequeños trucos:

□ Para preparar moldes de gran tamaño se emplean 1 3/4 tazas del líquido por cada paquete de gelatina de frutas, o por cada sobre de gelatina sin sabor.

□ El líquido de los vegetales o el sirope de las frutas se puede emplear para preparar la gelatina.

□ La gelatina preparada debe enfriarse

hasta que adquiere una consistencia clara de huevo muy firme. Para decirle los vegetales queden repartida:

□ Las ensaladas ricas y atractivas, en triángulo.
□ Para hacer en diferentes capas verter la segunda capa cuando la primera esté completa.
□ Cuando se trate

deben prepararse desde el día anterior, para que estén bien firmes.

□ Para desmoldar la gelatina, se separa de los lados con una espátula de metal o con un cuchillo humedecido. Después se sumerge el molde en agua tibia y se estremece el contenido antes de voltear.

combination with intelligent,

adaptable, and really good,

made him an art director's



te. Cuando en uno de los tubos

sirope, si éstas son enlatadas.

□ Un queso crema de 3 onzas batido y mezclado con 2 cucharadas del jugo de la fruta fresca, o con el sirope de la fruta enlatada, es una cubierta exquisita para las ensaladas de frutas.

□ Las ensaladas de frutas resultan más atractivas, si se salpican con fibras de coco, con almendras picaditas, con jengibre molido o con guindas picadas.

□ Para las ensaladas de vegetales, la mezcla de salsa mayonesa con pepinillos, es deliciosa.

□ Para hacer variar el color de la salsa mayonesa, se pueden emplear gotas de colorante vegetal (verde o rojo) resultando más novedosa la salsa.



la residencia oficial de Los: varias fotografías de fami-

Some articles written by J. Smith

Entrenamientos libres (Fórmula Uno)	16.00
Espectáculos artísticos y deportivos Carrera karts	
Entrenamientos libres Espectáculos artísticos y deportivos	14
Calificaciones Fórmula Ford y motos 750	15
Calificaciones Topaz, artistas y celebridades	
Entrenamientos libres (Fórmula Ford, motos 750, artistas y celebridades)	10.00

Opinion

by Pat Jones



INTERLINK

Mextesol annual convention

—Fue en Hacienda. La señora Beleta no pudo acudir a una reunión que teníamos y tuve que representarla. Para mí fue una sorpresa porque iba nada más a acompañarla y me mandó decir en la mañana que yo fuera la que hablara.

—¿Y cuál fue el último?

—Fue hace unos días que estuvimos de gira de trabajo en el estado de Hidalgo.

—Seguramente le fue más fácil.

—Fácil, fácil, le diré, no. Menos angustioso sí, pero siempre me quedo inconforme. Sus grandes intereses.

—¿Van ahora a estrenar casa?

—La casa que hemos habitado hace doce años y que dejamos en el sexenio la vemos como nueva y toda la familia tiene gran ilusión de regresar a ella.

—¿Qué tanto tiempo de vida familiar tiene la esposa de un presidente?

—Tratamos, en lo posible, de ser una familia no mal, donde se discuten los proyectos, se festejan los logros, se analizan los tropiezos para no incurrir en errores futuros; se inculcan valores tradicionales, etc. El tiempo, por lo tanto, es el más completo que puedo dedicar a mi familia, sin descuidar mis res-



...ió al Presidente. Hay una quisimos

—¿Siente nostalgia al dejar de ser la Primera Dama de México?

Paloma Cordero de De la Madrid sonríe:

—Nostalgia siempre tiene que existir. Ha sido un privilegio, un honor; no fue fácil, pero como lo dijo el Presidente, fue un privilegio gobernar al país en sus momentos difíciles. Fue un reto y como mexicana me sentí muy orgullosa de pertenecer a este país; es natural que quede un poquito de nostalgia porque hubiera querido hacer más cosas, llegar a más gente. Sin embargo, siempre es tuvimos conscientes de que esto era circunstancial, que era un período de seis años y que iba a terminar.

Después, cuando nos mostraba parte de la planta baja de la casa en donde está la piscina, confesó que ésta le iba a hacer falta porque casi todas las mañanas la utilizaba y el Presidente lo hacía población más necesitada. La participación activa de los mismos beneficiados ha constituido un gran avance para mejorar los servicios de asistencia social. Esas mismas personas son auténticos promotores de su desarrollo infantil.

Después de oírlo quisísimos saber



Acuñación la tradicional y entonces

short notes

Las tazas generalmente tienen un asa. ¿Verdad? Hay, sin embargo, nuevos modelos que vienen con dos, una en cada lado. Estas tazas están especialmente diseñadas para los niños muy pequeños, que comienzan a sujetar las cosas que utilizan a diario, pero que deben usar las dos manos para asirlas con seguridad.

El ajo y los clavos de olor adquieren un gusto más fuerte si se congelan; el sabor de la cebolla, por el contrario, se reduce. Por tanto, si va a congelar un plato, use al sazónarlo un poco menos del ajo o los clavos que especifica la receta, y un poco más de la cantidad de cebolla indicada.

¿Le ha prohibido el médico la sal o le ha limitado su consumo, pero no se acostumbra a prescindir del salero en la mesa? ¡Fácil! Haga una combinación de sus hierbas aromáticas molidas favoritas, y eche la mezcla en el salero. Así podrá seguir utilizando éste sin problemas de ninguna clase.

Para quitarle las escamas a un pescado con más facilidad, frote toda su superficie con un poco de vinagre.

Los asientos de cuero de las sillas se limpian "divinamente" frotándolos con la mitad de un limón. Luego se les pasa un paño suave para sacarles brillo.

Cuando lave un suéter a mano, añada al agua de enjuague un poco de acondicionador de pelo, y verá que le queda más suave y flexible.

¿Sabía usted que una infusión de ajís y tomillo es un remedio magnífico para la tos? Vierta media cucharadita de cada uno en una taza de agua bien caliente. Remueva bien, y deje reposar hasta que el agua se refresque. Cuele, endulce con

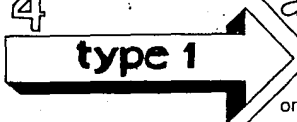
Drills

by Luis Prado



INTERLINK

LEVEL 4



aim:

que una compañía tome en relación a sus productos—

stage:

omo uno de los componentes que una empresa incluye en su mezcla de mercadeo. Sin embargo, la importancia de las decision

Situation:

de crear el objeto por el solo hecho de crearlo. Este propósito inconsciente es tan fuerte

go plazo" es diferente, a su vez, de acuerdo con el nivel administrativo, esto es, mientras más elevado el nivel administrativo, más largo el horizonte del tiempo.

Cues:

Si quiere que la corteza del pan horneado en casa quede bien tostada, barnice toda la superficie con una clara de huevo diluida en una cucharada de agua. Si quiere, por el contrario, que quede suave, extiende sobre ella un poco de mantequilla al momento de sacar el pan del horno. ¿Quiere que el pan viejo quede así como acabado de hornear? Humedezca un paño de cocina, y úselo para

qu. parece tomar el mando cuando llenar el lienzo y las piezas de meta granarse.

Este mismo concepto tos ayuda a explicar por qué tan parece que los nuevos descubrimientos tales, resultado de un golpe de suerte arbitrario. En ocasiones se cita el caso de los rayos X.

Pero la mayor parte d

el refrigerador por varias horas (preferiblemente por un día completo), retire el paño, y hornee a calor moderado por unos minutos. Y recuerde que para gratinar un alimento, sólo tiene que esparcir sobre él migas de pan, espolvorearlo con un poco de queso rallado y ponerlo en el horno a calor moderado hasta que el pan se dore y el queso se derrita. Sirve además para suavizar la garganta), y sirva. Esta infusión debe tomarse sorbo a sorbo, un poco cada media hora.

Variation, Situation:

y si le añade algunos entrepaños, también podrá guardar la ropa de cama que no tenga en uso (las sábanas, los edredones, las almohadas, etc.) Si le coloca unas

cientes se ha empezado a tratar la cuestión del portafolio de productos.

En el portafolio de productos se evalúan los productos actuales de la empresa en una serie de dimen-

Cues:

Para que un ramo de flores se conserve más tiempo, lo primero es cortar el extremo de los tallos en forma oblicua para que la superficie que absorbe el agua sea mayor. En lugar de agua sola, vierta en el jarrón donde va a poner las flores una solución de agua y té (a razón de una parte de té por cuatro o seis de agua). Cuando termine de hacer el arreglo, elimine todas las hojas que han quedado

sidera accidental resulta de la conciencia o inventor en su propósito. P inconscientemente, ve significados conscientes. Le dará crédito al gat por tirar una botella y dejar al de propiedad insospechada en su cuenta que ésta era exactamente autónoma. Le hace sugerencias a así decirlo, le ayuda a ponerse de n

bajo la superficie del agua, que se echarían a perder rápidamente si permanecieran en el tallo. Y una sugerencia al margen: si quiere darle un toque original a su arreglo, eche en el agua unas gotas de colorante vegetal de cualquier tonalidad. Si usa en particular el colorante verde los tallos de las flores quedarán casi invisibles dentro del jarrón.

Se deben escoger siempre las frescas. Se lavan con agua corrien



Una consideración crítica en la determinación de objetivos es el equilibrio que haya entre

Drills

by Bart Hofman



INTERLINK

LEVEL 3

type 2

aim:

Tradicionalmente, las decisiones sobre el producto se con

stage:

la alta gerencia a fin de diseñar y poner en ejecución mejores programas de mercadotecnia y de producto?

Situation:

factorial fraccional (Green, 1974), todo lo cual resultó en 27 nuevas operaciones hipotéticas, cada una

de las cuales se describió en términos de los diferentes niveles de los ocho criterios. El cuadro 2 ilustra uno de estos 27 estímulos.

A cada uno de los ejecutivos se le presentó un jue-

procedure:

decisiones de productos tomadas en todos los niveles superiores al puesto de la gerencia de marcas comprenden muchos productos. Ya que la mayoría de las empresas operan con múltiples productos en múltiples mercados, una parte crítica de la política de productos debe incluir la evaluación del portafolio de productos actuales de la empresa y las decisiones sobre la asignación más adecuada de recursos entre sus productos y mercados. Si no se atiende explícitamente al portafolio de productos, es muy probable que la situación sea menos que óptima (especialmente en las organizaciones administradoras de productos). Aunque es obvia la importancia del análisis a nivel de portafolio de productos, la mayoría de los trabajos en materia de política de productos se circunscribe a productos individuales. Sólo en fechas re-

gido de 27 tarjetas y se le pidió que las ordenara de acuerdo con el interés que tuvieran para él. Se sometieron las evaluaciones de los ejecutivos al algoritmo MONANOVA para obtener evaluaciones individuales de cada uno de los criterios, así como una evaluación del grupo. El cuadro 3 presenta la aportación de uno de los participantes. Después de haber recibido sus propias funciones de utilidad y de haberlas comparado con la del grupo, los ejecutivos intercambiaron sus impresiones para ver por qué había diferencias en las evaluaciones sobre la importancia de los diversos criterios. Después de tal intercambio, se efectuó un segundo análisis conjunto, en el cual se llegó a un mayor consenso entre los ejecutivos. Aun en aquellos casos en que no se logró un consenso, el procedimiento dio lugar a una producción útil, ya que se identificaron con toda claridad las fuentes del desacuerdo entre los dirigentes.

be careful with:

Recientes avances en el campo de la toma de decisiones de "atributos múltiples" permiten el uso de un enfoque más riguroso en la determinación de la importancia relativa de los diferentes objetivos. En muchos casos, se ha utilizado venturosamente con este sentido el análisis de conjuntos (Green, Wind, 1973). A fin de demostrar cómo se puede aplicar este enfo-

que en la determinación de la importancia relativa de los criterios que habrán de emplearse para evaluar el lanzamiento de nuevos productos, veamos el siguiente caso:

Los ocho principales funcionarios de la alta gerencia de una gran empresa de transportación participaron en una sesión dedicada a buscar nuevas ideas en la que se identificaron ocho criterios. Este criterio se determinaron tres niveles y se



Prepositions

con el fondo de grandes colinas y bosques, evoca un sentimiento de soledad —al principio tentativo y luego obligatorio. En realidad, el niño puede estar tan contento como un cerdo en un trigal, pero el artista lo transforma agregándole una nueva perspectiva propia que no existía antes.

También el inventor va de lo real a lo tentativo a través de la especulación. En el ejemplo del instrumento, el aparato convencional de engranes es el real, pero el inventor no está satisfecho con esto. Ni siquiera está satisfecho con mejorarlo, sino que deja volar su imaginación para llegar a un tipo de solución completamente nueva —no tomar el movimiento circular ejercido por el resorte y convertirlo en un movimiento en línea recta, sino usar directamente el movimiento intrínseco del resorte.

Las respuestas especulativas nunca están al reverso del libro. A menudo contradicen la información convencional. Son peligrosas, no tienen apoyo, son un riesgo. Son, según el juicio de nuestra cultura pragmática, culpables hasta que se pruebe su inocencia. Por aplazamiento, la capacidad de presente por un futuro te más rico.

Vimos un ingen estere inventor Sin ese den dia Y el pr vo, con —que c dad nu comple

hard stuff to digest

na que el engranes. ni el inventor puede de lo real, que es inmediata encuentra en el futuro. be ir de lo real a lo tentativo se separan continuamente erta a su vez en una realidad con una nueva y aún más ta que se haya consumado



Quiz

- c) *Impacto en los accionistas.* (Es decir, el la reacción de diferentes accionistas, como ser pleados, accionistas, el gobierno, etc.).
 - d) *Consumo de los recursos de la empresa.* sumo de los recursos financieros y humanos (e mente el tiempo y las capacidades de los gerent frecuencia es un factor crítico.
- La importancia relativa de estos cuatro co de objetivos varía de acuerdo con el nivel de rentes empleados y del horizonte del tiempo

No se pretende que esta lista de criterios se pleta, sino solamente ilustrativa de que exist chos objetivos empresariales. Otros criterios las preferencias y los valores de la gerencia sarial. En general, los objetivos muestran una cia que refleja cuatro conjuntos de factores:

- a) *Comportamiento previsto.* Ordinariamen es el conjunto principal de criterios, en el qu cluyen tanto el nivel de comportamiento (v.g., veles de las ventas y las utilidades), como el r

When can we teach them?

Un artista empieza a pintar sobre unictivo: el lienzo teniendo en mente desde una vaga noción deia que t la imagen hasta la imagen casi completa. En deter-poco de minado momento, se da cuenta de que ha habidorista era un cambio. Cuando empezó a plasmar su pensa-que se tc miento en la pintura, el lienzo estaba vacío. El ar-nado un

BIBLIOGRAPHY

- Calentamientos Fórmula Ford y motos 750
- Espectáculos artísticos y deportivos
- Carrera motos 750
- Carrera Fórmula Ford
- Calificaciones Topaz, artistas y celebridades

Drills

by Larry Green



INTERLINK

LEVEL 7

type 3

aim:

tomo independiente que se concentra en dos interrogantes:

stage:

Los capítulos de *Politica de producto*¹ que se seleccionaron para esta edición especial "Fuera de Serie" de EXPANSION, constitu

situation:

es necesario tener en la casa un lugar donde guardar los alimentos y algunos enseres de limpieza. Si su cocina no es muy amplia, y no tiene ningún espacio

disponible, probablemente encuentre algún lugar en el comedor, o en el pasillo que le resulte cómodo. En este caso, todo lo que que necesita son unos entrepaños (que puede comprar ya hechos) y atomillarios a la pared a la

procedure:

se vuelve activo y empieza a tener cierta influencia. Lo puede llevar a completar la pintura en una forma muy diferente de lo que originalmente había concebido.

Las etapas en el desarrollo de un invento mecánico son similares a las de una pintura. Un inventor tiene una idea. El acero y el latón es para él lo que el lienzo es para el pintor. Empieza a formar algo basándose en su especulación. Pero no tiene que terminarlo para saber que va a funcionar. La misma máquina que está construyendo le dice, si en verdad es creativo, que será buena o mala *antes* de que el buen o mal funcionamiento del mecanismo terminado lo compruebe. Si percibe que va a fallar, se detendrá y empezará de nuevo. Pero si es el éxito lo que ve venir, sentirá una oleada de poder

mo si fuera llevado por éste.

Tradicionalmente, se ha concebido la respuesta a "¿es bonita?" como completamente subjetiva, mientras que se ha aceptado la respuesta a "¿es útil?" como completamente pragmática. Sin embargo, esto sólo significa que se *juzga* de diferente manera a los productos del arte y a los de la ciencia. El hecho es que son producidos mediante el mismo proceso. Tanto los inventores como los artistas, sienten la autonomía del objeto, la forma en que se transforma de pasivo a activo.

La autonomía aparente del objeto refleja el propósito inherente del proceso creativo mismo. Por supuesto, la actividad creativa también es un medio de llegar a un fin claramente establecido: el propósito externo, la necesidad de un producto creado, es la verdadera razón del trabajo de un artista o inventor. Pero, más allá de esto existe un

if the group is weak:

los objetivos (criterios) relativos más apropiados de producto y mercadotecnia, se debe contestar la pregunta clave de qué tan importante es cada uno de los diferentes objetivos. La manera más fácil de estable

los superiores y reflejar consideraciones con respecto al portafolio de productos.

Determinación del peso de cada objetivo.

Después de haber identificado un conjunto de vos empresariales pertinentes, y de haber

Psychology

by Paz Soto



absent-minded

WHO, ME?

Después nos sigue explicando que ha procurado llevar una labor pública discreta, "sin dejar de tener presentes a mi esposo y a mis hijos, que no lo son de un período sexenal sino de la vida entera".

Oyéndola se nos ocurre plantearle las dudas de muchas mujeres de si el trabajo fuera de la casa residente en cierta forma la estabilidad del hogar.

—Tengo la impresión, en general, que ha sido más positivo que negativo el hecho de que la mujer trabaje. Pero sí considero que si no se organiza bien, si no sabe darle una prioridad a lo que es la familia, si pierden mucho su esposo y sus hijos.

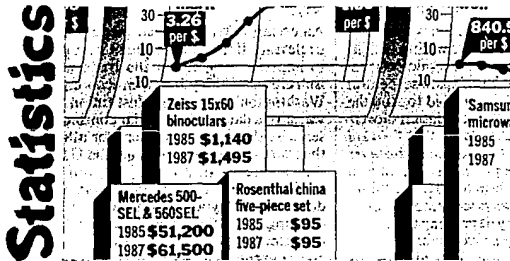
—¿Y no cree que la independencia económica que ha logrado la mujer incide en el aumento de divorcios?

perdido esta conciencia y ha sido fundamental y fatal para ellos porque realmente están en grave crisis. Tengan el dinero que tengan, no tienen lo que aún tenemos nosotros. Y debemos, yo creo que cada día más, de crear conciencia en la gente de cuidar su hogar. A las jóvenes hacerles comprender que libertad no es libertinaje. Que se debe tener responsabilidad y que no se trata de ahí me caso, ahí se va. Todos tenemos momentos difíciles que debemos sobrellevar. Hay que tratar de conservar a la familia unida. Sobre todo, por los hijos. Sin embargo, la vida moderna ha cambiado las costumbres. Yo, con los pocos días que he tenido oportunidad de ver la realidad de otros países, como esposa del Presidente, y escuchando los co-



foranza: las tres hermanas, saber

—Yo creo que no es tanto por el trabajo sino por el concepto que se tiene ahora de que yo no aguento, yo me puedo liberar fácilmente y yo puedo volverme a casar. En nuestro país todavía se respeta el núcleo familiar a toda costa. Y esa es la base de la sociedad.



mentarios de las otras esposas de man-mente es mi datarios, me he dado cuenta que los muy cordial. problemas que están pasando en otras mos respon partes son enormes. En Estocolmo, por Sencilamen ejemplo, un país de un nivel de vida tansalones de elevado, tienen un problema muy gran-Pinos vimos de principalmente con accidentes en loslia, nos llam niños. La razón es que desde muy pe-de la boda queños los dejan solos. Aunque haycómo cono guarderías, éstas tienen un horario. En-sonrisa de a tonces la madre después del trabajoentonces mi tiene otros compromisos. Eso no pasaba cumplid entre nosotros porque siempre está lapequeña fie: abuela, o la tía o una hermanita. su único,he

BIBLIOGRAPHY

- Relación entre los activos y las obligaciones
- La deuda a largo plazo como porcentaje del capital
- Política de dividendos
- Porcentaje de ventas y utilidades generado por los productos cíclicos
- Porcentaje de ventas y utilidades derivado de los

productos ajenos a la línea de productos principales de la empresa

- Porcentaje de ventas y utilidades derivado de las operaciones internacionales
- Protección de patentes, exclusividad, u otros medios para conservar ventajas de tiempo
- Participación en el mercado de los productos principales

Drills

by Frank Bell



INTERLINK

LEVEL **B**

conversation

aim:

¿Cuáles son los conceptos y los métodos que puede emplear?

stage:

1). ¿Qué papel desempeñan la mercadotecnia y la planeación del producto en el ámbito empresarial?

procedure:

Quizás el ejemplo más impresionante de las sesiones transcritas es la forma en que el grupo está dispuesto a aplazar los detalles de cómo hacer que funcione la mesa giratoria, no se deja atrapar en un sinnúmero de estrechas soluciones prácticas para dificultades pequeñas, sino que busca una solución vasta y temeraria —como “la elegante simplicidad de una rueda mágica”. Desde una mesa giratoria hasta una rueda mágica, y luego, a la solución, ¡un polígono colocado en ángulo!

Probablemente el papel de la especulación y del aplazamiento sea el que necesita más orientación, tanto por su importancia al proporcionar la materia prima de la que salen las nuevas ideas como por las dificultades que éste plantea y que deben superarse antes de poder ser utilizado eficazmente en las actividades de grupo.

Puesto que la especulación es un albur, existe la tendencia a guardarse para uno mismo tales riesgos no intelectuales. Quizás ésta sea la razón por la que tradicionalmente los artistas e inventores son tan reservados. Sin embargo, la creatividad de grupo depende de la intercomunicación que exista en el mismo. Para que esto funcione, se debe empezar a fomentar la especulación abierta. Para alcanzar este objetivo, es bueno que los participantes del grupo se reúnan en una habitación especial donde tengan la libertad de discutir, injuriar y desenvolverse.

Lo que es todavía más necesario es crear un ambiente que no sólo permita expresar sin trabas las ideas nuevas, sino que recompense realmente ese comportamiento mediante una mayor estima del grupo. Con el fin de hacer esto, nuestro grupo desarrolló una técnica que, para ponerle un

variation:

Quizá yo lo haya hecho parecer fácil, pero no es el caso. Los miembros del grupo pasan muchos trabajos, igual que el que sea responsable de hacer que el grupo empiece a trabajar y de encaminarlo hacia la productividad. Por tanto, pueden ser útiles algunas de las lecciones que aprendimos de nuestro grupo.

creación acelerada de posibilidades. Cada miembro del grupo ha definido claramente los modelos recurrentes de la fantasía especulativa que pueden llegar muy lejos, pero es tal la naturaleza de las discusiones de grupo que los demás participantes obtienen nuevos puntos ventajosos con los cuales enriquecen la idea inicial.

Spotlight

by Celia Lara



INTERLINK

movies



—¿Recuerda cuál fue el primer regalo que él le dio?

—¡Fíjese qué mañoso! Me dio un anillo, una churumbelita que podía pasar como anillo de boda. Entonces yo estuve: Miguel de la Madrid. A todos, incluyendo los padres, les cayó muy bien. Pese a su juventud ya estudiaba Derecho. Y seguramente a él también le agradó la casa de su amigo porque si guio visitándola. Las hermanas estaban

encantadas. Y surgió la duda: ¿En cuál de ellas estaba interesado? La incógnita no se despejó sino dos años más tarde. Había un coctel al cual la hermana mayor iba a asistir con un compañero de estudios. Ahí fue cuando el hoy Presidente le pidió a Paloma que lo acompañara. Después hubo otra fiesta y vino la declaración. Entonces el Riviera era "el" sitio. Había tres dancistas de 5 de la tarde a ocho en donde la nueva pareja

music



Y la historia, como en los cuentos de hadas, siguió con la boda cuando Miguel de la Madrid tenía 24 años, ya se había recibido de abogado, trabajaba en un banco y era un muchacho que prometía.

—¿Esperaron para ser padres?

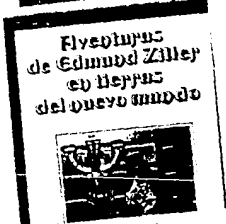
—No. A los nueve meses y quince días nació Margarita, la mayor. Mi hijo Miguel, un año y dos días después de Margarita; luego Enrique cuando Margarita apenas tenía tres años. Y des

pués de cuatro años nació Federico. Siempre que es más difícil cuando son tan separados porque los consiente un poco más. A los tres años y medio nació Gerardo, el menor, que tiene 18 años diez meses y Margarita.

Le preguntamos entonces si alguna se ha interesado por la política.

—Por el momento no. Les interesa a todos, como a todo mexicano joven que le llama la atención lo que pasa en e

books



—Me siento satisfecha por la labor que he realizado, aunque he de reconocer que me hubiera gustado hacer más. Como presidenta de los Patronatos Nacionales del Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia y de Promotores Voluntarios, mis actividades se han encaminado a servir a los más necesitados. Recuerde usted que en la presente administración la asisten-

cia social se contempla como una parte del derecho a la salud, por lo que nuestras acciones tienen un nuevo y más adecuado marco jurídico.

—¿Qué imagen siente que dejó entre los mexicanos?

—Traté de realizar mi máximo esfuerzo en todas mis actividades. Espero que lo sembrado haya dado frutos entre mis compatriotas y creo que co-

if you are interested in...

photography:

o supresión de productos existentes) y la ubicación de los y control de los productos de la empresa con respecto a las metas fijadas— pues, está enfocado exige que sean mucho más sistemáticos y completos los esfuerzos de empresas

theater:

determinación del portafolio de productos que se desea (que ejecución comprende la anexión de nuevos productos, así como la modificación del libro.

sculpture: que realice la compañía en el análisis, organización, planeación, ductos, tanto

Hints

by Ian Bailey



INTERLINK

Scholarships

industria de electricidad y petróleo. Asimismo, podemos aplicar nuestra experiencia tecnológica, adquirida a través de años, u obtener una tecnología nueva en el extranjero. Podemos buscar, asimismo, los mecanismos legales para tal adquisición y servir de enlace entre el cliente y la posible fuente de financiamiento para el proyecto."

Ampliando este mismo punto de la tecnología aplicada por Bufete señalan sus ejecutivos que, desde su creación, la empresa ha tenido un marcado interés por ir desarrollando una tecnología propia. "Tal situación surge de la consideración de que cualquier planta industrial tiene, como punto de partida, una tecnología. Es ahí que además de todos los servicios brindados por la empresa —remarcamos Alvarez Andonegui—, estamos interesados en ofrecer la tecnología más adecuada para el cliente, tecnología nuestra o adquirida por el contacto con otros países.

"En general —prosigue el vicepresidente de B.I.—, las plantas que nosotros proyectamos, diseñamos o construimos requieren de una tecnología muy sofisticada que a veces existe en el país. Por lo tanto, la hemos que conseguir en el extranjero. Se trata generalmente de una tecnología que el cliente ya ha seleccionado o que le es propia en el país de origen de la compañía. Sin embargo, a través de la experiencia hemos ido desarrollando nuestra propia tecnología."

Various

Bufete directamente instrucción integral en plantas industriales e ingeniería. Tal experiencia también se ha enriquecido con los servicios de la empresa ofrecidos en Centro y Sudamérica y el Caribe.

A grandes rasgos, pueden mencionarse entre las principales obras proyectadas y construidas por Bufete cerca de 20 proyectos para Pemex; la planta productora de papel periódico en Tres Valles; varios ingenios azucareros internacionales de ingeniería.

El prestigio que ha logrado la empresa a nivel internacional, queda re-

El a priori del proceso. Quizá uno de los departamentos de mayor relevancia en Bufete sea el de Estudios y Pro-

para la Comisión Nacional de la Industria Azucarera; la planta de General Motors en Toluca; la plant termoeléctrica del Valle de México Kimberly-Clark en Orizaba (para la utilización de bagazo de caña e la producción de papel); Hules Mexicanos en Tampico; las plantas de Celanese, Industrias Resistol, las cervicerías Cuauhtémoc y Moctezuma participación minerometalúrgica en Altos Hornos, Minera Autlán, Industrias Peñoles, Mexicana de Cobre, Industrial Minera México, Siderúrgica Las Truchas, etc.

En el extranjero, donde Bufete ha ofrecido sus servicios desde hace más de diez años, pueden señalarse —entre muchas— una planta para la industria papelera en Argentina, fábricas textiles y azucareras en Venezuela, proyectos para la industria de papas y papel y alimentaria en República Dominicana y Perú; tres proyectos en Nicaragua y otros, todos ganados por

forzado, según apuntan sus directivos, por la estructura de grupo que actualmente tienen. A partir de los servicios que ofrece, Bufete integra su grupo con Panamericana de Avilés, empresa que desarrolla avalúes sobre industrias y empresas para efectos de actividades contables; Constructora Urbec, empresa que se especializa en urbanización y edificación de habitación popular; Construcciones Integrales, encargada de realizar obras de infraestructura; a IFAMI SA, que diseña y manufactura equipos especializados, evitando en esta forma la importación de equipos.

El personal de Bufete en su ramo de servicios, dado su carácter interdisciplinario, está formado por más de 2,000 elementos profesionales y técnicos. Asimismo, la empresa maneja en México a obreros de construcción en una cantidad del orden de ocho a 10,000, de forma permanente.

Classified ads



INTERLINK

acomodation



- Adams, Tom L.**, Amarillo, 806/944-5241.
Route 1, Clarendon 79226.
- Albright, Kenneth Fred Jr.**, Haskell, 817/989-2251
Route 1, Box 16, Aspermont 29502.
- Baras, Bennie, Cuero**, Hallstattville, 512/293-3824.
Route 3, Box 89, Yoakum 77995.
- Baras, Gary**, Flatonia, Gonzales, Route 3.
Box 89-A, Yoakum 77995.
- Bausch, Harold**, Blanco, Fredericksburg.
Hondo, 512/796-3935, Route 3.
Box 785, Bandera 78003.
- Benson, David Lee**, Cotulla.
P.O. Box 217, Encinal 78019.
- Black, Stephen Ray**, Lubbock, Muleshoe,
806/925-6436, Route 2, Box 545,
Muleshoe 79347.
- Blacksher, Joe**, Wellington, 806/447-5609,
Route 1, Box 145A, Wellington 79095.
- Burdick, Randy**, Ballinger, Coleman, Ranchers &
Farmers Livestock Commission, 915/625-4983,
1501 Clow, Coleman 76834.
- Cammack, Pat B.**, Hubbard, Lometa, Waco, West,
817/829-1874, Route 1, Box 126, West 76691
- Carter, Jesse Harold**, Athens, 214/425-6741,
P.O. Box 204, Eustace 75124.
- Christopher, Dale C.**, Dubin, Eastland, Ranger,
Stephenville, 817/445-3864, P.O. Box 193,
Dubin 78446.
- Clark, Robin Earl**, Uvalde, 512/278-5458.
P.O. Box 1853, Uvalde 78801.
- Coker, James Milton**, Greenville Livestock Auction
Longview, Mineola, Omaha, Panola Co.
at Carthage, Wynnboro, 214/629-7418, Route 4
Box 145, Wynnboro 75494.
- Davis Jr., Doyle**, Mount Pleasant, Texarkana,
214/838-4930, Route 6, Box 518, Texarkana
75501.
- Davis, D. L.**, Algoa, Angleton, Sealy,
409/265-2176, 213 Cannon St., Clute 77531.
- Davidson Jr., Claude Julian**, Mount Vernon,
214/427-3265, Route 4, Box 459, Clarksville
75426.
- Denton, John P.**, Special and Dairy
Sales at Stephenville, 817/796-4882,
Route 2, Box 86, Hico 76457.
- Dering, Felix A.**, Freer, 512/664-2115,
1101 Rose Ann Dr., Alice 78332.
- Dunbar, Edward P.**, Junction, 915/446-2007,
Fort McKavett Route. Box 27, Junction 76849.

Pett, Thomas Floyd, Graham, Olney, Vernon,
Wichita Falls, 817/574-4457, Box 246,
Archer City 76351.

Poppe, Robert W., Columbus, Schulenburg,
Smithville, Route 1, Box 112, Weimar 78962.

Poyner, Billy Charles, Bowie, 817/995-2238,
Route 1, Box 112, Saint Jo 76265.

Rhea, James Harold, J&J's at Texarkana,
Mt. Pleasant, Texarkana, 214/838-0323,
Route 1, Box 2660, Hooks 75561.

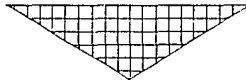
Roberts, Joe B., Abilene area, 915/692-7696,
Route 2, Box 50, Merkel 79536.

Scott, Robert, Emory, 214/896-4229,
Route 4, Box 124, Willis Point 75169.

Shafer, Philip Wayne, Huntsville, Madisonville,
Navasota Livestock Auction, 409/828-3497,
Box 980, Calvert 77837.

Suttive, Jerry, Carthage, Lufkin, Nacogdoches LS.

house rentals



Huddleston, Buford H., Bowie, Bridgeport,
Gainesville, Muenster, 817/964-2359, Box 37,
Forestburg 76239.

Jett, James Edward, Livingston,
409/327-8579, P.O. Box 177,
Apple Springs 75926.

Jones, Jackie S., Marvin Jones at Sulphur Springs
Marvin Jones Dairy, Mineola, Mt. Vernon, Pittsbu
Sulphur Springs, 214/994-2825, P.O. Box 865,
Cumby 75433.

Korenek, Keith K., Drenham, Hockley, La Grange,
Sealy, Sen-Tex at Giddings, 409/427-4231,
Route 2, Box 161, LaGrange 78945.

Leissner, Oscar R., San Antonio, 512/688-3160,
Route 17, Box 135 EE, San Antonio 78228.

Lewis, Harold, Woodville, 409/969-2565,
Route 1, Box 66, Chester 75936.

Moore, Daniel E., San Antonio, 512/885-7234,
Star Route 1, Box 111A, New Braunfels
78130.

Morris, Joe, Giddings, Taylor, 512/273-2176,
Route 4, Box 298 B, Egin 78621.

Morris, Mark L., Beeville, 512/358-4243,
P.O. Box 99, Normanna 76142.

Mote, Robin Robert, Mineral Wells, 817/325-4256,
Route 2, Box 125, Mineral Wells 76067.

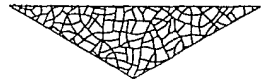
Nygard, Mark W., Belton, Georgetown,
512/285-3826, Route 4, Box 142, Egin 78621.

Oglesby, Gary Allen, Tyler 214/839-2511,
P.O. Box 312, Whitehouse 75791.

Fussell, Randall Keith, St. Augustine,
409/423-5537, Route 2, Box 27, Kirbyville
75956.

Garrett, Orval Ray, Cameron, Lexington,
Temple 817/527-3503, Box 151, Bartlett
76511.

furniture & household accessories



Barrett, W. M., Rosharon, Wharton,
409/848-0322, Route 3, Box 489, Angleton 771

Belstweidt, Reuben, Mason, 512/669-2301,
Box 46, Doss 78618.

Golarth, Robert J., Fort Worth, Weatherford,
817/443-0318, Route 5, Box 249G, Fort Worth
76126.

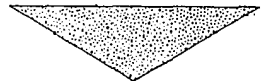
Graham, Jerry F., Big Spring, Colorado City,
Midland, 915/737-2412, P.O. Box 161,
Lorane 79532.

Greenwood, Stanley Jr., Henderson, Jacksonville,
214/726-3653, Route 5, Box 200,
Jacksonville 75766.

Gutierrez, Isidro B., Hebronville, South Texas
at Alice, 512/527-3023, Box 534,
Hebronville 78361.

Halfmann, Bruce A., Producers' Livestock
Auction, San Angelo, 915/949-3229,
2632 Yale, San Angelo 76904.

various



Edlington, W.Ward, Galesville, Lampasas,
Llano, San Saba, 915/938-5554, Route 3,
Mullin 76864.

Frazier, Jay Irving, Dalhart, 806/384-2221,
P.O. Box 523, Dalhart 79022.

Fulker, O. N., Jr., Groesbeck, Hubbard, Waco, West
817/799-2755, 1100 Maxfield,
Waco 76705.

Fussell, Lucian, Kirbyville, San Augustine,
409/423-5537, Route 5, Box 27, Kirbyville
75956.



procedure:

probablemente pueda instalarlo en ese rincón que tiene al fondo del pasillo, que no está prestando ninguna utilidad. Antes de comenzar la tarea, estudie bien el espacio que llene, tome bien las medidas y compre todo lo que necesita. Madera natural o laqueada, algunas barras, para colocarlas a diferentes alturas, ganchos etc. Le resultará muy cómodo para guardar prendas de otra temporada.

que llene, tome bien las medidas y compre todo lo que necesita. Madera natural o laqueada, algunas barras, para colocarlas a diferentes alturas, ganchos etc. Le resultará muy cómodo para guardar prendas de otra temporada.

section 1

- Los aliños y las salsas que se utilicen deben contrastar en sabor y en textura con los vegetales de la ensalada.
- Se pueden servir sobre la ensalada en un recipiente aparte, para que cada comensal se sirva a su gusto.
- Para servir los aliños y las salsas con las ensaladas de frutas, la mayonesa se

pequeña cantidad en el fondo, que se resiste a salir. Añada a la botella un chorrito de agua, sacúdala bien, y use el líquido resultante para sazonar guisos sopas o salsas.

¿Una forma supereficaz de limpiar el papel tapiz? Frótele con abundante migas de pan fresco, y verá que la suciedad desaparece como por encanto.

hervido de colores en diferentes diseños, úselo para forrar la parte de afuera de las cajas. Colóquelas luego en los estantes combinando a su gusto las formas y los colores. Estas cajas decoradas sirven para guardar infinidad de cosas: utensilios de costura, estambre de tejer, cartas postales, recetas de cocina, recortes de periódico, artículos de tocador, etc.

escurren y se guardan en el refrigerador (en la gaveta para vegetales o en bolsa plásticas). Si algunas tienen partes es tropeadas, se quitan antes de lavarlas.

- La mejor forma de escurrir los vegetales es en una cesta de alambre o con un colador de verduras. También se puede emplear el papel toalla para este fin.
- Para preparar ensaladas atractivas, las hojas verdes deben estar bien secas.
- El berro, el perejil y la hierbabuena se conservan mejor, si se guardan en pomo de cristal o en recipientes plásticos con tapa, dentro del refrigerador.

yectos Especiales, que realiza principalmente estudios de viabilidad para nuevas plantas industriales, estudio sobre planeación regional y agroindustrias, control de contaminación

section 2

- Las hojas verdes deben estar frescas y tener un color uniforme.
- Las hojas verdes no deben sobresalir del plato donde se sirven.
- Debe procurar obtener contraste de color, de sabor y de textura entre los ingredientes que componen la ensalada.
- Cuando se empleen vegetales o frutas enlatados, estos deben estar bien fríos.
- Las frutas deben escurrirse primero en un colador y después sobre papel toalla o sobre un paño limpio.
- Los vegetales se escurren en la cesta de alambre que se utiliza en estos casos.
- Las ensaladas se deben servir en platos previamente enfriados (aun cuando sean pasados por agua bien fría).
- Las hojas verdes (lechuga, col, colchiflo)

Cuando quiera preparar una manteca quilla riquísima, saque del refrigerador la cantidad correspondiente a una taza, y déjela a temperatura ambiente hasta que esté suave. Combinela luego con una o dos cucharadas de una mezcla de cebolla finos, perejil, ajos puerros, albahaca y mejorana, todo bien picado. Si quiere, agréguele también un octavo de cucharada de ajo machacado. Cuando haya mezclado todo bien, refrigere por un par de horas. Sirva la manteca untada en pan o en galletas, o úsela para aderezar arroz o legumbres calientes. También puede usarla, después de derretirla, como un rico aliño de ensalada.

Para mantener las cosas en orden, nada como colocarlas dentro de cajones y gavetas. ¿Que tiene sobra de cosas para guardar y falta de gavetas? ¡No hay problema!

que puede colocar luego en estantes de pared. Claro que si quiere que el conjunto se vea bien atractivo, ¡no puede dejar las cajas "al natural"! Compre papel ad

No descarte las botellas de catsup o de salsa de chile cuando queda sólo un

blema! Sustituya las gavetas por cajas

Please, fold here

Please fold here

Please, cut here

Name:

Branch:

Date:

Schedule:

INTERNAL

To:

From: Branch:



procedure:

importante) o asigne un número constante de puntos de importancia entre los diferentes objetivos.

cer la importancia relativa de cada objetivo consiste en pedir al grupo correspondiente de gerentes que califique (de acuerdo con alguna forma de medir la importancia), jerarquice (entre lo menos importante y

Please fold here

Please fold here

Please, cut here

Name:

Branch:

Date:

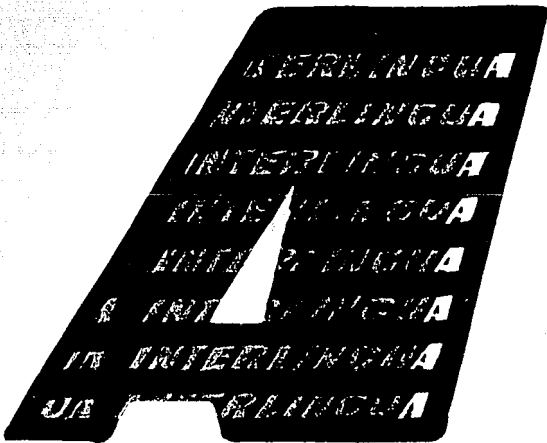
Schedule:

INTERMAIL

To:

From:

Branch:



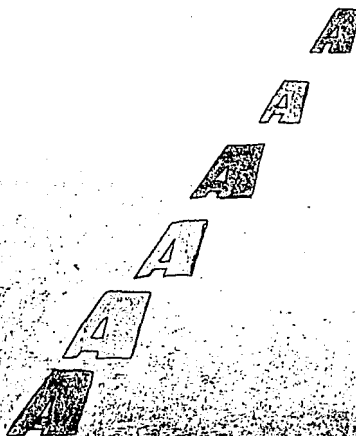
**You are the
missing piece
in our staff**

Call us at 5 28 72 43 or 5 25 16 95

Foto 46

(Boceto no. 1 de cartel)

INTERLINGUA

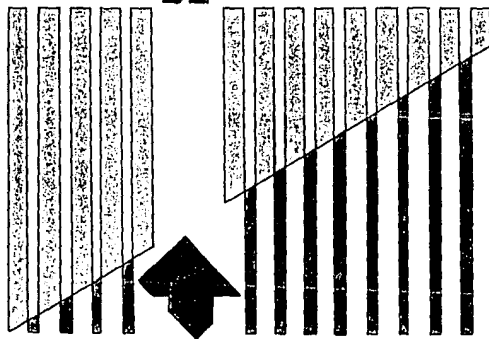


You are the
missing piece
in our staff

Call us at 528 77 43 or 525 16 95

Foto 47
(Boceto no. 2 de cartel)

INTERLINGUA



You are
the missing piece
in our staff
Join us!

Call us at 5 28 72 43 or 5 25 16 95

Foto 48

(Boceto no. 3 de cartel)

A A A A A A A A
A A A A A A A A
A A A A A A A A
A A A A A A A A
A A A A A A A A
A A A A A A A A
INTERLINGUA

You are
the missing piece
in our staff

Join us!

Call us at 5 28 72 43 or 5 25 16 95

Foto 49

(Boceto no. 4 de cartel)

RRRRRRRRRRRRRRR
RRRRRRRRRRRRRRR
RRRRRRRRRRRRRRR
RRRRRRRRRRRRRRR

INTERLINGUA
INTERLINGUA
INTERLINGUA

You are
the missing piece
in our staff

Join us!

Call us at 528 72 43 or 5 25 16 75

Foto 50

(Boceto no. 5 de cartel)

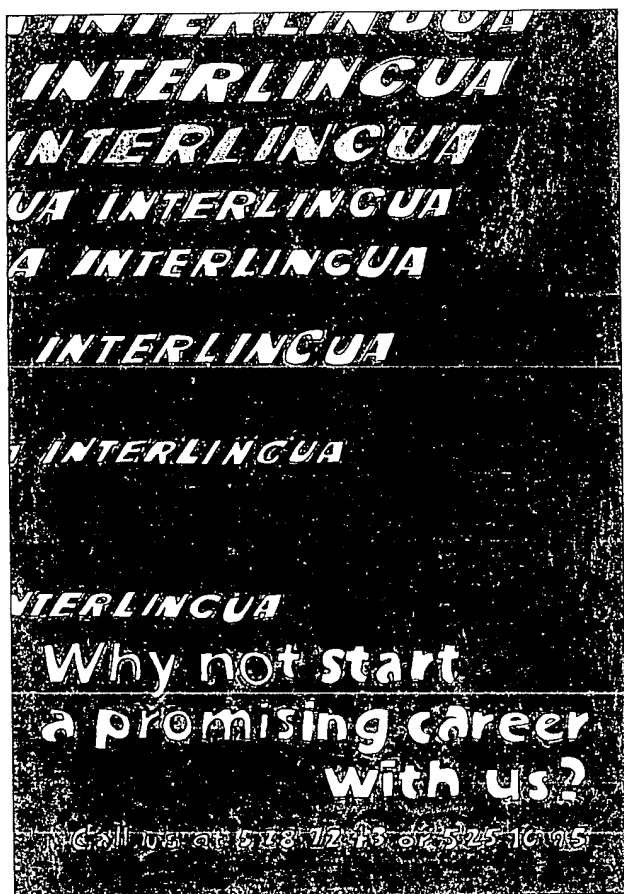


Foto 51
(Boceto no. 6 de cartel)

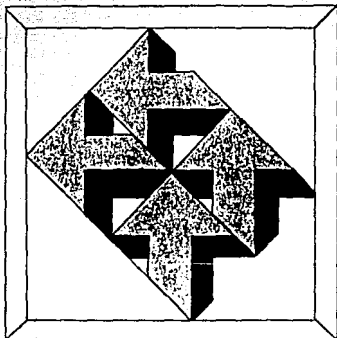


**The frame
to develop in the
English teaching
world**

Call us at 5 28 72 43 or 5 25 16 95

Foto 52

(Boceto no. 7 de cartel)



INTERLINGUA

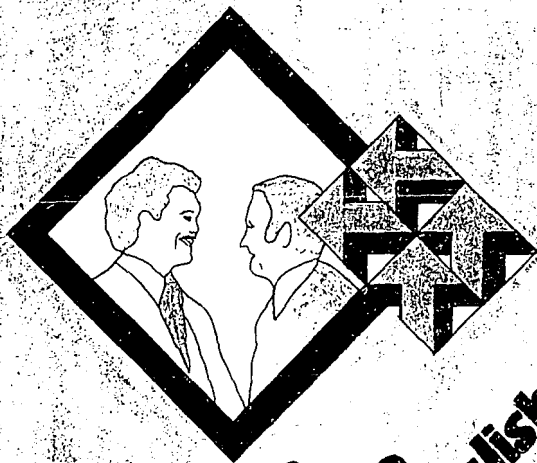
**The frame
to develop
in the English
teaching world**

Call us at 5 28 72 43 or 5 25 16 95

Foto 53

(Boceto no. 8 de cartel)

INTERLINGUA



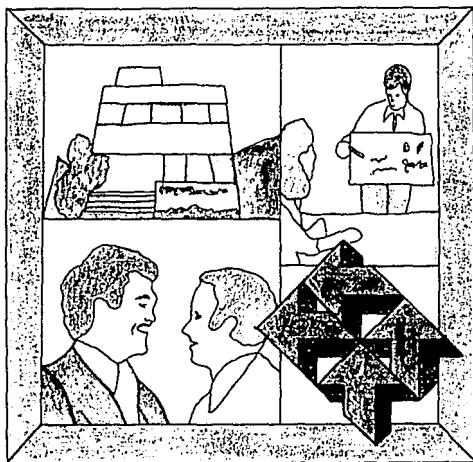
**The frame
to develop
in the English
teaching
world**

Call us at 5 28 72 43 or 5 25 16 95

Foto 54

(Boceto no. 9 de cartel)

INTERLINGUA



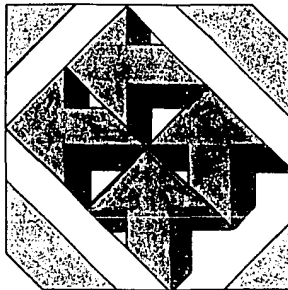
The frame
to develop in the
English teaching
world

Call us at 5 28 72 43 or 5 25 16 95

Foto 55

(Boceto 10 de cartel)

INTERLINGUA



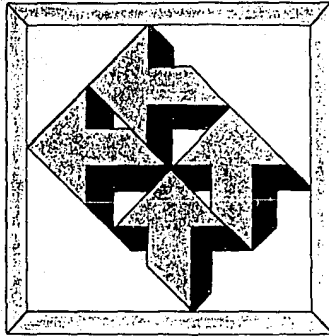
*Why not start
a promising career
with us?*

Join us!

Call us at 5 28 72 43 or 5 25 16 95

Foto 56

(Boceto no. 11 de cartel)



INTERLINGUA

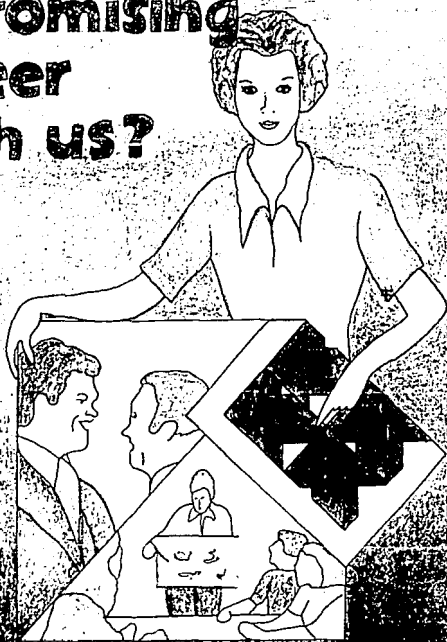
**The
frame
to develop
in the English
teaching world**

Call us at 5 28 72 43

Foto 57

(Boceto no. 12 de cartel)

**Why not start
a promising
career
with us?**



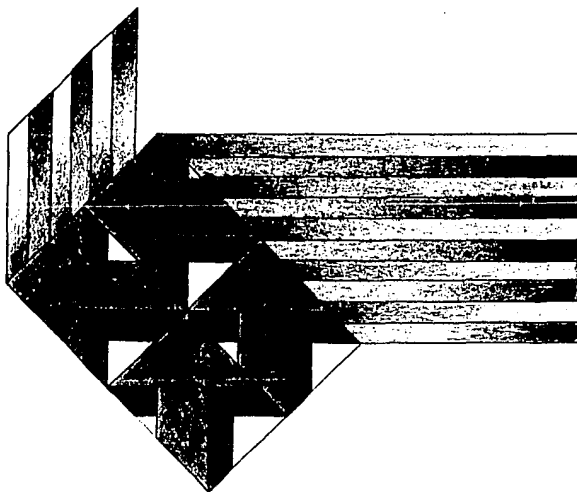
INTERLINGUA

Call us at 528-7243 or 525-1655

Foto 58

(Boceto no. 13 de cartel)

INTERLINGUA



Why not start
a promising career
with us?

Call us at 5 28 72 43 or 5 25 16 95

Foto 59

(Boceto no. 14 de cartel)

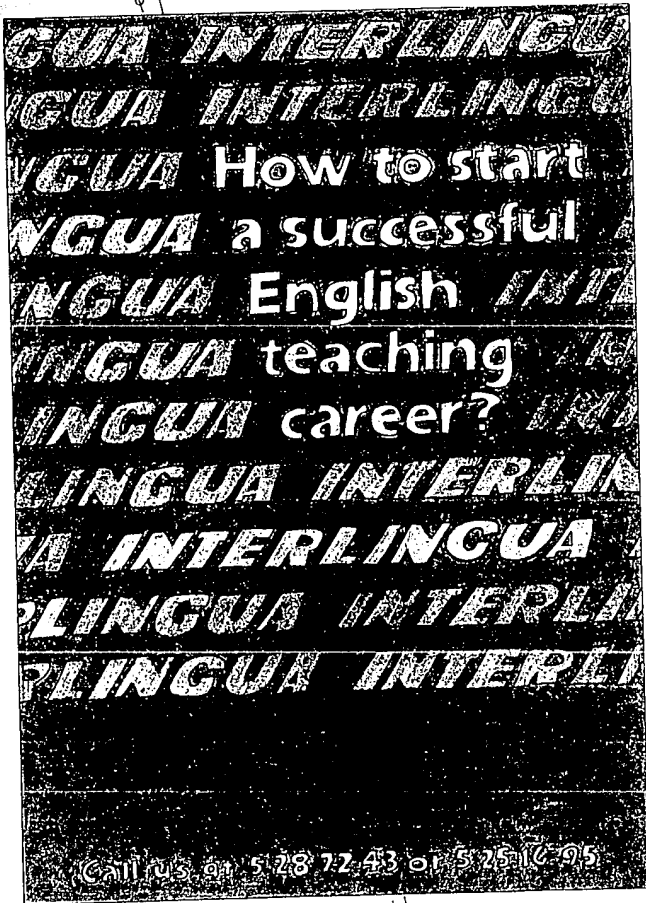


Foto 60
(Boceto no. 15 de cartel)

a ser muy comercial.

Pienso que el cuarto boceto no es lo suficientemente impactante.

97

El quinto y sexto boceto, desde mi punto de vista, carecen de diagramaciones bien cimentadas y de una planeación apropiada como para ser considerados para el trabajo final.

Se ha prescindido de los bocetos que van del séptimo al décimotercero, porque, a mi parecer, presenten imágenes fotográficas no muy originales (muy estereotipadas) y por tener un carácter demasiado escolar y comercial, es decir, una representación muy semejante a la que ha sido empleada por la mayoría de las escuelas de Inglés.

El boceto décimo cuarto se considera como una opción factible de ser llevada a cabo.

Por lo que respecta a color, en todos los bocetos se ha decidido no salir de la gama de colores institucionales, ya que creo que es necesario que sean asociados con la imagen corporativa de Interlingua. En algunos de ellos, se ha incluido el logograma de la Firma. En todos ellos se ha incluido el fonograma de la empresa.

El boceto décimoquinto fue seleccionado para realizar el dummy final.

3.1.5. Componentes físicos

3.1.5.1. Periódico Interno

Se ha decidido trabajar con el formato 2.5 cm. de base por 22.5 cm. de altura, es decir, se substraen una pulgada al ancho del formato (no se toma en cuenta esta pulgada para que la máquina offset pueda sujetar la hoja), por ser este un formato utilizado en forma generalizada por la Escuela.

Se utilizará papel bond por ser económico y por proporcionar una calidad adecuada en impresión offset.

Se ha elegido el sistema offset, por tratarse de una tirada relativamente corta (300 ejemplares de 8 hojas doble carta impresas a blanco y vuelta, por lo tanto 2 400 hojas doble carta impresas), que considero factible de ser llevada a cabo por las máquinas offset Multilith (máquinas offset de oficina que trabajan con láminas de aluminio presensibilizadas mediante el sistema wipe on¹), apropiadas para la impresión de 5000 ejemplares o menos; en estas máquinas se imprime casi todo el material no publicitario de la Escuela.

El periódico interno está formado por 16 páginas engrapadas. Es necesario engraparlas, ya que hasta 6 páginas formato doble carta dobladas se sostiene solas, si son más, me parece indispensable engraparlas.

Se ha determinado que el boletín sea una publicación bimestral porque pienso que permitirá que no haya demasiada presión de tiempo en su elaboración. Hay que tomar en cuenta que tanto el editor como los colaboradores tienen múltiples actividades y no cuentan con mucho tiempo.

El periódico interno se imprimirá a un sola tinta (negro), siendo posible incluir pantallas.

Cada sección del comunicado ocupa una página como máximo. Por la índole de ésta publicación, las secciones son cortas.

A continuación hablaremos sobre las secciones del impreso.

En la página 1 se presentan notas relacionadas con la Institución que tengan trascendencia

1. Fernand Laborde, Jean Boisseau, Arte y técnica de la impresión, p. 219

para el personal de la Escuela. Se incluye una ventana que contiene el nombre y la página de los artículos que se consideran más importantes o llamativos para el lector.

En las páginas 2 y 3 aparecen entrevistas a maestros, editores, escritores, pedagogos y gente que pueda presentar aportaciones respecto a técnicas didácticas, consejos prácticos, y reflexiones que tengan que ver con la enseñanza del inglés, así como reseñas, críticas, opiniones y sugerencias sobre eventos relevantes para la Escuela (seminarios, convenciones, cursos de capacitación). En estas páginas también aparece una sección de noticias cortas sobre la Empresa.

99

Las páginas 4 y 5 pueden ser recortadas y muestran ejercicios sugeridos por los maestros. En el formato de estas hojas se incluye nivel, tipo de ejercicio, objetivo, momento en el que se debe llevar a cabo, señales o procedimientos a seguir (depende del tipo de ejercicio), y en ocasiones una variación del ejercicio. El reverso de cada una de estas páginas presenta un artículo, no otro ejercicio, de tal manera que pueda ser recortado y guardado por los maestros en la carpeta de argolla tamaño carta correspondiente a cada nivel. Si hubiera un ejercicio tanto en el anverso como en el reverso de cada página sería imposible conservar los dos, en cada caso de que ambos fueran tan buenos y útiles como para formar parte de las guías de lecciones. Si al maestro le interesaran los dos ejercicios, quizás tendría que fotocopiar uno de ellos, lo cual resulta un poco impráctico (es necesario mencionar que generalmente cada ejercicio corresponde a un nivel diferente y debe ser incluido en una carpeta distinta). Cada página de ejercicios tiene marcados tres círculos que muestran donde debe perforarse la hoja.

La página 6 muestra la sección de gramática. Incluye un pequeño artículo sobre algún aspecto gramatical que presente dificultad para los maestros y/o los alumnos (especialmente dirigido a los maestros mexicanos), un ejercicio y bibliografía.

En la página 7 aparece otra hoja de ejercicios que puede ser recortada.

La página 8 corresponde a la sección de psicología. También incluye bibliografía.

La página 9 muestra otra hoja de ejercicios.

En la página 10 se presenta la sección de espectáculos, lectura, clases especiales y actividades culturales y de esparcimiento. Incluye pequeñas reseñas, horarios y direcciones de lugares donde se presentan los espectáculos.

La página 11 contiene una sección de consejos. Se divide en dos partes, una parte destinada a información sobre becas y cursos, tanto los que están relacionados con la enseñanza del inglés como los que se refieren a traducción, interpretación y a otras carreras y especialidades. La segunda parte tiene que ver con diversos consejos sobre excursiones, viajes, ofertas y promociones que pudieran ser atractivas o útiles al personal.

En la página 12 aparece una sección de clasificados. Consta de cuatro partes (aunque estas pueden modificarse o aumentarse de acuerdo a las necesidades). Las subdivisiones son: alquiler de cuartos y departamentos, alquiler de casas, venta de muebles y artículos para el hogar y sección de varios. En la sección de clasificados se presentará lo que se considere lo que los empleados necesitan adquirir o rentar con más frecuencia. Por ejemplo, muchos maestros extranjeros no pretenden vivir en México en forma permanente, por lo cual necesitan rentar un cuarto, compartir un departamento, etc.

La página 13 y 14 (no tiene folio) constituyen una hoja que se puede recortar y doblar para formar un sobre que puede ser enviado al Departamento Técnico por medio del correo interno de la Escuela. La página 13 muestra una encuesta que debe ser llenada por los maestros. Contiene instrucciones y espacio para escribir la fecha, datos del empleado (nombre, sucursal y

horario de trabajo). La página 14 forma el anverso del sobre.

Las páginas 15 y 16 tienen las mismas características que las dos páginas anteriores, con la única diferencia de que en ellas aparece la hoja de maestros, en la que se puede expresar cualquier sugerencia, opinión, crítica, propuesta referente a alguna lección, lineamiento metodológico, comentario sobre el comportamiento de los alumnos, etc. También se pueden enviar ejercicios al Departamento Técnico; estas últimas aportaciones participan en un concurso bimestral. Las cuatro mejores propuestas aparecen en el siguiente número del periódico interno. El primer lugar obtiene un premio en efectivo o un día libre o algún otro estímulo que fomente la participación activa de los maestros en el mejoramiento de libros, lecciones y procedimientos académicos.

En seguida hablaré de la diagramación en la que se basa cada página. Siempre hay un margen de corte de 4 1/2 picas y un margen de lomo de 4 picas 8 puntos. El margen de cabeza es de 5 1/2 picas, excepto en las páginas 13 y 15 en donde es de 2 picas. El margen de pie siempre es de 6 picas, excepto en la portada. (Ver foto 61). La caja tipográfica se basa en una retícula de 3 columnas, con una justificación de 13 picas por columna. Hay un corondel de 1 1/2 picas.

Se manejan dos opciones de retículas auxiliares: la primera es de dos columnas, cada una de ellas de 20 picas de ancho con un corondel de 1 pica 10 puntos; la segunda consta de dos columnas de 17 1/2 picas de justificación cada una, con un espacio entre columnas de 2 picas. El espacio restante de la caja (4 picas 8 puntos) se utiliza para ubicar en él cabezas secundarias en forma ascendente.

A mi parecer, la diagramación se apoya en un sistema dinámico, modular, horizontal, asimétrico o irregular, en donde se procura aislar a cada una de las secciones y artículos.

Se considera que esta diagramación es dinámica por que permite cambiar la disposición de titulares, textos e ilustraciones según el texto que se maneje (no se tiene una pauta fija e inamovible, es decir, no se coloca el titular, las fotografías, etc., en el mismo lugar, número tras número¹).

Se consider modular porque los textos de las notas se acomodan en rectángulos bien diferenciados. Me parece que los rectángulos se distinguen unos de otros mediante los títulos, el uso de placas, filetes, cuadros, espacios blancos, la disposición de los elementos, etc. El texto y las fotos forman unidades rectangulares. Una diagramación o maqueta modular siempre ubica el texto bajo el titular respectivo, organizando en forma automática la información ante el lector².

Se considera horizontal porque las unidades modulares (titulares de más de una columna, texto y fotografías correspondientes) presentan la mayoría de las veces una orientación horizontal. Los titulares aparecen separados unos de otros por el texto; de esta manera, en mi opinión, marcan su propio énfasis³.

Se considera asimétrica o irregular porque tiene un equilibrio dinámico de fuerzas desiguales ubicada a distancias desiguales con respecto al centro (excepto para las páginas de formato fijo). Pienso que las notas y secciones no están sujetas a un esquema prefijado. A mi entender, el blanco tiene un papel activo como fuerza de equilibrio. A mi modo de ver, el ojo es conducido en forma organizada a lo largo de la página; se manejan una serie de espacios que se ajustan entre sí⁴.

El folio se ubica a 14 picas del extremo superior y a 3 picas del extremo izquierdo o derecho

1. Harold Evans, *op. cit.*, p. 82-83

2. *Ibid.*, p. 84-86

3. *Ibid.*, p. 90

4. *Ibid.*, p. 94-96

del formato.

En la página 1, el logotipo del periódico aparece centrado, a 3.7 cm. del extremo superior de la página. Tiene una altura de 3.65 cm. (Ver foto 62).

103

Este logotipo presenta la misma tipografía especial del fonograma de la Escuela, sólo se ha diseñado la K para formar *INTERLINK* (interunión). El logograma muestra dos de las flechas utilizadas en el logograma de la Firma. Estas flechas tienen la misma orientación (ascendente y de derecha a izquierda que las empleadas en el logograma institucional). El logograma aparece a la izquierda del fonograma, tal y como lo podemos ver en la segunda presentación del logotipo de la empresa.

Bajo el nombre del periódico, podemos ver el texto "el periódico interno impreso por Interlingua" en tipografía Futura Light de 14 puntos, en altas y bajas. Para la palabra Interlingua se utiliza el fonograma institucional.

El mes, año y número del boletín se localizan en dos líneas ascendentes que se inician donde termina el margen del lomo. Para el mes y el año, se utiliza tipografía Futura Bold, en 18 pts., en altas y bajas; en el caso del número se recurre a la versión Light en 24 pts., también en altas y bajas.

Inmediatamente abajo, podemos observar una delgada placa con una longitud de 42 picas que se ubica a 13 picas 2 puntos del extremo superior del formato.

En la esquina inferior derecha de la página hay un cuadro que presenta una sombra tanto en su lado izquierdo como en el derecho y en su parte inferior. Este cuadro tiene 12 picas 3 puntos de base por 10 picas de altura. Dentro de él, en la parte superior izquierda, vemos el texto "en el interior", en la familia Futura Demi Bold, en 24 puntos, en bajas. Aquí podemos observar los

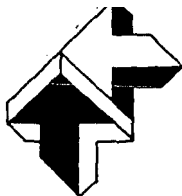
nombres de los artículos más atractivos alineados a la izquierda y anteceditos por un punto; del lado derecho vemos la página donde se localizan.

Para el nombre de cada uno de los artículos se emplea la familia tipográfica Futura Light de 14 puntos. Tanto los títulos de los artículos de ésta página como los de las páginas 2, 3 y 6 aparecen en Futura Medium de 30 puntos, en altas y bajas.

Todas las páginas, excepto la 1, 13, 14, 15 y 16 presentan la cornisa (título del impreso y de la sección) de la siguiente manera: sobre un eje que se ubica a 7 picas del extremo superior de la página observamos el texto correspondiente a cada sección (Opinión, Gramática, Ejercicios, Psicología, etc.) en la familia Oracle Bold de 36 puntos, en altas y bajas, a la extrema izquierda. (Ver foto 63). Sobre este mismo eje podemos ver el nombre del periódico alineado a la derecha, con una altura de 9 mm. Entre el nombre de la sección y el nombre del boletín observamos una textura compuesta por líneas paralelas con una inclinación de 45° (hay que tomar en cuenta que esta es la misma inclinación que siguen los ejes de las flechas) que van de grueso a delgado y muestran una degradación tonal. La altura de esta franja es de 9 mm. El nombre del autor de la sección se ubica a 8 picas del extremo superior del formato; se inicia donde finaliza el nombre de la sección. Para este texto se emplea la familia Futura Light de 14 puntos, en altas y bajas. A 10 picas del extremo superior podemos ver una delgada pleca de 42 picas de justificación.

Tanto en la página 1 como en la 2, 3, 6, 8, 10, 11 y 12 se usan plecas horizontales y verticales para separar a las partes de los artículos. (Ver foto 64). En la primera plana, por ejemplo, el artículo de mayor importancia está inserto en un cuadro, es decir está circundado por filetes Oxford¹ (no necesariamente debe ser así). Este recurso puede ser empleado para marcar partes especiales de alguna sección como el ejercicio de la sección de gramática (Ver foto 65). En

1. Harold Evans, op. cit., p. 103



general, a los diversos sectores y grupos que integran la sociedad, por su

Ambitious Interlingua's development scheme

ente. En esta forma nuestro país mantiene vínculos comerciales con las principales naciones del mundo. Para incrementar la afluencia turística, además, en el pasado año se autorizaron 3 mil 279 vuelos charter de fletamento, lo que significó 664 mil asientos.

Durante la citada ceremonia, que tuvo lugar en la sala Ollin Yoliztli el día 8 de enero, también se informó que en la actualidad funcionan en nuestro país 140 empresas de taxi aéreo, 38 operadoras regionales no regulares, cuatro dedicadas al servi-

por las esposas de los Subsecretarios de Infraestructura, Operación y Comunicaciones y Desarrollo Tecnológico; así como por la del Oficial Mayor, de directores generales y del Secretario General del Sindicato de Trabajadores de esta dependencia.

trastalaron más de 500 mil, 300 mil, 60 mil y 15 mil personas, respectivamente. En esta forma nuestro país mantiene vínculos comerciales con las principales naciones del mundo. Para incrementar la afluencia turística, además, en el pasado año se autorizaron 3 mil 279 vuelos charter

New fringe benefits

pasajeros provenientes de otros países. Lo anterior se desprende del informe anual presentado ante el ingeniero Daniel Díaz Díaz, en la ceremonia central de los actos conmemorativos de la Semana de la Aviación, en la que el titular de la SCT entregó la medalla Emilio Carranza a pilotos que han acumulado 10, 15 y 25 mil horas de vuelo.

En dicho informe de actividades, el Director General de Aeronáutica Civil, ingeniero Enrique Méndez Fernández, señaló que las dos empresas nacionales transportaron 14.2 millones de pasajeros; de este volumen, AeroMéxico y Mexicana de Aviación, compitiendo con 24 aerolíneas que operan en México,

Inside

- Jane Smith's teaching method..... 2
- Mextesol convention..... 3
- Prepositions..... 6

Jane Smith's teaching method

caciones y Transportes, dio posesión como nuevo Director General de Aeropuertos y Servicios Auxiliares (ASA) a Alfonso Martínez Domínguez, en sustitución del licenciado Humberto Lugo Gil, durante una sesión extraordinaria del citado organismo, el pasado 9 de enero.

En la ceremonia SCT reconoció que el licenciado frente del organismo una labor encomiada de ASA; destacó servicio y mencionó la importancia

“Boei snd wnopa dido
zpcoci snao andosid
peoei ando qpeoq a
peowiq anaqneia a
kelwpa dkw akaosia”

El nuevo director de ASA tiene una larga trayectoria dentro del servicio público, donde ha puesto de manifiesto su capacidad y lealtad, reconoció, además de su labor como gobernador del Estado de

implantación de tres canales y de cuatro enlaces telefónicos. La red “sensible” el Sistema Morelos, continuará reforzándose, principalmente en los servicios de télex, teleproceso, transmisión de datos, telefonía, televisión, radio, facsímil y telerreservaciones, entre otros.

rovechamiento de sistema de Satélite irán y equiparán 59 nuevas estaciones para la conducción de televisión y registro de energía a conservación del personal,

necesarios para la óptima operación del sistema.

Crecerá la capacidad de la Red Federal de Microondas con la instalación de cuatro nuevos enlaces, la



México dijo que se ha emprendido

muelle, en un tramo de 114 m de largo por 23 m de ancho; la pavimentación de un área de 11 mil m cuadrados y la edificación de dos nuevas cisternas con capacidad de 300 m cúbicos cada una.

El recinto portuario de Tuxpan es objeto de la prolongación de la escollera norte, cuya coraza será de bloques de concreto, mientras que en Veracruz el muelle fiscal número dos será dotado de una red de agua potable, por lo que se instalaron 450 m de tubería y tres tanques de fibra de vidrio, con capacidad de 150 m



saneamiento en las finanzas públicas, de revisión y ajust-

Some articles written by J. Smith

- neral, a los diversos sectores y grupos que integran la ciudad, por su cooperación, su actitud y solidaridad
- También nuestra opinión pública se ha enriquecido y elto más activa y dinámica para analizar, discutir
- ar los grandes y pequeños problemas de la sociedad; úos tenemos vigente el derecho de expresar
- iniones y defender nuestras convicciones en la prensa, radio, televisión, cine o, simplemente, en ra

absent minded

who, me?



SCT reconoció que en los 16 meses

un rompeolas de un km de longitud, en Ensenada, BC, que será ampliado 640 m más, y la construcción de un espigón de 885 m; en Manzanillo, Col, se construyen 660 m de muelle y patios de carga general.

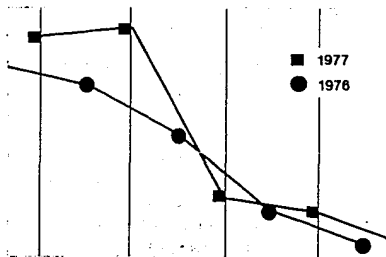
También en Mazatlán, Sin, se construye un rompeolas a lo largo de 170 m, utilizando piedra natural de la región, y se efectúa la limpieza del canal de navegación; en La Paz, BCS, se trabaja en la edificación de la Marina de Palmira, donde se dragaron 130 mil m cúbicos de material para formar el canal de acceso.

obras de modernización comprenden, en el primero, la reconstrucción total de la superestructura del muelle, en un tramo de 114 m de largo por 23 m de ancho; la pavimentación de un área de 11 mil m cuadrados y la edificación de dos nuevas cisternas con capacidad de 300 m cúbicos cada una.

El recinto portuario de Tuxpan es objeto de la prolongación de la escollera norte, cuya coraza será de bloques de concreto, mientras que en Veracruz el muelle fiscal número dos será dotado de una red de agua potable, por lo que se instalaron 450

nicaciones y Transportes, dio posesión como nuevo Director General de Aeropuertos y Servicios Auxiliares (ASA) a Alfonso Martínez Domínguez, en sustitución del licenciado Humberto Lugo Gil, durante una sesión extraordinaria del citado organismo, el pasado 9 de enero.

Statistics



mercial al exterior, de descentralización de la vial para lograr una distribución territorial equilibrada de nuestro desarrollo.

Expresó que los mexicanos logramos en 1986 uno de los años más difíciles en nuestra vida económica, ya que la caída de los precios del petróleo y de mercancías que exportamos, y las dificultades de la deuda externa, nos hicieron sufrir efectos negativos en la producción y también en el proceso inflacionario.

BIBLIOGRAPHY

Que nuestras diferencias, añadió, no sean obstáculo para que todos, sin excepción, defendamos la independencia y la soberanía, preservemos y amplíemos democracia y libertad, y luchemos por una sociedad más próspera y justa.

Presidente Miguel de la Madrid dijo que, aun dentro de limitaciones existentes, se avanzará en los programas de alimentación, salud, educación, vivienda yología, sin interrumpir además los programas de infraestructura, comunicaciones, electrificación, petróleo y troquímica, obras hidráulicas y desarrollo urbano.

ocasionen los cuadros presentan un sombreado. Para distinguir a las partes que mencionan la bibliografía se usa una doble pléca horizontal al inicio y al final de esta área (Ver foto 65).

Es factible incluir viñetas y fotografías. (Ver foto 67).

105

Por lo que respecta a tipografía, para los títulos y subtítulos de artículos y secciones se recurre a la familia tipográfica Futura, en varias de sus versiones (Light, Light Italic, Medium, Demi Bold, Bold Italic y Bold Condensed) los títulos y subtítulos generalmente se presentan en altas y bajas, aunque hay algunos sólo en bajas o en altas. Para algunos títulos se empleó la familia Helvética en las versiones Light, Italic, Extended y Outline. Cuando se utiliza la familia antes mencionada, los textos pueden estar en altas y bajas o en bajas. La mayoría de los títulos se ubican sobre un eje horizontal, aunque algunas secciones presentan títulos dispuesto en forma ascendente vertical o diagonal. El texto base aparece en Helvética Light de 10 puntos con 2 puntos de interlínea.

Aunque la portada del boletín no corresponde a la portada de un diario normal, según la clasificación de Evans, presenta algunas características de la portada tipo señal y texto, porque el titular está acompañado de un texto que desarrolla la nota y finaliza en la misma página donde se inicia. A diferencia de la portada señal y texto descrita por Evans, la primera plana del boletín presenta una pequeña ventana con los nombres más relevantes, lo cual es característico de las portadas tipo poster. El mismo autor señala que puede ser favorable el combinar características de ambos tipos de portadas, siempre que esto resulte funcional!

Las páginas de ejercicios (4, 5, 7 y 9) muestran una diagramación especial y relativamente fija. (Ver fotos 68 y 69). Bajo la cornisa y a 4 picas de la pléca horizontal que se encuentra debajo

del nombre de la sección y el logotipo, podemos ver una flecha sombreada por medio de una pantalla del 20% como máximo. La base de la flecha tiene una longitud de 13 picas 4 puntos. La altura de esta figura es 5 picas 3 puntos, la flecha señala un espacio que se divide en dos partes horizontales. La altura de estas dos secciones es de 7 1/2 picas. Sus extremos superior e inferior presentan una justificación de 28 picas 2 puntos. El extremo izquierdo de ésta área es complementario y opuesto a la forma de la cabeza de la flecha. El texto que señala el nivel se localiza a la izquierda de la flecha, en un eje ascendente vertical que se inicia 4 picas de la pleca horizontal que se encuentra bajo la cornisa. El número o letra correspondiente al nivel se ubica sobre la flecha, alineado a la izquierda. Para estos textos se emplea tipografía Futura Medium de 30 y 36 puntos, respectivamente, en altas y bajas.

En el interior de la flecha podemos observar el tipo de ejercicio manejado (1, 2, 3 o conversación) en la familia Futura Medium, de 24 puntos, en bajas. La sección superior del área indicada por la flecha está destinada a mencionar el objetivo del ejercicio; la inferior se utiliza para explicar el momento en que la actividad debe ser realizada. El texto de objetivo y etapa propicia de realización aparece en tipografía Futura Light de 18 puntos en bajas, alineado a la izquierda. El texto base que se muestra en el interior de la flecha tiene una justificación aproximada de 25 1/2 picas. Inmediatamente bajo la flecha podemos observar un recuadro dividido en dos secciones horizontales. Este recuadro tiene 42 picas de base y una profundidad variable, de acuerdo a la longitud del texto. El cuadro presenta su esquina superior izquierda redondeada. La parte superior del recuadro se empleará para explicar la situación en la que se basa el ejercicio. La parte inferior está destinada a mencionar las señales (*cues*) necesarias para la realización del ejercicio o el procedimiento a seguir dependiendo del tipo de actividad en cuestión.

Bajo el recuadro, algunas veces podemos ver otro, igualmente dividido en dos partes horizontales. En la superior aparece una variación de la situación, en la inferior, se muestran las

Prepositions

Al tratar sobre materia económica, el Presidente de química, obras hidráulicas y desarrollo urbano.

Ratificó el apoyo del gobierno al campo, y afirmó que seguirá el empeño de avanzar en la renovación moral de la sociedad, pues "no permitiremos desmayos ni relajamientos", y reafirmó que mantendrá contacto permanente con todo el pueblo, con todos los sectores sociales, para servirlos mejor.

En otra parte de su mensaje, habló de las reformas para seguir perfeccionando la vida democrática del país, así como fortalecer el Poder Judicial, lo que es una variante más de la renovación moral de la sociedad.

En la parte que dedicó a la problemática económica, el Primer Mandatario señaló que los mexicanos hemos reaccionado frente a los retos y adversidades económicas y sociales con más democracia y más libertad.

mercial al exterior, de descentralización de la vida nacional para lograr una distribución territorial más equilibrada de nuestro desarrollo.

Expresó que los mexicanos logramos en 1986 sortear uno de los años más difíciles en económica, ya que la caída de los precios de las mercancías que exportamos y las negociaciones de la deuda exterior tuvieron efectos negativos también.

Destacó que fue un año fundamental para el país.

Concibió una serie de menciones a los programas que se seguirán avanzando, a pesar de las dificultades que hay que hacer, existe la confianza de todos los mexicanos.



quiz	<p>cia y la soberanía, preservemos y amplie democracia y libertad, y luchemos por una sociedad próspera y justa.</p>	<p>También nuestra opinión pública se ha enriquecido y se ha vuelto más activa y dinámica. Ante los grandes y pequeños problemas de la vida cotidiana todos tenemos vigente el derecho de expresar nuestras opiniones y defender nuestras convicciones en la prensa, en la radio, televisión, cine o, simplemente en las manifestaciones o manifestaciones públicas.</p>
	<p>Avance en programas</p> <p>Al referirse a los avances en programas sectoriales, el Presidente Miguel de la Madrid dijo que, pese a las limitaciones existentes, se avanzará en los programas de alimentación, salud, educación</p>	<p>Que nuestras diferencias, añadió, no sean obstáculo para que todos, sin excepción, defendamos la independencia</p>

When can we teach them?

cial al exterior, de descentralización de la vida nacional para lograr una distribución territorial más equilibrada de nuestro desarrollo.

BIBLIOGRAPHY

- o nacional el día 7 de enero, con una serie de menciones a los programas en los que se seguirá avanzando
- o de las estrecheces materiales, y dijo que aunque existan dificultades que es mucho lo que hay que hacer
- o operación y el compromiso de todos los mexicanos

movies



comunicaciones su amplia experiencia será benéfica, tanto para ASA como para el sector comunicaciones y transportes.

Agregó que al frente de ASA trabajará con ímpetu redoblado en beneficio de la red aeroportuaria del país, y expresó su confianza en que

de comunicaciones su amplia experiencia será benéfica, tanto para ASA como para el sector comunicaciones y transportes.

Agregó que al frente de ASA trabajará con ímpetu redoblado en beneficio de la red aeroportuaria del país, y expresó su confianza en que

rencias y mensajes; ampliarlos para facilitar el acceso de un número cada vez mayor de compatriotas a estos servicios, y elevar su calidad para propiciar mayores niveles de productividad y eficiencia en todos los procesos socioeconómicos en los que participa, es responsabilidad del Sector Comunicaciones y Trans-

music



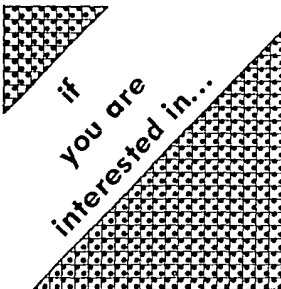
Administración para responder a la confianza depositada en él por el Presidente Miguel de la Madrid.

Por su parte, el licenciado Lugo Gil agradeció al Consejo de Administración del organismo el respaldo otorgado durante su gestión, lo cual le permitió llevar a cabo su

Para aumentar la capacidad y mantener la planta telefónica existente se consolidará el funcionamiento de las cinco centrales telefónicas interconectadas, con posibilidad de ayuda mutua en caso de falla. Se incorporarán al sistema 575 mil aparatos y 335 mil 600 líneas en la República.

objeto de la prolongación de la escollera norte, cuya coraza será de bloques de concreto, mientras que en Veracruz el muelle fiscal número dos será dotado de una red de agua potable, por lo que se instalaron 450 m de tubería y tres tanques de fibra de vidrio, con capacidad de 150 m:

books



theater:

as comprenden una terminal remota de ocho m de profundidad y muelles con 3.5 m de altura sobre el nivel del mar, así como un rompeolas de 540 m y patios para carga

photography:

Otros trabajos que se realizan en Puerto Morelos, QR, consisten en la reconstrucción de una plataforma de retorno cuya superficie es de mil

sculpture:

blación de Guanacevi, Durango, que cuenta con 16 mil habitantes, prestará el servicio mediante el sistema de radiotelegrafía conectada directamente con la capital del estado. Su infraestructura es inalámbrica, lo que facilita la comunicación en la zona y reduce costos operativos.

señales necesarias o simplemente el cuadro contiene una advertencia sobre algún aspecto que pueda ser difícil o confuso para los alumnos o el maestro durante la realización de la actividad. El segundo recuadro, en caso de haberlo, siempre presenta la esquina inferior derecha redondeada, a menos de que se trate de un cuadro de advertencia; en este último caso, tanto su esquina superior izquierda como la inferior derecha estarán redondeadas, y presentarán un trazo más grueso en éstas zonas.

Para todos los textos empleados como título en cada sección se utiliza el mismo puntaje y familia tipográfica que podemos observar en las cabezas del área señalada por la flecha.

Los cuadros están separados por un espacio de 1 1/2 picas. Si se trata de un ejercicio tipo 1 o 2 se recurre a la diagramación de tres columnas, porque este tipo de actividad generalmente requiere de señales (*cues*), es decir, de una lista de pequeñas frases o de un conjunto de palabras (de 1 a 4) que sirven para que el estudiante elabore un enunciado o pregunta a partir de ellas. No obstante, a partir de ellas se emplea la pauta de dos columnas para el área de instrucciones de cada recuadro.

Si se manejan ejercicios tipo 2, 3 o de conversación se utiliza una retícula de dos columnas solamente, ya que se presenta texto corrido, a manera de explicación del procedimiento a seguir.

El ejercicio que resulte ganador en el concurso bimestral, incluye en la parte extrema inferior un triángulo que encierra al número 1, para el cual se maneja tipografía Futura Medium de 24 puntos. A la derecha del triángulo, podemos observar un área horizontal cuyos extremos izquierdo y derecho son paralelos al lado derecho del triángulo. (Ver foto 68). En el interior de esta figura aparece el nombre y sucursal del ganador, en tipografía Helvética Regular de 12 puntos, en altas y bajas. El área tiene una base de 36 1/2 picas y una altura de 2 picas.

Las páginas 13 y 15 muestran una diagramación fija diferente al resto de las páginas. (Ver fotos 70 y 71). En cada una de ellas hay indicaciones de doblez y corte con el fin de armar un sobre. Estas instrucciones se dan mediante texto o mostrando la figura de unas tijeras. La página 13 corresponde a la encuesta; la 15 a la forma para maestros. Las páginas 14 y 16, una vez dobladas, constituyen la parte externa de los sobres. (Ver foto 72).

En la parte superior de las páginas 13 y 15 observamos una línea ubicada a 4 picas del extremo superior del formato; esta línea indica donde se debe cortar la hoja y señala el perímetro de la parte de la página que se insertará en el corte localizado a 10 picas 9 puntos del extremo inferior. El corte tiene una longitud de 15 1/2 picas. Es necesario doblar la página en forma horizontal, tanto a 15 picas 9 puntos, como a 38 picas 2 puntos del extremo inferior del formato. Para el texto que indica las instrucciones y doblez, localizado a la derecha de ambos tipos e líneas, se emplea la familia Futura Light de 7 puntos, en altas y bajas.

Bajo la línea de corte podemos ver cuatro áreas, en donde se debe escribir el nombre, sucursal y horario de trabajo del remitente, así como la fecha. Estas zonas presentan la misma forma que la figura utilizada para indicar el nombre del ganador en la página de ejercicios. Cada una de las áreas antes mencionada tiene una base de 19 picas 3 puntos y una altura de 2 picas. Para el texto que se ubica en su interior, se maneja la familia Futura Light de 18 puntos en altas y bajas.

El nombre de la hoja se localiza sobre la línea de corte superior, a 8 puntos de la misma. Aquí se recurre a la familia Oracle Bold de 24 puntos, en altas y bajas. Sobre el eje horizontal anteriormente mencionado, y al extremo derecho de la página, podemos ver el fonograma *INTERMAIL* (correo interno de la Escuela) en la misma tipografía de diseño especial del fonograma institucional sólo se ha diseñado la *M* para hacerla coherente con el resto de las letras.

LEVEL

4

type 1

aim:

encia y la soberanía, preservemos y amplíemos de igualm

stage:

de retorno cuya superficie es de mil.480 m cuadrados.

situation:

Al referirse a los avances en programas sectoriales, el Presidente Miguel de la Madrid dijo que, aun dentro de las limitaciones existentes, se avanzará en los programas de alimentación, salud, educación, vivienda y

CUES:

También en Mazatlán, construye un rompeolas a lo largo de 170 m, utilizando de la región, y se efectúa la limpieza del canal de navegación

CS, se trabaja en la edificación de la arina de Palmira, donde 130 mil m cúbicos de materia al canal de acceso.

niel Díaz Díaz, Secretario de Comunicaciones y Transportes, dio posesión como nuevo de Aeropuertos y Servicios Auxiliares (ASA) a Alfonso Domínguez, en ciedo Humberto Lugo Gil, una sesión extraordinaria del citado organismo, el pasado

frente del organismo una labor encomiable en beneficio de ASA; destacó servicio y mencionó que puso en marcha importantes programas.

El nuevo director una larga trayectoria dentro del servicio público, donde ha

situation:

Que nuestras diferencias, añadió, no sean obstáculos para que todos, sin excepción, defendamos la independencia ecológica, sin interrumpir además los programas de infraestructura, comunicaciones, electrificación, petróleo y

CUES:

en el primero, ción total de la superestructura del muelle, en un tramo go por 23 m de ancho; la pavimentación de un área dos y la edificación de dos nuevas

El recinto portuario de objeto de la prolongación de la escollera norte, cuya bloques de concreto, mientras que en Veracruz el dos será dotado de una red de agua

Otros trabajos que se realizan en Puerto Morelos, QR, consisten en la reconstrucción de

1

Boei sind wnopa dido andos tntie enaad

LEVEL

3

type 2

aim:

comercial al exterior, de descentralización de la vida nacional pa

stage:

lograr una distribución territorial más nuestro desarrollo

5

situation:

ra seguir perfeccionando la vida democrática del país, así como fortalecer el Poder Judicial, lo que es una va-

reaccionado frente a los retos y adversidades económicas y sociales con más democracia y más libertad.

procedure:

de los años más difíciles en nuestra vida económica, ya que la caída de los precios del petróleo y de otras mercancías que exportamos, y las difíciles negociaciones de la deuda externa, nos hicieron mella y tuvieron efectos negativos en la producción y empleo y también en el proceso inflacionario.

Destacó que, aun a niveles más bajos, la economía siguió funcionando y protegiendo en lo fundamental la planta productiva y el empleo.

Concluyó su mensaje de año nuevo, transmitido a nivel nacional el día 7 de enero, con una serie de menciones a los programas en los que se seguirá avanzando, a pesar de las estrecheces materiales, y dijo que aunque sabemos mucho lo que hay que hacer, existe la co-

esidente Miguel de la Madrid dijo que, aun dentro de las limitaciones existentes, se avanzará en los programas de alimentación, salud, educación, vivienda y ecología, sin interrumpir además los programas de infraestructura, comunicaciones, electrificación, petróleo y petroquímica, obras hidráulicas y desarrollo urbano.

Ratificó el apoyo del gobierno al campo, y afirmó que seguirá el empeño de avanzar en la renovación moral de la sociedad, pues "no permitiremos desmayos ni relajamientos", y reafirmó que mantendrá contacto permanente con todo el pueblo, con todos los sectores sociales, para servirlos mejor.

En otra parte de su mensaje, habló de las reformas para seguir perfeccionando la vida democrática del país, así como fortalecer el Poder Judicial, lo que es una va-

be careful with:

radic, televisión, cine o, simplemente, en reuniones privadas o manifestaciones públicas.

También nuestra opinión pública se ha enriquecido vuelto más activa y dinámica para analizar, discutir y criticar los grandes y pequeños problemas de la sociedad todos tenemos vigente el derecho de expresar nuestra

eral, a los diversos sectores y grupos que integran la sociedad, por su cooperación, su actitud y solidaridad

Que nuestras diferencias, añadió, no sean obstáculos para que todos, sin excepción, defendamos la independencia y la soberanía, preservemos y amplíem democracia y libertad, y luchemos por una so



procedure:

neral, a los diversos sectores y grupos que integran la sociedad, por su cooperación, su actitud y solidaridad.

También nuestra opinión pública se ha enriquecido y vuelto más activa y dinámica para analizar, discutir y criticar los grandes y pequeños problemas de la sociedad; todos tenemos vigente el derecho de expresar nuestras

section 1:

Por su movimiento, el mercado de los Estados Unidos constituye la mayor parte del tráfico, ya que ascendió a 5 millones 600 mil usuarios, de los cuales las líneas nacionales transportaron más de la mitad.

De otras áreas, como Latinoamérica, Europa, Canadá y Asia, se seca, dedicadas a la minería y activable, por lo que se instalaron 450

de comunicaciones su amplia expe. Nuevo León; afirmó que en el área

Agregó que al frente de ASA trabajará con ímpetu redoblado en beneficio de la red aeroportuaria del país, y expresó su confianza en que

in de tubería y tres tanques de fibra de vidrio, con capacidad de 150 m contará con el apoyo del Consejo de Administración para responder a la confianza depositada en él por el Presente Miguel de la Madrid.

Por su parte, el licenciado Lugo Gil agradeció al Consejo de Administración del organismo el respaldo otorgado durante su gestión, lo cual le permitió llevar a cabo su misión. pasajeros provenientes de otros países. Lo anterior se desprende del informe anual presentado ante el in-

y siete más que atienden a nivel regional.

Entre las labores orientadas a apoyar el desarrollo de la industria aeronáutica, fueron certificados 26 productos, como lubricantes, pinturas, contenedores y artículos para el interior de aeronaves; conjuntamente con la empresa British Aerospace, se busca ampliar la capacidad de de los cuales las líneas nacionales transportaron más de la mitad.

De otras áreas, como Latinoamérica, Europa, Canadá y Asia, se

section 2:

e cuenta con 16 mil habitantes, prestará el servicio mediante el sis-

ma de radiotelegrafía conectada directamente con la capital del estado. Su infraestructura es inalámbrica, lo que facilita la comunicación en la zona y reduce costos operativos.

Entre las poblaciones aledañas, que también se verán beneficiadas con el servicio, figuran: San Pedro, Agua Caliente, Ncpales, Idolos, Coscomate, Alamos, El Zape, Morelos, Portales. El Salitre y Laguna cio de transportación especializadas y siete más que atienden a nivel regional.

y siete más que atienden a nivel regional.

Entre las labores orientadas a apoyar el desarrollo de la industria aeronáutica, fueron certificados 26 productos, como lubricantes, pinturas, contenedores y artículos para el interior de aeronaves; conjuntamente con la empresa British Aerospace, se busca ampliar la capacidad de trasladaron más de 500 mil, 300 mil, 60 mil y 15 mil personas, respectivamente. En esta forma nuestro país mantiene vínculos comerciales con las principales naciones del mundo. Para incrementar la afluencia turística, además, en el pasado año se autorizaron 3 mil 279 vuelos charter o de fletamento, lo que significó 664 mil asientos.

Durante la citada ceremonia, que tuvo lugar en la sala Ollin Yoliztli el día 8 de enero, también se informó que en la actualidad funcionan en nuestro país 140 empresas de taxi aéreo, 38 operadoras regionales no regulares, cuatro dedicadas al servi-

Please, fold here

Please, fold here

Please, cut here

Name:

Branch:

Date:

Schedule:

Teachers' form

INTERMAIL



procedure:

reuniones y defender nuestras convicciones en la prensa, radio, televisión, cine o, simplemente, en reuniones

Que nuestras diferencias, añadió, no sean obstáculo para que todos, sin excepción, defendamos la independencia y la soberanía, preservemos y amplíemos democracia y libertad, y luchemos por una sociedad más

Please, fold here

Please, fold here

Please, cut here

Name:

Branch:

Date:

Schedule:

INTERMAIL

To:

From: Branch:

El logograma tiene un puntaje de 18.

Tanto la sección de encuesta (página 13), como la forma para maestros (página 15) muestran un cuadro de 42 picas de base por 41 picas de altura y se diagraman a tres columnas. El cuadro se divide en dos secciones horizontales. En el superior, de 4 1/2 picas de altura, se localizan las instrucciones, cuyo texto se basa en dos columnas.

109

La página de encuesta puede dividirse en varias partes, de acuerdo al tipo de encuesta que se lleve a cabo.

La forma para maestros presenta la parte inferior del cuadro en blanco, de tal manera que pueda ser empleada de la manera que prefiera hacerlo el maestro. Para el texto de procedimiento y el de las diferentes secciones (en caso de que las haya), se maneja tipografía Futura de 18 puntos, en bajas.

En las páginas 14 y 16 sólo vemos la parte externa del sobre. Observamos dos líneas horizontales a 6.5 y a 9.4 cm. del extremo inferior del formato que marcan los bordes superior e inferior del mismo. El logotipo del correo interno de la Escuela (*INTERMAIL*) se localiza a 5 picas 7 puntos del extremo superior y finaliza a 4 1/2 picas del extremo derecho de la página. Podemos ver un recuadro similar a los de las páginas 13 y 15. El recuadro está centrado y tiene 15 picas de base por 4 picas 8 puntos de altura. En su interior, a la derecha, podemos observar el texto que señala donde se debe escribir el nombre del destinatario. A diferencia de los demás recuadros, el presente muestra las esquinas superior derecha e inferior izquierda redondeadas. Hay otros dos recuadros que se inician a 4 1/2 picas del extremo izquierdo de la página y se localizan a 4 1/2 picas del extremo inferior. En su interior, a su izquierda, se muestran los textos que indican el lugar donde se debe escribir el remitente y la sucursal respectivamente. En esta ocasión, se ha empleado una vez más la familia Futura Light de 24 y 18 puntos, en altas y bajas.

3.1.5.2. Cartel

Las dimensiones del cartel son de 50 cm. de base por 70 cm. de altura.

Sabemos que, pese a la existencia de algunos criterios de uniformidad, siempre son las medidas estándar de papel las que predeterminan los formatos de los carteles y de los impresos en general¹.

Este formato obedece a las dimensiones del pliego de cartulina couché mate de 100 cm. de base por 70 cm. de altura.

Se maneja la orientación vertical.

Se ha elegido el sistema offset por que pienso que es el más económico para una tirada de 1000 ejemplares; considero que es el sistema que proporciona una calidad óptima para este tipo de impreso.

El cartel se imprimirá a tres tintas: café Pantone No. 497U, naranja Pantone No. 165U y amarillo Pantone No. 122U. Para el color beige de los fonogramas de Interlingua se utilizará la tinta café con una pantalla al 50%. Para la degradación de amarillo a naranja se puede emplear uno de los siguientes recursos: utilizar una pantalla en degradación, lo cual permite obtener una buena calidad. En este caso, se requiere una lámina para cada color. El segundo recurso sería la impresión en arcoiris, es decir, el impresor pondrá la tinta amarilla y naranja en el tintero de la prensa, en vez de una sola tinta. Los colores estarán a una distancia tal que se fundirán al pasar por el sistema oscilante de cilindros de entintado. La degradación aparecerá sobre la hoja impresa.²

Con el último método se puede lograr una degradación en la que no aparecerán puntos de fusión, además habrá un ahorro en la emulsificación y transporte de una lámina. Es posible

1. Ray Murray, *op. cit.*, p.80-88

2. Normand Sanders, William Bevington, Manual de Producción del Diseñador Gráfico, p. 199

imprimir el cartel en una máquina offset bicolor en una sola tirada, ahorrándose tiempo y dinero.

Otro sistema de impresión factible de ser utilizado es la serigrafía, en caso de que se quiera un colorido y una calidad más llamativa, aunque evidentemente, sería más costoso y se obtendría una calidad variable en la zona degradada de amarillo a naranja ya que la malla presenta puntos de mayor dimensión que los que se pueden conseguir con una pantalla degradada en offset.

La diagramación del cartel se basa en dos ejes áureos. El primero de ellos va del punto ubicado a 19.1 cm. de la esquina inferior derecha al punto ubicado a 11.8 cm. de la esquina superior izquierda (Ver foto 73). Este eje marca la línea donde se inicia cada una de las palabras que conforman el mensaje del cartel. El segundo eje áureo es horizontal, se ubica 26.7 cm. del extremo inferior del cartel. El fonograma institucional de Interlingua que destaca más aparece centrado y pasa por este eje. A partir de los dos ejes antes mencionados, se dispone la ubicación de los demás elementos gráficos.

El cartel muestra 11 renglones que se inician a 15.9 cm. del extremo inferior. Hay 5 cm. entre cada uno de ellos. Estos renglones muestran una textura visual tipográfica, ya que el fonograma de la Escuela se repite a lo largo de los mismos. Excepto por el fonograma principal, que se distingue por estar localizado sobre el eje áureo y por ser de color naranja, los demás fonogramas se inician en los puntos de intersección del eje áureo y la base de los renglones 1, 2, 8, 10 y 11, de arriba hacia abajo. El resto de los fonogramas se acomodan de acuerdo a la ubicación del fonograma más importante. El color de los fonogramas es beige. Todos ellos tienen una altura de 3.25 cm. y una base de 40.3 cm (incluso el fonograma en naranja).

La textura visual se ve interrumpida por el texto: ¿Cómo iniciar una exitosa carrera en la enseñanza del Idioma inglés? que se inicia donde se corta el eje áureo y la base de los renglones.

Este texto se ubica sobre los renglones 3, 4, 5, 6 y 7. En el tercer renglón observamos tres palabras, en el cuarto, dos palabras y en el quinto, sexto y séptimo una palabra y el signo de interrogación. Para este texto se ha empleado la familia Eras de 140 puntos en altas y bajas. El texto presenta una degradación cromática que va del amarillo al naranja, de arriba hacia abajo.

Finalmente, hay un texto centrado que señala el teléfono donde se pueden pedir informes. Este texto se ubica a 1.65 cm. del extremo inferior. También aquí se ha recurrido a la familia Eras de 98 puntos, en altas y bajas, en naranja. El fondo del comunicado es de color café.

3.1.6. Componentes psicológicos

3.1.6.1. Periódico interno

El formato del presente boletín no es el utilizado en diarios normales (tabloides o sábanas), no obstante, creo que el formato del periódico interno puede ser menor si sus fines son distintos a los de comunicar noticias inmediatas¹.

El boletín se imprimirá a una sola tinta por razones de presupuesto. Se utilizan pantallas del 20% como máximo ya que en offset este porcentaje se considera tolerable visualmente². Además, considero que el uso de tonos grises brinda variedad tonal en el boletín.

Cada sección del comunicado ocupa una página como máximo, ya que se busca facilidad en la lectura del impreso.

Además, me parece aconsejable agrupar material similar en una sola selección, en vez

1. Harold Evans, op. cit., p. 46

2. Mario García, op. cit., p. 98

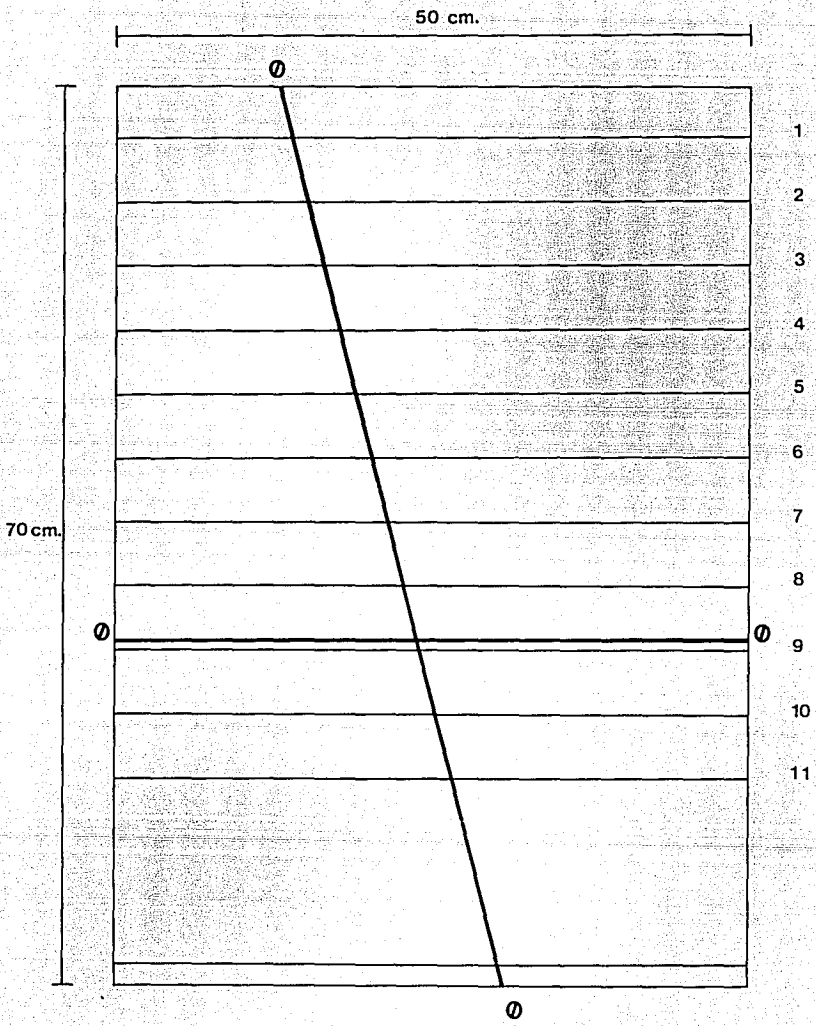


Foto 73

de tenerlo disperso por el periódico¹.

La página 1 está destinada a información relevante sobre la Escuela; en mi opinión, aquí se puede lograr impacto gráfico mediante el uso de fotografías, especialmente las relacionadas con las personas más conocidas por los lectores de la publicación.

La ventana que contiene una vista de los artículos de mayor importancia adelanta los artículos de mayor interés; pienso que atrae al lector hacia el interior de la publicación. La portada concluye cada nota en la primer plana, ya que el impreso tiene un formato reducido. Creo que la primera plana debe ser atractiva porque tiene un papel primordial como escaparate del contenido del impreso². Además, a mi modo de ver, muestra la pauta gráfica de todo el periódico interno³.

A mi entender, es posible lograr este objetivo mediante la inclusión de fotos y una o dos notas (hay que recordar que el formato es reducido).

Considero que la portada permite un diseño flexible, capaz de adaptarse a la(s) nota(s) bimestrales más trascendentes al colocar los artículos en forma atractiva y fácilmente asimilable.

Me parece que el orden mostrado en la portada del boletín hace factible que el receptor se sienta atraído a hojear el impreso para ver que hay en su interior.

En las páginas 2, 3, 6 y 8, pienso que se maneja información útil para los empleados, que puede darles mayor información, los últimos adelantos y bibliografía sobre su área profesional. En los artículos, implícitamente se mantendrá una actitud favorable hacia las actividades de la Empresa. En mi opinión, la publicación representa un auxiliar para expandir los conocimientos del

1. *Ibid.*, p. 110-111

2. *Ibid.*, p. 48

3. *Ibid.*, p. 73-74

personal sobre su área de trabajo, a la vez que informa sobre aspectos importantes de la Firma¹. (Ver foto 63).

La columna de notas cortas permite que estas puedan ser localizadas y leídas con rapidez, ya que sino se les agrupa en forma ordenada, se corre el riesgo de que aparezcan dispersas por la página². (Ver foto 74).

Me parece que las páginas 4, 5, 7 y 9 constituyen uno de los objetos principales del boletín, al permitir establecer un canal de comunicación entre maestros, a manera de exposición de ejercicios novedosos y útiles. (Ver fotos 75 y 76). Creo que el contar con material fresco y de calidad será bienvenido por cualquier maestro, desde los de reciente ingreso, hasta los que ya tengan varios años trabajando para Interlingua. Se han seleccionado estas páginas interiores para ser recortadas porque me parece necesario darles un lugar importante en el periódico interno, ya que contienen información prioritaria en el comunicado. Además, se trata de páginas interiores porque no siempre serán perforadas y guardadas por los maestros. El personal conservará los ejercicios que considere de utilidad para sus clases.

Se ha recorrido a un formato fijo para las páginas de ejercicios porque, desde mi punto de vista, es indispensable que sean indistinguibles de manera inmediata. El maestro espera ver todos los ejercicios dispuestos en forma constante número tras número; a mi modo de ver, el empleo de una maqueta lógica permite rapidez de comprensión. Cuando el maestro lea el ejercicio, ya sea en su tiempo libre o en el salón de clase (en este último caso debe entender y saber de que se trata la actividad en forma más rápida, ya que cuenta con menos tiempo) a mi parecer debe tener bien claro el nivel, tipo de ejercicio, objetivo, momento de realización,

1. Fraser Bond, Introducción al periodismo, p. 249-250

2. Mario García, op. cit., p. 71-72

Mextesol Convention

ternas con capacidad de 300 m rarán al sistema 575 mil aparatos y 335 mil 600 líneas en la República.

El programa de telefonía rural, cuyo objetivo es el de apoyar la integración de la población del campo al desarrollo nacional, atenderá por medio de Teléfonos de México, a 300 localidades, en tanto que la SCT lo hará en 248 comunidades.

Servicio postal y telegráfico

Respecto a Telerreservaciones, Servicio Postal Mexicano y Telégrafos Nacionales, órganos descentralizados del sector, ampliarán y modernizarán su infraestructura existente. Para 1987, el servicio postal, el medio más antiguo de comunicación en el país, estima recibir, clasificar y distribuir 800 millones de piezas postales.

netrische Maßanalyse /
omobile / Elektromobil u. elek-
her Kraft /
e (ohn
Sil
um
il
on
le
p
lektr
on
mit
nel Díaz Diaz, Secretario de Comu-



nicaciones y Transportes, dio pose-

Aeropuertos y Servicios Auxiliares (ASA) a Alfonso Martínez Domínguez, en sustitución del licenciado Humberto Lugo Gil, durante una sesión extraordinaria del citado organismo, el pasado 9 de enero.

En la ceremonia, el titular de la SCT reconoció que en los 16 meses que el licenciado Lugo Gil estuvo al frente del organismo, desempeñó una labor encomiable en beneficio de ASA; destacó su vocación de servicio y mencionó que puso e marcha importante programas.

El nuevo director de ASA tiene una larga trayectoria dentro del servicio público, donde ha puesto d manifiesto su capacidad y lealtad reconoció, además de su labor como gobernador del Estado d

short notes

750 mil habitantes de 430 localidades, por medio de 225 obras que generarán 300 mil empleos temporales.

En materia de conservación de caminos, serán prioritarios los trabajos en los 43 mil 500 km de la red troncal, los 48 mil 285 km de la red alimentadora y los 83 mil 400 km de la red rural. Se instrumentará un

asumido la administración actual, durante 1987 se proseguirá con la ejecución de obras de infraestructura y se pondrá especial énfasis en la reconstrucción de vías.

El movimiento ferroviario de carga llegará a 74 millones de toneladas, al transportar principalmente granos, minerales, insumos agrícolas y derivados del petróleo.

Los proyectos prioritarios en este subsector son: la continuación de la vía doble y electrificada México-Querétaro, cuya puesta en servicio en 1988 marcará el reinicio del funcionamiento de los ferrocarriles eléctricos en el país.

Continuarán los trabajos en la vía doble Querétaro-Irapuato: en la integración del eje Guadalajara-Monterrey, en donde se pondrán en operación 160 km del tramo Salinas-

LEVEL

7

type 3

aim:

Expresó que los mexicanos logramos en 1986 sortear, modern

stage:

SCT reconoció que en los 16 meses el titular de la En la

7

situation:

También nuestra opinión pública se ha enriquecido y general, a los diversos sectores y grupos que integran la sociedad, por su cooperación, su actitud y solidaridad.

procedure:

rcial al exterior, de descentralización de la vida na de las estrecheces materiales, y dijo que aunque sabemos que es mucho lo que hay que hacer, existe la cooperación y el compromiso de todos los mexicanos.

Destacó que, aun a niveles más bajos, la economía siguió funcionando y protegiendo en lo fundamental la planta productiva y el empleo.

Expresó que los mexicanos logramos en 1986 sortear uno de los años más difíciles en nuestra vida económica, ya que la calda de los precios del petróleo y de otras mercancías que exportamos, y las difíciles negociaciones de la deuda externa, nos hicieron mella y tuvieron efectos negativos en la producción y empleo y también en el proceso inflacionario.

Concluyó su mensaje de año nuevo, transmitido a nivel onal el día 7 de enero, con una serie de menciones a amas en los que se seguirá avanzando, a pesar.

de las estrecheces materiales, y dijo que aunque sabemos que es mucho lo que hay que hacer, existe la cooperación y el compromiso de todos los mexicanos.

nicación y transportes, así lo expresó el Presidente Miguel de la Madrid durante la ceremonia inaugural del tramo La Venta-La Marqueza de la carretera México-Toluca.

Expresó su cordial felicitación a los ingenieros, administradores, técnicos y trabajadores camineros; con relación a la obra, el Presidente Miguel de la Madrid dijo que no obstante las dificultades que los tiempos presentan estamos dispuestos a vencer con firmeza y vigor.

La ceremonia se celebró el día 30 de noviembre en e kilómetro seis, donde inicia el viaducto de 350 metros d longitud que salva una hondonada de 60 metros de profundidad; minutos después que el presidente devel una placa conmemorativa.

Durante el acto, le acompañaron el titular de la SC ingeniero Daniel Díaz Díaz, y el Gobernador del estado de México, Mario Ramón Beteta.

if the group is weak:

ás activa y dinámica para analizar, discutir y crear los grandes y pequeños problemas de la sociedad; miramos tenemos vigente el derecho de expresar nuestras raciones y defender nuestras convicciones en la prengo-

En la parte que dedicó a la problemática económica el Primer Mandatario señaló que los mexicanos he reaccionado frente a los retos y adversidades económicas y sociales con más democracia y más

LEVEL

B

conversation

aim:

mente con todo el pueblo, con todos los sectores, para servi

stage:

ograma permanente de conserva- como nuevo Director

9

procedure:

nal para lograr una distribución territorial más equilibrada de nuestro desarrollo.

Expresó que los mexicanos logramos en 1986 sortear uno de los años más difíciles en nuestra vida económica, ya que la caída de los precios del petróleo y de otras mercancías que exportamos, y las difíciles negociaciones de la deuda externa, nos hicieron mella y tuvieron efectos negativos en la producción y empleo y también en el proceso inflacionario.

Destacó que, aun a niveles más bajos, la economía siguió funcionando y protegiendo en lo fundamental la planta productiva y el empleo.

Concluyó su mensaje de año nuevo, transmitido a nivel nacional el día 7 de enero, con una serie de menciones a los programas en los que se seguirá avanzando, a pesar de las estrecheces materiales, y dijo que aunque sabemos que es mucho lo que hay que hacer, existe la coión y el compromiso de todos los mexicanos.

las limitaciones existentes, se avanzará en los programas de alimentación, salud, educación, vivienda y ecología, sin interrumpir además los programas de infraestructura, comunicaciones, electrificación, petróleo y petroquímica, obras hidráulicas y desarrollo urbano.

Ratificó el apoyo del gobierno al campo, y afirmó que seguirá el empeño de avanzar en la renovación moral de la sociedad, pues "no permitiremos desmayos ni relajamientos", y reafirmó que mantendrá contacto permanente con todo el pueblo, con todos los sectores sociales, para servirlos mejor.

En otra parte de su mensaje, habló de las reformas para seguir perfeccionando la vida democrática del país, así como fortalecer el Poder Judicial, lo que es una variante más de la renovación moral de la sociedad.

En la parte que dedicó a la problemática económica, el Primer Mandatario señaló que los mexicanos hemos reaccionado frente a los retos y adversidades económi-

variation

lto más activa y dinámica para analizar, discutir y criticar los grandes y pequeños problemas de la sociedad; todos tenemos vigente el derecho de expresar nuestra opiniones y defender nuestras convicciones en la prensa, radio, televisión, cine o, simplemente, en reunión privadas o manifestaciones públicas.

Presidente Miguel de la Madrid dijo que, aun dentro de las limitaciones existentes, se avanzará en los programas de alimentación, salud, educación, vivienda y ecología, sin interrumpir además los programas de infraestructura, comunicaciones, electrificación, petróleo y petroquímica, obras hidráulicas y desarrollo urbano.

procedimiento y pasos a seguir de cada ejercicio.

Las páginas 10, 11 y 12 contienen secciones de opinión, breves reseñas sobre espectáculos, sugerencias prácticas y una sección de clasificados. (Ver fotos 67, 78, 79). Considero beneficioso incluir secciones variadas que no hagan de la lectura del periódico interno una tarea exclusivamente académica, una obligación más. Pienso que no es posible incluir solamente temas que la Escuela desea difundir. En mi opinión, hay que procurar que los artículos sean atractivos para el lector, ya que si no son de interés para el maestro, no serán leídos, por más que se apeguen a los objetivos de la Institución¹.

Gracias a la encuesta realizada, se llegó a la decisión de incluir en el impreso las secciones de las páginas 10, 11 y 12.

La página de espectáculos presenta una disposición constante de las secciones de teatro, cine y música, para que el lector siempre pueda encontrar la información que desea en el mismo lugar. La parte inferior de la página muestra notas sobre actividades culturales diversas (varían en cada edición).

De esta manera, la página se divide en dos módulos que, a mi entender, se pueden distinguir fácilmente².

Desde mi punto de vista, la página de anuncios clasificados está basada en un esquema sencillo y ordenado. Creo que la organización es un elemento fundamental en este tipo de páginas. El diseño se presta a pocas variaciones. Incluye indicadores (flechas) que, a mi parecer, rompen con la monotonía y auxilian al receptor a localizar la parte que necesita³. Ya que la primera palabra

1. Jorge Ríos Salay, Relaciones Públicas, p. 34

2. Mario García, op. cit., p. 235

3. Ibid., p. 226-231

se encuentra alineada a la extrema izquierda y el resto del anuncio está sangrado, pienso que es fácil llevar la vista de un anuncio a otro, saltando los que no son de interés, lo que lleva al receptor a encontrar el anuncio buscado de manera rápida.

Las páginas 13 y 14 constituyen una forma de sondeo para conocer mejor ciertos aspectos que a mi modo de ver, mejorarán el desempeño del Departamento Técnico y facilitarán la toma de decisiones y medidas laborales, así como la resolución de los problemas de Interlingua. (Ver fotos 70 y 72).

La función de las páginas 15 y 16 es fomentar la participación del personal, mediante la apertura de un espacio de aportación de ejercicios, críticas, sugerencias, etc.

Se han reservado las cuatro últimas páginas del periódico interno para las secciones de encuesta y para la forma de maestros para que sea fácil recortarlas y enviarlas al Departamento Técnico.

Me parece que la participación del personal en la elaboración de este impreso, además de constituir una forma de mejorarlo, puede permitir un mayor acercamiento e identificación entre los directivos, el Departamento Técnico y el personal docente¹.

En general, podría decir que todas las secciones del boletín se han determinado de acuerdo a los resultados de la encuesta de la que se ha hablado en el punto 2.2.

A continuación se hablará de los elementos gráficos que conforman el comunicado.

Considero que la dimensión de los márgenes constituye uno de los factores que influyen en la legibilidad².

1. Jorge Ríos Szalay, *op. cit.*, p. 35

2. Arthur Thurnbill, Russell Baird, *op. cit.*, p. 37-38

Scholarships

utiliza las señales de los satélites, de las automatizadas y microonfin de que este medio llegue a todos los confines del país y cada vez sean más las poblaciones comunicadas en la presente administración.

Lo anterior constituye un auxiliar para los productores ganaderos,

co en general, radicados en Torreón, Coahuila, cuya nueva oficina telegráfica beneficiará a 248 mil habitantes.

De igual forma, este servicio permitirá elevar las actividades agrícolas, industriales y comerciales de los habitantes de Villa Nicolás Romero y de Ajalpan, pertenecientes a los Estados de México y Puebla, respectivamente.

En San Juan Coahuayaxi y en la comunidad triqui de San Juan Copala, Oaxaca, fueron abiertas otras

público en general, radicados en Torreón, Coahuila, cuya nueva oficina telegráfica beneficiará a 248 mil habitantes.

De igual forma, este servicio permitirá elevar las actividades agrícolas, industriales y comerciales de los habitantes de Villa Nicolás Romero y de Ajalpan, pertenecientes a los Estados de México y Puebla, respectivamente.

En San Juan Coahuayaxi y en la comunidad triqui de San Juan Copala, Oaxaca, fueron abiertas otras

11

Various

doz Fernández las dos empresas transportaron 14.2 pasajeros; de este volumen, AeroMéxico y Mexicana de Aviación, compitiendo con 24 aerolíneas que operan en México, captaron 3.5 millones de turistas, cifra que representó el 54 por ciento del flujo de visitantes del exterior.

Por su movimiento, el mercado de los Estados Unidos constituye la mayor parte del tráfico, ya que ascendió a 5 millones 600 mil usuarios, de los cuales las líneas nacionales transportaron más de la mitad.

De otras áreas, como Latinoamericana, Europa, Canadá y Asia, se

ro Daniel Díaz Díaz, en la ceremonia central de los actos conmemorativos de la Semana de la Aviación, en la que el titular de la SCT entregó la medalla Emilio Carranza a pilotos que han acumulado 10, 15 y 25 mil horas de vuelo.

En dicho informe de actividades, el Director General de Aeronáutica Civil, ingeniero Enrique Méndez Fernández, señaló que las dos empresas nacionales transportaron 14.2 millones de pasajeros; de este volumen, AeroMéxico y Mexicana de Aviación, compitiendo con 24 aerolíneas que operan en México, captaron 3.5 millones de turistas, cifra que representó el 54 por ciento del flujo de visitantes del exterior.

Por su movimiento, el mercado de los Estados Unidos constituye la mayor parte del tráfico, ya que as-

geniero Daniel Díaz Díaz, en la ceremonia central de los actos conmemorativos de la Semana de la Aviación, en la que el titular de la SCT entregó la medalla Emilio Carranza a pilotos que han acumulado 10, 15 y 25 mil horas de vuelo.

En dicho informe de actividades, el Director General de Aeronáutica Civil, ingeniero Enrique Méndez Fernández, señaló que las dos empresas nacionales transportaron 14.2 millones de pasajeros; de este volumen, AeroMéxico y Mexicana de Aviación, compitiendo con 24 aerolíneas que operan en México, captaron 3.5 millones de turistas, cifra que representó el 54 por ciento del flujo de visitantes del exterior.

Por su movimiento, el mercado de los Estados Unidos constituye la mayor parte del tráfico, ya que as-

accomodation



wwowpeia parte, el licenciado Gil agradeció al Consejo de **andow the** del organismo el res otorgado durante su gestión, l le permitió llevar a cabo su mi **dnso gntopt** del mes de enero oficinas que comunican con e:

tnwoei andow y el exterior a u de 460 mil habitantes de diver **entithe an** de Puebla, Coahuila, ca, Estado de México y Duran

keow an dependencia utiliza las les emanadas de los satélites, **andowneie** automatizadas y mi das, a fin de que este medio ll todos los confines del país y **peow and** más las poblaciones, nicadas en la presente admi ción.

qneozp anterior constituye un a para los productores gana **enqo ando tn** general, radicad Torreon, Coahuila, cuya nuev

i tnei ando elevar las activi agrícolas, industriales y comer **owie and** habitantes de Villa N Romero y de Ajalpan, perten **dkslgnakd g** Estados de Méx Puebla, respectivamente.

antizo tghti Juan Coahuayaxi y comunidad triqui de San Jua: **ando tn** Oaxaca, fueron abiertas unidades del servicio, mientras **ntozpi** organismo descentral electia estudios técnicos y e

tneoque En esta forma nustr mantiene vínculos comerciale **srxod tnwoxi** ,naciones del m Para incrementar la afluencia t ca, además, en el pasado a **do the srxo th** mil 279 vuelos c o de fletamento, lo que sig 664 mil asientos.

xociang an la citada ceremoni tuvo lugar en la sala Ollin Yo día 8 de enero, también se in **ewip andgh** actualidad funcion nuestro país 140 empresas d aéreo, 3 operadoras regional

house rentals



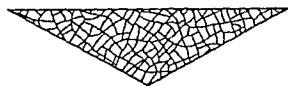
tne andown mil personas, respe mente. En esta forma nustr **downw an** vínculos comerciale las principales naciones del m **qneowndk anzo** la afluencia t ca, además, en el pasado a autorizaron 3 mil 279 vuelos c **sqqz nnpzot enqo** lo que sig 664 mil asientos.

adoqpq zozit citada ceremoni tuvo lugar en la sala Ollin Yo: día 8 de enero, también se in **andotht qn** actualidad funcion nuestro país 140 empresas d **andnand ao**operadoras regional regulares, cuatro dedicadas al **zn znczoqpq a** fueron certificad productos, como lubricantes, ras, contenedores y artículos p **tiz enqopt t** aeronaves; conjunt te con la empresa British Aer ce, se busca ampliar la capacid

wnwopz ciz millones 600 mil usu de los cuales las líneas naci transportaron más de la mitad

ei wnqoqp a áreas, como Latin rica, Europa, Canadá y Asi

furniture & household accessories



iz znzo tne radiotelegrafía con directamente con la capital de do. Su infraestructura es inalá **doght ando tp** la comunicación zona y reduce costos operativ

eoqp ando las poblaciones ale que también se verán benefi **tnzoe andownw** figuran: San Agua Caliente, Nopales, l **ando andoz gn** Aíamos, El Zap relos, Portales, El Salitre y L Seca, dedicadas a la minería

various



owisiz an las labores orienta apoyar el desarrollo de la ind **oand tne and** fueron certificad productos, como lubricantes, ras, contenedores y artículos p **neoa an** de aeronaves; conjunt te con la empresa British Aer ce, se busca ampliar la capacid

El objetivo de los márgenes es enmarcar a la caja tipográfica, a las fotografías e ilustraciones, dentro de un espacio blanco. A mi entender la cantidad de espacio blanco dentro del área impresa debe ser inferior al espacio en blanco de los márgenes con el fin de darle unidad y coherencia al todo. Tradicionalmente se han usado, sobre todo en libros, márgenes progresivos, siendo el más angosto el del lomo y el más ancho el de pie¹.

Pienso que el uso de blancos bien proporcionados aumenta el placer de la lectura. Muchas veces la determinación del tamaño del margen obedece a razones de corte y refino (se pueden abstraer de 1 hasta 5 mm. de la hoja durante esta operación)².

En el presente caso, aunque el margen de corte no es muy amplio, en mi opinión, permite el refino sin distorsionar el diseño de página. El margen del lomo es ligeramente mayor que el de corte, previniendo alguna inexactitud en el dobléz. El margen de pie es mayor que el de cabeza para que, desde mi punto de vista, el campo tipográfico parezca más ligero, y la superficie impresa, que ópticamente resulte gris, quede en estado de flotación y no caiga hacia fuera³.

Aunque la elección de trabajar con tres columnas no es muy común en un diario normal, considero que el boletín tiene un formato más reducido que se adapta bien a un número tan limitado de columnas. Creo que el uso de tres columnas no va bien para artículos cortos (4 párrafos). Pienso que es ideal para un tratamiento especial de un solo artículo en la página⁴.

Ya que en cada página se manejará un solo artículo y tema, generalmente dividido en partes, con un texto de mediana longitud, a mi modo de ver, el uso de tres columnas es adecuado para el boletín de Interlingua.

1. *Ibid.*, p. 106

2. Josef Muller Brockmann, *op. cit.*, p. 39

3. *Ibid.*, p. 49-55

4. Mario García, *op. cit.*, p. 243

En un formato reducido, con tres columnas, me parece más conveniente que la maqueta tenga una orientación horizontal. El manejo de tres columnas, a mi modo de ver facilita la lectura de textos y titulares aunque limita el número de posiciones de presentación de artículos¹.

Otra de las razones por las que se ha seleccionado trabajar con este número de columnas es porque, desde mi perspectiva, representa una pauta que logra comunicar toda la variedad de posibles informaciones y textos (artículos de opinión, ejercicios, sugerencias, clasificados, página de encuesta y página de participación), a la vez que permite tener un sentido de valores (importancia de cada nota según su ubicación en la página) a través del tiempo².

Considero que la determinación de la anchura de la columna depende de la función del impreso y del factor legibilidad. A mi parecer, el ancho de la columna debe ser acorde con la fuerza de cuerpo del texto base seleccionada; en este caso se ha elegido la de 10, ya que, en mi opinión, los textos base de 10, 11 y 12 puntos son más fáciles de leer para el lector promedio³.

Ya que este tipo de publicación se lee a una distancia de 30 a 35 cm., un puntaje de 10 no es demasiado grande ni demasiado pequeño, por lo que pienso que no produce cansancio excesivo y es adecuado para la distancia antes mencionada⁴.

Se ha determinado una interlínea de 2 puntos porque para los tamaños de texto ordinario, me parece que 1 o 2 punto de interlínea son suficientes⁵.

Una interlínea de dos puntos es acorde al puntaje 10. Además, al no ser muy restringida,

1. Harold Evans, *op. cit.*, p. 80-81

2. *Ibid.*, p. 9-10

3. Arthur Thurnbill, Russell Baird, *op. cit.*, p. 110

4. Josef Muller Brockmann, *op. cit.*, p. 30-32

5. Arthur Thurnbill, Russell Baird, *op. cit.*, p. 104

creo que ayuda a que la mancha tipográfica tenga una apariencia abierta y ligera¹.

Se ha determinado una justificación de 13 picas por columna, ya que considero que un ancho de 11 a 15 picas por columna es legible².

A mi modo de ver, un buen ancho de columna ayuda a crear un ritmo regular y agradable de lectura y auxilia al lector a concentrarse en el contenido del texto³.

Se manejan columnas justificadas porque, en mi opinión son apropiadas al carácter serio del impreso⁴.

Me parece que la justificación de la línea en picas no debe de exceder el doble del tamaño del tipo que se está usando. Pienso que las líneas deben contener de 10 a 12 palabras promedio (60 caracteres aproximadamente)⁵.

Se ha elegido un corondel de 1 1/2 picas porque considero que es recomendable dejar un espacio de 1.3 a 2 picas entre columnas⁶.

Se ha decidido utilizar dos opciones de retículas auxiliares, ya que a mi modo de ver, el empleo de anchos de columnas variados fomenta el interés gráfico. No obstante, sólo se usa en secciones específicas para crear confusión en la composición⁷.

Ya que básicamente se maneja un patrón de tres columnas, el usar dos columnas más anchas para las secciones de ejercicios del tipo 3 y los conversacionales, que requieren texto

1. Josef Muller Brockmann, *op. cit.*, p. 30-32
2. Harold Evans, *op. cit.*, p. 70-76
3. Josef Muller Brockmann, *op. cit.*, p. 30-32
4. Mario García, *op. cit.*, p. 73-74
5. Arthur Thurnbill, Russell Baird, *op. cit.*, p. 104
6. Mario García, *op. cit.*, p. 98
7. *Ibid.*, p. 68

corrido únicamente, así como para algunas partes de los ejercicios tipo 1 y 2, al igual que para algunos artículos o parte de ellos (gramática, área donde aparece la bibliografía, etc.) y para algunas áreas de la hoja de encuesta y forma de maestros, desde mi punto de vista, brinda una mayor variedad.

Los ejercicios tipo 1 requieren tres columnas porque en ellas se enlistan (*cues*) necesarias para llevar a cabo las actividades.

Desde mi perspectiva, se hace uso de una maqueta dinámica para dar una respuesta dinámica a los contenidos¹

De esta forma, creo que se atraerá al receptor a la lectura de un texto gráficamente variado y que se caracteriza por tener movimiento y flexibilidad.

A mi modo de ver, la utilización de una maqueta modular permite organizar la información de forma automática, hace claro el orden de lectura y no obliga al receptor a que cambie de página. Considero que al ser modular, la maqueta puede ser captada y entendida en forma muy rápida. Pienso que se comprende perfectamente cuáles son las partes que están relacionadas entre sí².

En mi opinión, el empleo de módulos hace posible dar un ordenamiento visual al comunicado gráfico, al disponer de un espacio rectangular para cada artículo³.

Los módulos pueden adquirir formas rectangulares que van de las horizontales extremas a las verticales extremas. Creo conveniente evitar los cuadrados por ser formas más estáticas. Los módulos forman parte de una composición geométrica. Al haber una clara separación entre los elementos formales, considero que se facilita su conocimiento y la comprensión de su

1. Harold Evans, *op. cit.*, p. 82-83

2. *Ibid.*, p. 84-97

3. Mario García, *op. cit.*, p. 110-111

contenido¹.

Desde mi punto de vista es favorable que haya un módulo dominante que pueda estar ubicado cerca del centro óptico de la página, o en la parte superior izquierda².

121

Este elemento proporciona énfasis al jerarquizar a las partes que conforman la página. Pienso que el énfasis se puede lograr al hacer contrastar y destacar en un módulo: el tamaño de los caracteres, su diseño, su medida, uso distinto de filetes, ilustraciones, fotografías y blancos³.

Al módulo dominante, Mario García le llama Centro de Impacto Visual (CIV). Este autor señala que se trata del punto que capta la atención inmediata del lector. Añade que solamente debe haber un CIV por página. Así se van acomodando los módulos secundarios de manera que el lector siga un recorrido determinado a lo largo de la página⁴.

Considero que la maqueta horizontal presenta más posibilidad de énfasis al permitir separar a los titulares mediante texto y darle a cada módulo un lugar e importancia particular. Pienso que también es posible emplear toda la página para presentar un artículo, tal y como se hace en el boletín⁵.

Podría decirse que una composición dominada por la horizontalidad tiende a ser menos dinámica que una vertical, no obstante, a mi entender, la orientación horizontal va de acuerdo al carácter serio de ésta publicación.

Me parece que la maqueta asimétrica o irregular trata de reunir en forma acertada orden y énfasis y permite una diagramación no preñada de antemano. Mediante el uso de la

1. Josef Muller Brockmann, op. cit., p. 82

2. Arthur Thurnbill, Russell Baird, op. cit., p. 325-328

3. Harold Evans, op. cit., p. 87-89

4. Mario García, op. cit., p. 57-58

5. Harold Evans, op. cit., p. 94-96

diagramación antes descrita, se crea, desde mi punto de vista, una pauta unitaria para todas las páginas y una orientación objetiva en la presentación del tema¹.

Creo que una información dispuesta con orden y claridad se lee con más rapidez y menor esfuerzo, se entiende mejor y se retiene con más facilidad².

A mi modo de ver, el uso de este tipo de diagramación tiene como objetivo conseguir: organización y sentido de proporción entre elementos, adecuada distribución, legibilidad, unidad, identidad y énfasis, por lo tanto, se consigue vigor, variedad, contraste y movimiento³.

Finalmente, hay que considerar que la maqueta debe ser económica en el manejo de espacio (y por lo tanto de recursos) y de tiempo que demanda a las personas encargadas de redacción y producción, por lo cual se han establecido unos anchos o justificaciones de columnas limitados y un número también restringido de familias tipográficas, lo cual representa, a mi parecer, un ahorro de tiempo y dinero.

La ubicación del folio en el margen de corte obedece, desde mi punto de vista, a la búsqueda de un efecto dinámico, ya que por su localización, se dirige ópticamente hacia fuera de la página; al pasar las hojas, el folio representa un peso óptico en el margen que acelera el ritmo con el que se pasa las mismas. El espacio entre el folio y la mancha tipográfica es de 1 1/2 picas, lo que equivale al espacio intermedio entre columnas⁴.

El folio se encuentra a 14 picas del extremo superior del formato, ya que se ubica sobre un punto áureo que divide en dos partes la distancia que se inicia donde se coloca el pulgar para asir la página y finaliza en el extremo superior de la página.

1. Josef Muller Brockmann, *op. cit.*, p. 10

2. *Ibid.*, p. 13

3. Harold Evans, *op. cit.*, p. 97

4. Josef Muller Brockmann, *op. cit.*, p. 42

El diseño del logotipo del boletín, por su semejanza con el logotipo de la Escuela, en mi opinión, refuerza la identidad corporativa y establece un símbolo reconocible que impone el estilo gráfico del impreso¹.

123

Considero que la mancheta (parte superior de un diario donde aparece el nombre de este, la ciudad y la fecha), al ser constante, duradera, seria, activa, ordenada, armónica y enérgica, se parece en forma y en carácter al logotipo de Interlingua, del cual hablamos en el punto 2.1. Me parece que el logotipo del boletín refleja el enfoque editorial del comunicado por ser formal, emprendedor, ordenado, académico y participativo (uso de flechas en movimiento y de tipografía itálica). El par de flechas pretende mostrar, desde mi punto de vista, una variación del logograma institucional, aunque es un poco más informal, está un poco menos engranado y ensamblado, es un tanto más libre y menos preso del conjunto de cuatro flechas del logotipo de la Empresa (la lectura y participación en el periódico interno, aunque son bienvenidas por el editor del mismo, no son forzadas).

El logotipo está rodeado de blanco para ayudar a que el lector se sienta atraído a leer el resto de la página; pienso que el blanco sirve como descanso a la vista².

La disposición de cada elemento de la mancheta permite, a mi modo de ver, la lectura rápida de cada uno de ellos, así como la identificación de la mancheta como una unidad visual.

La ventana que indica cuáles son las secciones de mayor interés siempre aparecerá en el mismo lugar con el fin de que el lector la localice con rapidez. Este elemento también se utiliza para romper la monotonía³.

1. Mario García, op. cit., p. 87

2. Mario García, op. cit., p. 112

3. Harold Evans, op. cit., p. 43-49

Se ha determinado emplear a las mismas familias tipográficas para la cabecera y para los títulos fijos. El título de cada sección está alineado a la izquierda, al igual que los títulos de cada artículo, ya que me parece conveniente que se siga el mismo patrón de disposición en varios elementos del impreso.

Se ha seleccionado a las familias tipográficas Oracle y Futura por su carácter serio y formal que refleja, en mi opinión, la personalidad del periódico interno y del logotipo del boletín. Ya que la familia Oracle siempre se emplea para los nombres de las secciones, y por lo tanto siempre aparece en un lugar fijo dentro de la página, creo que es posible distinguirla inmediatamente. Es un elemento de continuidad a lo largo de la publicación¹.

Se han elegido pocos estilos de tipos para los títulos, que así entender, éstos son muy estables, lo cual ayuda a cimentar el carácter del comunicado².

El título de cada sección y de cada artículo mantiene espacio blanco a su alrededor con el fin de descongestionar la página. Hay más de 6 mm. entre la firma y el resto de la página para permitirle al lector trasladar fácilmente la vista de la cornisa hacia el texto base³.

Tanto el nombre de las secciones fijas como la firma tienen un estilo y peso constante a lo largo del boletín, constituyendo, desde mi perspectiva, elementos de orden, continuidad y vínculo visual que colaboran a la creación de la personalidad e imagen del periódico interno. Se ha decidido que el nombre de las secciones y de los artículos estén en altas y bajas porque me parece más legible un texto en altas y bajas que uno en altas; además si se emplea la caja alta, creo que se le estaría dando una importancia exagerada al texto⁴. Considero que el texto en altas

1. Mario García, op. cit., p. 119

2. Ibid., p. 266

3. Ibid., p. 139-140

4. Harold Evans op. cit., p. 15-43

y bajas es adecuado para un periódico de contenido particular porque los títulos no tienen la necesidad de llamar la atención por el hecho de tratar temas muy recientes o de gran relevancia¹.

En mi opinión, es aconsejable alinear el nombre de la sección y del artículo a la izquierda para que quede blanco a la derecha y evitar un posible choque entre dos títulos. Al rodearse de bastante blanco, los títulos conforman unidades que se pueden leer en conjunto y en forma rápida. El patrón que se sigue en cuanto su justificación, es que ningún titular sea más ancho que la justificación de dos columnas².

Si hay una foto que forme parte del artículo, pienso que no hay que ubicar el texto sobre la foto porque el lector mirará primero la foto y no sabrá cuál es el texto (el movimiento visual de abajo hacia arriba no es lo más común)³.

Cada foto tiene su pie o texto explicativo directamente abajo para que el lector tenga claro que pie corresponde a cada una de ellas en forma inmediata. La función del pie de foto es representar un acceso instantáneo a la información con que se relaciona.

Mediante el uso de tres familias tipográficas (Futura, Oracle y Helvética) y algunas de sus versiones para todo el boletín, se evita que haya demasiados tipos de letra y a mi modo de ver se logra armonía y variedad al explotar todas posibilidades de peso visual y tonalidad de cada versión⁴. Me parece que es una manera de evitar la monotonía⁵.

Se ha seleccionado la familia Helvética porque, desde mi punto de vista, va de acuerdo con la personalidad que el boletín tiene, es decir, es seria, estable, sobria, formal, es apropiada

1. *Ibid.*, p. 113

2. *Ibid.*, p. 15-43

3. Mario García, *op. cit.*, p. 71-72

4. Arthur Thurnbill, Russell Baird, *op. cit.*, p. 110

5. *Ibid.*, p. 350-351

para un impreso de carácter básicamente académico, por lo cual pienso que es coherente con la impresión psicológica que debe sustentar¹.

Además, a la gente le es muy familiar la Helvética lo cual representa una ventaja porque, en mi opinión, las personas leen más fácilmente y con menos fatiga la tipografía que les resulta más conocida².

La Helvética es el único tipo seleccionado para el texto base porque creo que no es conveniente variar el tipo del texto informativo. Esta familia también se emplea para textos especiales tales como citas y pies de foto³.

En general, se emplearán pocos textos en estilo Bold y más en versión Medium y Light; así se evitará, a mi parecer, que se cansé la vista. No se utilizan letras blancas sobre fondo negro ya que pienso que no son fáciles de leer⁴.

El espacio entre párrafos equivale a un línea, es decir, a un número de puntos común a la fuerza de cuerpo e interlínea que se está manejando. Al sangrar los párrafos, considero que se facilita la lectura, por el incremento de blancos⁵.

Es posible incluir cita en el impreso como un recurso que proporciona, desde mi perspectiva, vivacidad al artículo. Ya que cada página contiene un solo artículo, se les ha ubicado en forma aislada, aunque sin interrumpir el hilo de la lectura.

Se ha procurado mantener suficiente espacio blanco alrededor del nombre de la sección, del título de cada artículo, entre las líneas de título, entre el título y el texto base y entre párrafos,

1. *Ibid.*, p. 108

2. *Ibid.*, p. 102

3. Mario García, *op. cit.*, p. 115

4. *Ibid.*, p. 96

5. *Ibid.*, p. 98

con el fin de proporcionar un efecto de alivio y descanso a la vista, así como para dar ritmo a la lectura¹.

El uso de filetes horizontales, verticales, del filete Oxford (recuadro) de filetes dobles, de recuadros sombreados y de cuadros con esquinas redondeadas tiene el fin de relacionar o separar material y atraer la atención en zonas carentes de interés. Se han evitado los filetes muy gruesos ya que, en mi opinión, no van con el estilo y el aspecto general del periódico interno².

Además, los filetes consituyen elementos que aportan, a mi parecer, calidez y variedad al impreso³.

Es mucho más ventajoso usar filetes entre columnas que dejar el corondel blanco o ciego porque pienso que así es posible utilizarlos como separación entre columnas y emplear el corondel blanco para unir columnas. Sin embargo, cada filete está rodeado de un espacio mayor a una pica, por lo cual, considero que no se ve comprimido por un área limitada⁴.

Creo que las fotos y viñetas consituyen elementos que brindan variedad, ya que el lector está orientado hacia lo gráfico y prefiere leer publicaciones que incluyan fotografías⁵.

Al hacer la selección tipográfica (familia, puntaje, versión) descrita, se busca hacer del boietín un impreso que invite a la lectura y la mantenga⁶.

El manejo constante y regular de la retícula, texto base y de resalte, fotos, gráficas, blancos, la ordenación de secciones, artículos y demás elementos gráficos mantienen, desde mi punto de vista, continuidad, armonía y proporción lógica a lo largo de la publicación, así

1. *Ibid.*, p. 140

2. *Ibid.*, p. 99

3. Harold Evans, *op. cit.*, p. 120

4. *Ibid.*, p. 163

5. Mario García, *op. cit.*, p. 173

4. Harold Evans *op. cit.*, p. 112

como una personalidad acorde con la Escuela.

3.1.6.2 Cartel

Al seleccionar el sistema de impresión offset para el cartel, se pretende lograr una calidad aceptable semejante a la del resto de los materiales publicados por la Escuela.

Por lo que respecta a la diagramación del comunicado, al utilizar el primer eje áureo, se pretende lograr una división proporcionada del espacio (Ver foto 73)

El segundo eje áureo, sobre el cual pasa el fonograma más destacado del Impreso, también señala una zona equilibrada y proporcionada con respecto a la altura del comunicado.

Mediante estos dos ejes, se pretende organizar la ubicación de los elementos para colocar las bases sobre las que se localizan los demás componentes gráficos¹.

Hay una línea paralela a este segundo eje áureo ubicada muy cerca del extremo inferior del cartel.

De esta manera, podemos decir que los principales ejes manejados en el comunicado gráfico son, uno oblicuo y dos horizontales, con lo cual se logran, desde mi perspectiva, dos cosas:

- una división desigual o asimétrica del área total, obteniéndose un resultado dinámico².
- un contraste por oposición de direcciones (oblicua - horizontal), lo cual atrae la atención por el uso de orientaciones complementarias que implican movimiento y necesidad de contrapeso (oblicua) y reposo, estatismo (horizontal). Estos ejes rigen la dirección de la

1. Franz Hermann Wills, *op. cit.*, p. 54

2. *Ibid.*, p. 54-57

lectura (de arriba a abajo, de izquierda a derecha, adaptándose a los hábitos de lectura del receptor¹.

La textura visual que se da a base de los fonogramas en color beige también encuentra su acomodo en este eje áureo, ya que los fonogramas que no se incian en el eje, se supeditan a la ubicación de los que si lo hacen. Esta textura muestra una armonía de color con respecto al fondo, consituyéndose en un elemento secundario con respecto al texto principal. (Ver foto 80). Mediante la disposición de los fonogramas se desempeñan, desde mi punto de vista, las siguientes funciones:

- agrupar elementos para conformar un ritmo visual logrado mediante un interlineado y una distancia horizontal igual entre los fonogramas².
- lograr secuencialidad al disponer los fonogramas en un orden lógico y planeado, que constituyen un esquema rítmico³.
- conseguir regularidad o uniformidad en cuanto a la textura visual para el desarrollo de un orden que no permite desviaciones⁴.
- lograr predictibilidad al sugerir un orden o plan convencional que es posible prever basándonos en el mínimo de información visual⁵.

1. Ibidem.

2. Emil Ruder, Manual de Diseño Tipográfico, p. 150

3. D.A. Dondis, La Sintaxis de la Imagen, p. 140

4. Ibid., p. 132

5. Ibid., p. 139

- conseguir redundancia, que se ha considerado en la comunicación gráfica como un recurso necesario que tiene como fin hacer que la imagen resalte en medio de otros impresos y como medida preventiva para evitar toda posible lectura errónea del mensaje¹. Un mensaje redundante reduce la incertidumbre en el número de probables lecturas y ahorra tiempo y dificultad de comprensión al lector, aumentando la predictibilidad. Se considera que el uso de líneas rectas y líneas que cambian en forma regular (fonogramas en beige) constituyen figuras predecibles. Al ayudar al lector en su tarea, se le obliga a que lea de inmediato la información no redundante, ya que se concentrará primero en ella porque su vista pasará rápidamente por los elementos uniformes, regulares o repetidos².
- aplicar una figura retórica o de construcción, la repetición, que consiste en volver a utilizar el mismo fonograma en forma constante, facilitando la comprensión del mensaje³.

La textura visual se ve interrumpida por un texto que representa el mensaje principal del cartel (¿Cómo iniciar una exitosa carrera en la enseñanza de inglés?). Por el uso de una familia tipográfica distinta (Eras) y por su colorido, creo que el texto constituye una unidad visual dada mediante una degradación cromática. Mediante la disposición de este texto y del fonograma principal se desempeñan, a mi modo de ver, las siguientes funciones:

- se hace uso de un texto lo más corto posible, dispuesto de una forma en la que se facilita

1. David Victoroff, *op. cit.*, p. 60-62

2. Arthur Thurnbill, Russell Baird, *op. cit.*, p. 35

3. David Victoroff, *op. cit.*, p. 90

la lectura y asimilación del mismo en forma unitaria¹.

- mediante el texto se abre una incógnita que luego se responde citando el nombre de la Escuela.
- se logra la integración del fonograma principal a la textura visual en forma clara para que el mensaje pueda ser leído como una unidad, ya que los elementos que conforman la idea principal no pueden ser separados o aislados porque corresponden a una síntesis visual².
- se logra un contraste de color (fondo oscuro, opaco, pesado - textura clara, brillante, ligera), llamando la atención y favoreciendo la retención³. Además, la combinación de valores opuestos puede producir una unidad armoniosa, siempre que no se descuide el mantenimiento de la unidad del conjunto⁴.
- se logra una asociación con la gama de colores institucionales, ya que se manejan colores que tienden a lo cálido y son armónicos.
- se logra un uso rítmico del color al repetirlo en diversos lugares del comunicado, fomentando la unidad del impreso⁵.
- se proporciona un contraste de estilo tipográfico entre los tipos de diseño especial de los logogramas de la Empresa, en altas, que se construyen a base de líneas rectas y diagonales, y la familia Eras, en altas y bajas, que presenta rasgos redondeados, un

1. Franz Hermann Wills, op. cit., p. 55

2. Ibidem.

3. Arthur Thurnbill, Russell Baird, op. cit., p. 258-259

4. Emil Ruder, op. cit., p. 112

5. Arthur Thurnbill, Russell Baird, op. cit., p. 260-261

diseño más contemporáneo, informal y familiar, es decir, menos institucionalizado, aumentándose así el énfasis. El texto en Eras es acorde al significado del mensaje, ya que nos remite a algo profesional, competitivo y emprendedor. Sabemos que debe haber un equilibrio armonioso entre el significado de las palabras y su forma tipográfica, es decir, correspondencia o concordancia semántica¹.

- se hace uso nuevamente de la técnica de la continuidad al utilizar tonos cálidos y brillantes que van del amarillo al naranja, como una conexión visual ininterrumpida, unificando así al mensaje principal del cartel. Este texto también se encuentra cohesionado por su disposición y ubicación. Así, el mensaje está unido y se lee de un sólo golpe². Cassandre señalaba que el poster debe atrapar a la mirada "como algo inesperado y sorpresivo, como un incidente óptico"³.
- se utiliza también la técnica de la secuencialidad de colorido en la zona de degradación que se inicia en amarillo, y por secuencia lógica, se va haciendo más y más cálido hasta finalizar en la línea ubicada cerca del extremo inferior del comunicado. Por lo tanto, la degradación sigue un patrón lógico⁴.
- se vuelve a hacer uso de la técnica de la predictibilidad al permitir la posibilidad de prever el orden del colorido⁵.
- sobre todo, se proporciona acento y énfasis al realizar el texto del mensaje sobre el fondo⁶.

1. Emil Rudar, op. cit., p. 134

2. D.A. Dondis, op. cit., p. 140

3. Josef y Shizuko Muller, op. cit., p. 18

4. D.A. Dondis, op. cit., p. 140

5. Ibid., p. 136

6. D.A. Dondis, op. cit., 139

Las implicaciones psicológicas generales que se dan a través del cartel son, desde mi perspectiva:

133

- la percepción de una imagen formal e institucional, acorde con las características descritas en el punto 2.1.
- la transmisión de un carácter dinámico, profesional, competitivo y emprendedor.
- la percepción de la imagen de una empresa segura y bien organizada. De esta manera se podrá deducir que la Escuela ofrece un sueldo, por lo menos, razonable y se motivará a que los aspirantes a maestros acudan a ella.
- la sensación de que la Empresa cuenta con un personal de mentalidad juvenil y competitivo.
- la transmisión de la imagen de una Empresa con la que es fácil ponerse en contacto, una firma cálida y humana además de profesional.
- impacto y atracción visual.
- buena presentación e impresión cuidada (suponiendo que la impresión sea al menos de tan buena calidad como el folder de la Escuela)

~~CONFIDENTIAL~~

4. Fase de realización

A continuación se presenta el dummy de cada uno de los comunicados gráficos realizados.

Evaluación

En el presente trabajo se ha procurado cubrir dos necesidades reales de comunicación no satisfechas en una escuela de inglés. Se ha seguido un método de trabajo que comprende tres partes; la primera corresponde al planteamiento del problema, la segunda a la investigación gráfica y documental, y posteriormente a la evaluación del material existente, tanto de la Escuela en cuestión como de otros institutos dedicados a la enseñanza de inglés; la tercera corresponde a la proyectación y bocetaje de los impresos, basándonos en un análisis de las funciones y componentes de trabajo, respetando ciertos límites normativos y funcionales. Finalmente se han presentado los dummies de los comunicados gráficos realizados.

El proyecto gráfico llevado a cabo representa un esfuerzo para mejorar el sistema de flujo de información de la Compañía, tanto a nivel interno como externo. Aunque el sistema de comunicaciones del Instituto es uno de los mejores en el ámbito de las escuelas de idiomas, el boletín diseñado, en mi opinión, llena un renglón olvidado, que ha de ser resuelto desde dentro de la Escuela, podrá facilitar el intercambio académico y acrecentar el sentido de identidad de los maestros. Además, es un órgano bienvenido por el personal; así lo ha dejado saber mediante una encuesta realizada, también lo he podido notar a través de mi observación cotidiana.

En cuanto al cartel, podríamos decir que constituye una propuesta de solución a una necesidad elemental de la Empresa. El contar con el personal requerido es un aspecto que a mi parecer, ha sido opacado por la difusión constante de la publicidad.

Los directivos a su vez opinan que el proyecto gráfico aquí presentado será de utilidad para la Escuela y es posible que se imprima próximamente.

Se ha procurado seguir la línea gráfica de la Compañía. Ha habido un intento de hacer que

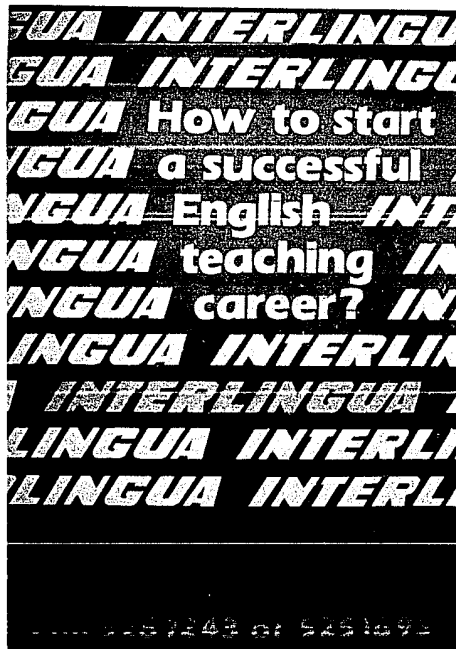
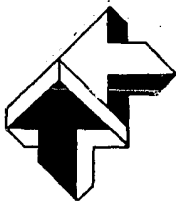


Foto 80



general, a los diversos sectores y grupos que integran la sociedad, por su

Ambitious Interlingua's development scheme.

nte. En esta forma nuestro país mantiene vínculos comerciales con las principales naciones del mundo. Para incrementar la afluencia turística, además, en el pasado año se autorizaron 3 mil 279 vuelos charter de fletamento, lo que significó 664 mil asientos.

Durante la citada ceremonia, que tuvo lugar en la sala Ollin Yoliztli el día 8 de enero, también se informó que en la actualidad funcionan en nuestro país 140 empresas de taxi aéreo, 38 operadoras regionales no regulares, cuatro dedicadas al servi-

por las esposas de los Subsecretarios de Infraestructura, Operación y Comunicaciones y Desarrollo Tecnológico; así como por la del Oficial Mayor, de directores generales y del Secretario General del Sindicato de Trabajadores de esta dependencia.

trasladaron más de 500 mil, 300 mil, 60 mil y 15 mil personas, respectivamente. En esta forma nuestro país mantiene vínculos comerciales con las principales naciones del mundo. Para incrementar la afluencia turística, además, en el pasado año se autorizaron 3 mil 279 vuelos charter

New fringe benefits

ajeros provenientes de otros países. Lo anterior se desprende del informe anual presentado ante el ingeniero Daniel Díaz Díaz, en la ceremonia central de los actos conmemorativos de la Semana de la Aviación, en la que el titular de la SCT entregó la medalla Emilio Carranza a pilotos que han acumulado 10, 15 y 25 mil horas de vuelo.

En dicho informe de actividades, el Director General de Aeronáutica Civil, ingeniero Enrique Méndez Fernández, señaló que las dos empresas nacionales transportaron 14.2 millones de pasajeros; de este volumen, AeroMéxico y Mexicana de Aviación, compitiendo con 24 aerolíneas que operan en México,

Inside

- Jane Smith's teaching method..... 2
- Mextesol convention..... 3
- Prepositions..... 6

Jane Smith's teaching method

aciones y Transportes, dio posesión como nuevo Director General de Aeropuertos y Servicios Auxiliares (ASA) a Alfonso Martínez Domínguez, en sustitución del licenciado Humberto Lugo Gil, durante una sesión extraordinaria del citado organismo, el pasado 9 de enero.

En la ceremonia SCT reconoció que el licenciado frente del órgano una labor encomiada de ASA; destacó servicio y mención importante.

El nuevo director de ASA tiene una larga trayectoria dentro del servicio público, donde ha puesto de manifiesto su capacidad y lealtad; reconoció, además de su labor como gobernador del Estado de

implantación de tres canales y de cuatro enlaces telefónicos. La red sible el Sistema Morelos, continuará reforzándose, principalmente en los servicios de télex, teleproceso, transmisión de datos, telefonía, televisión, radio, facsimil y telerreservaciones, entre otros.

“Boei snd wnopa dido
zpcoci snao andosid
peoei ando qpeoq a
peowiq anaoqneia a
kelwpa dkw akaosia”

necesarios para la óptima operación del sistema.

Crecerá la capacidad de la Red Federal de Microondas con la instalación de cuatro nuevos enlaces, la

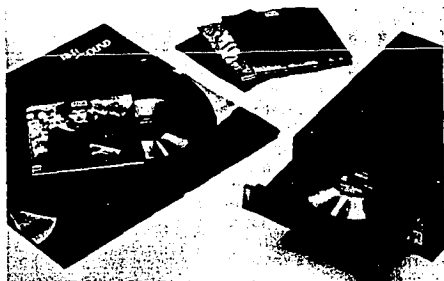
rovechamiento de sistema de Satélite irirán y equiparán 59 nuevas estaciones para la conducción de televisión y ristro de energía a conservación del ción del personal,



México dijo que se ha emprendido

muelle, en un tramo de 114 m de largo por 23 m de ancho; la pavimentación de un área de 11 mil m cuadrados y la edificación de dos nuevas cisternas con capacidad de 300 m cúbicos cada una.

El recinto portuario de Tuxpan es objeto de la prolongación de la escollera norte, cuya coraza será de bloques de concreto, mientras que en Veracruz el muelle fiscal número dos será dotado de una red de agua potable, por lo que se instalaron 450 m de tubería y tres tanques de fibra de vidrio, con capacidad de 150 m



saneamiento en las finanzas públicas, de revisión y ajust-

Some articles written by J. Smith

- neral, a los diversos sectores y grupos que integran la ciudad, por su cooperación, su actitud y solidaridad
- También nuestra opinión pública se ha enriquecido y esto más activa y dinámica para analizar, discutir
- ar los grandes y pequeños problemas de la sociedad; dos tenemos vigente el derecho de expresar
- iniones y defender nuestras convicciones en la prensa, radio, televisión, cine o, simplemente, en re



Mextesol Convention

ternas con capacidad de 300 m
rarán al sistema 575 mil aparatos
y 335 mil 600 líneas en la República.

El programa de telefonía rural, cuyo objetivo es el de apoyar la integración de la población del campo al desarrollo nacional, atenderá por medio de Teléfonos de México, a 300 localidades, en tanto que la SCT lo hará en 248 comunidades.

Servicio postal y telegráfico

Respecto a Telerreservaciones, Servicio Postal Mexicano y Telégrafos Nacionales, órganos descentralizados del sector, ampliarán y modernizarán su infraestructura existente. Para 1987, el servicio postal, el medio más antiguo de comunicación en el país, estima recibir, clasificar y distribuir 800 millones de piezas postales.



nicaciones y Transportes, dio pose-

Aeropuertos y Servicios Auxiliares (ASA) a Alfonso Martínez Domínguez, en sustitución del licenciado Humberto Lugo Gil, durante una sesión extraordinaria del citado organismo, el pasado 9 de enero.

En la ceremonia, el titular de la SCT reconoció que en los 16 meses que el licenciado Lugo Gil estuvo al frente del organismo, desempeñó una labor encomiable en beneficio de ASA; destacó su vocación de servicio y mencionó que puso e marcha importante programas.

El nuevo director de ASA tiene una larga trayectoria dentro del servicio público, donde ha puesto de manifiesto su capacidad y lealtad reconoció, además de su labor como gobernador del Estado d

short notes

750 mil habitantes de 430 localidades, por medio de 225 obras que generarán 300 mil empleos temporales.

En materia de conservación de caminos, serán prioritarios los trabajos en los 43 mil 500 km de la red troncal, los 48 mil 285 km de la red alimentadora y los 83 mil 400 km de la red rural. Se instrumentará un

asumido la administración actual. Durante 1987 se proseguirá con la ejecución de obras de infraestructura y se pondrá especial énfasis en la reconstrucción de vías.

El movimiento ferroviario de carga llegará a 74 millones de toneladas, al transportar principalmente granos, minerales, insumos agrícolas y derivados del petróleo.

Los proyectos prioritarios en este subsector son: la continuación de la vía doble y electrificada México-Querétaro, cuya puesta en servicio en 1988 marcará el reinicio del funcionamiento de los ferrocarriles eléctricos en el país.

Continuarán los trabajos en la vía doble Querétaro-Irapuato: en la integración del eje Guadalajara-Monterrey, en donde se pondrán en operación 160 km del tramo Salinas-

4

LEVEL

4

type 1

aim:

dependencia y la soberanía, preservemos y ampliemos de igualm

stage:

de retorno cuya superficie es de mil.480 m cuadrados.

situation:

Al referirse a los avances en programas sectoriales, el Presidente Miguel de la Madrid dijo que, aun dentro de las limitaciones existentes, se avanzará en los programas de alimentación, salud, educación, vivienda y

CUES:

También en Mazatlán, construye un rompeolas a lo largo de 170 m, utilizando de la región, y se efectúa la limpieza del canal de navegación	niel Díaz Díaz, Secretario de Comunicaciones y Transportes, dio posesión como nuevo de Aeropuertos y Servicios Auxiliares (ASA) a Alfonso Domínguez, en	frente del organismo una labor encomiable en beneficio de ASA; destacó servicio y mencionó que puso en marcha importantes programas.
CS, se trabaja en la edificación de la arina de Palmira, donde 130 mil m cúbicos de materia ar el canal de acceso.	ciado Humberto Lugo Gil, una sesión extraordinaria del citado organismo, el pasado	El nuevo director una larga trayectoria dentro del servicio público, donde ha

situation:

Que nuestras diferencias, añadió, no sean obstáculos para que todos, sin excepción, defendamos la independencia, ecología, sin interrumpir además los programas de infraestructura, comunicaciones, electrificación, petróleo y

CUES:

en el primero, ción total de la superestructura del muelle, en un tramo go por 23 m de ancho; la pavimentación de un área dos y la edificación de dos nuevas	El recinto portuario de objeto de la prolongación de la es-collera norte, cuya bloques de concreto, mientras que en Veracruz el dos será dotado de una red de agua	Otros trabajos que se realizan en Puerto Morelos, QR, consisten en la reconstrucción de
--	--	---

1

Boei snd wnopa dido andos ntie enaad



LEVEL

3

type 2

aim:

comercial al exterior, de descentralización de la vida nacional, pa

stage:

lograr una distribución territorial más nuestro desarrollo

5

situation:

ra seguir perfeccionando la vida democrática del país, así como fortalecer el Poder Judicial, lo que es una va-

reaccionado frente a los retos y adversidades económicas y sociales con más democracia y más libertad.

procedure:

de los años más difíciles en nuestra vida económica, ya que la caída de los precios del petróleo y de otras mercancías que exportamos, y las difíciles negociaciones de la deuda externa, nos hicieron mella y tuvieron efectos negativos en la producción y empleo y también en el proceso inflacionario.

Destacó que, aun a niveles más bajos, la economía siguió funcionando y protegiendo en lo fundamental la planta productiva y el empleo.

Concluyó su mensaje de año nuevo, transmitido a nivel nacional el día 7 de enero, con una serie de menciones a s programas en los que se seguirá avanzando, a pesar las estrecheces materiales, y dijo que aunque sabemos es mucho lo que hay que hacer, existe la co-

residente Miguel de la Madrid dijo que, aun dentro de las limitaciones existentes, se avanzará en los programas de alimentación, salud, educación, vivienda y ecología, sin interrumpir además los programas de infraestructura, comunicaciones, electrificación, petróleo y petroquímica, obras hidráulicas y desarrollo urbano.

Ratificó el apoyo del gobierno al campo, y afirmó que seguirá el empeño de avanzar en la renovación moral de la sociedad, pues "no permitiremos desmayos ni relajamientos", y reafirmó que mantendrá contacto permanente con todo el pueblo, con todos los sectores sociales, para servirlos mejor.

En otra parte de su mensaje, habló de las reformas para seguir perfeccionando la vida democrática del país, así como fortalecer el Poder Judicial, lo que es una va-

be careful with:

radic, televisión, cine o, simplemente, en reuniones rivadas: o manifestaciones públicas.

También nuestra opinión pública se ha enriquecido vuelto más activa y dinámica para analizar, discutir y criticar los grandes y pequeños problemas de la sociedad todos tenemos vigente el derecho de expresar nuestra

eral, a los diversos sectores y grupos que integran l sociedad, por su cooperación, su actitud y solidaridad

Que nuestras diferencias, añadió, no sean obstáculos para que todos, sin excepción, defendamos la independencia y la soberanía, preservemos y ampliem democracia y libertad, y luchemos por una so

Prepositions

Al tratar sobre materia económica, el Presidente de química, obras hidráulicas y desarrollo urbano.

Ratificó el apoyo del gobierno al campo, y afirmó que seguirá el empeño de avanzar en la renovación moral de la sociedad, pues "no permitiremos desmayos ni relajamientos", y reafirmó que mantendrá contacto permanente con todo el pueblo, con todos los sectores sociales, para servirlos mejor.

En otra parte de su mensaje, habló de las reformas para seguir perfeccionando la vida democrática del país, así como fortalecer el Poder Judicial, lo que es una variante más de la renovación moral de la sociedad.

En la parte que dedicó a la problemática económica, el Primer Mandatario señaló que los mexicanos hemos reaccionado frente a los retos y adversidades económicas y sociales con más democracia y más libertad.

mercantil al exterior, de descentralización de la vida nacional para lograr una distribución territorial más equilibrada de nuestro desarrollo.

Expresó que los mexicanos logramos en 1986 sortear uno de los años más difíciles en económica, ya que la caída de los precios de otras mercancías que exporta ciones de la deuda ext vieron efectos negativos también

Destacó guió fuertemente la si- demaral la

Conc nacional los pro de las operación. nuevo, transmitido a nivel on una serie de menciones a seguirá avanzando, a pesar y dijo que aunque sabemos hay que hacer, existe la co- de todos los mexicanos.



quiz	<p>cia y la soberanía, preservemos y amplie mocracia y libertad, y luchemos por una sociedad próspera y justa.</p>	<p>También nuestra opinión pública se ha enriquec- to más activa y dinámica, ar los grandes y pequeños problemas de la so- todos tenemos vigente el derecho de expresar, niones y defender nuestras convicciones en la sa, radio, televisión, cine o, simplemente, yadas o manifestaciones públicas.</p>
	<p>Avance en programas</p> <p>Al referirse a los avances en programas sectori- Presidente Miguel de la Madrid dijo que limitaciones existentes, se avanzará en los mas de alimentación, salud, educación</p>	<p>Que nuestras diferencias, añadió, no sean ob- para que todos, sin excepción, defendamos la in-</p>

When can we teach them?

cial al exterior, de descentralización de la vida nacional para lograr una distribución territorial más equilibrada de nuestro desarrollo.

BIBLIOGRAPHY

- nacional el día 7 de enero, con una serie de menci- los programas en los que se seguirá
- de las estrecheces materiales, y dijo que aunque
- mos que es mucho lo que hay que
- operación y el compromiso de todos los

LEVEL

7

type 3

aim:

Expresó que los mexicanos logramos en 1986 sorteá, moderní

stage:

SCT reconoció que en los 16 meses el titular de la En la

situation:

...También nuestra opinión pública se ha enriquecido y general, a los diversos sectores y grupos que integran la sociedad, por su cooperación, su actitud y solidaridad.

procedure:

rcial al exterior, de descentralización de la vida na- de las estrecheces materiales, y dijo que aunque sabemos que es mucho lo que hay que hacer, existe la co- operación y el compromiso de todos los mexicanos.

Destacó que, aun a niveles más bajos, la economía si- guió funcionando y protegiendo en lo fundamental la planta productiva y el empleo.

Expresó que los mexicanos logramos en 1986 sortear uno de los años más difíciles en nuestra vida económica, ya que la calda de los precios del petróleo y de otras mercancías que exportamos, y las difíciles nego- ciaciones de la deuda externa, nos hicieron mella y tu- vieron efectos negativos en la producción y empleo y también en el proceso inflacionario.

Concluyó su mensaje de año nuevo, trasmitido a nivel onal el día 7 de enero, con una serie de menciones a amas en los que se seguirá avanzando, a pesar

de las estrecheces materiales, y dijo que aunque sabemos que es mucho lo que hay que hacer, existe la co- operación y el compromiso de todos los mexicanos.

nicación y transportes, así lo expresó el Presidente Mi- guel de la Madrid durante la ceremonia inaugural del tra- mo La Venta-La Marqueza de la carretera México- Toluca.

Expresó su cordial felicitación a los ingenieros, admi- nistradores, técnicos y trabajadores camineros; con re- lación a la obra, el Presidente Miguel de la Madrid dij- que no obstante las dificultades que los tiempos presen- tan estamos dispuestos a vencer con firmeza y vigor.

La ceremonia se celebró el día 30 de noviembre en e- kilómetro seis, donde inicia el viaducto de 350 metros d- longitud que salva una hondonada de 60 metros de pro- fundidad; minutos después que el presidente devel- una placa conmemorativa.

Durante el acto, le acompañaron el titular de la SC- ingeniero Daniel Díaz Díaz, y el Gobernador del estad- de México, Mario Ramón Beteta.

if the group is weak:

ás activa y dinámica para analizar, discutir y cri- ear- ps grandes y pequeños problemas de la sociedad; mi- os tenemos vigente el derecho de expresar nuestras ras- niones y defender nuestras convicciones en la pren-go-

En la parte que dedicó a la problemática economí- el Primer Mandatario señaló que los mexicanos he- reaccionado frente a los retos y adversidades ec- cas y sociales con más democracia y más

absent minded

who, me?

un rompeolas de un km de longitud, en Ensenada, BC, que será ampliado 640 m más, y la construcción de un espigón de 885 m; en Manzanillo, Col, se construyen 660 m de muelle y patios de carga general.

También en Mazatlán, Sin, se construye un rompeolas a lo largo de 170 m, utilizando piedra natural de la región, y se efectúa la limpieza del canal de navegación; en La Paz, BCS, se trabaja en la edificación de la Marina de Palmira, donde se dragaron 130 mil m cúbicos de material para formar el canal de acceso.

obras de modernización comprenden, en el primero, la reconstrucción total de la superestructura del muelle, en un tramo de 114 m de largo por 23 m de ancho; la pavimentación de un área de 11 mil m cuadrados y la edificación de dos nuevas cisternas con capacidad de 300 m cúbicos cada una.

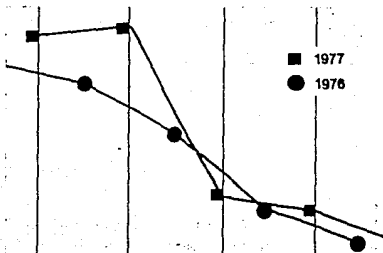
El recinto portuario de Tuxpan es objeto de la prolongación de la escollera norte, cuya coraza será de bloques de concreto, mientras que en Veracruz el muelle fiscal número dos será dotado de una red de agua potable, por lo que se instalaron 450



SCT reconoció que en los 16 meses

nicaciones y Transportes, dio posesión como nuevo Director General de Aeropuertos y Servicios Auxiliares (ASA) a Alfonso Martínez Domínguez, en sustitución del licenciado Humberto Lugo Gil, durante una sesión extraordinaria del citado organismo, el pasado 9 de enero.

Statistics



comercial al exterior, de descentralización de la vialidad para lograr una distribución territorial equilibrada de nuestro desarrollo.

Expresó que los mexicanos logramos en 1986 uno de los años más difíciles en nuestra vida económica, ya que la caída de los precios del petróleo y de mercancías que exportamos, y las difíciles condiciones de la deuda externa, nos hicieron sufrir efectos negativos en la producción y también en el proceso inflacionario.

BIBLIOGRAPHY

Que nuestras diferencias, añádi, no sean obstáculo para que todos, sin excepción, defendamos la independencia y la soberanía, preservemos y ampliemos democracia y libertad, y luchemos por una sociedad más ópera y justa.

residente Miguel de la Madrid dijo que, aun dentro de limitaciones existentes, se avanzará en los programas de alimentación, salud, educación, vivienda y ología, sin interrumpir además los programas de infraestructura, comunicaciones, electrificación, petróleo y troquímica, obras hidráulicas y desarrollo urbano.



LEVEL

B

conversation

aim:

contacto permanente con todo el pueblo, con todos los sectores, para servirlos

stage:

programa permanente de conservación - como nuevo Director

9

procedure:

El objetivo es lograr una distribución territorial más equilibrada de nuestro desarrollo.

Expresó que los mexicanos logramos en 1986 sortear uno de los años más difíciles en nuestra vida económica, ya que la caída de los precios del petróleo y de otras mercancías que exportamos, y las difíciles negociaciones de la deuda externa, nos hicieron mella y tuvieron efectos negativos en la producción y empleo y también en el proceso inflacionario.

Destacó que, aun a niveles más bajos, la economía siguió funcionando y protegiendo en lo fundamental la planta productiva y el empleo.

Concluyó su mensaje de año nuevo, transmitido a nivel nacional el día 7 de enero, con una serie de menciones a los programas en los que se seguirá avanzando, a pesar de las estrecheces materiales, y dijo que aunque sabemos que es mucho lo que hay que hacer, existe la cohesión y el compromiso de todos los mexicanos.

En las limitaciones existentes, se avanzará en los programas de alimentación, salud, educación, vivienda y ecología, sin interrumpir además los programas de infraestructura, comunicaciones, electrificación, petróleo y petroquímica, obras hidráulicas y desarrollo urbano.

Ratificó el apoyo del gobierno al campo, y afirmó que seguirá el empeño de avanzar en la renovación moral de la sociedad, pues "no permitiremos desmayos ni relajamientos", y reafirmó que mantendrá contacto permanente con todo el pueblo, con todos los sectores sociales, para servirlos mejor.

En otra parte de su mensaje, habló de las reformas para seguir perfeccionando la vida democrática del país, así como fortalecer el Poder Judicial, lo que es una variante más de la renovación moral de la sociedad.

En la parte que dedicó a la problemática económica, el Primer Mandatario señaló que los mexicanos hemos reaccionado frente a los retos y adversidades económicas.

variation

Intentar ser más activa y dinámica para analizar, discutir y criticar los grandes y pequeños problemas de la sociedad; todos tenemos vigente el derecho de expresar nuestra opinión y defender nuestras convicciones en la prensa, radio, televisión, cine o, simplemente, en reuniones privadas o manifestaciones públicas.

El Presidente Miguel de la Madrid dijo que, aun dentro de las limitaciones existentes, se avanzará en los programas de alimentación, salud, educación, vivienda y ecología, sin interrumpir además los programas de infraestructura, comunicaciones, electrificación, petróleo y petroquímica, obras hidráulicas y desarrollo urbano.



10

movies



comunicaciones su amplia experiencia será benéfica, tanto para ASA como para el sector comunicaciones y transportes.

Agregó que al frente de ASA bajará con ímpetu redoblado en beneficio de la red aeroportuaria del país, y expresó su confianza en que

de comunicaciones su amplia experiencia será benéfica, tanto para ASA como para el sector comunicaciones y transportes.

Agregó que al frente de ASA bajará con ímpetu redoblado en beneficio de la red aeroportuaria del país, y expresó su confianza en que

transacciones y mensajes; ampliarlos para facilitar el acceso de un número cada vez mayor de compatriotas a estos servicios, y elevar su calidad para propiciar mayores niveles de productividad y eficiencia en todos los procesos socioeconómicos en los que participa, es responsabilidad del Sector Comunicaciones y Trans-

music



Administración para responder a la confianza depositada en él por el Presidente Miguel de la Madrid.

Por su parte, el licenciado Lugo Gil agradeció al Consejo de Administración del organismo el respaldo otorgado durante su gestión, lo cual le permitió llevar a cabo su

Para aumentar la capacidad y mantener la planta telefónica existe se consolidará el funcionamiento de las cinco centrales telefónicas interconectadas, con posibilidad de ayuda mutua en caso de falla. Se incorporarán al sistema 575 mil aparatos y 335 mil 600 líneas en la República.

objeto de la prolongación de la escollera norte, cuya coraza será de bloques de concreto, mientras que en Veracruz el muelle fiscal número dos será dotado de una red de agua potable, por lo que se instalaron 450 m de tubería y tres tanques de fibra de vidrio, con capacidad de 150 m

books



theater:

as comprenden una terminal remota de ocho m de profundidad y muelles con 3.5 m de altura sobre el nivel del mar, así como un rompeolas de 540 m y patios para carga

photography:

Otros trabajos que se realizan en Puerto Morelos, QR, consisten en la reconstrucción de una plataforma de retorno cuya superficie es de mil

sculpture:

blación de Guanaceví, Durango, que cuenta con 16 mil habitantes, prestará el servicio mediante el sistema de radiotelegrafía conectada directamente con la capital del estado. Su infraestructura es inalámbrica, lo que facilita la comunicación en la zona y reduce costos operativos.

if
you are
interested in...

Scholarships

utiliza las señales de los satélites, de las automatizadas y microondas de este medio llegue a todos los confines del país y cada vez sean más las poblaciones comunicadas en la presente administración.

Lo anterior constituye un auxiliar para los productores ganaderos,

co en general, radicados en Torreón, Coahuila, cuya nueva oficina telegráfica beneficiará a 248 mil habitantes.

De igual forma, este servicio permitirá elevar las actividades agrícolas, industriales y comerciales de los habitantes de Villa Nicolás Romero y de Ajalpan, pertenecientes a los Estados de México y Puebla, respectivamente.

En San Juan Coahuayaxi y en la comunidad triqui de San Juan Copala, Oaxaca, fueron abiertas otras

público en general, radicados en Torreón, Coahuila, cuya nueva oficina telegráfica beneficiará a 248 mil habitantes.

De igual forma, este servicio permitirá elevar las actividades agrícolas, industriales y comerciales de los habitantes de Villa Nicolás Romero y de Ajalpan, pertenecientes a los Estados de México y Puebla, respectivamente.

En San Juan Coahuayaxi y en la comunidad triqui de San Juan Copala, Oaxaca, fueron abiertas otras

Various

de Fernández Ferrer. Las dos empresas transportaron 14.2 millones de pasajeros; de este volumen, AeroMéxico y Mexicana de Aviación, compitiendo con 24 aerolíneas que operan en México, captaron 3.5 millones de turistas, cifra que representó el 54 por ciento del flujo de visitantes del exterior.

Por su movimiento, el mercado de los Estados Unidos constituye la mayor parte del tráfico, ya que ascendió a 5 millones 600 mil usuarios, de los cuales las líneas nacionales transportaron más de la mitad.

De otras áreas, como Latinoamérica, Europa, Canadá y Asia, se

ro Daniel Díaz Díaz, en la ceremonia central de los actos conmemorativos de la Semana de la Aviación, en la que el titular de la SCT entregó la medalla Emilio Carranza a pilotos que han acumulado 10, 15 y 25 mil horas de vuelo.

En dicho informe de actividades, el Director General de Aeronáutica Civil, ingeniero Enrique Méndez Fernández, señaló que las dos empresas nacionales transportaron 14.2 millones de pasajeros; de este volumen, AeroMéxico y Mexicana de Aviación, compitiendo con 24 aerolíneas que operan en México, captaron 3.5 millones de turistas, cifra que representó el 54 por ciento del flujo de visitantes del exterior.

Por su movimiento, el mercado de los Estados Unidos constituye la mayor parte del tráfico, ya que as-

geniero Daniel Díaz Díaz, en la ceremonia central de los actos conmemorativos de la Semana de la Aviación, en la que el titular de la SCT entregó la medalla Emilio Carranza a pilotos que han acumulado 10, 15 y 25 mil horas de vuelo.

En dicho informe de actividades, el Director General de Aeronáutica Civil, ingeniero Enrique Méndez Fernández, señaló que las dos empresas nacionales transportaron 14.2 millones de pasajeros; de este volumen, AeroMéxico y Mexicana de Aviación, compitiendo con 24 aerolíneas que operan en México, captaron 3.5 millones de turistas, cifra que representó el 54 por ciento del flujo de visitantes del exterior.

Por su movimiento, el mercado de los Estados Unidos constituye la mayor parte del tráfico, ya que as-

12

accomodation

wwowpeia parte, el licenciado Gil agradeció al Consejo de **andow the** del organismo el res otorgado durante su gestión, l le permitió llevar a cabo su m **dnso gntopt** del mes de enero oficinas que comunican con el **tnwoei andow** y el exterior a u de 460 mil habitantes de diver **entithe an** de Puebla, Coahuila, ca, Estado de México y Duran **keow an** dependencia utiliza las les emanadas de los satélites, **andowneie** automatizadas y mi das, a fin de que este medio ll todos los confines del país y **peow and** más las poblaciones, nicadas en la presente admi, ción.

qneozp anterior constituye un a para los productores gana **enqo ando tn** general, radicada Torreón, Coahuila, cuya nuev

i tnei ando elevar las activi agrícolas, industriales y comer **owie and** habitantes de Villa N Romero y de Ajalpan, perten **dksignak g** Estados de Méx Puebla, respectivamente.

antizo tghti Juan Coahuayaxi y comunidad triqui de San Jua **ando tn** Oaxaca, fueron abiertas unidades del servicio, mientra **ntozpzi** organismo descentral efectúa estudios técnicos y e

tneoqpe En esta forma nustr mantiene vinculos comerciale **snxod tnwoxi** naciones del m Para incrementar la afluencia t ca, además, en el pasado a **do the snxo th** mil 279 vuelos c o de fletamento, lo que sig 664 mil asientos.

xociang an la citada ceremoni tuvo lugar en la sala Ollin Yo día 8 de enero, también se in **ewip andgh** actualidad funcion nuestro país 140 empresas d aéreo, 38 operadoras regional

house rentals

tno andown mil personas, respo mente. En esta forma nustr **downw an** vinculos comerciale las principales naciones del m **qneowndk anzo** la afluencia t ca, además, en el pasado a autorizaron 3 mil 279 vuelos c **sqpp nzpnot enqo** lo que sig 664 mil asientos.

adoqpq zozi t citada ceremoni tuvo lugar en la sala Ollin Yo: día 8 de enero, también se in **andotht qn** actualidad funcion nuestro país 140 empresas d **andnand ao** operadoras regional regulars, cuatro dedicadas al **zn zncoppq a** fueron certificad ' productos, como lubricantes, ras, contenedores y articulos p **tiz enqopt t** aeronaves; conjunt te con la empresa British Aer ce, se busca ampliar la capacid

wnwopz ciz millones 600 mil usu de los cuales las líneas naci transportaron más de la mitad

ei wnqoqp a áreas, como Latin rica, Europa, Canadá y Asi

furniture & household accesories

iz znzo tne radiotelegrafía con directamente con la capital de do. Su infraestructura es inalá **doght ando tp** La comunicación zona y reduce costos operativ

eoqp ando las poblaciones ale que también se verán benefi **tnzoe andownw** figuran: San Agua Caliente, Nopaltes, l **ando andoz gn** Alamos, El Zap relas, Portales. El Salitre y L Seca, dedicadas a la minería

various

owisiz an las labores orienta apoyar el desarrollo de la ind **oand tne and** fueron certificad productos, como lubricantes, ras, contenedores y articulos p **neoa an** de aeronaves; conjunt te con la empresa British Aer ce, se busca ampliar la capacid

procedure:

neral, a los diversos sectores y grupos que integran la sociedad, por su cooperación, su actitud y solidaridad.

También nuestra opinión pública se ha enriquecido y vuelto más activa y dinámica para analizar, discutir y criticar los grandes y pequeños problemas de la sociedad; todos tenemos vigente el derecho de expresar nuestras

section 1:

Por su movimiento, el mercado de los Estados Unidos constituye la mayor parte del tráfico, ya que ascendió a 5 millones 600 mil usuarios, de los cuales las líneas nacionales transportaron más de la mitad.

De otras áreas, como Latinoamérica, Europa, Canadá y Asia, se dedica a la minería y a actividades, por lo que se instalaron 450

de comunicaciones su amplia experiencia en Nuevo León; afirmó que en el área

Agregó que al frente de ASA trabajará con ímpetu redoblado en beneficio de la red aeroportuaria del país, y expresó su confianza en que

m de tubería y tres tanques de fibra de vidrio, con capacidad de 150 m contará con el apoyo del Consejo de Administración para responder a la confianza depositada en él por el Presidente Miguel de la Madrid.

Por su parte, el licenciado Lugo Gil agradeció al Consejo de Administración del organismo el respaldo otorgado durante su gestión, lo cual le permitió llevar a cabo su misión. Los pasajeros provenientes de otros países. Lo anterior se desprende del informe anual presentado ante el in-

y siete más que atienden a nivel regional.

Entre las labores orientadas a apoyar el desarrollo de la industria aeronáutica, fueron certificados 26 productos, como lubricantes, pinturas, contenedores y artículos para el interior de aeronaves; conjuntamente con la empresa British Aerospace, se busca ampliar la capacidad de de los cuales las líneas nacionales transportaron más de la mitad.

De otras áreas, como Latinoamérica, Europa, Canadá y Asia, se

section 2:

e cuenta con 16 mil habitantes, prestará el servicio mediante el sis-

ma de radiotelegrafía conectada directamente con la capital del estado. Su infraestructura es inálambrica, lo que facilita la comunicación en la zona y reduce costos operativos.

Entre las poblaciones aledañas, que también se verán beneficiadas con el servicio, figuran: San Pedro, Agua Caliente, Ncpales, Idolos, Coscomatepe, Alamos, El Zapote, Morenos, Portales, El Salitre y Laguna de transporte especializadas y siete más que atienden a nivel regional.

y siete más que atienden a nivel regional.

Entre las labores orientadas a apoyar el desarrollo de la industria aeronáutica, fueron certificados 26 productos, como lubricantes, pinturas, contenedores y artículos para el interior de aeronaves; conjuntamente con la empresa British Aerospace, se busca ampliar la capacidad de trasladaron más de 500 mil, 300 mil, 60 mil y 15 mil personas, respectivamente. En esta forma nuestro país mantiene vínculos comerciales con las principales naciones del mundo. Para incrementar la afluencia turística, además, en el pasado año se autorizaron 3 mil 279 vuelos charter o de fletamento, lo que significó 664 mil asientos.

Durante la citada ceremonia, que tuvo lugar en la sala Ollin Yoliztli el día 8 de enero, también se informó que en la actualidad funcionan en nuestro país 140 empresas de taxi aéreo, 38 operadoras regionales no regulares, cuatro dedicadas al servi-

Please, fold here

Please, fold here

Please, cut here

Name:	Branch:
Date:	Schedule:

INTERMAIL

To:

From:

Branch:



procedure:

iniones y defender nuestras convicciones en la prensa, radio, televisi3n; cine o, simplemente, en reuniones

Que nuestras diferencias, aadi3, no sean obst3culo para que todos, sin excepci3n, defendamos la independencia y la soberan3a, preservemos y ampliemos democracia y libertad, y luchemos por una sociedad m3s

Large empty area for writing, bounded by a dashed line at the top and bottom.

Please, fold here

Please, fold here

Please, cut here

Name:

Branch:

Date:

Schedule:

INTERMAIL

To:

From: Branch:

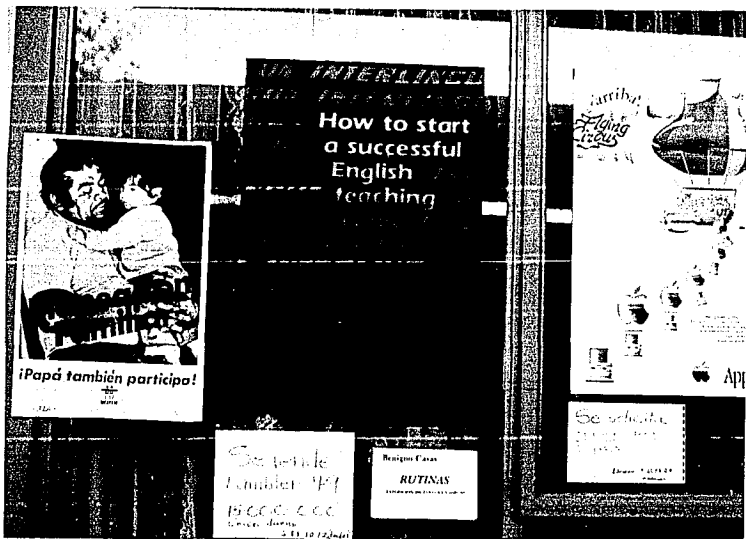


Foto 82

ambos impresos sean funcionales, legibles, que solucionen de manera óptima el problema que los ha originado y que refuercen la imagen gráfica de la Institución.

Para ello, ha habido un planteamiento de las funciones físicas más importantes.

137

Por lo que respecta al boletín se considera que éstas son:

- facilidad de manipulación física, empleo de un formato y papel de uso común en la impresión de comunicados de la Escuela.
- uso de un sistema de impresión económico, adecuado con el órgano y congruente con la tirada.
- coherencia entre función y formato elegido.

En lo tocante al cartel, se considera que éstas funciones son:

- correspondencia entre formato y mensaje (el formato debe permitir legibilidad óptima).
- utilización de un formato con orientación similar a la de los demás carteles de la Empresa.

Las funciones psicológicas necesarias para que el boletín cumpla su cometido son, desde mi punto de vista:

- presentación adecuada, atractiva y legible.

- coherencia entre diagramación y tono editorial (en este caso es primordialmente académico).
- presentación de un estilo reconocible y coherente número tras número.
- facilidad de lectura.
- lógica disposición de secciones a lo largo del periódico interno.
- jerarquización de la información.
- correcta determinación y disposición de columnas, tipografía, fotografías, diagramas, blancos, folio, márgenes, etc.
- adecuado diseño de páginas de ejercicios, de la página de encuesta y de la forma para maestros.
- manejo de un patrón básico de organización de contenido fácilmente reconocible.
- capacidad de evolución.

Las funciones psicológicas indispensables en lo que respecta al cartel son, desde mi perspectiva:

- captación inmediata de la atención del receptor (función fáctica) con el fin de invocarlo a colaborar con la institución (función conativa o implicativa) mediante el adecuado uso de los elementos de diseño (función poética).

- manejo de un texto limitado que tenga tema y mensajes únicos y comunique la idea principal en forma clara.
- integración y coherencia entre figura y fondo mediante una composición bien armada y eficaz.
- adecuado nivel de competitividad por parte del cartel con otros comunicados gráficos de su entorno.
- correcto uso de la psicología del color. Reforzamiento de los colores institucionales de la Escuela.
- uso de la redundancia para clarificar el mensaje y hacer que destaque sobre otros impresos.
- uso de la figura retórica de la repetición.

Para lograr lo anterior se ha recurrido a los componentes físicos correspondientes, desde mi punto de vista, a las funciones.

Por lo que respecta al boletín, son:

- formato cómodo y de uso común en la Institución (formato carta).
- elección del sistema de impresión offset, papel bond y uso de una sola tinta, adecuados al comunicado y a la tirada, y a su vez económicos.

ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA

- disposición de un sólo artículo para cada página.
- elección de secciones adecuadas a los objetivos académicos de impreso y a los contenidos sugeridos por el personal.
- selección de tipografía (familia, versión, peso, puntaje) legible, coherente, con el carácter del boletín y de la Institución misma (se trabajó con Futura, Oracle y Helvética, en varias de sus versiones).
- manejo de una diagramación dinámica, modular, horizontal, asimétrica e irregular.
- correcto uso de filetes, pantallas, blancos, fotografías y viñetas, respetando la continuidad establecida por la diagramación y disposición de secciones.
- diseño lógico de las páginas de formato fijo (páginas de ejercicios, de encuesta y forma para maestros).

En lo tocante al cartel, los componentes físico son, desde mi perspectiva:

- elección de formato visible y coherente al tipo de comunicado gráfico (50 cm. de base por 70 cm. de altura)
- selección de un sistema de impresión (offset) económico, que brinda la calidad requerida para el formato, el tipo de impreso, el número de linternas y la tirada.
- uso de diagramación basada en ejes áureos que señalan áreas de interés para el

receptor.

- manejo de un texto breve, claro y directo, con manejo de color atractivo y unitario.
- empleo de tipografía (familia, versión, peso y puntaje) legible y coherente con el mensaje (se trabajó con la tipografía de diseño especial de la Institución y con la familia Eras).
- adecuada disposición de la tipografía dentro de la composición.

141

Los componentes psicológicos de trabajo empleados desde mi perspectiva, han sido, en el caso del boletín:

- facilidad de lectura, lograda a través de la diagramación y disposición de elementos.
- elección de una diagramación modular, horizontal y asimétrica, basada en tres columnas, lo cual es adecuado al carácter del impreso y a su formato, ya que permite comunicar eficazmente la gama de informaciones del boletín, haciendo posible jerarquizar la información. Al ser flexible la diagramación presenta variedad y armonía sin dejar de ser formal, académica y ordenada.
- determinación de un ancho de columna que facilita la lectura.
- atractiva, adecuada y reconocible ubicación de secciones.
- funcional diseño de secciones fijas (páginas de ejercicios, hoja de encuesta y forma para maestros).

- manejo adecuado de blancos que permiten el descanso de la vista.
- elección de márgenes que proporcionan suficiente blanco y apoyan a la caja tipográfica.
- uso de un logotipo para el boletín reconocible que refuerza la identidad de la Escuela.
- empleo de tipografía base y de resalte legible, congruente con el carácter del impreso y familiar a la gente (sobre todo la base).
- selección de fuerza de cuerpo del texto base e interlínea legibles y armónicas.
- uso de retículas auxiliares para darle variedad al impreso.
- ubicación de folio de tal forma que acelere el ritmo con el que se pasan las hojas.
- empleo de diversos elementos que evitan la monotonía y brindan atractivo al impreso (fotos, diagramas, pantallas, filetes).
- diseño funcional y constante de las páginas de secciones fijas.

Los componentes psicológicos del cartel son, desde mi punto de vista:

- manejo de formato adecuado al comunicado gráfico.
- búsqueda de una composición equilibrada y proporcionada a través de una diagramación basada en ejes áureos.
- manejo de asimetría, contraste de direcciones, ritmo visual, secuencialidad y predictibilidad

con el fin de hacer que el comunicado sea dinámico, atractivo, llamativo y que destaque de otros carteles.

- facilidad y rapidez de comprensión del mensaje mediante la redundancia y el uso de la figura retórica de la repetición; al usar éstas técnicas se procura incrementar la posibilidad de que el mensaje se retenga en la mente.
- manejo, disposición y colorido contrastante y unitario de texto, lo cual facilita la lectura y retención del mismo.
- uso de psicología del color mediante el cual se crea una imagen cálida, que nos remite a los colores empleados por la Escuela.
- logro de énfasis e impacto mediante contraste texto - fondo.
- correspondencia semántica entre el texto en tipografía Eras y el mensaje que pretende transmitir (percepción de la idea de profesionalismo, dinamismo, competitividad y energía).

Con lo anterior se logra comunicar un mensaje emitido por una empresa sólida en crecimiento, bien organizada y humana que busca gente adecuada a su identidad corporativa.

De esta manera considero que gracias al método utilizado, que proporciona elementos necesarios para resolver en forma adecuada dos de los problemas de comunicación de la Escuela, y al hacer un esfuerzo por cumplir con los objetivos de comunicación y los requisitos de diseño e impresión, así como el respetar las limitaciones normativas y funcionales y los recursos de la Compañía, tomando en cuenta el entorno humano, corporativo y socio-económico de la

Empresa (alumnos, directivos, personal y aspirantes a maestros) se ha procurado poner a la disposición de la Firma dos órganos que en mi opinión solucionarán dos problemas de comunicación no resueltos.

El sistema de comunicaciones de Interlingua se beneficia mediante la creación del periódico interno ya que este, a mi parecer refuerza la identidad de la Escuela ante los maestros, hace más fuerte su sentido de identidad con la Institución, les permite participar en el mejoramiento real y cotidiano de las clases mediante el acopio de ejercicios, propuestas, sugerencias, quejas y preguntas. Pienso que también fomenta el sentido de competencia al establecer concursos que los obligan y motivan a compartir los mejores ejercicios que hayan elaborado. Además, permite que los maestros de nuevo ingreso tengan acceso a ejercicios de buena calidad que hayan tenido resultados satisfactorios. A la vez, el órgano de comunicación es una fuente de información que procura fomentar la participación de los maestros que ya tienen varios años trabajando para la Institución. Considero que el boletín facilita que dichos maestros compartan sus conocimientos y experiencia y hace posible que se renueven en lo referente a ideas y actividades que puedan servir para el mejoramiento de las clases.

De igual forma, creo que el periódico interno permite mantener en contacto a maestros de sucursales distantes y hace posible la comunicación entre empleados y directivos.

El comunicado constituye un vehículo para enviar encuestas que permiten averiguar cuestiones clave para el Departamento Técnico. A la vez, facilita que los maestros tengan a la mano un soporte físico preparado para que envíen cualquier tipo de propuesta a dicho Departamento.

El boletín también informa sobre aspectos y cambios relevantes que se dan en la Compañía y sobre asuntos de importancia en el ámbito de la enseñanza de inglés.

~~CONFIDENTIAL~~

El periódico interno incluye otras secciones (espectáculos, clasificados, etc.) que evitan que el comunicado contenga únicamente ejercicios; así se procura hacer que la lectura del impreso sea amena.

145

A mi modo de ver, el órgano propuesto, sin dejar de tener un carácter institucional, permite y da la bienvenida a la participación de los miembros del personal de la Escuela, convirtiéndose en un medio que hace posible mejorar el nivel profesional de los maestros y la calidad de sus clases, lo que implica, en mi opinión, resultados positivos para la Institución.

Conclusiones

El periódico interno de la Escuela hace factible, desde mi punto de vista, modificar la imagen institucional en términos más positivos; me parece que constituye un elemento que ayuda a que la Empresa, primero, se conozca a sí misma, y después a que la conozcan quienes trabajan para ella. Me parece que la idea de lo que la Organización es y pretende ser se comunica a sus colaboradores por medio del boletín. Si los maestros están enterados de lo que la Empresa es y persigue, podrán transmitirlo a toda la gente con la que están en contacto.

Por lo tanto, considero que el periódico interno puede ser una de las formas en que el Departamento de Recursos Humanos de reciente implementación se ponga en contacto con el personal y mantenga comunicados a los diferentes miembros de la Empresa.

El boletín constituye prácticamente el órgano de comunicación más importante y congruente de las necesidades de información interna de la Compañía, en lo que se refiere a cuestiones de fondo y forma, por lo cual, en mi opinión, puede dar la pauta para la creación de otros comunicados internos. Creo que el impreso es un marco que puede servir como punto de partida para el diseño de cualquier comunicado gráfico de tipo interno que sea pertinente crear de acuerdo a las necesidades del momento. Lo anterior se aplica a la forma del comunicado gráfico. Pienso que al no existir un manual de uso y al haberse descuidado la presentación de los impresos de tipo interno, es factible tomar al periódico interno como referencia y seguir su estilo, sin olvidar el cumplimiento con los requisitos que cada comunicado dicte. Al hacerlo, me parece que se fomentará que el receptor sienta deseo de leer la información que beneficia el desempeño de su profesión y la actitud que tenga hacia la Firma (esto sería el objetivo general de los impresos de carácter interno de la Escuela).

Por lo tanto, desde mi perspectiva, el boletín es un ejemplo legible, claro y organizado de

un comunicado dirigido a los miembros de la Institución.

Por otra parte, el periódico interno puede ser el inicio de la creación de otros comunicados que fomenten la integración del personal docente y hagan factible su participación, en otras palabras, el boletín muestra, a mi parecer, qué tipos de contenidos son útiles e interesantes para los maestros, es decir, en lo que respecta a la cuestión de fondo, la propuesta constituye, desde mi punto de vista, un modelo que puede guiar la inclusión del material apropiado en otros órganos de comunicación interna.

147

El rápido y constante crecimiento de la Compañía, así como sus necesidades de expansión, creo que permiten visualizar la necesidad de crear otros comunicados de tipo interno a mediano plazo.

Este desarrollo corporativo hace indispensable contar con más personal docente. Pienso que el cartel propuesto representa un primer paso para poder ofrecer empleo a maestros de inglés, lo cual permitirá abrir nuevos grupos en las sucursales existentes y también hará factible contar con el personal suficiente para la apertura de otros planteles.

Me parece que el cartel diseñado comunica en forma adecuada la personalidad de la Escuela, así como el mensaje que tiene como objeto emitir. Por lo anterior, en mi opinión, el aspirante a maestro percibe la imagen de un Compañía sólida que le ofrece un amplio desarrollo como maestro de inglés.

Creo que el cartel propuesto es más económico, juvenil, atractivo, impactante y correspondiente con el estilo de diseño e identidad corporativa (nociones de reconocimiento, distinción, valoraciones diversas y proximidad afectiva) de la Institución que el tipo de cartel que se ha impreso por la Escuela hasta el momento.

Los dos comunicados propuestos están planeados para imprimirse con los mismos medios técnicos, humanos y con un presupuesto semejante con los que la Organización emite otros materiales similares (guías de lecciones, circulares, carteles), por lo cual, a mi parecer, no representan ningún problema o gasto extra considerable para su realización.

Además es factible explotar una de las herramientas de reciente adquisición de la Empresa, el programa Ventura en su última versión con el que pienso que se puede agilizar la realización bimestral del periódico interno.

Considero que fue muy beneficioso trabajar en dos proyectos gráficos para Interlingua desde dentro de la Institución, ya que tuve acceso a un amplio panorama de diversos aspectos de la Escuela (básicamente trabajo diario desempeñado por los maestros, exigencias de coordinadores, capacitadores y directores, contacto directo con alumnos y compañeros de trabajo, conocimiento de los planes de estudio, libros y materiales didácticos utilizados en la Escuela así como la vida cotidiana escolar), lo que facilitó, a mi modo ver, la realización de ambas propuestas en términos de mayor conocimiento del problema a resolver.

De esta manera, se han diseñado y propuesto aplicar dos elementos (periódico interno y boletín) que, desde mi punto de vista, se incorporan dentro de los planes de comunicación organizacional de Interlingua y que son, a mi parecer, potencialmente coherentes y efectivos.

Finalmente, me parece que el presente trabajo aborda un tema poco tratado en otros trabajos de tesis de la ENAP, es decir el del periódico interno. A mi juicio, se pretende aportar la resolución de un problema específico de comunicación gráfica, de la manera que le pueda ser útil a cualquier compañero que desee usar el proyecto como referencia o consulta para la realización de otros trabajos semejantes. Lo anterior se refiere básicamente a los estudiantes que pertenezcan a nuevas generaciones. Considero importante tratar temas que no han sido ampliamente

analizados en otras tesis de la Institución (ENAP), con el fin de acrecentar, de alguna manera, el material bibliográfico con el que cuenta la Escuela.

Por otra parte, al llevar a cabo el boletín, he tenido la oportunidad de reunir dos áreas profesionales con las que he podido tener contacto, la comunicación gráfica y la enseñanza de inglés. Al hacerlo, creo que he podido proponer una solución a un problema de comunicación real que está enclavado en el campo profesional en el que me he desarrollado.

149

Personalmente, el proyecto gráfico, es decir, la realización tanto del boletín como del cartel, han enriquecido mi recién iniciado quehacer profesional al constituirse en el primer trabajo profesional.

La búsqueda de un problema de comunicación real inserto en un contexto específico dado en alguna Institución existente, el planteamiento de objetivos y el desarrollo de una metodología que hiciera posible solucionar dicho problema, me han permitido trabajar mediante un proceso que, a mi juicio, me será de utilidad en la resolución de otros problemas de comunicación gráfica.

Considero que he propuesto un proyecto gráfico con el que yo misma me beneficiaré como empleada de la Escuela: podré constatar el desarrollo y evolución del periódico interno al participar en su realización, cuando este sea impreso.

Bibliografía

150

- Baena, Guillermina, Instrumentos de investigación, 12 a. ed., México, D. F., Editores Mexicanos Unidos, 1984, 134 p.
- Baena, Guillermina y Montero, Sergio, Tesis en 30 días, 4a. ed., México, D. F., Editores Mexicanos Unidos, 1988, 100 p.
- Ballinger, Raymond A., Layout and Graphic Design, Nueva York, Estados Unidos, Ed. Van Nostrand Reinhold, 1980, 96p.
- Barnicoat, J., Los carteles, su historia y su lenguaje, Barcelona, España Ed. Gustavo Gili, 1973, 280 p.
- Bond, Fraser F., Introducción al periodismo, 4a. Ed., México, D.F., Ed. Limusa, 1979, 419 p.
- Dondis, D. A., La Sintaxis de la Imagen, 5a. Ed., Barcelona, España, Ed. Gustavo Gili, 1984, 211 p.
- Duhalt, Miguel, Técnicas de comunicación administrativa, 3a. Ed., México, D. F., Ed. Dirección General de Publicaciones (U.N.A.M.), 1974, 136 p.
- Euniciano, Martín, La composición en las Artes Gráficas, 7a. Ed., Barcelona, España, Ed. Don Bosco, 1974 ; 11 - 493 p.
- Evans, Harold, Diseño y compaginación de la prensa diaria, Barcelona, España, Ed. Gustavo Gili, 1984, 228 p.
- García, Mario, Diseño y remodelación de periódicos, Pamplona, España, Ed. EUNSA, 1984,

302 p.

González Llaca, Edmundo, Teoría y práctica de la propaganda, México, D. F., Ed. Grijalbo, 1981,

200 p.

151

Hurlburt, Allen, The Grid, Nueva York, Estados Unidos, Ed. Van Nostrand Reinhold, 1988, 96 p.

Hurlburt, Allen, Layout and design of the printed page, 3a. Ed., Nueva York, Estados Unidos, Ed.

Watson Gutpill, 1977, 159 p.

Hurlburt, Allen, Diseño Foto- Gráfico, Barcelona, España, Ed., Gustavo Gili, 1985, 127 p.

Laborderie, Fernand y Boisseau Jean, Arte y técnica de la impresión, 2a. Ed., Zaragoza, España,

Ed. Acribia, 1967, 420 p.

Muller Brockmann, Josef y Shizuko, History of Poster, Zurich, Suiza, Ed. ABC, 1971, 244 p.

Muller Brockmann, Josef, Sistemas de retículas, Barcelona, España, Ed., Gustavo Gili, 1981,

179p.

Murrar, Ray, Manual de técnicas, 2a. Ed., Barcelona, España, Ed., Gustavo Gili, 1980, 199 p.

The Penrose Graphic Arts International Annual (Vol. 53), Londres, Inglaterra, Ed. Percy Lund

Humphries, 1959, 115 p.

The Penrose Graphic Arts International Annual (Vol. 68), Londres, Inglaterra, Ed. Percy Lund

Humphries, 1975, 262 p.

Renau, Josep, Función social del cartel, Valencia, España, Ed. F. Torres, 1976, 100 p.

Ríos Szalay, Jorge, Relaciones Públicas, 2a. Ed., México, D. F., Ed. Trillas, 1986, 132 p.

Ruder, Emil, Manual de diseño tipográfico, Barcelona, España, Ed. Gustavo Gili, 1983, 220 p.

Sanders, Norman y Bevington, William, Manual de producción del diseñador gráfico, 6a. Ed.,

Barcelona, España, Ed. Gustavo Gili, 1986, 212 p.

Thurnbill, Arthur y Baird, Russell, Comunicación Gráfica, México, D. F., Ed. Trillas, 1986, 429 p.

Victoroff, David, La publicidad y la imagen, 3a. Ed., Edo. de México, México, Ed. Gustavo Gili,

1985, 137 p.

Wills Franz, Hermann, Fundamental of Layout, Nueva York, Estados Unidos, Ed. Dover, 1971,

124p.